

العنوان:	الإعلام التربوي : رؤية لواقع مستقبلي
المصدر:	وقائع اللقاء الأول لمسئولي الإعلام التربوي فى الدول الاعضاء - السعودية
المؤلف الرئيسي:	العوفي، عبداللطيف دبيان
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2004
مكان انعقاد المؤتمر:	الرياض
رقم المؤتمر:	1
الهيئة المسؤولة:	مكتب التربية العربي لدول الخليج
الشهر:	سبتمبر
الصفحات:	1 - 35
رقم MD:	35237
نوع المحتوى:	بحوث المؤتمرات
قواعد المعلومات:	EduSearch
مواضيع:	الغزو الثقافي، الإعلام التربوي، العالم العربي، الثقافة العربية، الثقافة الإسلامية، العولمة، الغزو الفكري، الإنترنت، القنوات الفضائية، وسائل الإعلام، الشخصية، الهوية، التعاون التربوي، المؤسسات التربوية، المؤسسات الإعلامية
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/35237



الإعلام التربوي : رؤية لواقع مستقبلي
ورقة عمل أعدها بتكليف من المكتب
الدكتور/ عبد اللطيف دبيان العوفي
كلية الآداب - قسم الإعلام - جامعة الملك سعود

مقدمة إلى

اللقاء الأول
لمسؤولي الإعلام التربوي بالدول الأعضاء

الرياض - المملكة العربية السعودية
١٣ - ١٤ شعبان ١٤٢٥هـ الموافق ٢٧ - ٢٨ سبتمبر ٢٠٠٤م

الإعلام التربوي :

رؤية لواقع مستقبلي

إعداد

د . عبد اللطيف دبيان العوفي

أستاذ الإعلام المشارك

جامعة الملك سعود

كلية الآداب

قسم الإعلام

مقدمة :

إن المتأمل للواقع المعاش يلمس مدى الأدوار والمهام التي يلعبها الإعلام بشكل عام والإعلام الوسائلي بشكل خاص في حياة هذا الجيل والأجيال القادمة . لم تعد أدوار وسائل الاتصال الإعلامية مقتصرة على الترفيه " البريء " ولكنها أصبحت وسائل وأدوات تساهم بشكل مباشر في تعليم وتنشئة وتربية الأطفال والشباب، وتنمية معارفهم، وتشكيل اتجاهاتهم ورسم سلوكهم ذلك أنها وسائل يقضي معها أو أمامها الطفل ساعات يومية تفوق تلك الساعات التي يقضيها في المدرسة ومع الأسرة والأقران مجتمعة .. ويكفي أن نخص بالذكر التلفزيون والانترنت فهما الوسيطان اللتان تشاركنا في تربية أبنائنا أردنا ذلك أم لم نرد واعترفنا به أم لم نعترف .

قبل بداية التسعينيات الميلادية من القرن الماضي كان يمكن بذل الجهود من أجل التنسيق بين وزارات الإعلام ووزارات التربية والتعليم في كل دولة من أجل إعداد برامج مشتركة أو على الأقل من أجل تقديم برامج تتوافق والعادات والتقاليد المحلية

اليوم ، ومع ظهور الانترنت والقنوات الفضائية وانفتاح السماء أمام البث من كل مكان في الأرض ومع ازدياد ومتابعة القنوات الفضائية واستخدامات الانترنت من قبل الأبناء أصبح من الصعوبة بمكان الاستمرار بالمناداة بأن يقوم الإعلاميون المحليون بدورهم في بث برامج تناسب عادات وتقاليد المجتمعات المحلية ذلك أن معظم البرامج المشاهدة قادمة من خارج نطاق الدول الخليجية بل أنها في كثير من الأحيان قادمة من ثقافات أخرى غير عربية ومن هنا فقد تغيرت المعادلة تماماً .

تكمن الأسئلة المطروحة حول كيف يمكن لوزارات التربية والتعليم التعامل مع هذه المعضلة ؟ وكيف يمكن لها مساعدة الشباب في استخدام الانترنت ومتابعة القنوات الفضائية ؟ وكيف يمكن لهذه الوزارات الحد من التأثير السلبي على الأطفال والشباب ؟

وكيف لها مساعدة المجتمع في محو أميته تجاه الوسائل ؟ وكيف يمكن زيادة الإفادة منها بأعلى درجة ممكنة سواء أكان ذلك في الصف أم في النشاط المدرسي أم في البيت ؟ .

أهداف الدراسة : تهدف الدراسة إلى :

- ١- التعريف بأهم قضايا الإعلام التربوي .
- ٢- إيضاح الأدوار المنقاة على عاتق الإعلام التربوي .
- ٣- إبراز أهم المشكلات والتأثيرات الإعلامية التي تواجه الأطفال والشباب ودور الإعلام التربوي في الحد منها .
- ٤- التعريف بأهم التوجهات اليوم في مجال الإعلام التربوي .
- ٥- اقتراح هيكلية نموذجية للإعلام التربوي في دول الخليج العربي .

الإعلام التربوي في

الدراسات العربية السابقة

أولاً : الدراسات العامة :

لقد قام الباحث بالإطلاع على العديد من البحوث والدراسات وأوراق العمل التي تُعنى بالإعلام التربوي ووجد أن أهم توجهاتها تدور حول النقاط التالية :

١. إن وسائل الإعلام العربية بوجه عام والخليجية على وجه الخصوص لا تقوم بدورها في العملية التربوية كما ينبغي فهي أجهزة تبحث عن الإثارة ، تفقد برامجها إلى الأصاله (الجابر ، ١٩٨٤ ، ص ص ١١٨ - ١٢٠) وأنها لا تزود المواطن بمعلومات كافية ، ولا توظف ميزة العقول والطاقات ، وأنها تفسد الذوق العام للجمهور حيث أن الإعلام " من صنع مجتمعات لا يهتمها تحقيق الأهداف الإسلامية أو إعلاء القيم الإسلامية ... وهو نتاج يحمل بعضه سموماً تتمثل في الترويج للمبادئ العابثة ، والانحلال الخلقي" (السعيد ، ١٩٨٤ ، ص ٦٩) الإعلام العربي مولع " بالإمتاع والمؤانسة ومغرم بالبهير والبهار عاشق للكلمة الحلوة والصورة المعبرة .. الإعلامي العربي رجل محكوم بالتعب مع الشغل اللذيذ .. لكنه قلما يحفل بخطة أو منهج ، وقلما تكون له أهداف واضحة يريد تحقيقها على المدى الطويل " (المالح ، ١٩٨٤ ، ص ٣٦٣) .

٢. " إن بين التربية والتعليم أرضية مشتركة ووشائج قوية ، لدرجة يمكن معها أن نقول أن العملية الإعلامية هي في بعض جوانبها عملية تربوية ، وأن العملية التربوية هي في بعض جوانبها عملية إعلامية " (عبد الجواد ، ١٩٨٤ م ، ص ١٨٣) وحسب رأي هذه الدراسات فإنه يمكن تحقيق ذلك من خلال التنسيق بين الإعلاميين والتربويين . يؤكد الغنام ذلك: " فيجلس الإعلاميون والتربويون معاً ليتعارفوا - في جو من الحرية - في هذه المسائل الأصولية وليطرحوا ما يتوصلون إليه على الساسة وسائر فئات المجتمع ليكون الإجماع أو ما يشبه الإجماع .. عندئذ يجدون أنفسهم - ويجد المجتمع معهم - على الطريق الصحيح لحسن اختيار المادة التعليمية والإعلامية وكيفية توفيرها شكلاً وموضوعاً " (الغنام ، ١٩٨٥ ، ص ص ٧٨ - ٧٩) .

والواقع يؤكد أن معظم الدراسات والأبحاث وأوراق العمل قد ذهبت نحو هذه الوجهة أي أن المشكلة تكمن بين الطرفين وعليهما التنسيق ومن ثم عمل اللازم (البدري ، ١٩٩١ جعفر ، ١٩٨٥؛ الجابر ، ١٩٨٤ ، وزارة التربية ، دولة البحرين ، ١٩٨٥ ؛ صوالحة ، ٢٠٠٠ ، حسانين ، ١٩٩٣) .

٣. أهمية استخدام وسائل الاتصال الحديثة كضرورة تربوية (عبد الجواد ، ١٩٨٤ ، ص ١٩٢) كما يؤكد ذلك دراسة حسانين (١٩٩٣م ، ص ١٢٠) والتي تنادي بأهمية استخدام التقدم التقني في وسائل الإعلام من أجل المساهمة في تربية الفرد والمجتمع ، وما تنادي به دراسة صوالحة (٢٠٠٠ ، ص ١٢٠) والتي ترى ضرورة اعتراف وزارات وهيئات ومؤسسات التربية بأثر البرامج الإعلامية وأهمية إدخالها كجزء رسمي من العملية التعليمية .

٤. وترى هذه الدراسات أهمية تقديم برامج تعليمية ممتعة في نفس الوقت (يوسف ، ١٩٨٤م ، ص ٢٣٠) . كما تؤكد دراسة الشاعر (١٩٩٦ ، ص ١٠٧) على أهمية الاستفادة من جاذبية الإعلام في تقديم المضمون التربوي .

وترى معظم الدراسات أن للوسائل الإعلامية وخاصة التلفزيون القدرة على التأثير في الناس إن خيراً وإن شراً (السعيد ، ١٩٨٤م ، ص ٦٩) .

ثانياً دراسات التأثير :

وركز معظم الدراسات العربية على التأثير السلبي لوسائل الإعلامية يقول بستان : "من الملاحظ أن تأثير الإعلام التلفزيوني على النشء تأثير ثابت لا ينبغي معه للمسؤولين أن يقللوا من خطره أو يهونوا من أمره فطريقة معالجة هذه الوسائل لموضوعات العنف مثلاً أو حتى لموضوعات التراث تحكمتها في معظم الأحيان ظروف ودوافع ليس لمصلحة النشء فيه نصيب يذكر .. فيرون أحياناً المجرم بطلاً خفيف الظل والقانون لا ينتصر إلا في النهاية ورجل الشرطة موضع تهكم وسخرية والقاضي إنسان متمرّد ومضحك فإن القول باحتمال عدم تأثر الناشئة بكل هذا أمر غير مقبول ولا يمكن الأخذ به (البستان ، ١٩٩٠ ، ص ص ١٢٠ - ١٢١) . ويصنف محمود (١٩٩١م) أنماط التأثيرات الناتجة عن التلفزيون إلى ثلاثة أنواع هي :

أ- تأثير إحلالي : ويقصد به ساعات استخدام الإعلام لساعات طويلة الطويلة تحل محل أعمال أخرى كان من الممكن تنفيذها .

ب- تأثيرات الحفز : التي يثيرها ويدعمها مضمون ومواد هذه الوسائل .

ج- تأثيرات وسيلية : أي لها علاقة بالوسيلة وتقنياتها .

ويحمل الحضيف تأثير وسائل الإعلام على الجماهير في ثمان نقاط من أهمها :

أ- التغيير المعرفي Cognitive Change ويقصد به تغيير المعارف الحالية لدى الفرد بمعارف جديدة .

ب- تغيير الاتجاهات Attitude Change ويقصد به أن وسائل الإعلام تقوم بتغيير اتجاهات الناس ومواقفها حول بعض القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والحياتية عموماً .

ج- التنشئة الاجتماعية Socialization ويقصد الحضيف بها قيام وسائل الإعلام بدور المربي للطفل والمعلم له فتزرع فيه بعض القيم والعادات مع مجابهة قيم وعادات أخرى .

د- الاستثارة العاطفية Emotional Responses ويقصد بها إثارة العواطف والدوافع

الإنسانية المختلفة .

هـ . صياغة الواقع Defining Reality تلعب وسائل الإعلام دوراً مهماً في صياغتها للواقع المعاش من خلال عالمها الافتراضي والذي غالباً ما يكون مخالفاً للواقع الحقيقي بسبب مبالغاتها ومغالاتها في الجريمة والجنس والخيانة وعدم توفر الأمن .

٦. تكريس الأمر الواقع Endorsement of Dominant Ideology : تقوم وسائل الإعلام بتفضيل توجهات معينة ودعم أفكار محددة من أجل تكريس واقع أيديولوجي معين ويزداد الأمر سوءاً عندما تكرر هذه الوسائل أيديولوجيات ومذاهب فكرية أجنبية (الحضيف ، ١٩٩٤ ، ص ص ٣٠ - ٤٥) .

ويرى العامودي أن أهم سلبيات التلفزيون في العالم العربي يكمن في :

أ- ازدواجية الفكرية والسلوكية : ويقصد بذلك أن وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون (وبالطبع القنوات الفضائية والانترنت اليوم) تقدم رسائل للطفل مناقضة للرسائل التي يتحصل عليها من المدرسة والأسرة " فإن الرسائل التلفزيونية تقوم بمسح أو إحلال رسائل مختلفة عن الرسائل الإيجابية المرغوب غرسها في أذهان الأطفال " (العامودي ، ١٩٩٥م ، ص ص ١١٠ - ١١١) . وهذا ما يؤكد خورشيد " منذ بداية التعليم الأولي في بلادنا وطفاننا ثم صبينا ثم شباننا يعيش ازدواجية لغوية وازدواجية فكرية وازدواجية اجتماعية تؤثر في بنائه العقلي والسلوكي والاجتماعي على السواء " (سويد ، ١٩٩٢ ، ص ١٤١) .

ب- مشاهدة التلفزيون تشغل الأطفال عن القيام بنشاطات أخرى : كاللعب وممارسة الرياضة والقراءة واكتساب خبرات جديدة .

ج- غرس النزعة المادية الاستهلاكية في الشباب .

د- هناك دراسات علمية : تؤكد على وجود علاقة عكسية بين مشاهدة التلفزيون والتحصيل العلمي فكلما زادت ساعات المشاهدة قل التحصيل العلمي (العامودي ،

١٩٩٥ ، ص ص ١١٠ - ١١١) . وهذا يتفق مع ما وجدته دراسة صوالحة في

الأردن (٢٠٠٠، ص ١٠٣) .

ويؤكد حسانين (١٩٩٣م، ص ٨٠٠) " على أنه في الوقت الذي ضعف دور الأسرة وتأثير المدرسة على المتعلم ، ازداد دور وسائل الإعلام ، نتيجة عوامل داخلية وخارجية ، وأصبح تأثير وفاعلية الإعلام على المتعلم تأثيراً يفوق من حيث الكم والكيف تأثير الأسرة والمدرسة " .

ويرى حسانين أن الإعلام اليوم يعد مؤسسة تربوية هامة في المجتمع له آثاره السلبية والإيجابية والتي لا يمكن إنكارها وهذا ليس لأن الإعلام شيء جديد ولكن لكون تقنياته " بلغت غايات بعيدة جداً في سعة الأفق وعمق الأثر وقوة التوجيه " .

ويقدم عبيدات مجموعة تأثيرات سلبية للقنوات الفضائية والانترنت على الأطفال والشباب وهي :

- تأثيرات صحية جسدية ونفسية . .
- تأثيرات سلوكية خاصة العنف .
- تأثيرات أخلاقية .
- تأثيرات جنسية .
- تأثيرات ثقافية .
- تأثيرات إجرامية (عبيدات ، ٢٠٠٣ م ، ص ص ٤٠ - ٥٥) .

وترى دراسات الأثر أن لوسائل الإعلام بشكل عام تأثيرات إيجابية يجب الاستفادة منها في تعليم وتربية الشباب ونقل المعارف الجديدة لهم من خلالها ومن أهم هذه الإيجابيات تعزيز ملكة الإبداع والابتكار ، تنمية المهارات الأساسية كالقراءة والكتابة ، والارتقاء بفكر الطفل وتهذيب سلوكه (العامودي ، ١٩٩٥م ، ص ١٢٢) .

ثالثاً : دراسات واقع حال الإعلام التربوي

في دول الخليج

لا توجد دراسات كثيرة حول واقع الإعلام التربوي في دول الخليج العربي فكل ما هو متوفر دراسة نفذها مكتب التربية العربي لدول الخليج في عام ١٩٩١م وهي دون شكل دراسة قديمة جداً إذ مضى عليها أكثر من عقد من الزمان وبالتالي فإن الكثير من البيانات الواردة فيها قد لا تمثل الواقع في يومنا الحاضر فيها .

أكدت هذه الدراسة وجود خلط قائم بين الإعلام التربوي بوصفه وسيلة لربط التربويين من إداريين ومربين ببقية شرائح المجتمع مما يدخل في نشاط العلاقات العامة وبين ما يميل إليه كثير من قادة الفكر التربوي من أن المقصود بالإعلام التربوي هو استثمار التقدم التقني الذي حظي به الإعلام من أجل تعزيز جهود التربية في سبيل الوصول إلى إنتاج تربوي أفضل " (البدر ، ١٩٩١ ، ص ٧٣) .

ويشير البدر من خلال الاستفتاء الذي أجابت عليه دول الخليج العربي والمتعلق بمفهوم الإعلام التربوي " أن جهودها تركز على الإعلام بمجهودات وزارة التربية وفروعها ، وتوعية الجمهور بما تعمله تلك الأجهزة من مجهودات مما يدخل ذلك النشاط في إطار مفهوم العلاقات العامة التي تسعى إلى أن يشعر الجمهور بأن وزارات التربية وفروعها تؤدي دورها إلى أقرب درجة ممكنة ولم يشذ عن ذلك دولة واحدة " (البدر ١٩٩١ ، ص ٨) . ويؤكد البدر أن دولتين فقط أشارتا إلى أن ٣٠ % من جهودهما الإعلامية كانت تهدف إلى تعزيز مجهودات التربية مما كان يراه ضمن مفهوم الإعلام التربوي .. ويؤكد البدر أيضا أن دولة واحدة أشارت أنه لا يوجد لديها أهداف محددة للإعلام التربوي كما يوضح أن التطابق في أهداف الإعلام التربوي بين هذه الدول يعد ضعيفا جداً فمن بين الأهداف العشرة التي توصل إليها الباحث وجد أن أكثر التوافق حدث في هدف واحد بنسبة ٢٠ % وهو : " تبسيط وتداول المفاهيم التربوية والتعامل معها " يليه بنسبة توافق قدرها ١٥ % " غرس القيم والمبادئ والمفاهيم الإسلامية في نفوس النشء " و " نشر وتعميق الوعي التربوي الوطني

والقومي بين الطلبة والمعلمين وأولياء الأمور " والتغطية الإعلامية المتوازنة لمختلف جوانب العملية التربوية والتعليمية " .

وهذه بالطبع أهداف تدخل ضمن فئة أو نشاط واحد من أنشطة الإعلام التربوي المفترضة ، بل أنها لا تمثل أقل أنشطته أهمية .

عند سؤال البدر مبحوثيه عن الخطط المستقبلية لتطوير برامج الإعلام التربوي في دول الخليج العربية أجاب ٣٣% بأن هناك خططاً مرسومة لتطوير هذه البرامج بينما أجاب ٦٧% تقريباً بعدم وجود مثل هذه الخطط (البدر ، ١٩٩١م ، ص ٦٠) .

ويرى البدر (١٩٩١ ، ص ٨٢) أن كل دولة من الدول المشتركة في مكتب التربية العربي لدول الخليج تقدمت بأوراق نظرية تتحدث عن دور الإعلام التربوي فيها مبينة في ذلك مفهوم هذا الإعلام وأهمية الإفادة من تقنياته في تعزيز العمل التربوي وكذلك الإفادة من رجالات التربية في إثراء البرامج الإعلامية المختلفة لكنه يخلص بعد نتائج دراسته إلى القول : " لكن يبدو وأن التطبيق يختلف عن التنظير فقد أظهرت هذه الدراسة عدم وجود جهود عملية عند المقارنة بالنظرية التي وردت في أوراق العمل التي سبق أن قدمت في الندوة [ماذا يريد التربويون من الإعلاميين] والتي هي من صميم ما نتوخاه من تطبيق " .

أكدت الورقة التي قدمتها إدارة العلاقات العامة والأنشطة التربوية في وزارة التربية بدولة البحرين ، " أن المؤسسات الإعلامية التربوية يختلف وضعها الإداري من دولة (عربية) إلى أخرى ، كما أن تلك المؤسسات داخل الدولة الواحدة تراها تتبع عدة إدارات موزعة بينهما ، فعلى سبيل المثال نجد الوسائل التعليمية تتبع إدارة والصحافة والإذاعة تتبع إدارة أخرى .. والمسرح المدرسي يتبع إدارة وهكذا " وتساءلت الورقة هل من الأجدى اتباع هذا التوزيع ؟ .. وترى الورقة أنه من الأفضل جمعها في إدارة واحدة لكنها في نفس الوقت رأت أن هناك من الدواعي والمسوغات ما يجعل وسيلة تتبع إدارة دون أخرى مثل مراكز الوسائل التعليمية والتي تتبع إدارة المناهج والكتب ، وهي لهذا ترى ضرورة وجود جهاز تنسيقي على الأقل يربط بين هذه الإدارات لا يقتصر دوره على التنسيق ولكن يضع الخطط موحدة ويتابع التنفيذ في الميدانين

التربوي والمجتمعي (تحديد دور التربويين ، ١٩٨٥ ، ص ص ٢٠٧ - ٢١٢) .
وترى الورقة البحرينية أنه لا يمكن القول أن هناك مشرفين متفرغين للأنشطة
الإعلامية المختلفة داخل المدارس إذ ترك الأمر لمدرسين هم في العادة يعانون من
كثرة الحصص المنهجية . وتطالب الورقة بأهمية التأكد من رغبة المعلم في هذا
النشاط الذي يسند إليه وأن يكون ضمن هواياته ، كما تطالب بأن يدرّب ويؤهل بشكل
سليم وأن يخفض نصابه التدريسي وإن كانت الورقة تدعو إلى المتخصص المتفرغ
حتى يستطيع أن يؤدي الدور بشكل صحيح (تحديد دور التربويين ، ١٩٨٥ ، ص
ص ٢٠٧ - ٢١٢) .

ويؤكد عبد الله الحسني مدير الإعلام التربوي بوزارة التربية والتعليم بالمملكة
العربية السعودية في ورقة عمل قدمت عام ١٤٢٣هـ أن الوزارة بدأت تنفيذ تجربة
"مشرف إعلام تربويًا" وهي تجربة مطبقة حالياً في أربع مناطق تعليمية ، وتهدف إلى
تكوين اختصاصيين في مجال الإعلام التربوي ، ونأمل أن تتحدد معالم التجربة قريباً ،
ويتم تعميمها على كافة المناطق ، والمحافظات التعليمية ، (الحسني ،
١٤٢٣هـ ، ص ١١) . كما تؤكد ورقة الحسني على أن الوزارة قامت بإنشاء وحدات
للعلاقات العامة والإعلام التربوي في جميع إدارات التعليم وكليات المعلمين ، وقامت
بتشكيل لجان للإعلام التربوي في جميع المناطق التعليمية برئاسة مدير التعليم
وعضوية الإعلاميين والمسؤولين التربويين .

رابعاً : دراسات حول مستقبل الإعلام التربوي

وما ينبغي أن يكون عليه في دول الخليج

نادت بعض الدراسات العلمية بأهمية تدريس وتدريب المعلمين على كيفية استخدام
وسائل الإعلام مع شرح ماهيتها وآليات عملها وقدراتها التأثيرية .

وفي دراسة قام بها د. عبد الرحمن الشاعر عن أهمية إدخال مقرر الإعلام
التربوي إلى مناهج كليات التربية في دول الخليج العربي من وجهة نظر أعضاء هيئة
التدريس ، وجد شبه إجماع على أهمية مقرر الإعلام التربوي فالحاجة ملحة إلى مقرر
الإعلام التربوي ، سواء ضمن الخطة الدراسية في كليات التربية وإعداد المعلمين أو

ضمن برامج تأهيلية خاصة للمدرسين (الشاعر ، ١٩٩٦ م ، ص ص ١٠٣ - ١٠٤) وأوصى الشاعر في دراسته بأهمية النظر إلى التقنيات التربوية على أساس نظام عمل ، وأسلوب تطبيق أكثر من مجرد أنها وسائل إيضاح .

ويرى حسنين (١٩٩٣ ، ص ٨١١) أن انصهار الإعلام والتربية في بوتقة واحدة ليشكل " الإعلام التربوي " ليس أمراً جديداً إذا اهتمت به الدول المتقدمة في الشرق والغرب " ودور الإعلام في التربية مسلم به قولاً وفعلاً ، وتكامل جهود المعلمين في المدرسة مع جهود الإعلاميين خارج المدرسة من أجل تربية الطفل صار واقعاً لا يحتاج إلى نقاش أو جدال . "

وفي دراسة أخرى حول تأثير برامج التلفزيون العام والصحافة على العملية التربوية وأهمية تدريب المدرسين على الإفادة منها قام بها البستان من جامعة الكويت ولقد طالب بأهمية تدريب المعلمين على الإفادة من تأثير برامج التلفزيون العام والصحافة على العملية التربوية كما طالب أن تكون برامج تدريب المعلمين قائمة على الكفايات بحيث تكون برامج التدريب واضحة الأهداف ودقيقتها وتحدد الكفايات المطلوبة بشكل واضح وتلزم المتدربين بالمسئولية عن بلوغ وتحقيق هذه الأهداف . ولقد طالب البستان القائمين على برامج التدريب أن يسألوا أنفسهم أسئلة حول مدى شمول الدورة وقدرتها على برامج إيجابية لوسائل وسليباتها وقدرتها على تحقيق تحسن في مهارات واستخدامات الوسائل الإعلامية ، ومدى تطرقها للاتجاهات الحديثة في الإعلام ، ومدى استيعاب الدورة لإعداد المدرسين المحتاجين للتدريب وغير ذلك من التساؤلات (البستان ، ص ص ١٢٤ - ١٢٩) .

ويرى العوضي ضرورة الإفادة من وسائل الإعلام وتقنيات الاتصالات الحديثة ويؤكد على أنها تحل المشكلات الكمية في التعليم إذ تمكن من مواجهة الزيادة الهائلة في أعداد التلاميذ كما أنها مفيدة في حالات نقص المعلمين أو عدم كفايتهم ، وتعالج القصور في التعليم وترفع من مستوى التدريس وتيسر تعليم الكبار ، وغير ذلك من الفوائد (العوضي ، ١٩٩٢ ، ص ص ١١٦ - ١١٧) .

كما ركز العوفي (١٩٩٤ ، ص ٦١٢) على أهمية تدريب التلاميذ والطلاب على

كيفية القراءة التلفزيونية والتي رأى أنه بالإمكان دمجها مع مقررات التربية الفنية أو حصص الحاسب " .. ويجب تحديد أهداف هذه المواد بحيث تشمل التوعية الكاملة بالتلفزيون ودوره في المجتمع ، وكيفية المشاهدة وأهدافها ، وكيفية الاستفادة منه ، وكيفية الإنتاج ونوعية البرامج ، بالإمكان وتوضيح الصيغ التلفزيونية المستخدمة .. أوضحت بعض الدراسات أنه بالإمكان تدريس الأطفال كيفية القراءة التلفزيونية بنجاح تام . كما بينت بعض الدراسات أن تدريس الأطفال هذه المهارة القرائية تساعد على فهم أكثر للمضمون ، وإدراك أفضل للعناصر الإنتاجية التلفزيونية ، وتضحي المشاهدة أكثر حكمة وثقافة وصقلاً " .

يتساءل السماري عن دور الإعلام التربوي (السعودي) في المسرح المدرسي والإذاعة المدرسية ، والصحافة المدرسية .. ويطلبه بالالتفات إلى أهمية هذه المناشط والمحافل وتوجيهها تربوياً . ويؤكد السماري على " أن الإعلام التربوي ، أو التربية الإعلامية ضرورة تربوية لا يصح الاستكبار عنها ، ولا يجوز تجاهلها في سلم تخطيط الأولويات ، ولا بد حينئذ من الاعتناء بإعداد الإعلام التربوي جنباً إلى جنب مع تأهيل المعلم التربوي " (السماري ، ١٩٩٧ ، ص ١٩) .

ملاحظات على الدراسات العربية السابقة

يلاحظ على الدراسات العربية السابقة بعض النقاط ، نجملها في الآتي :

١ . ركزت غالبية الدراسات العربية السابقة في تعريف الإعلام التربوي على وسائل الإعلام الجماهيرية المحلية من صحافة وإذاعة وتلفزيون وركزت على دورها في المنزل وليس المدرسة . وهذا التركيز أدى دون شك إلى تحديد دور الإعلام التربوي في مجال ضيق ليس هو المقصود بالإعلام التربوي فالإعلام التربوي يشمل وسائل الإعلام الجماهيرية كما يشمل وسائل الإعلام التقليدية من صحافة وإذاعة مدرسية إلى تقنيات تعليم إلى تدريس بعض المفاهيم الإعلامية في المراحل التعليمية ، المختلفة ، إلى استخدامات الاتصال الشخصي في المدارس ، إلى النشاطات اللاصفية فهذه الأعمال جميعها تدرج تحت مسمى الإعلام التربوي ولا يمكن فصلها عنه .

٢ . ركزت معظم الدراسات العربية على موضوع التنسيق بين الجهتين التربوية

والإعلامية من أجل إنتاج برامج إعلامية " مثالية " للحد من التأثيرات السلبية وتقديم برامج إعلامية تبني ولا تهدم وفق المنظور التربوي . قد يكون هذا التوجه بالرغم من عدم نجاحه في السابق مقبولاً قبل ظهور القنوات التلفزيونية الفضائية والانترنت حيث كانت عيون المشاهد والمتابع محصورة في استقبال البث التلفزيوني المحلي ووسائل الإعلام الوطنية الأخرى .. أما اليوم فإن الأطفال والشباب يتعرضون للبث الفضائي ولمتابعة الأحداث والقضايا عبر وسائل متعددة تخرج عن نطاق الإعلام المحلي سواء أكان ذلك عبر تصفح الانترنت أم عبر مشاهدة الفضائيات وسواء أكانت هذه القنوات تابعة للقطاع الخاص أو لدول أخرى فإنه بشكل عام لا يمكن الحديث معها في شأن ما يسمى بالتنسيق هذا بالطبع لا ينفي وجود وسائل الإعلام الوطنية المحلية لكنها لا تشكل إلا جزئية بسيطة من وسائل أخرى كثيرة تحوز على المتابعة المستمرة من قبل الأطفال والشباب .. كما لا يعني عدم أهمية هذا التنسيق المفترض لكن دوره كان محدوداً وأصبح اليوم في حالة ضعيفة جداً .

من هنا نرى أن الحاجة لا تقوم على التنسيق بين الإعلاميين والتربويين ولكن تقع على عاتق وزارات التربية والتعليم التي ينبغي أن تقوم بإنشاء أجهزة إعلام تربوية متكاملة تقوم بأداء أدوارها المختلفة ليس فقط في إنتاج المواد الإعلامية الهادفة والتعليمية ولكن تقوم بأدوارها في محور الأمية الإعلامية وفي تعليم أصول القراءة الواساتية التلفزيونية والحاسوبية والتقنية عموماً .

٣ . تركز معظم الدراسات العربية السابقة على التأثير السلبي لوسائل الإعلام على العملية التربوية وتتطرق للتأثيرات الإيجابية بشكل مختصر أو على استحياء شديد . ويجب التنبيه هنا إلى أنه وبالرغم من سلبيات وسائل الإعلام إلا أنها حقيقة ماثلة أمام أعيننا كما أن لها فوائدها التي يصعب تحديدها لكن يمكن القول أنها تلعب أدوار كبيرة في تثقيف الأطفال والشباب وتوسيع مداركهم وتنمية تفكيرهم وحفز همهم ومساعدتهم في إتقان تعليمهم متى استطاعت وزارات التربية والتعليم الاستفادة منها بشكل جدي واعتبارها جزءاً لا يتجزأ من العملية التربوية .

٤ . تعاني الدراسات العربية السابقة من قصور شديد في التعرض لدراسات محو

أمية الوسائل الإعلامية Media literacy والتي تعتبر اليوم حجر الزاوية في ما يسمى بالإعلام التربوي بل أن هذا التوجه أصبح الشغل الشاغل للمعلمين والمربين والمدارس في المراحل المختلفة في جميع دول " العالم المتقدم" إذ يقع عليه التنظير لكيفية التعامل مع وسائل الإعلام ، وكيفية الاستفادة منها ، وكيفية مساعدة التلاميذ والطلاب في استخدامها .

٥ . تعاني المكتبة الخليجية من قصور شديد في معرفة واقع الإعلام التربوي في دول الخليج العربي اليوم . إذ أن أحدث دراسة حوله تعود لأكثر من عقد من الزمن .

الدراسات الغربية السابقة

حول الإعلام التربوي

تتركز معظم الدراسات العلمية الغربية اليوم في الإعلام التربوي Media education على ما يسمى محو أمية الوسائل الإعلامية Media literacy وترى هذه الدراسات أن نقطة البداية في الإعلام التربوي تكمن في أهمية محو أمية الوسائل الإعلامية بين المعلمين أولاً فالطلاب وأولياء أمورهم .

تتعدد الآراء حول هذا المفهوم ، لذا أقيمت العديد من المؤتمرات العلمية بمشاركة علماء التربية والإعلام والفت الكتب المتخصصة المتعلقة بكيفية تدريس محو أمية الوسائل والموضوعات والقضايا التي ينبغي طرحها والتأكيد عليها وكيفية الاستفادة من الإعلام في الفصل وخارجه .

لا زالت هنالك مدرستان حول هدف محو أمية الوسائل ، مدرسة ترى أن الهدف الأساسي منه هو الحد من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام لذا ينبغي التركيز على فك شفرات هذا الإعلام بعقلية ناقدة وفاحصة للتلاميذ والطلاب وبالتالي يصعب التأثير الإعلامي والوسيلي عليهم .

أما المدرسة الأخرى فتري أهمية الخروج على فكرة الحمائية فالأطفال والسباب يرفضون فكرة كونهم ضحايا لوسائل الإعلام وهذا يعوق تعلمهم الفكر النقدي .. لذا ، يجب أن يكون الهدف أعم وأشمل فمحو الأمية الواسئلية يعني تعلم الإنتاج والإخراج

والتفكير النقدي وكيفية الكتابة والإعداد وغير ذلك من الأمور التي تتجاوز فكرة الحد من التأثير السلبي للوسائل الإعلامية إلى المشاركة الفاعلة فيها .

محو أمية الوسائل الإعلامية

Media literacy

يقصد بمحو أمية الوسائل الإعلامية القدرة على التعامل وتحليل وتقويم الرسائل الاتصالية في أشكالها المتعددة بل والقدرة على تنفيذها وإيصالها للجماهير المستهدفة . إنها القدرة على التحليل الواعي والاستخدام المفيد والتخطيط المدروس والتنفيذ المحترف للرسائل في الوسائل الإعلامية المختلفة من صحافة وإذاعة وتلفزيون وانترنت ووسائط اتصالية متعددة .

يعد الاهتمام بمحو أمية الوسائل الإعلامية Media Literacy من القضايا الإعلامية والتربوية الحديثة نوعاً ما إذ بدأ الاهتمام بها منذ الثمانينيات الميلادية للقرن الماضي واستمرت حتى يومنا الحاضر . وحاول الكثير من المهتمين والباحثين من خلال المؤتمرات العلمية العديدة التي خصصت في هذا المجال تحديد مفهوم محو أمية الوسائل الإعلامية والموضوعات التي ينبغي اقتصاره عليها .

(Hobbs,1994, Bazalgette, 1992; quim McMahon, 1995)

في عام ١٩٩٣ توصل مجموعة من الباحثين والمعلمين من البريطانيين والكنديين والاستراليين في إحدى المؤتمرات العلمية على تطوير نموذج يعني بمجموعة من المفاهيم التي ينبغي تضمينها في تحليل رسائل الوسائل وتشمل :

١. إن توجيه الرسائل الإعلامية وبنائها يتم بشكل مقصود لتحقيق أهداف محددة .
٢. يتم إنتاج الرسائل في بيئات اجتماعية واقتصادية وسياسية وتاريخية وأخلاقية مختلفة .
٣. تتكون عمليات التفسير والتأويل للرسائل وخلق المعاني لها لدى الجمهور المستهدف عبر العلاقة بين النص والقارئ والبيئة الثقافية المحيطة .
٤. إن للوسائل الإعلامية خصائص فريدة ولغات مختلفة تتنوع حسب أنواعها

وأنظمة الاتصال الرمزية الخاصة بها .

٥. تلعب الوسائل أدواراً مهمة في فهم الناس للواقع الاجتماعي .

. (Hobbs, 1998, pp. 15 - 16)

ويطرح هوبز أحد أهم العلماء المتخصصين في مجال الإعلام التربوي - أهم المناظرات والتساؤلات التي تدور اليوم حول ماهية محو أمية الوسائل وما ينبغي أن يشملته تعليمه .

١. هل يهدف تعليم محو أمية الوسائل إلى حماية الأطفال والمراهقين من التأثير السلبي للوسائل الإعلامية ؟

٢. هل ينبغي أن يكون تعليم الإنتاج الواسع النطاق ضرورة أساسية لتعليم محو أمية الوسائل ؟

٣. هل ينبغي أن يكون تعليم محو أمية الوسائل مركزاً على نصوص الثقافة الشعبية ؟

٤. هل ينبغي أن يكون لتعليم محو أمية وسائل الإعلام أجنحة أيديولوجية وسياسية؟

٥. هل ينبغي أن تتركز عمليات محو أمية وسائل الإعلام على البيئة التعليمية للمراحل الأساسية ؟

٦. هل ينبغي تدريس محو أمية الوسائل الإعلامية كمنهج مستقل أم داخل ضمن المناهج الموجودة حالياً ؟ (Hobbs, 1998, pp. 16 - 26) .

ويجيب هوبز على هذه التساؤلات بإبراز أهم التوجهات الحديثة لكل سؤال وهي باختصار :

الحد من التأثير السلبي لوسائل الإعلام :

١. يرى بعض المعلمين والعلماء المتخصصين في مجال الإعلام التربوي أن لمحو أمية وسائل الإعلام دوراً كبيراً في الحد من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام إذ يتعلم الفرد كيف تخلق هذه البرامج والفرق بينهما وبين الواقع المعاش مع تعلم القراءة الفاحصة لنصوصها الإخبارية والمعلوماتية والدرامية والتجارية .

بينما يرى فريق آخر أن هذا التوجه قائم على أسس خاطئة وعلى نظريات وأبحاث علوم اجتماعية غير دقيقة . ويرى هذا الفريق أن هذا النوع من التدريس الحمائي لا يؤثر على الطلاب كثيراً إذ يرفض الطلاب حسب رأي هذا الفريق - فكرة أنهم ضحايا لا حول لهم ولا قوة في مجابهة تأثير وسائل الإعلام ويعتبرون هذا تعد صارخ على شعورهم واستماعتهم

بمتابعة هذه الوسائل (Hobbs,1998, Collins,1992,Hart, 1997) .

٢. الممارسة الفعلية : ويرى بعض العلماء والباحثين في مجال الإعلام التربوي أنه لا يمكن للطلاب أن يكونوا أصحاب قدرات عالية في قراءة وفهم وسائل الإعلام بشكل نقدي دون الممارسة الفعلية في التخطيط والإعداد والتنفيذ كالقيام بالتصوير وكتابة السيناريو والقيام بالأداء التمثيلي أمام الكاميرات وتصميم مواقعهم على الإنترنت وحسب هذا الرأي فإن محور أمية الوسائل الإعلامية لا يتم دون التفاعل المباشر معها واكتشاف طبيعتها التقنية والفنية والعمل من خلال ذلك .

لكن في الواقع هناك ملاحظات عديدة على أهمية استخدام الإنتاج وخاصة الإنتاج التلفزيوني عند محاولة محور أمية وسائل الإعلام ، من ذلك على سبيل المثال : صعوبة توفير مواد الإنتاج في المدارس خاصة أنها ما زالت مكلفة ، وصعوبة إيجاد مدرسين متخصصين في هذا المجال إذ أنه يحتاج لتدريب طويل (, Stafford 1990, p . 81) كما أنه ليست هناك علاقة واضحة بين محور أمية الوسائل وتنفيذ عمليات إنتاج ومونتاج فيديو وتلفزيون .

٣ . التركيز على تحليل نصوص الثقافة الشعبية الإعلامية : يستخدم المعلمون وبعض المهتمين بمجال محور أمية الوسائل ، النصوص الإعلامية لتحليل المواقف التاريخية والاجتماعية والفكرية فمن خلال المسلسلات التلفزيونية وأخبار الصحف والتحليلات السياسية والثقافية يمكن دراسة الإنتاج الأدبي وواقع الحياة اليومي . ويرى الخبراء هنا أن الطالب في هذه السنين معرض لآلاف البرامج والأعمال الإعلامية التي ينبغي علينا تعليمه كيفية قراءتها ومعاملتها بشكل نقدي .

٤ . الأجندة السياسية والأيدولوجية : يرى بعض المعلمين وخبراء محور أمية

الوسائل الإعلامية أن لهذا النوع من التعليم القدرة على دفع الشباب إلى المطالبة بإجراء تغييرات في الأنظمة الإذاعية والصحافية والتلفزيونية سواء أكان الدفع ناحية التلفزيون المجتمعي public TV أو تغيير أنظمة وقوانين هذه الوسائل . وبعض الخبراء هنا يستخدمون هذا النوع من التعليم من أجل تعزيز Promote التغييرات الاجتماعية في اتجاهات وسلوكيات الطلاب حول موضوعات اجتماعية متعددة مثل العنف والتعصب والجنسانية Racism, and Sexism homophobia .

٥. التركيز على البيئة التعليمية للمراحل التعليمية الأساسية : يرى الكثير من المعلمين والخبراء في مجال محو أمية الوسائل أن أفضل طريقة لتعليم محو أمية الوسائل الإعلامية يتم من خلا البيئة المحيطة بالمدرسة School Comm unition حيث أن للمعلمين وأولياء الأمور والطلاب رؤية مشتركة حول علاقات حبهم وكرههم لتقافة الوسائل الإعلامية .

٦ . التدريس كمنهج مستقل أم ضمن المناهج الموجودة : هناك رأيان في هذا الموضوع ، رأي يرى أهمية وجود محو أمية الوسائل في مثل الموضوعات والمواد ذات العلاقة من علوم وآداب وعلوم اجتماعية.. وهذا الرأي يرى أهمية وضع نصوص الوسائل الإعلامية كموضوعات للبحث .

من الوجهة الأخرى ، هناك من يرى أهمية وجود مناهج متخصصة لتدريس محو أمية الوسائل ، وهم يرون من التجربة أن وجود محو أمية الوسائل من ضمن مواد المنهج يجعل المعلم غير مركز عليه وربما لا يستخدمه أبداً إضافة إلى أن المعلم قد يؤدي الدور بشكل غير متقن .

يقدم لنا بكينجهام Buckingham إطاراً مفاهيمياً يتبناه معهد الفيلم البريطاني بناءً على الدراسات السابقة الخاصة بالإعلام التربوي Media Education وذلك كمنهاج دراسة يمكن استخدامه وتطبيقه في الدروس التطبيقية كالتصوير والإنتاج والتحليل النقدي كدراسة الأخبار والإعلانات .

وكما نلاحظ من الشكل المرفق فإن مكونات هذا المنهاج تنقسم إلى ستة عناصر رئيسة يخص الأول منها ملكية وإدارة الوسائل الإعلامية والقائمين عليها والمدارس

الإعلامية والإيدلولوجية التابعة لها . ويخص الثاني تصنيفات الوسائل الإعلامية وأنواعها وأنواع البرامج وأشكالها ، ويخص الثالث تقنيات الاتصال من حيث أنواعها وكيفية استخدامها . ويعنى العنصر الرابع بالغة الوسائل فلكل وسيلة لغتها التي ينبغي التعرف عليها وعلى الأدوار التي تلعبها في تقديم المنتج الفني في صورته النهائية وهذه اللغات تشمل كيفية استخدام الإضاءة والصوت واللقطات التصويرية .. وهكذا . أما العنصر الخامس فيخص جماهير الوسائل ويتم تعليم الدارس كيفية التعرف على من يتلقى الرسالة وما الذي يعمل بها وكيفية تحديد الجمهور المقصود وكيفية بنائه ومخاطبته . ويخص العنصر السادس بعض الوسائل ويتعلق بكيفية تقديم وعرض الموضوعات وماهية العلاقة بين النص والحقيقية والناس والأحداث والأفكار ونتائج ذلك .. كامل التفاصيل في الشكل (١)

الشكل (١)

إطار مفاهيمي للإعلام التربوي

Key aspects of Media Education

العنصر	المقصود به
١. ملكية وإدارة الوسائل الإعلامية	من صاحب الرسالة ؟ وماذا يريد أن يقول ؟ ولماذا ؟ ومن منتج النص ؟ ما الأدوار في عمليات الإنتاج ، وما المعاهد الخاصة بالاتصال ، وما علاقة الاقتصاد والمعتقدات بملكية الوسيلة ؟ ، والمقاصد وما النتائج ؟
٢. تصنيف الوسائل الإعلامية	ما نوع النص ؟ وما الوسائل (وسائل متعددة تلفزيون، إذاعة، انترنت)؟ وما الأشكال البرمجية (برامج وأفلام وثائقية ، إعلانات ، الخيال العلمي) ما علاقة التصنيف بالفهم ؟
٣. لغة الوسائل	كيف نعرف ماذا تعني ؟ كيف تنتج الوسائل المعاني ؟ ما هو التفسير الخاص بها والبناء الروائي لها ؟ .
٤. تقنيات الاتصال	كيف يتم إنتاجها ؟ ما أنواع التقنيات المتوفرة ولمن ؟ كيف يمكن استخدامها والفرق الذي يمكن أن تعمله هذه التقنيات في العمليات الإنتاجية وفي المنتج النهائي .
٥. جماهير الوسائل	من يتلقى الرسالة ؟ وماذا يعمل بها ؟ ، كيف يتم تحديد الجمهور المستهدف ؟ وكيف يتم بناؤه ومخاطبته والوصول إليه ، كيف يجد الجمهور الرسالة ؟ وما العوامل التي تساعد على اختيارها واستهلاكها ؟ ، وكيف يتعامل ويتفاعل معها ؟
٦. عرض الوسائل	كيف تعرض الوسيلة موضوعها وتقدمه ؟ ما العلاقة بين نص الوسيلة والأماكن الحقيقية والناس والأحداث والأفكار وتتميط الآخر ونتائج ذلك ؟

(Buckingham , 1998, P.)

باختصار فإنه يمكن القول أن هناك على الأقل ثلاثة أنواع من محو أمية الوسائل Media Literacy ينبغي تعلمها والتدرب عليها وتشمل :

١. ما يختص بالمضمون Content analysis وتتم هنا دراسة المضامين المقدمة عبر الوسائط الاتصالية المختلفة بغض النظر عن الوسيلة مثل : مضمون العنف ، والجنس ، والنمطية ... وغيرها كما تتم دراسته عبر مقارنة أنواع البرامج ببعضهما مثل : الإخبارية والترفيهية والإعلانية والدعائية ... الخ .

٢. ما يختص بمتغيرات الإنتاج أو لغة الوسائل media Languages أو قواعد الإنتاج الوسيلى Media Crammar وهنا يركز الدارسون والباحثون على القواعد التي تتحكم في كيفية إبراز المضمون وتقديمه عبر استخدام لغة الوسيلة والتي تختلف من وسيلة لأخرى كاستخدامات اللون والبنط والصوت والصورة ، ونوع اللقطة وعمقها ، ونوع فيلم التصوير ، وحجم اللقطة وعلامات الترقيم الطباعي والإلكتروني .. ويستخدم المنتجون هذه القواعد أو المتغيرات من أجل خلق التأثيرات التي يريدونها وهي تختلف من وسيلة لأخرى وتختلف من صيغة إلى صيغة في كيفية خلق التأثير ويرى مايرووتز (Meyrowits,1998) أن قواعد الوسائل تحظى بدرجة أقل في الاهتمام من مضامين الوسائل وذلك لأسباب جديدة منها أن معظم الناس غير واعين لوجود هذه القواعد والأدوار التي تلعبها في التأثير ، كما أن المنتجين لا يرغبون في أن تفهم الناس عناصر قواعد الوسائل فهم يرغبون في أن تتأثر الناس بالشخصيات لا أن ترى الوسائل والقواعد التي من خلالها يتم صنع هذا التأثير

٣. التأثير الوسيلى أو تأثير بيئة الوسيلة Medium Environment وهذا يختلف باختلاف الوسيلة بغض النظر عن المضمون وعن تأثير لغة الوسيلة .. ويتعلق الأمر هنا بمحاولة فهم طبيعة الوسيلة في كيفية صياغة التأثير على المستويين الفردي والاجتماعي Micro Macro مثل فهم لماذا نوع معين من التفاعل مثل البحث عن وظيفة أو بيع منتج معين أو إنهاء علاقة حميمة يختلف من وسيلة لأخرى (تفاعل شخصي ، عبر التلفون ، رسالة ، بريد

الكتروني) . على سبيل المثال كثير من الناس ينجذب لاستخدام التلفون عند إنهاء علاقة حميمة ويستخدم بدلاً من ذلك الرسالة .. ذلك أن الرسالة يرسلها الشخص بعد تأكده من كل كلمة فيها وأنها توصل المعنى بالطريقة التي يقصدها لهذا فهو يكتب ويعيد الكتابة حتى يصل إلى هذا الشعور .. كما أنه يكتب الرسالة بعيداً عن الطرف الثاني وتدخلاته وتأثيراته وهذا ما نراه في الهاتف حيث التقاطعات مع الشخص الآخر وتأثيرات الصوت العاطفية .

أما على المستوى الاجتماعي فيتضمن الأمر دراسة كيف يمكن للاستخدام الواسع لتقنية جديدة على سبيل المثال أن تقود إلى تغييرات اجتماعية واسعة؟ .. كيف تستطيع تقنية اتصالية جديدة تضاف للتقنيات الاتصالية السابقة أن تغير وتحول طبيعة مجالات اجتماعية كثيرة وتعيد رسم العلاقات بين الناس وتقوي أو تضعف مؤسسات اجتماعية مختلفة؟ .

كيف تغير الانترنت طبيعة وكيفية التفاعلات التجارية والعلاقات الاجتماعية؟ وكيف استطاع التلفزيون زيادة تركيز المجتمعات على المظير والأسلوب والحياة الحميمة للشخصيات العامة وما دور الوسائل الحديثة في عملية العولمة؟ (Meyrowits, 1988) ويرى Lewis & Jhally أن الهدف من محو أمية الوسائل الإعلامية ليس فقط مساعدة الناس ليصبحوا مستهلكين على قدر عال من الوعي ولكن لمساعدة الناس ليكونوا مواطنين على قدر عال من الوعي لذا ، فالتركيز في تعليم محو أمية الوسائل ينبغي أن يتجاوز النظر إلى وسائل الإعلام على أنها مجرد مجموعة من النصوص والوسائل التي ينبغي تحليلها ومن ثم الانتقاء منها . ويجب تعليم الطلاب تحدي مؤسسات الوسائل الإعلامية فالسؤال ليس فقط ماذا تعني هذه الرسالة ولكن لماذا هذه الرسالة هناك؟ .. ليس كافيًا لنعرف أنها أنتجت أو كيف أنتجت تقنياً ، إننا نريد أن نعرف لماذا أنتجت وتحت أي شروط وظروف وبواسطة من؟ .

(Lewis and Jhally, 1998) .

أهمية الإعلام التربوي اليوم

١. لم تعد المؤسسة التعليمية القناة الوحيدة لنقل العلم والمعرفة ولم يعد العلم مقتصرًا على الفصل والمدرسة ومحددًا بالحدود القومية .. وخاصة على المعارف الدينية والبيئية والاقتصادية والاجتماعية المحلية ولكن أصبحت مجالاته تتمدد وقنواته تتعدد وموضوعاته تتوسع لتشمل العالم كله في نطاق ما يسمى بتلقي سياسات التعليم لمجتمع المعرفة .

٢. إننا " نعيش في عصر تفتقد فيه المؤسسات التعليمية التقليدية - ولا سيما الأسرة والمدرسة - قدرتها على أن تنقل بفاعلية (القيم والمعايير الأخلاقية) للتلاحم الاجتماعي إذ أن العوامل أو الوسائط الجديدة للتنشئة الاجتماعية مثل : وسائل الإعلام الجماهيرية ولا سيما التلفزيون ، لم تعالج هذا النقص في التنشئة الاجتماعية ، ولم يقصد بها أن تُعني بالتربية الأخلاقية والثقافية للأفراد" (Tedesco, 1997, p. 36) يقول جان دوكره " فإن القضية ليست مسألة حلول بعض المؤسسات محل الأخرى ، وإن ما حدث في حقيقة الأمر هو أن جميع وسائط ووسائل الاتصالات والتعلم ، تتعايش الآن في نطاق متعدد الأبعاد ... وهذا يثير تحدياً آخر للمدارس ، حيث سيتعين عليها أن تحدد لنفسها دوراً تؤديها في محيط اجتماعي غدت قواعده وأسسها التقليدية أكثر ضعفاً ووضعا " (Ducret, 2001 , P . 74) .

٣. لا تزال الكثير من المدارس في العالم العربي بشكل عام تتبع من الفكر الفلسفي الذي يرى أن المعرفة في نتاج العقل وحده وأن الحقيقة تكمن في أفكار العقل وليس في العالم الطبيعي . يرى عبد الجواد أنه في المدرسة التقليدية " تكون المادة التعليمية محور العمل المدرسي وهدفه وغايته ، وعلى التلاميذ في هذا النمط من المدارس أن يحفظوا أو يرددوا ما يفرض عليهم من معلومات دون العناية بتطبيقها ، فليس التطبيق مهماً وإنما المهم هو حفظ المعلومات (عبد الجواد ، ١٩٩٥ ، ص ١٢٤) . يرى شريف أن المدرسة العربية تهتم ... العربية بالماضي والمستقبل دون الإمعان في الحاضر ومشكلاته " فالمدرسة لا تكاد تذكر الحاضر في برامجها ومناهجها ولا نجد فيها تخطيطاً أو اهتماماً بتفسير الحاضر ومحاولة معاونة التلميذ على فهم ذلك الحاضر"

(١٩٩٥ ، ص ١٥٦) . إننا لا نجد على سبيل المثال دوراً واضحاً للمدارس في تنمية الوعي الاستهلاكي بالرغم أن مجتمعات الخليج العربي من أكثر المجتمعات في العالم إنفاقاً وبعداً عن الادخار وغالباً ما يكون الإنفاق الاستهلاكي في أمور لا فائدة منها (العوفي ، مرداد ، ١٩٩٨) .

٤ . لا زالت المدارس العربية تفتقد إلى الاهتمام الكافي باستخدام تقنيات الاتصال الحديثة في الفصول الدراسية أثناء الشرح بالرغم من تأثير هذه التقنيات على التلاميذ والأطفال ليس فقط في قدرتهم على فهم الدرس واستيعابه بل حتى الانصات إليه ، يذكر العوفي : " .. أصبح المدرسون الأمريكيون يشكون من عدم قدرة الطلبة على التركيز لفترات طويلة ومن قصر المدة الإصغائية عندهم ، وذكر كثير من الأساتذة أن الطلبة والتلاميذ على مختلف أعمارهم " تنطفئ Turn off أفكارهم بعد عشر دقائق من المحاضرة أو الدرس حيث يحتاجون للراحة والتوقف عن التركيز . يعزو بعض علماء الاتصال هذا الانطفاء الفكري إلى وجود الإعلانات التجارية التي تقطع البرامج التلفزيونية [الأمريكية] كل ثمان دقائق تقريباً ، حيث يأخذ المتفرج بعض الراحة من المتابعة ليذهب إلى الثلاجة أو ليشرب قدحا من القهوة أو فقط ليرتاح قليلاً " (١٩٩٤) ، (ص ٦٠٣) .

من هنا فإن الباحث يرى أن من المهام الأساسية الملقاة على عاتق وزارات التربية والتعليم ومؤسساتها التعليمية في دول الخليج العربي أن تعي دور وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري وبالذات التلفزيون والانترنت والوسائط الاتصالية المتعددة الأخرى وأن تبدأ التفاعل الجدي معها لا أن تنتظر من الجهات القائمة على وسائل الإعلام أن تقوم بدور تربوي وتعليمي . لا يمكن التعامل الجاد - في نظر الباحث - مع هذه المتغيرات والإفادة من وسائل الاتصال وتقنياته المختلفة داخل الفصل وفي المدرسة وخارجها إلا بعد أن تقوم هذه الوزارات بتكوين وكالات مساعدة لها أو إدارات عامة يعني بالإعلام التربوية ويقع على عاتقها التخطيط والإعداد والتنفيذ أو الإشراف على التنفيذ . ولا يكفي بإدارة مركزية واحدة ولكن لابد من تواجد الفروع الرئيسية لها في مناطق هذه الدول حتى تستطيع أن تقوم بإدارتها بشكل صحيح . ينبغي

ألا ينظر لهذه الوكالات أو الإدارات على أنها مجرد مناشط غير أساسية أو على أنها ترف في العملية التربوية ، أو حتى أنها مجرد أدوات اتصالية مكملة للبعد المدرسي ، إذ وجد الشيخ والحديدي وحسن والأتاسي (١٩٩٩ ، ص ص ٤٥ - ٤٦) في دراسة استقصائية " أن مفهوم التربية [في تلفزيونات الدول العربية] لا يزال محدود المساحة المعنوية يطغى عليه البعد المدرسي .. [لكن] هل تقتصر وظيفة التلفزة على تكرار ما هو مدرسي بنفس الفاعلية والاجتماعية ... أن رسالتها الاتصالية تستهدف فتح النوافذ على المضامين التي غالباً ما تتجنب المدرسة برمجتها ؟ " .

في هذه الجزئية من الورقة سيتم رسم هيكله مقترحة لإدارة الإعلام التربوي وسيتم الحديث عن أقسامها ومهامها وأدوارها والجماهير المراد الوصول إليها .

هيكله الإعلام التربوي المقترحة

أولاً : مكونات الوكالة وإداراتها

تتكون وكالة (إدارة) الإعلام التربوي المقترحة من ثلاث إدارات (أقسام) رئيسة وهي إدارة الإعلام الشخصي ، وإدارة العلاقات الإعلامية ، وإدارة الوسائل الإعلامية تتكون إدارة الإعلام الشخصي من ثلاثة أقسام : قسم المناشط اللاصفية ، وقسم الندوات والمحاضرات ، وقسم التدريب . وتتكون إدارة العلاقات الإعلامية من قسم العلاقات بالجمهور الداخلي ، وقسم العلاقات بالجمهور الخارجي ، وقسم المراسم والحفلات والمعارض ، وقسم علاقات الوسائل ، وقسم العلاقات الحكومية . أم الإدارة الثالثة والخاصة بالوسائل الإعلامية فيتكون من قسم التخطيط والإعداد وقسم التصميم والإنتاج الإعلامي ، وقسم التجهيز التقني ، وقسم التعليم عن بعد .

ثانياً : مهام الإدارات :

أ- إدارة الإعلام الشخصي : يقع على عاتق إدارة الإعلام الشخصي بأقسامها التخطيط ورسم السياسات المتعلقة بالإعلام الشخصي من تدريب ومناشط لاصفية إلى الإعداد للمحاضرات والندوات وذلك على مستوى الدولة . وهي بالتفصيل كالتالي :

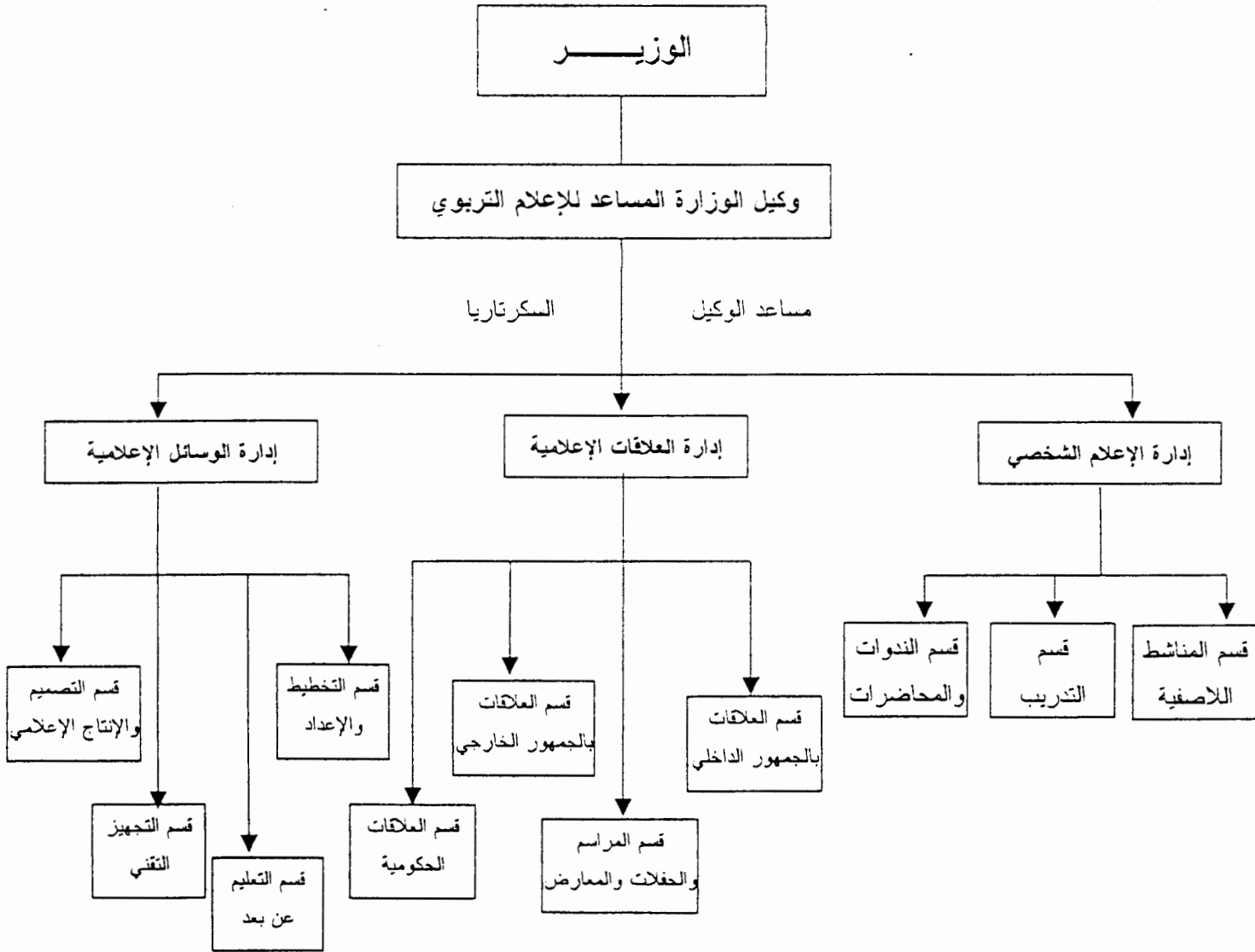
١. قسم المناشط اللاصفية : يُعنى هذا القسم بجميع الأنشطة الفنية والإعلامية من صحف الحائط والملصقات ونوادي الوسائل الإعلامية والحاسب إلى الإذاعة

المدرسية .ويمكن دور هذا القسم في توجيه المدارس في المراحل التعليمية المختلفة وفق خطط سنوية للموضوعات التي ينبغي طرحها وكيفية ذلك مع إيجاد القنوات اللازمة للتدريب وخلق المنافسة وتعزيز دور هذه المناشط والمحاضر .

٢. قسم التدريب : يعني هذا القسم بتوفير الفرص التدريبية اللازمة سواء أكانت داخل الإدارة أم في القطاعات الأخرى الحكومي منها والخاص . ومن أهم البرامج التي ينبغي تنفيذها تلك البرامج المتعلقة بمحو أمية الوسائل الإعلامية Media Literacy وتعليم القراءة النقدية للوسائل . ومعظم البرامج التدريبية مخصصة للمعلمين وذلك لإمداد المدارس بالطاقات البشرية اللازمة .

شكل (٢)

هيكل الإعلام التربوي



٣. قسم الندوات والمحاضرات : يختص هذا القسم بتجديد موضوعات وبرامج الندوات والمحاضرات والضيوف المحاضرين والمواعيد اللازمة على مدار العام . تشمل الندوات والمحاضرات للطلاب والمعلمين وأولياء الأمور وعامة الجمهور . يتم التنسيق بين الفروع المختلفة وفق خطة تعد في أول كل عام .

ب. إدارة العلاقات الإعلامية : تختص هذه الإدارة بكل مهام العلاقات العامة سواء ما يتعلق منها بال جماهير الداخلية من طلاب وإداريين ومعلمين وما يتعلق منها بال جماهير الخارجية من أولياء أمور وجمهور عام ، وما يتعلق منها أيضا بالعلاقات الحكومية من وزارات وهيئات حكومية أخرى وما يتعلق منها بعلاقات الوسائل الإعلامية فيما يلي أهم التفاصيل :

١. قسم العلاقات بالجمهور الداخلي : يركز هذا القسم على العلاقات مع المعلمين والمعلمات والمدرسين والمدربات والإداريين والإداريات والتلاميذ والطلاب والطالبات

- يقوم هذا القسم بتقوية العلاقات بين الوزارات و جماهيرها الداخلية .
- يقوم بالاتصال بالوزارات والمؤسسات العلمية لتوثيق الروابط معها .
- يقوم بعمليات المسوح الميدانية اللازمة لمعرفة آراء الطلاب والمعلمين حول قضايا التعليم المختلفة .
- ينسق مع الأقسام الأخرى من أجل عمل الزيارات الميدانية .
- يقوم بتحويل الرسائل والاستفسارات والشكاوى إلى الجهات المختصة ومتابعة الردود .
- يتولى مع الأقسام الأخرى وخاصة قسم التخطيط والإعداد تنفيذ برامج العلاقات الإعلامية المختلفة .

٢ . قسم العلاقات بالجمهور الخارجي : يتولى هذا القسم العلاقات مع فئات الجمهور الخارجي المختلفة وينقسم هذا الجمهور إلى جزأين رئيسيين هما : الجزء الخاص بأولياء أمور الطلاب والطالبات والجزء متعلق بعموم المجتمع . يُعنى هذا القسم بالتالي :

- الترتيب مع الأقسام الأخرى في دعوة الآباء والأمهات للزيارات وللإجتماعات الدورية مع إقامة علاقة وثيقة معهم .
- عمل الدراسات المسحية اللازمة لأخذ آراء أولياء الأمور وعموم الجمهور حول قضايا تعليمية وتربوية واجتماعية معنية .
- ينفذ بالتعاون مع الأقسام الأخرى حملات توعية عامة للمجتمع تتعلق بمشكلات المجتمع وهمومه .
- ٣. قسم العلاقات الحكومية : يُعنى هذا القسم بعمل علاقات ودية مع مختلف الوزارات والمؤسسات الحكومية :
- التنسيق مع قسم المراسم والحفلات والمعارض من أجل دعوة بعض المسؤولين بين أونة وأخرى لزيارة الوزارة وبعض مدارسها .
- التنسيق مع الوزارات والهيئات الحكومية الأخرى خاصة وزارات التعليم العالي والثقافة والإعلام في الأمور التي تخص الوزارة والتعليم في عمومها .
- ٤ . قسم علاقات الوسائل الإعلامية : يختص هذا القسم بعمل علاقات ودية وصدقات مع رجال الإعلام والوسائل الإعلامية المختلفة وذلك من أجل :
- الاستفادة من هذه الوسائل الإعلامية في تغطية الأحداث الإعلامية الخاصة بالوزارة والمدارس المختلفة التابعة لها .
- التنسيق مع رجال الإعلام ومسؤولي الوسائل لنشر وبت البرامج التي تعدها إدارة الإعلام التربوي .
- ٥. قسم المراسم والحفلات والمعارض : يتولى هذا القسم استقبال الضيوف والزوار وتهيئة وسائل الإقامة لهم ، وتسهيل مهماتهم ، كما يتولى الإعداد للمعارض ، من أهم الأعمال التي يقوم بها القسم :
- يتولى الإعداد لاستقبال ضيوف الوزارة وإعداد البرامج المناسبة .
- يتولى الإعداد للمعارض التي تقيمها الوزارة في المناسبات المختلفة .
- يتولى الإعداد لحفلات التخرج والمناسبات المختلفة .

ج . إدارة الوسائل الإعلامية :

تشمل إدارة الوسائل الإعلامية أربعة أقسام رئيسة ، قسم التخطيط والإعداد ، وقسم التصميم الإنتاج الإعلامي وقسم التجهيز التقني وقسم التعليم عن بعد ويقع على عاتق هذه الإدارة التخطيط والإعداد للبرامج والمواد الإعلامية التي ينبغي إنتاجها ونشرها ونشرها على مستوى الدولة بالتعاون مع الأقسام الأخرى والقطاعات الحكومية والخاصة كما تتحمل هذه الإدارة مسؤولية بعض النتائج الإعلامية الممكن إنتاجها محلياً في الوزارة أو الإشراف على الإنتاجات الإعلامية التي تنتج في خارج الإدارة .

كما تقوم الإدارة بالتنسيق مع الإدارات الأخرى في الإعلام التربوي بتجهيز الأجهزة التابعة للوزارة وبذلك تكون مهمات كل قسم كالتالي :

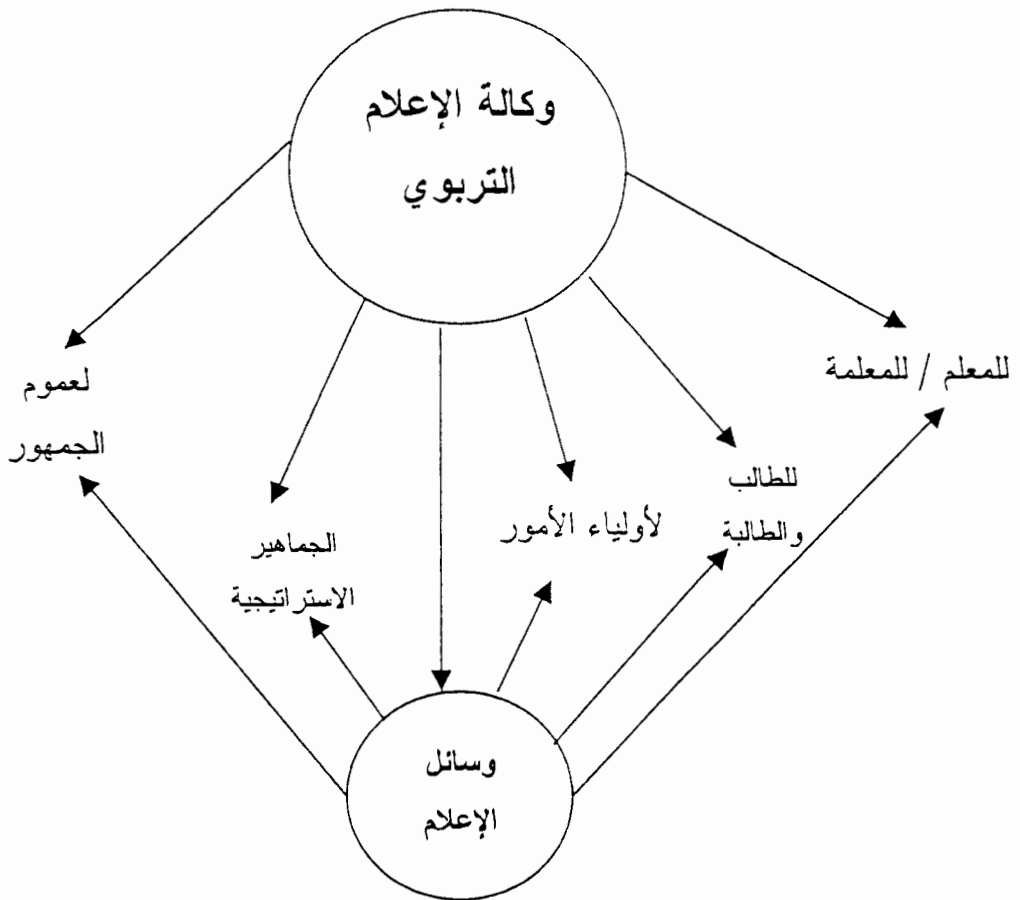
- ١ . قسم التخطيط والإعداد : يختص هذا القسم بالتخطيط والإعداد لكل المواد والبرامج الإعلامية للإعلام التربوي بالمشاركة مع الأقسام المعنية ، ومن مهامه:
 - التنسيق مع الأقسام الأخرى للتخطيط والإعداد للتخطيط والإعداد لكل البرامج والمواد الإعلامية التي ينبغي تجهيزها للنشر أو النشر خلال العام الدراسي .
 - متابعة كافة الإنتاجات والإشراف على تنفيذها الداخلي منها والخارجي .
- ٢ . قسم التصميم والإنتاج الإعلامي : ويتولى هذا القسم تصميم وإنتاج المواد والبرامج الإعلامية التي يمكن إنتاجها داخل الوزارة ومن مهامه :
 ١. التصميم والإنتاج الطباعي .
 ٢. الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني .
 ٣. الإنتاج الوسائلي المختلف كالتصوير سواء أكان فوتوغرافيا أو عبر الفيديو .
 ٤. الإشراف الفني على ما ينتج خارج الوزارة .
 ٥. إنشاء مواقع الانترنت ومتابعة تجديدها .
- ٣ . قسم التجهيز التقني : يعني هذا القسم بتحديد متطلبات التقنية التي ينبغي الحصول عليها وكيفية توزيعها على المدارس وتجهيزها لها . ومن مهامه :

- التنسيق مع الإدارات الأخرى حول أهم التجهيزات التقنية .
 - تحديد أهم التقنيات التي ينبغي توفيرها وكمياتها وآليات توفرها .
 - تجهيز هذه الأدوات للاستعمال والتدريب على استعمالها .
٤. قسم التعليم عن بعد : يعني هذا القسم بالتعليم عبر التلفزيون وعبر مواقع الإنترنت الخاصة بذلك ومن مهامه :

- التنسيق مع الجهات المختصة لتحديد البرامج وساعات البث .
 - إدارة البث ومتابعته .
 - التنسيق مع التصميم والإنتاج الإعلامي لإنتاج المواد الإعلامية اللازمة .
 - التنسيق مع الأساتذة والمعدّين لبرامج التعليم عن بعد .
- ثالثاً : الجماهير المستهدفة :

الشكل (٢٣)

الجماهير المستهدفة لإدارات الإعلام التربوي



يتضح من الرسم البياني للجماهير المستهدفة من قبل إدارات الإعلام التربوي بوزارات التربية والتعليم أنه يقع على عاتق هذه الإدارات التواصل مع كافة الجماهير ذات العلاقة بدءاً من المعلم والطالب وولي أمره وانتهاءً بصناع القرار وعموم الجمهور إضافة إلى وسائل الإعلام ، والتي بدورها ستقوم بإيصال الرسالة التربوية إلى كافة الجماهير ذات العلاقة بوزارات التربية والتعليم بشكل عكسي .

يرى هذا النموذج أن العلاقة بين التربية ووسائل الإعلام أو أن الدور التربوي لوسائل الإعلام يقع على عاتق هذه الإدارات وليس على وسائل الإعلام نفسها وإنما يكمن دور هذه الوسائل بنشر وبث ما يصل إليها بعد التنسيق المتكامل حول الموضوع وأهميته وكيفية نشره وبثه والأوقات والأماكن المناسبة لذلك .

رابعاً : أهداف الإعلام التربوي حسب كل نوع من الجمهور :

التلاميذ والطلاب والطالبات :

١. تنمية المهارات والقدرات الفنية والإنتاجية والنقدية لوسائل الإعلام باختلاف أشكالها وأنواعها (تلفزيون ، إذاعة ، حاسب ، صحافة..) ويأتي هذا تحت محور محو أمية الوسائل الإعلامية .
٢. تعزيز العملية التعليمية باستخدام الأساليب الحديثة والاعتماد خصوصاً على وسائل التقنية الاتصالية في الشرح والتفسير .
٣. استخدام مضامين وسائل الإعلام والإفادة منها في الشروح المدرسية .
٤. نشر الوعي والثقافة التربوية .
٥. غرس محبة العلم والعمل .
٦. غرس محبة واحترام المعلم وتعزيز صورته الذهنية وتأكيد دوره الحضاري والتموي في حياة الشعوب والأمم .
٧. اكتشاف الملكات الإبداعية للطلاب والطالبات في المجالات العلمية والفنية كافة
٨. المعلمون والمعلمات :

١. تدريب المعلم على كيفية الإنتاج والإخراج والقراءة الناقدة لوسائل الإعلام

كافة .

٢. تدريب المعلم على كيفية استخدام تقنيات الاتصال الحديثة في الشرح والتفسير .

٣. تدريب المعلم على كيفية الاستفادة من مضامين وسائل الإعلام في الشرح والإفهام وفي عمل الطلاب للواجبات المنزلية .

٤. التأكيد على الاعتزاز بالنفس وبالذور الحضاري للمعلم .

٥. توسيع مدارك المعلم وتعزيز الملكات الإبداعية لديه .

٦. تعزيز الروابط بين المعلم والمعلم وبين المعلم وفئات المجتمع الأخرى .

٧. التعرف بالتطورات والتوجهات الحديثة في المجالات المنهجية والتدريسية المختلفة .

ج. ولاة أمور الطلاب :

١. توضيح العلاقة بين المدرسة وولاية الأمور ودور هذه العلاقة في تفوق الأبناء والبنات .

٢. توضيح مهام ومسؤوليات ولاة الأمور في العملية التربوية والتعليمية .

٣. نشر الوعي بين ولاة الأمور حول سبل التعاملات التربوية الحديثة .

٤. تعزيز الروابط بين المدرسة والأسرة بشكل عام وبين المعلم والأسرة بشكل خاص لمعالجة كل المشكلات التي تخص الطلاب من النواحي التعليمية والتربوية بما فيها المشكلات السلوكية الأخلاقية والممارسات الخاطئة كافة .

د. عموم الجمهور :

١. نشر الثقافة التربوية وتوجهاتها الحديثة بشكل عام .

٢. تلمس مشكلات المجتمع وقضايا الساعة فيه والمساهمة في معالجتها وفق أحدث

التوجهات التربوية والإعلامية .

٣. تعزيز الصورة الذهنية للمعلم وأدواره الحضارية والإنمائية .

٤. تعزيز الصورة الذهنية للأعمال الفنية والمهنية والتقنية .

هـ . وسائل الإعلام :

١ . التنسيق مع وسائل الإعلام كافة لنشر وبث البرامج والمواد الإعلامية المعدة من قبل إدارة الإعلام التربوي .

٢ . التنسيق والتشاور حول إعداد وتنفيذ برامج وصفحات تربوية تعليمية بشكل مشترك .

٣ . تعزيز التعاون بين رجال الإعلام والتربية بشكل عام .

٤ . حث الجهات الإعلامية على إتاحة الفرصة للمعلمين والتربويين في المشاركات الإعلامية المختلفة وفتح المجال أمام القضايا التربوية بشكل عام .

٥ . حث رجال الإعلام على المشاركة في نشر الوعي التربوي .

٦ . حث رجال الإعلام على التغطية الإعلامية للقضايا التعليمية والتربوية .

٧ . تسهيل التغطيات الإعلامية المختلفة .

و . والجمهور الاستراتيجي : ويقصد به صناع القرار من مسؤولين وكبار الموظفين في الوزارات والهيئات المختلفة وكذلك رجال الثقافة والأعمال .

١. تعزيز الروابط مع هذه الجماهير .

٢. حث رجال الأعمال على المساهمات المادية والعينية .

٣. حث رجال الثقافة على تبني قضايا التربية والتعليم .

٤. توضيح المشكلات والعقبات التي تواجه وزارات التربية والتعليم .

خامساً : التنفيذ

قد تجد الكثير من دول الخليج صعوبة في إقامة وتبني وكالة أو إدارة إعلامية بهذا الحجم وما تتطلب من الإمكانيات البشرية والمادية .. ولكن هذا التصور الأمثل ويمكن البدء وفق خطة علمية متدرجة بحيث يتم البدء بنواة صغيرة وتزود بالطاقات البشرية والمادية سنوياً حتى تصبح إدارة متكاملة ثم تعمل لها الفروع المناسبة في أرجاء الدولة

الخلاصة والخاتمة : تؤكد هذه الدراسة على وجود مشكلة قائمة تتمثل في التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام المختلفة على الأطفال والشباب ، خاصة مع ظهور القنوات التلفزيونية الفضائية والإنترنت . لا تقتصر هذه السلبيات على الآثار النفسية والاجتماعية والأخلاقية والجسدية ولكنها تشمل أيضا النواحي التعليمية والقدرة على الاستيعاب والفهم . فهذه الوسائل أخذت تشكل هاجساً لكل أسرة وبيت .

كما تظهر الدراسة من ناحية أخرى أن الحاجة ماسة لاستخدام هذه التقنيات في الدرس من أجل الشرح والإفهام وزيادة درجة الاستيعاب ذلك أن الوسائل الإعلامية أثرت على كيفية تفكير الأطفال والشباب وقدرتهم على تحمل المحاضرات . كما تظهر الحاجة لاستخدام هذه الوسائل في مناقشة القضايا التي يواجهها هذا الشباب في الواقع الحياتي المعاش والذي تلاحقهم بها وسائل الإعلام كل صباح ومساء .. كما أن الحاجة ماسة لاستخدام هذه الوسائل والتقنيات في المناشط خارج حدود استيعابهم في الفصول الدراسية مع تزايد الحاجة لاستكمال التعليم ومحو الأمية .

وتوضح الدراسة أن للإعلام التربوي القدرة في الحد من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام كافة ، بل القدرة على الاستفادة من مزايا هذه الوسائل والتقنيات في تطوير المدرسة وتحسين أداء المعلم وزيادة فهم الطالب والتعرض لموضوعات وقضايا حياتية لا يمكن التعرض لها دون استخدام هذه التقنيات ومضامينها .

وتنتهي الدراسة بوضع تصور نقترح لإدارة إعلام تربوي يمكن لدول الخليج العربية الاستفادة منه واستخدامه بشكل تدريجي .

المصادر والمراجع :

أولاً : المراجع العربي :

- البدر ، حمود (١٤١٢هـ) . الإعلام التربوي في دول الخليج العربية ، مكتب التربية العربي لدول الخليج ، الرياض
- عبيدات ، ذوقان . (٢٠٠٣) . الفضائيات والانترنت . الرياض . مكتب التربية العربي لدول الخليج .
- دوكريه ، جان (٢٠٠١) . العولمة والتعليم والثورة التكنولوجية . مستقبلات م (٣١) ٤ (٢) . جنيف : مكتب التربية الدولي ، ص ص ١٥٧ - ١٧٨ .
- صوالحة ، محمد (٢٠٠٠) . تأثير مشاهدة التلفزيون في التحصيل الدراسي لدى أطفال المرحلة الأساسية في الأردن . مجلة جامعة الملك سعود : العلوم التربوية والدراسات الإسلامية ، ١ (١٢) .
- العوفي ، عبد اللطيف ، مرداد ، عادل . (١٩٩٨) . زمن المستقبل والعالم العربي ، دراسة في موجة المعلوماتية والاتصال . الرياض .
- السماري ، إبراهيم . (١٩٩٧) . فاصلة منقوطة عن الإعلام التربوي ؛ مجلة المعرفة . عدد ٢٨ ، ص ص ١٨ - ١٩ .
- الشاعر ، عبد الرحمن . (١٩٩٦) . أهمية إدخال مقرر الإعلام التربوي إلى مناهج كليات التربية في دول الخليج العربي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس . رسالة الخليج العربي ، ١٦ (٥٧) ، ص ص ٨٤ - ١١٨ .
- العامودي ، خالد . (١٩٩٥) . التلفزيون والأطفال : إيجابيات الاستخدام وسلبياته في المجتمع السعودي . رسالة الخليج العربي . ١٦ (٥٦) ، ص ص ٩١ - ٤٥ .
- شريف ، عابدين ، (١٩٩٥) . وظائف المدرسة في كتاب متولي ، مصطفى وعبد الجواد نور الدين ، علي ، شريف ، عابدين : المدرسة والمجتمع ، الفصل الرابع (ص ص ١٣٥ - ١٥٧) .

عبد الجواد ، نور الدين (١٩٩٥) . المدرسة مؤسسة اجتماعية متميزة في كتاب متولي ، مصطفى ، وعبد الجواد ، نور الدين ، والحاجي ، علي ، وشريف ، عابدين ، المدرسة والمجتمع ، الفصل الثالث (ص ص ٩٣ - ١٣٤) .

الحضيف ، محمد . (١٩٩٤) . كيف تؤثر وسائل الإعلام ؟ دراسة في النظريات والأساليب ، مكتبة العبيكان : الرياض .

العوفي ، عبد اللطيف (١٩٩٤) . التلفزيون والطفل - ماهية الوسيلة وكيفية القراءة. مجلة جامعة الملك سعود (الآداب ٢) م (٦) ، ص ص ٥٩١ - ٦١٧ .

حسانين ، أحمد . (١٩٩٣) . الإعلام والتربية : رؤية تربوية في ضوء المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية . مجلة كلية التربية ، ٩ (٢) ، ص ص ٧٩٨ - ٨١٧ .

سويد ، عبد المعطي (١٩٩٢) . التناقض الوجداني في الشخصية العربية المعاصرة ، شئون اجتماعية ، ٣٣ (٩) . ص ١٤١ .

محمود ، حمدي (١٩٩١) . التلفزيون والطفل : إمكانات الوسيلة ودلالات الرسالة : بحوث الاتصال ، ٦٩ - ٩٧ .

بستان ، أحمد . (١٩٩٠) . تأثير برامج التلفزيون العام والصحافة على العملية التربوية وأهمية تدريب المدرسين على الإفادة منها .

السعيد ، لبيب . (١٩٨٤) . أفكار حول الإعلام الديني . ندوة ماذا يريد التربويون من الإعلاميين (٥١ - ٧٠) . الجزء الثاني . الرياض : مكتبة التربية العربي لدول الخليج .

المالح ، ياسر (١٩٨٤) . الإعلام والتربية ، تنسيق أم تعاون أم تكامل : تجربة افتح يا سمس النمذجية . كتاب ماذا يريد التربويون من الإعلاميين . (٣٦١ - ٣٧٠) . الرياض مكتب التربية العربية لدول الخليج .

يوسف ، (١٩٨٤) . مدى تأثير القيم العربية الإسلامية على برامج الأطفال بدول الخليج العربي . في كتاب ندوة ماذا يريد التربويون من الإعلاميين (٣٧٥ - ٣٩٩)

الرياض " مكتب التربية العربي لدول الخليج .

الجابر ، زكي . (١٤٠٢) . الإعلام والمؤسسة التعليمية - الطلاق الذي لم يكتمل
الثلاث بعد ، ندوة ماذا يريد التربويون من الإعلاميين ، مكتب التربية العربي لدول
الخليج ، ج ٢ ، ط ٢ ،

جعفر ، عبد العزيز (١٤٠٢) . الرياض أهداف الإعلام في دول الخليج العربي ،
ندوة ماذا يريد التربويون من الإعلاميين ، مكتب التربية العربي لدول الخليج ،
ج ١ ، ط ٢ .

غنام ، محمد . (١٤٠٢هـ) . التعليم والإعلام من أجل تربية أفضل للمواطن العربي ،
كتاب ندوة ماذا يريد التربويون من الإعلاميين ، مكتب التربية العربي لدول الخليج
(٦٣ - ٧٩) الرياض .

الحسني ، عبد الله . (١٤٢٣هـ) . العلاقة التكاملية بين الإعلام والتعليم : دراسة
حالة تجربة الإعلام التربوي بوزارة المعارف . ورقة عمل غير منشورة مقدمة ضمن
فعاليات مهرجان المدينة المنورة لعام ١٤٢٣هـ .

عبد الجواد ، نور الدين . (١٩٨٤م) . الإعلام والرسالة التربوية . كتاب ندوة ماذا
يريد التربويون من الإعلاميين (١٨١ - ٢٢٢) . الرياض : مكتب التربية العربي
لدول الخليج .

الدويك ، محمد . (سبتمبر ١٩٩٢) . أهمية تأسيس دار للإعلام التربوي للأطفال
والشباب بدول المنطقة . التربية ، ٢١ (١٠٢) ، ص ص ٢٠٨ - ٢١٢ .

ثانيا المراجع الأجنبية :

- Bazalgette, C. (1992). Key aspects of media education. In M. Alvarado & O.Boyd-Barrett (eds.) **Media education: An introduction:** (PP. 199-219). London: British Film Institute & Open University Press.
- Buckingham, D. (1998). Media education in the U.K: Moving Beyond protectionism. **Journal of communication**, 48(1).
- Christ, W. (2002). Media Literacy: Moving from the margins? **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, 46(2), PP. 321-327.
- Christ, W. & Potter, W. (1998). Media Literacy, media education, and the academy. **Journal of Communication**, 48(1) 5-15.
- Collins, R. (1992). Media Studies: Alternative or oppositional practice? In M. Alvarado & O.Boyd-Barratt (Eds). **Media Education:** An introduction (PP. 57-62). London: British Film Institute.
- Hart, A. (1997). Textual pleasures and moral dilemmas: Teaching media literacy in England. In R. Kubey (Eds), **Media literacy in the information age** (PP. 199-211). New Brunswick, NJ: Transaction.
- Hobbs, R (1994). Pedagogical issues in U.S. media education. **Communication Yearbook**, 17, 453-466.
- Hobbs, R. (1998). The sever great debates in the media literacy movement. **Journal of communication**, 48(1), 16-32.
- Kubey, R. (1997). **Media literacy in the information age** (Ed). New Brunswick, NJ: Transaction.
- Tedsco, J. (1997). The new education pact: Education competitiveness and citizenship in modern society. **Studies in comparative education**, P. 36, Paris, Unesco.
- Lewis, J. & Jhally, S. (1998). The Struggle over Media Literacy **Journal of Communication**, 48(1), 109-120.

- Meyrowitz, J. (1998). Multiple media literacies. Journal of Communication, 48(1), 96-108.
- Potter, W. (2001). Media Literacy (2nd ed). Thousand Oaks, CA: Sage publications.
- Quin, R. & McMahon, B. (1995). Evaluating Standards in media education – Canadian Journal of Educational Communication, 22(1), 15-25.
- Silver-blatt, A. (2001). Media Literacy: Keys to interpreting media messages (2nd ed). Westport, CT: Praeger.
- Stafford, R. (1992). Redefining creativity: Extended project work in GCSE media studies. In M. Alvarado & O.Boyd-Barrett (Eds.), Media Education: An introduction (PP. 69-77). London: British Film Institute.