

مكانة الاتصال الجماهيري والاتصال المباشر في المنظومة التعليمية

أ. د. محي الدين عبدالحميد

رئيس قسم الاعلام

جامعة قطر

مقدمة

تكشف الحقائق العلمية والممارسة العملية عن صعوبة الفصل بين رسالة التعليم ورسالة الإعلام وذلك نظرا للتداخل الكبير بينهما في مختلف الميادين . فإذا كان العلماء أو الخبراء قد وضعوا حدودا فاصلة للنشاط الإعلامي والنشاط التعليمي وشحذوا الهمم لتحديد الخصائص المميزة لكل منهما، فإن الواقع العلمي يؤكد أن رجال الإعلام يضطلعون بمهام تعليمية من خلال ما يقدمون من برامج و فقرات ومقالات، كما أن رجال التعليم يمارسون النشاط الإعلامي من خلال ما يزودون به التلاميذ من أخبار وأفكار ومبتكرات ومعلومات .

هذا إلى جانب البرامج التعليمية المتخصصة التي تقدمها وسائل الإعلام، والأعمال الإعلامية التي تضطلع بها المؤسسات التعليمية والتي تظهر في شكل إذاعة مدرسية وتليفزيون تربوي، وصحافة مدرسية . . . وهكذا، كما أن التعليم كثيرا ما يقوم ببث أفكار معينة لخدمة الأنظمة السياسية والاجتماعية، ووسائل الإعلام كثيرا ما تضطلع بدور المدرسة والجامعة وتؤدي رسالتها التربوية عبر شاشات التليفزيون أو على صفحات الجرائد والمجلات العلمية ومن خلال الراديو . . . الخ . أي أن الفروق بين الإسلام والتعليم لم تعد فروقا عملية، ولكنها أصبحت فروقا فلسفية في أغلب الأحيان .

وهذا يشير إلى وجود التداخل والتكامل والإرتباط بين رسالة الإعلام ورسالة

التعليم لدرجة أصبح معها من الصعوبة وضع حدود واضحة أو علامات فاصلة تميز منهج عمل كل منهما على الرغم من الفوارق النظرية التي تميز بينهما .

وإذا كان التعليم يعتمد على وسائل الاتصال الشخصية المباشرة بصورة رئيسية، والإعلام المعاصر يعتمد أساسا على وسائل الاتصال الجماهيري غير المباشرة فإن التعليم الحديث أصبح لا يستطيع الإستغناء عن الوسائل الإعلامية الحديثة للإسهام في نشر رسالته وتعميمها وإثارة إهتمام الرأي العام بها وإقناعه بسمو أهدافها كما فرضت هذه الوسائل نفسها كقنوات رئيسية في حقل التعليم الحر والتعليم المفتوح والتعليم العام، وتعليم المهارات والحرف والفنون، ومن ثم فإنه يصبح من الأهمية بمكان دراسة كل هذه الوسائل واستكشاف قوتها المؤثرة وتوظيف إمكاناتها الفاعلة لخدمة العملية التعليمية بصورة أو بأخرى وتحقيق التوافق والانسجام بينهما للوصول إلى الهدف المشترك .

- و تحاول هذه الورقة معالجة هذا الموضوع بهدف تحقيق التكامل بين رسالة التعليم ورسالة الإعلام وذلك من خلال النقاط الآتية :-
- ١ - الاتصال بالجماهير والمجتمع المعاصر .
 - ٢ - الاتصال الجماهيري والمنظومة التعليمية .
 - ٣ - الاتصال المواجهي والمنظومة التعليمية .
 - ٤ - نحو منهج إعلامي تربوي متكامل فيه مؤسسات الاتصال الجماهيري والاتصال المواجهي المباشر في المنظومة التعليمية .
 - ٥ - الكوادر الإعلامية التعليمية .
 - ٦ - النتائج والتوصيات .

الاتصال بال جماهير والمجتمع المعاصر

لم نعد بحاجة إلى أن نؤكد على الأهمية البالغة والمكانة الكبيرة التي يحتلها الإعلام في المجتمع المعاصر، وذلك بعد أن أصبح جزءاً رئيسياً من الحياة اليومية للأفراد والجماعات المختلفة سواء في الأنظمة الديمقراطية أو الشمولية . . في البيئات الزراعية أو الصناعية . . في المجتمعات المتقدمة أو النامية . . فلم يعد المرء يستطيع الحياة دون الاتصال مع غيره من الناس، ودون مواكبة ما يدور حوله على الساحتين المحلية أو العالمية .

ولو لم يسع الإنسان إلى قنوات الاتصال فإن هذه الوسائل سوف تسعى إليه لتقدم له ما يدور حوله من أحداث، وما أفرزته الأدمغة البشرية من علوم ومعارف، لاسيما بعد أن فرضت ثورة المعلومات نفسها عليه وأعطت لهذه الوسائل الفاعلية والقدرة على التغيير وتكوين الاتجاهات . فأصبح انسان اليوم أسيراً لوسائل الاتصال محاصره في كل مكان وفي كل زمان فلا يستطيع الفكك منها أو الحياة بدونها . كما أن التقدم العلمي الكبير الذي تم احرازه في استخدام فنون وأساليب الاتصال الإذاعي والصحفي والمواجهي مكن النشاط الإعلامي من أن يجذب المتلقي ويفرجه بما يقدمه من أعمال درامية وقوالب حوارية وفنون إخبارية وثقافية، وغيرها مما يستلقت الانتباه ويشد الاهتمام بطرق الجذب وأساليب الاستمالة وفنون الإقناع، وقد أضافت القنوات الفضائية وأقمار الاتصالات وثورة المعلومات بعداً جديداً للنشاط الإعلامي وأحاطت الإنسان من كل جانب بالعديد من روافد الفكر وطرق التسلية .

وازداد الاهتمام ببحوث الإعلام بصورة ملحوظة في الآونة الأخيرة من أجل معرفة أثر وسائل الاتصال على الجماهير المستهدفة، وقد أكدت هذه البحوث أن وجود مردود لهذه الوسائل على الفرد أو المجتمع لم يعد موضع جدل أو نقاش، ولكن الجدل والنقاش يدور حول كمية هذا التأثير وتنوعه، وهل هو تأثير إلى الأحسن أو إلى الأسوأ^(١).

ولقد استطاعت وسائل الإعلام أن تمد الإنسان بسبيل لا ينقطع من المعلومات والصور والأفكار، وبالتالي فقد حققت له ميزة لم تكن موجودة من قبل، فجعلته يستطيع متابعة الأحداث والقضايا العصرية والفكرية والاستكشافات العلمية أثناء حدوثها .

وقد مكنت ثورة الاتصال المعاصرة الوسائل الإعلامية من الوصول إلى ملايين الناس في اللحظة الواحدة، وأصبح الخبر يطوف المعمورة كلها في نفس الوقت، حتى تحول العالم كله إلى قرية إلكترونية صغيرة، وغدت الدنيا كلها في متناول بصر الإنسان وسمعه، ولم يعد الإعلام يقتصر على فئة معينة أو ينحصر إلى تقديم معلومات خاصة، ولكنه أصبح قادراً على التوجه إلى الإنسان أياً كان وحيث كان .

وتلعب التكنولوجيا المعاصرة دوراً كبيراً في إحداث تغييرات جوهرية على حاضرنا ومستقبلنا أردنا ذلك أو لم نرد، وسوف تترك هذه التغييرات آثاراً بارزة على البيئة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية لمختلف المجتمعات، وتؤدي إلى خلق قنوات وطنية وعالمية لتنظيم المعلومات ونقلها من خلال توظيف أحدث الأجهزة الإلكترونية والمغناطيسية في هذا الصدد .

وتؤكد الأبحاث الإعلامية أن لكل واحدة من وسائل الاتصال مقدرة خاصة على الإقناع، أي أن القدرات الإقناعية لمختلف الوسائل تختلف بشكل واضح من وسيلة إلى أخرى وفقاً للموضوع الذي تعالجه ووفقاً للجمهور الذي تتوجه إليه، كما كشفت الأبحاث أيضاً أنه كلما ازداد الطابع الشخصي للوسيلة ازدادت قدرتها على الإقناع، فالاتصال المواجهي أكثر قدرة على الإقناع من الراديو، والراديو أكثر فاعلية من المطبوع، وأن تأثير التعرض لعدة وسائل أفضل من التعرض لوسيلة واحدة^(٢) .

وتطبيقاً لذلك فإن الجمع بين أكثر من وسيلة يحقق تأثيراً واضحاً ويضاعف عدد المزايا ويمكن عملية الاتصال من تحقيق غاياتها، لاسيما أن كل وسيلة من هذه الوسائل تستطيع أن تحقق غايات معينة وتتوجه إلى فئات خاصة من الناس، وهذا يحكمه نوع

الجمهور المستهدف من حيث مستوياته التعليمية والاجتماعية والثقافية (٣) .

وهذا يعني أن نجاح عملية الاتصال يتوقف على حسن اختيار الوسيلة المناسبة في الوقت والظرف الاتصالي المناسب، فالراديو أقدر على تقديم الخدمة الإخبارية السريعة، ومخاطبة كل الفئات والطوائف مهما اختلفت درجات تعليمها أو مستوياتها الثقافية أو الفكرية أو الاقتصادية، والتوجه إلى الجمهور في أي وقت وفي أي مكان، إضافة إلى قدرته على خدمة جمهور نشط يؤدي عملاً يدوياً في نفس الوقت، ويتميز الراديو بقدرته على جذب المستمع والاستحواذ على اهتمامه من خلال المؤثرات الصوتية والموسيقى والحوار، كما يستطيع الراديو الاسهام في تحقيق المشاركة الجماعية في الاستماع والتعرض لبرامجه (٤) .

والتلفزيون يعتبر أقدر وسيلة عرفها الإنسان في مجال الإعلام فهو اذ يجمع بين الصوت والصورة والحركة واللون، فإنه يستطيع أن يسيطر على حاستين من أهم حواس الإنسان وأشدها اتصالاً بما يجري في نفسه من أفكار ومشاعر وهما حاستي السمع والبصر، وهو إذ ينقل إلى المشاهد الأحداث أثناء وقوعها بكل ما فيها من معان وانفعالات، فإنه يربط بينه وبينها بصورة فاعلة، وهو اذ يقدم للمشاهدين معلومات جديدة سواء في محيطهم أو خارج هذا المحيط فإنه يوسع نظرتهم للحياة بأسلوب سهل وبطريقة مشوقة، وهو اذ يعرض القضايا الاجتماعية القائمة في المجتمع فإنه يثير الوعي والإحساس بهذه القضايا الاجتماعية القائمة في المجتمع فإنه يثير الوعي والإحساس بهذه القضايا ويوجد دافعا وحماساً ورغبة للمساهمة في حلها، وتدل الأبحاث العلمية على أن تأثير التلفزيون في حالة توافره يفوق تأثير وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى (٥) .

والصحافة تمكن المتلقي من قراءتها وقتما يشاء، وفي أي وضع يريد، وتسمح بحرية أكبر في التخيل والتفسيرات، كما أنها أقدر على مخاطبة الجماهير النوعية من خلال الإصدارات المتخصصة لمختلف الفئات والأعمار .

والسينما تمتلك قوة استهواء مباشرة للجماهير، وغني عن البيان أن عادات المثلين على الشاشة سرعان ما تنتشر بين الصبية والمراهقين وغيرهم من شديدي الحساسية للإستهواء، وقد أثبتت البحوث العلمية أن السينما أقدر على تغيير المعلومات في حالة توافرها وإن كانت لا تستطيع تغيير الآراء والأفكار^(٦) .

خلال الشبكات الدولية التي تسهم في تحقيق عالمية المعرفة وإلغاء عنصري الزمان والمكان في النشاط الإعلامي ، وتشكل الأقمار الصناعية الثورة الخامسة في عالم الاتصال الإنساني بعد الثورة الأولى التي تمثلت في اكتشاف الكلمة المنطوقة ، والثانية التي بدأت باختراع الكتابة ، والثالثة التي تلت اختراع الطباعة، والرابعة التي نتجت عن اكتشاف وتطوير الألكترونيات والتي ولدت معها الهاتف والبرق والراديو ، والتي أعقبها نقل الصور بخطوط المواصلات السلكية ، ثم تحركت الصورة على شاشة السينما ثم صاحبها الصوت والصورة ، وجاء التليفزيون بعدئذ ، وعرض صوراً متحركة ناطقة للأحداث في وقت وقوعها^(٧) .

أي أن وسائل الإعلام في المجتمع تضطلع بمهام حيوية وتؤدي وظائف على درجة كبيرة من الأهمية كتزويد أفراده بالأخبار والمعلومات وتقديم التحليل والتفسير لهذه المعلومات ، كما تقوم بمهمة التعليم والتثقيف والترفيه ، وهذا التفاعل بين هذه الوسائل والمجتمع يسهم إسهاماً فعالاً في تطوير هذا المجتمع وببشر بميلاد الدولة العصرية^(٨) .

ومن ثم فإن وسائل الاتصال الجماهيرية تستطيع تقديم أفضل الخدمات التعليمية في برامجها المختلفة ، الأمر الذي يبسر للمتعلمين أحسن فرص التعليم . وتساعد على نشر المعلومات العلمية والحياتية لمسافات بعيدة ، ولمجموعات كبيرة من المتعلمين ، وتقدم خبرات وتجارب واسعة ، الأمر الذي لا يمكن تحقيقه بأية طريقة أخرى، كما تساعد على تقديم المعلومات بصورة فورية ، وتؤدي إلى الإحساس بالألفة بين المادة المعروضة والمتعلم الذي يتلقى عنها وذلك بما يتوافر لها من امكانات فنية تساعدها على التعبير الصحيح عن المضمون العلمي ، وتشود إلى إحداث التأثير

المناسب لإثارة الإنتباه للرسالة المقدمة ومتابعتها بما يعتبر أمراً حيوياً لمتطلبات التعليم^(٩).

المهم هنا هو كيفية استثمار ايجابيات هذه الوسائل ، وتلافي السلبيات التي تنجم عنها والتي قد تضعف من تأثيرها والاستفادة منها في دفع عجلة الحياة في العملية التعليمية ، وكيفية توظيفها لدعم نشاط المدرسة لتكون هذه الوسائل امتداداً لها ، ورصيلاً استراتيجياً للخطط التعليمية من خلال البرامج والفقرات المتخصصة والعامه وذلك انطلاقاً من الأهمية البالغة التي يحتلها التعليم كواحد من أهم دعائم المجتمع المعاصر وأهم عوامل تحديث أنماط الحياة به .

الاتصال الجماهيري والمنظومة التعليمية

لقد مضى الزمن الذي كان فيه التعليم يقتصر على المدرسة التقليدية ذلك بعد أن ظهرت وسائل أخرى تسهم بصورة فاعلة في العملية التعليمية ، وتكمل عمل هذه المدرسة وتسد النقص الذي كان يكتنف نشاطها وتحقق لها الفاعلية وقوة التأثير.

ومن أبرز هذه الروافد قنوات الاتصال الجماهيري التي فرضت نفسها على حياة الإنسان ومستقبله ، اذ كيف يمكن للخطط التعليمية أن تغفل هذا التقدم الهائل في التقنيات والأساليب الإعلامية التي أصبحت تحدث تأثيرات ضخمة على البيئة الاجتماعية للأمم والشعوب .

إن الخطط التعليمية لا تستطيع أن تسقط من حسابها وسائل الاتصال الجماهيري التي أصبحت أهم روافد الفكر ومصادر المعرفة الحديثة وفي الحقيقة أن اغفال هذه الوسائل هو هروب من الواقع الذي يفرض نفسه على الحياة المعاصرة .

إن قنوات الاتصال الجماهيري يمكن أن تكون امتداداً طبيعياً لقنوات الاتصال المواجهي المباشر التي تعتمد عليها العملية التعليمية فتحقق لها الفاعلية وسعة الانتشار وسرعة الأداء .

ومن ثم فان مؤسسات الاتصال الجماهيري الحديثة كالراديو والتليفزيون

والسينما تأتي في مقدمة الوسائل التي تستطيع الاضطلاع بالمهمة التعليمية إلى جانب المؤسسات التعليمية التقليدية التي تعتمد على الاتصال الشخصي المباشر ، كما أن المؤسسات التعليمية تستطيع الاسهام في إثراء النشاط الاعلامي وذلك نظراً لوجود علاقة وثيقة بينهما ، فالتعليم يطور وسائل الإعلام التي بدورها تساعد على انتشار التعليم^(١٠) .

وقد أصبح الإعلام يضطلع بدور رئيسي في نشر الأفكار العصرية واشاعة المعلومات الحديثة المتصلة بنهضة الأمة وخلق الشخصية الجديدة ، ويتم ذلك حين يبني على تخطيط متوازن يتفاعل فيه الإعلام مع التعليم باعتباره استثماراً في التغيير يواكب عمليات التقدم الحضاري^(١١) .

إن الاعلام له دور رئيسي في التحديث ، ومعاونة التعليم على اكتساب المهارات وخلق الحوافز ، وايجاد المناخ المناسب للمناقشة والحوار .

وفي الحقيقة أنه اذا تضاربت الممارسات الإعلامية مع الخطط التعليمية فان هذا كفيل بافشال خطط التعليم واجهاض معطياته . لأن وسائل الاعلام بما تملكه من قوة تأثير وسعة انتشار ووسائل اغراء وقدرة على الإبهار تستطيع إحداث تأثيرات سلبية على خطط التعليم ومنجزاته ، وعلى العكس من ذلك اذا توافقت خطط التعليم مع خطط الاعلام وتضافرت جهود القائمين على النشاطين فان الاستراتيجية التعليمية يمكن ان تؤتي ثمارها وتحقق الأغراض المستهدفة من ورائها .

ومفهوم التعليم في علم النفس يستخدم بمعنى أوسع من معناه في اللغة الدارجة، فهو لا يقتصر على التعليم المدرس المقصود الذي يحتاج الى دراسة ومجهود فقط ، بل أنه يشتمل على كل ما يحصل عليه الفرد من معلومات وما تزود به من مهارات وقدرات واتجاهات وعادات ، وتضطلع وسائل الاعلام - ولاسيما في المجتمعات النامية - بمهمة تعليم الجماهير هذه المهارات وغرس الرغبة في التغيير وزيادة آمالهم وتطلعاتهم لتحقيق حياة أفضل^(١٢) .

أي أن هناك رابطة قوية وعلاقة وثيقة بين الخطط التعليمية والخطط الإعلامية، وتحمل وسائل الاتصال الجماهيري العبء الأكبر في نجاح البرامج التعليمية ، وتأسيساً على ذلك يصبح من الأهمية بمكان وضع استراتيجية واحدة للتعليم والإعلام تستهدف تطوير المجتمعات في مختلف مناحي الحياة ، فلا يجب أن تقتصر المهمة الأساسية للحملات الإعلامية على تعليم الناس أساليب الحياة العصرية ولكنها عليها أن تقوم بمهمة تنشيط وتدعيم الرغبة في التغيير ، أي إعداد التربة الصالحة لاستخدام أفضل الأساليب في مختلف مناحي الحياة ، أي أن وسائل الإعلام هنا تعتبر من الأدوات الرئيسية التي يمكن بواسطتها تعليم الناس طرقاً جديدة للتفكير ، والسلوك ، وتنقل لهم التراث الثقافي ، وتخفف عنهم أعباء الحياة وتعمل على تحقيق الاتفاق والتلاحم بينهم ، ليشكلوا فريقاً متجانساً متعاوناً يسعى بكل أفراداه لتحقيق الرفاهية للأمة بالعمل الجاد والإنتاج المثمر . وهذا يتطلب وجود أجهزة اتصال جماهيرية قوية تغذي نظم الاتصال الشخصية .

وإذا كانت هذه الوسائل قد أصبحت ضرورة فرضتها ظروف الحياة ، ومطلباً رئيسياً لخطط التنمية الاقتصادية فإن الخطط التعليمية هي أحوج ما تكون إليها لتحقيق المنجزات التالية :-

١ - إثارة وعي التلاميذ وأولياء الأمور بهذه الخطط لتهيئتهم لاستقبالها

والتعاطف معها .

٢ - توظيف الإمكانيات والوسائل الإعلامية لتكون امتداداً ورصيداً استراتيجياً

للعلمية التعليمية ، تأخذ منها وتزودها برود الفعل والاقتراحات ومختلف

الرؤى والأفكار .

- ٣ - مواكبة نشاط العملية التعليمية ومتابعة تنفيذها في مختلف المراحل حتى تتحقق لها الاستمرارية والنجاح .
- ٤ - تقديم الدراسات المختلفة بهدف مواكبة أحدث المعطيات التعليمية ، وتلافي السلبيات ، واستثمار الإيجابيات التي تظهر في المراحل التالية .
- ٥ - أحداث التغيير في المجتمع من خلال برامج واسعة النطاق في مجالات التعليم المختلفة ، وذلك ضمن خطة عملية متكاملة ^(١٣) .
- ٦ - أحداث التغيير في مطالب وتوقعات الجماهير ، والكشف عن البدائل غير الواضحة والمتوقعة ، وتوجيه اهتمامات الناس وشد انتباههم الى القضايا الحيوية، وممارسة الضغط على صناع القرار لتحقيق الأغراض المستهدفة .
- ٧ - تهيئة البيئة الثقافية التي تسمح بأقصى إمكانات العطاء والإبداع لتحقيق الذات وتوفير ضمانات الأمن الشامل على مستوى الفرد والمجتمع ، وتكوين قاعدة لاطلاق الانتاجية والملكات الإبداعية ، وتوفير الاحتياجات الأساسية ، ومتطلبات الوجود الحيوي ، واعداد المجتمع لأداء رسالته الحضارية من خلال تأكيد هويته وتنمية شخصيته ومواصلة عطائه في ظل انتعائه الإنساني .
- ٨ - تهيئة المناخ الصالح للحوار والمناقشة بين القيادات والقواعد لتطوير العملية التعليمية من خلال تزويد الجماهير بالمعلومات اللازمة في هذا الصدد ، وإشراكهم في تشكيل حاضرهم وبناء مستقبلهم ومناقشة قضاياهم ، وإزالة العقبات التي تقف في سبيل التفاهم بين طرفي الاتصال حتى يتسنى لكل طرف قبول الأهداف والمواقف والمخطط المطروحة لأن العملية الإعلامية والتعليمية تقوم على المشاركة والتفاهم في الأفكار والمعاني .
- ٩ - تنمية ملكات التلاميذ والجماهير واثراء ثقافتهم ، وتعليمهم المعارف والحرف وأصول العبادات والسلوك والفضائل والأخلاق ، والترويج عنهم ، وتزويدهم

بالمعلومات التي تمهم واشباع رغباتهم في العلم والمعرفة ، ونقلهم الى دائرة الأحداث العالمية بعد أن أصبحت هذه الوسائل آذان المجتمع وعيونه تستشعر ما يحيط به من وقائع واستكشافات وأفكار وتقدمها له بطريقة سهلة وميسرة^(١٤) .

١٠- الإسهام في التنمية الوطنية الإقتصادية والإجتماعية بعد ما تبين أنه لا يوجد شئ - باستثناء التعليم المنتظم - يملك القدرة على نقل الأفكار والمهارات الجديدة من المدن العصرية الى القرى التقليدية سوى الإعلام .

١١- إعداد البرامج المختلفة لمحو الأمية وتعليم الكبار ، والتدريب على المهارات ، وسد العجز في المدرسين والمدرين والموجهين ، ومساعدة الزراع والصناع وأصحاب المهن المختلفة لمواكبة التطورات العالمية الجديدة التي ترتقي بمستوياتهم^(١٥) .

١٢- نقل السكان من المستوى التقليدي الى المستوى العصري من خلال تقديم أحدث الابتكرات اللازمة في مختلف المجالات حتى لا يتخلف النشئ عن مسيرة التقدم التي تحتاج العالم .

١٣- منع اللبس وسوء الفهم عند الجماهير وذلك عن طريق الشرح والتفسير ، وتبسيط الأفكار وتقديمها بطريقة جذابة ومفهومة ، وإتاحة الفرصة للمعلومات لكي تنساب الى الناس جميعهم بسهولة ويسر ودون معوقات^(١٦) .

١٤- الحفاظ على اللغة العربية ، وتقويم اللسان العربي ، وتصحيح الأخطاء التي ترتكب في حق العربية ، وحماية الجماهير من الانحراف بها وذلك من خلال حسن اختيار اللفظ والعبارة ، ومراعاة الكلمات الصحيحة ، وتمكينهم من النطق الصحيح للغة القومية ، والحديث السليم بها ، والتعامل الصحيح مع ألفاظها وحروفها بهدف ترسيخ أصولها ، لاسيما لدى الأطفال الذين يتعلمون فن القول والحديث في أولى مراحل حياتهم .

وتستطيع الاذاعة والتلفزيون بصفة خاصة الإسهام الفعال في تعليم الجماهير مفردات اللغة لأن هاتين الوسيلتين يمكنهما القيام بدور المدرسة دون التقيد بعدد محدود من التلاميذ من خلال البرامج وال فقرات المختلفة^(١٧).

هذا وتعتبر اللغة أهم أدوات التعبير والتفاهم بين الناس ، وهي نتاج لثقافة الأمة، وتشتمل على الكلمات والتعبيرات التي تسمى الأشياء ، وتصف الأفكار والعلاقات والقيم ، وقد اختص الله الإنسان بها بين سائر الفصائل الأخرى، لأنه يتميز بطائفة من المراكز المخية التي تشرف على مختلف مظاهر هذه اللغة ، كمرکز إصدار الألفاظ ، و مركز حفظ الكلمات المسموعة . وتلعب اللغة المشتركة دوراً بارزاً في حياة الجماهير العربية لأنها السبيل لفهم الأشياء المحيطة بهم والطريق لربط أفراد المجتمع بعضهم ببعض .

وقد أدى الابتذال واستخدام بعض الألفاظ والكلمات الهابطة التي تتردد على ألسنة الممثلين والضيوف ومقدمي البرامج في وسائل الإعلام ، وعدم الحفاظ على الحد الأدنى من الأصول والقواعد اللغوية الى تأثر الأطفال والصبية والشباب بما يسمعون وشيوع الكلمات والمصطلحات غير اللاتقة بينهم^(١٨).

١٥- تستطيع شبكات الأقمار الصناعية الإسهام في رفع مستوى الخدمة التعليمية من خلال تبادل الخبرات ، وتدریس اللغات ، وتدريب المعلمين ، وتعليم الكبار ومحو الأمية ، والتدريب المهني ، والارشاد الزراعي والصحي ، والتنمية الاجتماعية ، وتبادل البرامج العلمية والثقافية والفنية ، كما يمكن استخدام امكانات هذه الشبكات في تذليل العقبات التي تعترض سبيل الخدمة التعليمية خاصة في المناطق الريفية والنائية ، وكل هذه الأمور يمكن تحقيقها عن طريق البث التلفزيوني غير المباشر أو البث المباشر .

وفي ضوء هذه الحقائق التي تؤكد مكانة وسائل الاتصال الجماهيرية وأهمية هذه الوسائل للعملية التعليمية ، فإن رجال الإعلام يتحملون مسئولية مضاعفة في دعم هذه العملية ذلك أن مهمتهم هنا لا تقتصر على نقل الرسالة عبر قنوات الاتصال المختلفة ، ولكنها تكمن في تكريس كافة الجهود الممكنة لتحقيق النجاح لرسالة التعليم ، انطلاقاً من مسئوليتهم عن تصحيح الفكر الخاطئ وتعديل السلوك المعوج ، وهذا لا يتأتى إلا إذا استشعر الإعلاميون خطورة الدور الملقى على عواتقهم باعتبارهم تربيويين ، ومشاركين في العملية التعليمية ^(١٩) .

إن الإعلاميين إذا أغفلوا مسئولياتهم التربوية وتجاهلوا مشاكل المجتمع من خلال شغل ساعات الإرسال وصفحات الصحف بالغت من الموضوعات ، فإن الأمر هنا يتجاوز تبديد الوقت أو المال أو الجهد ، الى ترك آثار مدمرة على وجدان الجماهير وعقولهم بفعل هذه القوة الكامنة في أجهزة الاتصال الجماهيرية ، وفي المقابل فانهم إذا أخذوا على عواتقهم الارتقاء بالمستوى الفكري للجماهير والالتزام بالموضوعية والتجرد والجديّة في عرض البيانات وتناول القضايا فان النتائج التي يمكن أن تتحقق ستكون ذات مردود ايجابي في بناء الإنسان المتوازن .

وتتطلع المجتمعات العربية الى تحقيق طموحاتها وآمالها عن طريق ايجاد مجتمع متعلم ، ولتحقيق ذلك لابد من التفكير في توفير أساليب جديدة ، وامكانيات متعددة وذلك للإرتقاء بمستوى الجماهير وحل مشكلاتهم ، وهذا يستلزم استغلال كل الإمكانيات المتوفرة في المجتمع ، والعمل على ايجاد مؤسسات علمية قادرة على النهوض به والتغلب على المعوقات التي تعترض مسيرته التعليمية .

الاتصال المواجهي والنظومة التعليمية

على الرغم من أن الاتصال المواجهي المباشر يعد الشكل الأول من أشكال الاتصال الإنساني ، مارسته المجتمعات البدائية بأساليبه البسيطة الأولى ، إلا أنه لعب دوراً مثيراً في التاريخ الإنساني ، وظل من أكثر أشكال الإتصال فعالية في احداث

التغيير في المواقف ، والافتقار بالأفكار ، واستيعاب المعلومات المطروحة . ولم تحل
المخترعات الحديثة في وسائل الإعلام محله أو تؤثر على قدراته .

وقد احتفظ الاتصال الشخصي المباشر بكان الصدارة في مجال التعليم
والتدريب والإعلام والتثقيف والترفيه والعلاقات العامة ، على الرغم من توافر وسائل
الاتصال الجماهيري كالراديو والتلفزيون وماكينات الطباعة المتطورة والقنوات
الفضائية ، ذلك أن هذا التقدم يفتقر الى جوانب على درجة كبيرة من الأهمية يوفرها
الاتصال المباشر من أبرزها :-

أولاً : أنه في حالة الإتصال المواجهي المباشر فإنه يصعب على المتلقي تجاهل
المتحدث أو اهماله ، ذلك أن تجاهل المصادر غير الشخصية مسألة واردة ،
تحدث بصورة تلقائية ، فالمتلقي يغلق جهاز الراديو أو التلفزيون ، وقد يلقي
بالصحيفة جانباً اذا لم يجد فيها بغيته وتلبي له رغباته ، لأن الناس يعرضون
أنفسهم على وسائل الإعلام بطريقة انتقائية ، ويختارون منها ما يتفق مع
اتجاهاتهم ، ويتجنبون التعرض للوسائل التي لا تتفق مع وجهات نظرهم .
كما أن معظم الناس يتذكرون المواد الاعلامية التي تدعم وجهات نظرهم ،
ويحاولون نسيان المعلومات التي تتعارض مع آرائهم ، فيما يعرف بالتذكر
الانتقائي ، وهذه العملية تحدث دائماً وعلى نطاق واسع ، وقد أكد بعض
علماء النفس هذه الحقيقة بما لا يدع مجالاً للشك .

ثانياً : تشكل صعوبة الإتصال بالمصادر غير الشخصية عقبة كنوداً تحول دون قدرة
المتلقي على التزود بمزيد من المعلومات أو تحييصها ، كما تنعدم فرص
مناقشة الأفكار التي تبثها مصادر المعلومات غير الشخصية في وسائل
الاتصال الجماهيري نظراً لانقطاع الصلة بين طرفي الاتصال ، فالاتصال هنا
يتم من جانب واحد فقط هو جانب المرسل ، وليس للمتلقي هنا فرصة

للتعقيب أو المداخلة أو الاعتراض ، وهذا يضعف من قدرة وسائل الاتصال الجماهيري وحدها على الاضطلاع بالمهمة التعليمية ، بخلاف الاتصال المواجهي المباشر الذي يتم بين المرسل والمستقبل أخذاً وعطاءً مما يمكن كل منهما من تبادل الأفكار والآراء في القضايا المطروحة .

إضافة الى ذلك فان مصادر المعلومات الشخصية تكون متاحة ومعروفة ويمكن الرجوع اليها في أي وقت مما يتيح أوسع الفرص لشرح النقاط الغامضة ، وتفسير البيانات المجملّة ، وتوضيح المسائل المعقدة .

ثالثاً: يكتسب الاتصال المباشر الذي يتم بصورة جمعية قدرات خاصة ، ويرجع ذلك الى تأثير المتلقي بسلوك الجماعة التي يشاركها الاستماع أو المشاهدة ، لأن الفرد كثيراً ما يفقد خصائصه الفردية حينما يندمج في الجماعة ، ويفكر بالعقلية الكلية لها . ويتأثر الفرد بآراء الجماعة التي يشاركها الاستماع أو المشاهدة بطريقة شعورية أو لا شعورية ، حيث يميل أعضاء هذه الجماعة الى التعرض لنفس البيانات والمعلومات لأنهم يشتركون في نفس الثقافة .

ويرجع ذلك إلى أن الأفراد بطبعهم يميلون الى الانضمام الى الجماعات التي تسودها اتجاهات تتواءم مع اتجاهاتهم ، ويتعرضون الى المعلومات التي تدعم هذه الاتجاهات ، ويكمن تأثير الجماعة على سلوك أفرادها في درجة الخضوع أو الانصياع لمعاييرها والضغوط التي تصدر عنها (٢٠) .

يؤكد ذلك أن التجارب التي أجرتها مراكز الاستماع والمشاهدة الجماعية قد حققت نتائج متميزة في المناطق التي أقيمت فيها ، حيث يتكامل الاتصال الجماهيري والاتصال المواجهي عن طريق رائد تعليمي يتولى الشرح ، وتوضيح مختلف الجوانب التي تثار عبر الراديو أو التلفزيون .

رابعا: كشفت الأبحاث العلمية أنه كلما ازداد الطابع الشخصي للوسيلة ازدادت

قدرتها على الاقتناع ، ومن ثم فان وجود صلة مباشرة بين المرسل والمستقبل يقوي التأثير ويحقق التفاعل بين طرفي الاتصال ، والعملية التعليمية تستلزم وجود هذه العلاقة التفاعلية حتى تؤتي ثمارها وتحقق أهدافها .

وقادة الرأي يقومون في أغلب الأحيان بدور الوسطاء بين أجهزة الاتصال الجماهيري وبين الناس فيما يسمى بعملية انتقال الإعلام على مرحلتين Two steps flow of Communication وهم أفضل ممثلين لجماعاتهم ، وقد أثبتت الأبحاث أن تأثير قادة الرأي على الجماهير يفوق تأثير وسائل الإعلام وقد أفادت^(٢١) البحوث الإعلامية التي قام بها المهتمون بموضوع الاتصال الشخصي عن اكتشاف التأثير الهام الذي يلعبه قادة الرأي في المجتمع .

وفي هذا يقول كاتز ولازار سيفيلد أن هؤلاء القادة ليسوا جماعات منعزلة عن مجتمعاتهم ، لأن قيادة الرأي ما هي الا جزء لا يتجزأ من عملية الأخذ والعطاء في العلاقات الشخصية التي تحدث كل يوم ، وبالتالي فان قادة الرأي يستطيعون الاسهام الفعال في العملية التعليمية إلى جانب المدرسة ويصبح استثمار امكاناتهم والاستفادة من أوضاعهم مسألة ضرورية لنجاح خطط التعليم^(٢٢) .

خامسا: انخفاض تكلفة النشاط التعليمي والإعلامي الذي يتم بصورة مباشرة ، أذ أن اللقاءات الجمعية والندوات الفكرية واللقاء المحاضرات لا يكاد يتكلف شيئا سوى إعداد المكان وتوجيه الدعوات ، في حين أن تكاليف إنتاج برنامج تليفزيوني أو فيلم سينمائي أو صحيفة متخصصة يتطلب الكثير من النفقات . ومن أبرز وسائل الاتصال المواجهي المباشر المحاضرة والخطبة والندوة وهي وسائل لفظية شائعة تنعقد داخل المعاهد العلمية أو الدوائر الفكرية والمراكز الثقافية ، ويتوقف نجاح المحاضرة أو الخطبة أو الندوة على الإعداد

الجيد Preparation في المرحلة الأولى ، حيث يتم اختبار الموضوع والمتحدث وتحديد الوقت المناسب ، حتى يكون الجمهور على علم مسبق بذلك . . . وتأتي مرحلة التنفيذ Execution ، فتبدأ في موعدها بدقة ، ويتم التمهيد لها بكلمة مختصرة ، ثم يسمح للجمهور بعد ذلك بالاستفسار والمناقشة . . . وفي النهاية تأتي مرحلة التقييم Evaluation والتي يتم فيها دراسة مدى نجاح عملية الاتصال المواجهي في تحقيق الهدف الذي أعدت من أجله عن طريق الاستبيان أو توجيه أسئلة شفوية أو تحريرية للاستفادة منها في دعم الإيجابيات ، ومعالجة الأخطاء (٢٣) .

سادسا: يمكن الاتصال المواجهي الخبراء من معرفة ردود الفعل ، ودراسة رجع الصدى حول القضايا التعليمية لمساعدة المسؤولين في اعداد خططهم وتعديلها وتطويرها بما يحقق لها الفاعلية ، ويمكنهم من وضع السياسات الملائمة ، ومواجهة الأزمات المحتملة وبدون اجراء استطلاعات علمية لاتجاهات الرأي العام فان هذه الخطط قد تذهب مكاء وتصدية ولا تجد من يعبأ بها ، وبحوث الرأي العام تسهم في ابقاء القيادات التعليمية على صلة وثيقة بال جماهير المستهدفة تضيئ الطريق لمعالجة القضايا ، وحل المشاكل التي تفرض نفسها على الساحة التعليمية لاسيما في أوقات الأزمات .

نمو منهاج إعلامي تربوي متكامل فيه مؤسسات الاتصال الجماهيري والاتصال المواجهي المباشر في المنظومة التعليمية

إذا كانت الدراسات العلمية قد كشفت النقاب عن عجز وسائل الاتصال الجماهيري وحدها في تشكيل الاتجاهات وتكوين الآراء وتعديل السلوك ، أو تقديم الخدمة التعليمية للكبار أو الصغار ، وذلك على الرغم من التقدم الهائل الذي أحرزته

هذه الوسائل وتمكنت بها من الوصول إلى كافة الفئات والطوائف ، كما تمكنت بها من غزو الأرض والفضاء دون أن تقف في سبيلها حدود أو سدود ، فقد أكدت هذه الدراسات أن وسائل الاتصال الجماهيري تستطيع أن تسهم في تغيير أساليب الناس إذا كانت مدعومة بالاتصال المباشر .

وفي الجانب الآخر فإن وسائل الاتصال المواجهي المباشر على الرغم من قوتها المؤثرة ، وقدراتها الفاعلة ، إلا أن إمكاناتها محدودة بحدود المكان الذي لا يتسع إلا لعدد محدود من الجمهور المتلقي في الفصل الدراسي ، أو المتلقي الثقافي ، أو المنتدى الفكري ، أو المسجد . . . الخ . . . كما أنها محدودة بحدود الزمان الذي يحكمه الوقت المسموح به لاتعداد المحاضرات أو الندوات أو القاء الخطب . . . و حدود المقررات ، والبرامج ، والمعلمين .

ومن ثم إذا كان الاتصال المواجهي يعتبر أكثر قدرة على التأثير والاقناع ، فلا ينبغي إغفال الاتصال الجماهيري لاسيما وأن الأطفال والصبية يقضون ساعات طويلة أمام شاشات التلفزيون ، أو مع برامج الراديو ، وصفحات الصحف ، وغيرها من وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى ^(٢٤) .

أي أنه لا بد من تضافر الجهود المختلفة وتوظيف الامكانيات المتاحة في مؤسسات التعليم المنتظم والتعليم الحر لتحقيق النجاح للمنظومة التعليمية ، وهذا يتطلب استخداماً متناسقاً ومتناغماً بين الوسائل الجماهيرية وأنماط الاتصال الاجتماعية ذات الطابع الشخصي التي تقوم على المواجهة ، ومن ثم فانه يصعب تحقيق أهداف الخطط التعليمية من خلال الفصل الدراسي وحده .

وتؤكد الشواهد العملية أن وسائل الاعلام لم تستخدم في التعليم الاستخدام الكافي حتى الآن فما زال استخدامها يتم بطريقة عشوائية وغير منتظمة ، فهي في الأعم الأغلب تستخدم كأدوات مساعدة أو اضافية بجانب التعليم المدرسي المعتاد ، فلا

تتكامل معاهد عامة رئيسية للعملية التعليمية ذلك ان البرامج التعليمية وان كان الاتصال المواجهي هو دعامتها الرئيسية إلا أنها لا بد أن تستفيد من ثورة الاتصال الجماهيري ومعطيات التكنولوجيا المعاصرة في حقل الاعلام .

وتأسيسا على ذلك فإن التنسيق والتكامل بين المؤسسات التعليمية والمؤسسات الاعلامية يعد ضرورة حيوية لتحقيق الهدف المشترك لكل منهما في تغيير سلوك التلاميذ بصفة خاصة وسلوك الجماهير بصفة عامة ، حيث تضطلع أجهزة الاعلام بدور المؤسسة التربوية التقليدية فتقوم بتقريب الفروق بين الناس عن طريق ما تبثه لهم من معلومات وأفكار ومهارات تسهم في تعديل سلوكهم فيتفاهمون تفاهما أحسن ويعيشون عيشة أفضل^(٢٥) .

ويتفق الإعلام والتعليم في أن كل منهما قد أصل عملية التفاهم ، وعملية التفاهم هي العملية الاجتماعية الواسعة التي تعتمد عليها المجتمعات لتحقيق الغايات التي تسعى إليها الخطة التعليمية ، ومن ناحية أخرى فإن عدم التنسيق بين هذه الأجهزة يؤدي إلى خلخلة في الخطط الإعلامية والتعليمية على السواء ، ذلك أن الإذاعة أو التلفزيون على سبيل المثال يمكن أن يقوم كل منهما بإثارة الرأي العام نحو القضايا المطروحة، ثم تقوم أجهزة الاتصال المواجهي كالمدارس والمساجد وقصور الثقافة ومراكز الإعلام بإكمال هذا النشاط لشرح أبعاد هذه القضايا وتوضيح الرؤى حولها ، والعمل على إقناع الجماهير بضمونها بدلا من بعثرة هذه الجهود ، وتشتيت النشاط دون جدوى .

الكوادر الإعلامية والتعليمية

مما لاشك فيه أن نجاح الخطط التعليمية في وسائل الاتصال الجماهيري يتوقف بالدرجة الأولى على الكوادر البشرية القادرة على تقديم المادة التعليمية بصورة جذابة، وشرح معناها وتفسير أبعادها بأسلوب سهل ومشوق ، أي أن تحقيق النجاح للخطط التعليمية في وسائل الإعلام يتطلب وجود مجموعة من الأشخاص على درجة رفيعة

من الفهم والوعي والإيمان . ولديهم الرغبة في الإنجاز ، والاستعداد للعمل في هذا المجال الحيوي ، ذلك أن الاتصال المؤثر يحقق أهدافه حينما يتمكن القائم بالاتصال من نقل الفكرة المقصودة بصورة واضحة ودقيقة تمكن الجماهير المستقبلية من فهم مضمونها ، ومتابعة عرضها ، ثم الاستجابة لمعطياتها . وهذا يتطلب توافر مهارات خاصة في هذه الكوادر لكي تستطيع التأثير في الاتجاه والفكر والسلوك ، كمهارة التحدث ، ومهارة الاستماع ، ومهارة القراءة والكتابة . . . الخ ، كوادر تعيش قضايا المجتمع وتفهم الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية والسياسية للأفراد والجماعات ، وتلتزم بالأمانة والصدق والتجرد والموضوعية .

ومن هنا وجب التريث في اختيار هذه العناصر ، والتحقق من امكاناتها واستعدادها لتحمل المسؤولية الدقيقة الملقاة على عاتقها . وفي هذا يقول شارلز براون Charles Brown أن اختيار العاملين في حقل الاعلام يجب ان يتم على أسس سليمة، كما يجب ألا يخوضوا هذا المجال إلا بعد اجتيازهم عدة اختبارات علمية وعملية ، كما أنه لا بد أن تمضي عليهم فترة اختبار للتحقق من صلاحيتهم لهذا العمل الخطير (٢٦) .

وعلى الرغم من أهمية إعداد هذه العناصر ، إلا أن إعداد هذه النوعية لا تكاد تلقي الاهتمام والرعاية الكافية من المعاهد العلمية والمؤسسات الإعلامية المختصة بتأهيل الإعلاميين في الوطن العربي .

وباستعراض خطط العمل وبرامج التدريب والتأهيل في هذه المعاهد والمؤسسات، نكاد نجد خالية من مناهج تعليمية أو تربوية ، وينعكس هذا بدوره على البرامج وال فقرات والموضوعات التي تعرض في وسائل الاتصال المختلفة .

النتائج والتوصيات

من خلال ما تم استعراضه في هذه الورقة البحثية فإنه لا يسعنا إلا أن نقدم أهم النتائج والتوصيات التي كشفت عنها هذه الدراسة والتي يمكن إجمالها فيما يلي:-

أولاً : انه كلما ازداد الطابع الشخصي للوسيلة الاعلامية ازدادت قدرتها على الانتفاع ، ويرجع ذلك لوجود علاقة تفاعلية مؤثرة بين طرفي الاتصال المباشر - المرسل والمستقبل - مما يؤكد قوة وسائل الاتصال المواجهي وتفوقها في أداء المهمة التعليمية .

ثانياً : تستطيع وسائل الاتصال الجماهيري الإسهام بفاعلية في التعليم وتحديث الحياة في المجتمع ، وبالتالي يصبح من الأهمية بمكان توظيف إمكانات هذه الوسائل لتكون إمداداً للاتصال المواجهي المباشر ورسيداً استراتيجياً للعملية التعليمية .

ثالثاً : ان مؤسسات الاتصال الجماهيري لا تستطيع وحدها أن تضطلع برسالة التعليم ، على الرغم من التقدم الهائل الذي أحرزه هذا اللون من الاتصال في مختلف الميادين في ظل ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال ، إلا أنها يمكن أن تكون إضافة ثرية للخطط التعليمية ، ومن ثم فإنه يصبح من الضروري العمل على تحقيق التنسيق والتكامل بين المؤسسات الاعلامية والمؤسسات التربوية لتحقيق النجاح للمنظومة التعليمية .

رابعاً : كشفت الدراسة عن الدور الهام الذي يمكن أن يسهم به قادة الرأي في العملية التعليمية ، وبالتالي يصبح من الأهمية بمكان الاستفادة من قدراتهم المتميزة في هذا الصدد ، كوسطاء بين وسائل الاتصال الجماهيري والناس الذين يتلقون عنهم .

خامساً : تحتل بحوث الرأي العام أهمية كبيرة لمساعدة صناع القرار في استكشاف الرؤى والاتجاهات واعداد الخطط التعليمية ، ووضع السياسات ،

ومواجهة الأزمات ، وخلق قيادات ديمقراطية تحقق مصالح الجماهير ،
وتلبي احتياجاتهم ، وتعبر عن رغباتهم ، وتتناسب مع واقعهم الثقافي
والاجتماعي والاقتصادي .

ومن واقع هذه الدراسة يمكن تقديم مجموعة من التوصيات لمجملها فيما يلي :-
أولاً : استثمار المعطيات العصرية لوسائل الاتصال الجماهيري لاثراء العملية
التعليمية ، والارتقاء بمستوى المعلمين والدارسين في مختلف ميادين الحياة
بالوطن العربي .

ثانياً : توظيف الأساليب والقوالب الفنية لتحقيق الجاذبية للرسالة التعليمية التي
تبثها وسائل الاتصال الجماهيرية كالأسلوب الدرامي والأسلوب الحوارى
والأسلوب الإخبارى . . . الخ ، بدلا من التركيز على أسلوب التلقين .

ثالثاً : اجراء الدراسات العلمية حول وسائل الاتصال الشخصي المباشر ، ووسائل
الاتصال الجماهيري لاختيار أفضلها وأقدرها على مخاطبة الجماهير
النوعية في مختلف ميادين الحياة كجماهير العمال والفلاحين وغيرهم من
الفئات الأخرى .

رابعاً : توفير مناخ الحرية لوسائل الاعلام والتعليم لكي تسهم في بناء الإنسان
بناءً صحيحاً وتهيئ له المناخ المناسب للخلق والابتكار مع توفير
الضمانات الكافية لعدم اقحام التوجهات السياسية في مناهج التعليم .

خامساً : الالتزام بالشوايت الدينية والفكرية العربية وتكريس كافة الجهود لتأكيد
الهوية الإسلامية في النشاط الاعلامي والتعليمي للحفاظ على القيم
والرموز العربية والاسلامية ، ذلك أن وسائل الاعلام والتعليم لا يجب أن
يعلو صوتها صوت الحق الذي أنزله الله لعباده في كتابه الكريم .

» وما كان لمؤمن ولا مؤمنة اذا قضى الله ورسوله أمراً أن يكون لهم الخيره
من أمرهم ، ومن بعض الله ورسوله فقد ضلّ ضلالاً بعيداً « (٢٧).

سادساً: الإهتمام بوسائل الإعلام التربوي وبعث الحياة فيها لكي تؤدي دورها في استكشاف المواهب ، وتدريب الكوادر ، ودعم النشاط التعليمي بمختلف الطرق الفنية ، كالصحافة والاذاعة المدرسية والمجلات الحائطية واللافتات والملصقات . الخ .

سابعاً: على وسائل الاتصال الجماهيري الاهتمام بالجامعات الخاصة مثل المرضى والمعوقين وكبار السن ، والمقيمين في المناطق المعزولة والصحراوية والقرى النائية ، والعاملين في المناجم والمهاجر وأعالي البحار ، وغيرهم من الذين يصعب الوصول إليهم بوسائل التعليم التقليدية .

ثامناً: الإهتمام بالمكتبة المدرسية باعتبارها واحدة من أهم قنوات الاتصال الحضاري لتكون امتداداً للنشاط العلمي والمدرسي والثقافي ، فتدعو من لا يقرأ لكي يقبل على القراءة ، وترشده الى كيفية القراءة بهدف الارتفاع بمستوى مدارك التلاميذ والكبار، وتمكنهم من الحكم على مجريات الأحداث وقضايا المجتمع حكماً سليماً .

ويمكن التقنيات الحديثة اللازمة أن تسهم وسائل الاتصال الجماهيري في تقديم الأعمال التعليمية والثقافية الجيدة التي تضمها المكتبة ، وتحفز التلاميذ على قراءة واقتناء الكتب الجيدة ، على ألا يكتفي في المكتبة المدرسية بالمطبوعات التقليدية ، ولكن لابد من تزويدها بالمواد السمعية والبصرية ، وهذا يتطلب تعاوناً وثيقاً بين الاعلاميين والتربويين في هذا الصدد

تاسعاً: الإهتمام بالاعداد الجيد للبرامج التعليمية في وسائل الاتصال الجماهيري ، ولا سيما التليفزيون ، واختيار العناصر الكفوءة لتقديمها ، واستثمار القوالب الإعلامية المناسبة للنهوض بها لكي تسهم في العملية التعليمية بصورة فاعلة ، وعرض هذه البرامج عن طريق مراكز الإستماع والمشاهدة

الجماعية ، مع الإستعانة برائد تعليمي للشرح والرد على تساؤلات الجمهور المتلقي حتى يتحقق التكامل المثمر بين وسائل الاتصال الجماهيري ووسائل الاتصال المباشر ، لاسيما المساجد والكنائس وأجهزة الوعظ والإرشاد لحفز الجمهور على التعلم .

عاشراً :تنقية المضمون الإعلامي من المواد الهابطة والرديئة في أجهزة الإعلام للحفاظ على العقل العربي من الإنهيار ، أو الإختراق ، ذلك أن أي استثمار يغفل الإنسان ويتجاهل عقله هو استثمار لا قيمة له ، ولا جدوى من ورائه ، انطلاقاً من أن العنصر البشري هو المكون الأساسي في بناء الأمم ، بسواعدهم تنهض ، ويعقولهم تتحدى الصعاب ، وتتغلب على المشكلات ، وتقتحم التحديات ، وتبنى الحضارات .

وفي الحقيقة أنه إذا تم وضع خطة علمية إعلامية سليمة ، ومن ثم إعداد برامج وفقرات وموضوعات متكاملة الأبعاد ومتكاملة التخطيط ، تستهدف عقل المتلقي للرسالة التعليمية والإعلامية فان الاستراتيجية التعليمية ، والاعلامية المشتركة سوف تتمكن من تحقيق أهدافها بنجاح وفاعلية .

المراجع

- ١ - Wells, Herman and Willis Benjamin. Mass Communion and Education. Washington. Educational Policies Commission. 1958.P.7-8
- ٢ - جيهان رشتي : الأسس العلمية لنظريات الاعلام . القاهرة . دار الفكر العربي . ١٩٧٢ . ص . ٣٦١ .
- ٣ - صلاح جوهر : علم الاتصال - مفاهيمه ، نظرياته ، مجالاته ، القاهرة . مكتبة عين شمس . ١٩٧٩ . ص . ٣٣ .
- ٤ - Barnouw , Erik : Mass Communication. New-York. Rinhart and company . 1950. P.6.
- ٥ - محي الدين عبدالحليم : الاتصال بالجماهير والرأي العام . القاهرة . مكتبة الأنجلو المصرية . ١٩٩٣ . ص . ١٠٣ .
- ٦ - عبداللطيف حمزة : الإعلام - تاريخه ومذاهبه - القاهرة . دار الفكر العربي ١٩٦٥ . ص ١٧٦ .
- ٧ - على عجوة وآخرون : مقدمة في وسائل الاتصال . جدة . مكتبة مصباح ١٩٨٩ . ص ١٧٦ .
- ٨ - عبدالعزيز شرف : التفسير الإعلامي لأدب طه حسين . مجلة الفن الإذاعي . القاهرة . عدد يوليو ١٩٨٦ .
- ٩ - عبدالجبار ولي : دور وسائل الاتصال الجماهيري في تنمية المجتمع العربي - من واقع ندوة " ماذا يريد التربويون من الإعلاميين " ط ٢ . ج ٣ . الرياض . مكتب التربية العربية لدول الخليج . ص ١٥١ .
- ١٠ - جيهان رشتي : نظم الإعلام - الإعلام في الدول النامية . القاهرة . دار الفكر العربي . د . ت . ص ٤٥٣ .

- ١١- إبراهيم إمام : الإعلام والاتصال بالجماهير . القاهرة . مكتبة الأنجلو المصرية . ١٩٧٥ .
- ١٢- حسن محمد خير الدين : العلاقات العامة - المبادئ والتطبيق . ط ٢ . القاهرة . مكتبة عين شمس . ١٩٦٠ . ص ١٨٩ .
- ١٣- Muquail Dennis: Mass Communication Theory. Scnd Ed. New-Delhi Chadand Company. 1971. P. 27.
- ١٤- محي الدين عبدالحليم : الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية . ط ٢ . القاهرة . مكتبة الخانجي . ١٩٨٤ . ص ٢١ .
- ١٥- شاهناز محمد طلعت : وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية . ط ٢ . القاهرة . مكتبة الأنجلو المصرية . ١٩٨٦ . ص ٣ .
- ١٦- Rivers, William: Mass Media. Delhi Universal Book Stall. 1936.
- ١٧- محي الدين عبدالحليم وحسن الفقي : العربية في الإعلام - الأصول والقواعد والأخطاء الشائعة . القاهرة . دار الشعب . ١٩٨٨ . ص ٥٥ .
- ١٨- عبدالعزيز شرف : اللغة الإعلامية . القاهرة . المركز الثقافي الجامعي . ١٩٨٠ . ص ١٤٠ .
- ١٩- يعقوب يوسف الغنيم : ماذا يريد التربويون من الإعلاميين . ١٩٨٥ . ج ١ ط ٢ . الرياض . مكتب التربية العربي لدول الخليج . ص ٣٨ .
- ٢٠- جابر عبد الحميد : سيكلوجية التعليم . القاهرة . دار النهضة العربية . ١٩٧٢ . ص ١٥١ .
- ٢١- Lane, robert and Seqrs David: Public Opinion. New Delhi. Prentic Hall of India. P. 39 .
- ٢٢- Katz, Elihu and Iazarlfeld : Personal Influence. Illionis. The Free Press. 1955. P.31.

- ٢٣- محمد محمد عطية : وسائل الاتصال ومجالاتها واستخداماتها في المجالات الاجتماعية . القاهرة . الجمعية الثقافية للمعهد العالي للخدمة الاجتماعية . ١٩٧١ . ص ٤٧ .
- ٢٤- أحمد بدر : الرأي العام - طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة . ط ٣ . الكويت . وكالة المطبوعات . ١٩٨٢ . ص ١٩٤ .
- ٢٥- فتح الباب عبدالحليم وإبراهيم حفظ الله : وسائل الإعلام والتعليم . القاهرة . عالم الكتب . ١٩٦٨ . ص ٣٣ .
- ٢٦- Brown Charles : Informing The People. New -York. State Pennsylvania University . 1957 . P. 22 .
- ٢٧- سورة الأحزاب : آية (٣٦) .