

بين التربية بالإعلام والتربية على الإعلام. برامج الأطفال الإذاعية نموذجاً

Between Educational media and media education.

Radio programmes for children

أ. سحر أم الرتم Sahar Oumertem

جامعة محمد لمين دباغين – سطيف 2

saharoumertem@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2017/10/21 تاريخ القبول: 2019/11/05

الملخص:

يعتبر مجال العلاقة بين التربية ووسائل الإعلام من المجالات التي تحظى باهتمام خاص ويعود السبب في ذلك إلى: مظاهر التكامل بين الإعلام والتربية التي فرضها التطور التكنولوجي حيث تم إدراج الإعلام التربوي (التربية بالإعلام) ضمن التخصصات التربوية المنتشرة في المؤسسات التربوية. كما أن المشكلة بين التربية ووسائل الإعلام ترتبط بكيفية تعامل النشء مع ما تبثه وسائل الإعلام، وهنا ظهرت الحاجة الملحة إلى التربية الإعلامية التي أصبح ينظر إليها على أنها مشروع دفاع، يتمثل هدفه في حماية الأطفال والشباب من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام، وهنا وجب التفريق وعدم الخلط بين التربية على وسائل الإعلام (التربية الإعلامية) واستخدام وسائل الإعلام كوسائل تعليمية (الإعلام التربوي). لذا فإننا من خلال مقالنا هذا سنركز على إظهار تفاوت العمل الإعلامي الإذاعي الموجه للطفل بين نشر ثقافة التربية الإعلامية والإعلام التربوي.

الكلمات المفتاحية: التربية، الإعلام، الإعلام التربوي، التربية الإعلامية.

Abstract:

Considers the relationship between education and the media of areas of special interest due to: aspects of complementarity between media and education imposed by technological evolution where the inclusion of educational media (media education) within educational specialties deployed in enterprises Pedagogical. As to the problem between the media and

Education are linked to how young people with media broadcasts, here featured the urgent need for media education which became viewed as a defense project, the objective of

Protecting children and youth from risks introduced by the media, and here I had to differentiate And not confuse educational media (media education) and use the media as a teaching (educational media). So now we are going through this article we'll focus on showing varying child-oriented radio information work between the culture of media education and media education.

Keywords: education, media, educational media, media education.

مقدمة:

من ابرز الإشكاليات المعاصرة للتربية والتنشئة الاجتماعية، هي إشكالية التفاعل اللاواعي للنشء مع وسائل الإعلام، حيث بات الأطفال والشباب عرضة لكل ما تفرزه هاته الوسائل من تأثيرات سلبية مقصودة وغير مقصودة من خلال رسائلها الضمنية التي تسلب الخصوصية وتولد مختلف أشكال العنف والجريمة وتهدم القيم والأخلاق مهددة بذلك العقيدة والآداب العامة، فوسائل الإعلام في عالمنا المعاصر تتميز بالتأثير القوي والفعال، وذلك لأسباب منها تنوعها ما بين مقروء ومسموع ومرئي، وكذلك لجاذبيتها للانتباه، ولتمكينها المتلقي التفاعل معها، ووفرة وسائلها على مدار الساعة، وسهولة استخدامها في أي مكان بتكلفة زهيدة وتوفيرها الخصوصية للمتلقي، وتحررها من الرقابة، واختراقها جميع المجالات بلا استثناء، سواء القيمة أو الاجتماعية أو السياسية أو الاقتصادية. وبهذا أصبح أثر وسائل الإعلام على الفرد يفوق أثر المدرسة والأسرة وجميع مؤسسات المجتمع الأخرى، خصوصا في ظل تراجع دور هاته الأخيرة في التنشئة الاجتماعية للفرد حيث أن وسائل الإعلام اقتطعت من هذه المؤسسات (الأسرة، المدرسة) جزءا كبيرا من الوظيفة التقليدية للأسرة، فوسائل الإعلام لاسيما في شكلها السمعي البصري باتت هي التي تشكل اليوم بيئة الطفل الفعلية صحيح أنها بيئة مصنوعة ومكيفة، ولكنها بالتحديد تعتبر أشد تأثيرا في شعور ولا شعور الطفل معا من البيئة الطبيعية، وأقدر منها على تشكيل ذهنية وشخصية وصياغة إدارته وتوجيهها" (الغريب، 2002، 23)، فوسائل الإعلام تنصدر قائمة قنوات الاتصال التي توفر للطفل

الأفكار والمعلومات وتحقق له التسلية والمتعة ، وحتى إذا لم يسعى الطفل إلى وسائل الإعلام فإن هذه الوسائل سوف تسعى إليه لتمده بكل ما افرضه العقل البشري من جديد في عالم الاكتشافات والمعارف كما وتجعله على اطلاع بكل المستجدات ، لاسيما بعد أن فرضت التقنيات المعاصرة وثورة المعلومات نفسها عليه فأصبح الطفل اليوم أسيرا لهذه الوسائل تحاصره في كل وقت وفي كل زمان ، فلا يستطيع الفكك منها أو الحياة بدونها ، حيث تؤثر وسائل الإعلام في الفرد سوءا شعر بذلك أم لم يشعر ، تأثيرا متفاوت بين السليبي والإيجابي ، فالأفراد اليوم غير محصّنين من تأثير وسائل الإعلام ، حتى الشخص الذي لا يتعرض لوسائل الإعلام فإنه يتأثر بدرجة ما ، من خلال زملائه وأقرانه والوسط الاجتماعي الذي يعيش فيه.

الإشكالية: نتيجة العلاقة الشائكة بين التربية والإعلام في إطار التنشئة الاجتماعية والتي تتباين بين التكامل إلى التناقض إلى التوتر وإلى الصراع ، اتجه المهتمين والمعنيين بأمر التربية والإعلام إلى عقد الندوات والمؤتمرات بغية تجاوز القطيعة القائمة بين التربويين والإعلاميين والتعاون في توظيف وسائل الإعلام في خدمة أغراض تربوية محددة وتوظيف التربية في تفعيل الرسائل الإعلامية. فيما أن وسائل الإعلام على اختلافها مؤسسة اجتماعية لها من الحقوق ما لأية مؤسسة أخرى في المجتمع كالأسرة والمدرسة والمسجد والأندية وغيرها وهي لا شك وسيط تربوي قوي وبالتالي فعلها واجبات ينبغي القيام بها إلى جانب وظائفها الأخرى التقليدية. يضاف إلى ذلك سعيها الدائب للبقاء والقوة والتكيف من خلال اكتمال وفاعلية دورها الوظيفي كوحدة في النظام الثقافي المتكامل في المجتمع. (علي، 34، 2014)، فمع التطورات التقنية الحديثة تحول موقف المؤسسة التربوية من تقنية الاتصال والمؤسسات الإعلامية ، وأصبحت وسائل الإعلام وتقنية المعلومات تستخدم في صلب العملية التربوية ، واستخدام المعلم الوسائط المتعددة وشبكة المعلومات الدولية في إعداد الخبرات التعليمية وتوصيلها للطلاب ،

وأصبح التعليم عن بعد، والتعليم الإلكتروني، والجامعة الافتراضية، والمواقع التعليمية مجالات مهمة تعتمد عليها المؤسسة التعليمية مولدة ما يعرف بالإعلام التربوي. كما أن مشكلة التربية مع الإعلام لا تكمن في تأثير وسائله على النشء بقدر ما ترتبط بكيفية تعامل النشء مع ما تبثه وسائل الإعلام. وهنا يأتي دور التربية الإعلامية في إكساب الطلاب القدرة على الاختيار والنقد، وإكسابهم مهارة الفرز والانتقاء الحسن، لما يؤدي إلى نموهم نموا متزنا متكاملا في جميع جوانب شخصياتهم. وهذا ما يجعل المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية واختياره عبارة (وعي ومهارة اختيار) لبنة أولى في بناء صرح شامخ تشيده المؤسسات التربوية والإعلامية لتوفير تربية إعلامية واعية وناقدة للأجيال القادمة (الشريف، 2014، 45) و بناء على هذا سندسلط الضوء على مدى وعي الإذاعة المحلية بمفهوم التربية الإعلامية وعملها على تكرسها في وسط النشء، حيث سنركز على مدى تفاوت عملها الإعلامي بين الجانب التربوي ونشر ثقافة التعامل الواعي مع المضامين لما تحتله من أهمية بالغة في ظل الاكتساح الثقافي، من خلال كل ما تقدم أردنا أن نوضح كل من مفهوم الإعلام التربوي والتربية الإعلامية، من خلال التساؤل الآتي: هل تقدم برامج الأطفال الإذاعية إعلام تربوي أم تربية إعلامية؟

تحديد مفاهيم الدراسة:

-التربية: وفق معجم لغة التربويين تعرف على أنها " كل نشاط منظم قصد به تهذيب سلوك الإنسان وتزويده بالقيم والمعارف وإنماء مهارات التفكير لديه مما يجعله قادرا على التكيف مع بيئته قادرا على التعلم ذاتي." (الخيرى، 2009، 48)،

- الإعلام: يعرف " هو العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والآراء والأفكار بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع وبين الثقافات المختلفة لتحقيق أهداف معينة." (عبد الحميد، 1997، 21).

- الإعلام التربوي (التربية بالإعلام): هو عملية تتكون من مجموعة من الخطوات المرتبة والمنظمة، والقائمة على تحقيق أهداف معينة، يترتب على تحقيقها مواجهة مشكلات تربوية يعاني منها أفراد المجتمع، حيث يتفاعل ويتكامل مع عمليات أخرى في المجتمع، سواء كانت هذه العمليات ذات طابع اقتصادي، ديني، سياسي... الخ، للوصول إلى الهدف التربوي نفسه، وهذا لن يتحقق غلا بضرورة وجود ممارسين للإعلام التربوي. (القحطاني، 2006، 38-39).

- التربية الإعلامية (التربية على الإعلام): يقصد بالتربية الإعلامية أن يدرك الجمهور ويوعي كيفية عمل وسائل الإعلام؟ وكيف تقوم بمعالجة وتجسيد الواقع؟ وكيف يتم إنتاج المضامين الإعلامية بمختلف أنواعها وأشكالها؟ وكيف تؤثر فينا وسائل الإعلام؟ وكيف يتم التعامل مع مضامينها بشكل رشيد ونقدي؟، ومن هنا نجد أن التربية الإعلامية تجعل من الجمهور مفكر ناقد، ومستهلك واعي، ومنتج مبدع لجميع أشكال وأنواع الرسائل الإعلامية. (carlsson., 2008, 21-22)

2 منهجية الدراسة:

منهج وعينة الدراسة: في أي دراسة علمية لابد من إتباع منهج يوصلنا إلى الغاية المنشودة وبطريقة سليمة ومنظمة، والذي يعرفه موريس أنجرس "على انه مجموعة الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة" (7) وبما أن دراستنا تهدف إلى معرفة العمل الإذاعي بين التربية الإعلامية والإعلام التربوي، فهي بذلك تندرج ضمن الدراسات الوصفية الأكثر شيوعا في بحوث الإعلام والاتصال، فالدراسات الوصفية هي أساليب بحثية تدرس الظواهر الاجتماعية الراهنة دراسة توضح خصائص الظاهرة ودرجات ارتباطها بالظواهر الأخرى؛ وفي مجتمعاتنا تزداد الحاجة إلى الدراسات الوصفية، لأنها توفر رصيда من البيانات والمعلومات الأساسية حول الظواهر الأمر الذي يتيح تطوير دراسات جديدة، وفقا للبيانات والنتائج التي قدمتها الدراسات

الوصفية الأولية.(8)، لذا فان مجتمع البحث في هذه الدراسة يتمثل في مجموع برامج الأطفال الإذاعية لموسم 2018، وهي برامج تبث مرة كل اسبوع ، وتتمثل في: تربويات، أطفالنا مستقبلنا، راديو fm . وقد قمنا باختيار عينة قصدية قوامها: 12 حصة من كل برنامج أي دورة إذاعية كاملة خلال 2016/2017، نتيجة عدم القدرة على الحصول على كل أعداد البرامج لكون الإذاعة المحلية لا تحتفظ في أرشيفها بجميع أعداد البرامج المباشرة.

أدوات جمع البيانات: وهي الوسيلة التي يتم بواسطتها جمع البيانات والمعلومات اللازمة للإجابة على تساؤلات الدراسة وفروضها واتساقا مع منهجية البحث والإطار النظري ونظرا لطبيعة دراستنا الميدانية التي تهدف لمعرفة دور الأسرة في تكريس التربية الإعلامية، قمنا باستخدام استمارة تحليل المضمون الذي تعرفه دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية على انه: احد المناهج المستخدمة في دراسة مضمون وسائل الإعلام المطبوعة والمرئية، وذلك باختيار عينة من المادة موضوع التحليل وتقسيمها وتحليلها كما وكيفا، على أساس منهجية منظمة. (العبد، 1993، 208)

تحليل ومناقشة نتائج الدراسة:

-فئة الموضوع: تعتبر هذه الفئة الأكثر استخداما في دراسات تحليل المضمون، حيث تقوم بتصنيفه وفقا لموضوعاته إلى مجموعة موضوعات فرعية، والتي يمكن تقسيمها أيضا إلى مجموعات فرعية جدا، وذلك كله في إطار أهداف التحليل والبحث واحتياجاته، وإمكانية خضوع الموضوعات للتقسيمات الفرعية المختلفة. (عبد الفتاح، 2009، 230) حيث يتضح لنا من خلال تحليل نسب وتكرارات المواضيع الأساسية التي تبث في برامج الأطفال وهي عبارة عن (7) مواضيع بلغ تكرارها مجتمعة 1232 مرة من إجمالي عدد الحصص الممثلة لعينة الدراسة وهي 36 حصة، وجود نسب متفاوتة لهاته المواضيع وفق أهميتها وقربها لهاته الفئة العمرية الهشة، حيث كانت النسبة الأكبر

للمواضيع الأسرية والاجتماعية مقدرة ب 22 %، تليها نسبة 18 % للمواضيع العقائدية والأخلاقية ، المرتبة الثالثة كانت من نصيب المواضيع الوطنية حيث قدرت بنسبة 15%، تلتها كل من المواضيع الرياضية والصحية وكذا المواضيع التعليمية الثقافية بنسبة 12 % لكل منهما، تلتها مباشرة المواضيع الإعلامية المرتبطة بالتربية الإعلامية بنسبة 11 %، بينما أخذت المواضيع البيئية المرتبة الأخير بنسبة 10%. بالنسبة لبرنامج " راديو الأطفال FM " جاءت نسبة 17.07 % لكل من المواضيع الأخلاقية والعقائدية وكذا المواضيع الأسرية والاجتماعية والإعلامية، تليها المواضيع البيئية بنسبة 12.19 % في حين أخذت كل من المواضيع الرياضية الصحية وكذا التعليمية الثقافية بنسبة 9.75 % بالنسبة لبرنامج " أبنائنا مستقبلنا " جاءت نسبة 26 % للمواضيع الأسرية والاجتماعية، تلتها المواضيع الأخلاقية والعقائدية بنسبة 20 %، تليها المواضيع الوطنية بنسبة 18 % في حين أخذت كل من المواضيع الرياضية الصحية وكذا التعليمية الثقافية بنسبة 12 %، بينما كانت نسبة 9% من نصيب المواضيع الإعلامية، وفي المرتبة الأخيرة وبنسبة 3% جاءت المواضيع البيئية . بالنسبة لبرنامج " تربيوات " جاءت نسبة 20 % لكل من المواضيع الأسرية والاجتماعية وكذا الأخلاقية والعقائدية، تلتها المواضيع التعليمية بنسبة 18 %، ثم المواضيع الوطنية بنسبة 16 % في حين أخذت كل من المواضيع الرياضية الصحية وكذا التعليمية الثقافية بنسبة 12%، بينما كانت نسبة 9 % من نصيب المواضيع الإعلامية، وفي المرتبة الأخيرة وبنسبة 3% جاءت المواضيع البيئية.

جدول يبين المواضيع الإعلامية الفرعية المدرجة في البرامج الإذاعية للأطفال.

المجموع		القيم الايجابية للعولمة					
		تربويات		أبناؤنا مستقبلنا		راديو الأطفال FM	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
1.90	3	-	-	-	-	4	3
1.90	3	-	-	-	-	4	3
7.60	12	-	-	4.26	2	13	10
22.16	35	28.58	10	21.28	10	20	15
31.65	50	28.58	10	42.56	20	26	20
22.16	35	42.86	15	31.92	15	7	5
12.66	20	-	-	-	-	26	20
100	158	100	35	100	47	100	76
المجموع		القيم السلبية للعولمة					
		تربويات		أبناؤنا مستقبلنا		راديو الأطفال FM	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار
12.25	12	-	2	-	-	14	10
12.25	2	-	-	-	-	3	2
-	-	-	-	-	-	-	-
35.72	35	50	5	66.67	10	27	20
20.41	20	20	2	-	-	27	20
6.13	6	-	-	-	-	8	6
23.47	23	30	3	33.34	5	21	15
100	98	100	10	100	15	100	73

تشير بيانات الجدول أعلاه إلى تفوق في طرح القيم الإيجابية المرتبطة بالمواضيع الإعلامية المدرجة في برامج الأطفال الإذاعية محل الدراسة ، بمجموع تكرار قدر ب 158 مقابل القيم السلبية التي قدر تكرارها ب 98 مرة، ففي برنامج " راديو الأطفال " FM احتلت كل من قيمة التسامح والإخاء وكذا قيمة تقدير الوقت المرتبة الأولى في صنف القيم الإيجابية لوسائل الإعلام بتكرار 50 أي بنسبة 31.65 %، تلتها قيمة الديمقراطية بنسبة 20% ثم بنسبة 13% لقيمة التعايش مع الآخر، تلتها أيضاً قيمة الحرية ب 5 تكرارات أي بنسبة 7%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت ب 3 تكرارات لكل من قيمة التفكير النقدي. حيث يرى ثومان وجولز بأن التربية الإعلامية تركز على المواطنة والديمقراطية، وأن مهارات التربية الإعلامية تعد مدخل القرن الحادي والعشرين للتعليم، وأنها تمتد بإطار عمل لتحليل وسائل الاتصال والوصول إليها وتقييمها وإنتاجها وعمل رسائل بأشكال متعددة سواء كانت مطبوعة أم مسموعة أم مرئية، كما أن التربية الإعلامية تبني فهمنا لدور وسائل الإعلام في المجتمع، إضافة إلى أنها تنمي المهارات الأساسية للتساؤل والمعرفة والتعبير عن الذات في مجتمع ديمقراطي. أما في برنامج " أبنائنا مستقبلنا " فقد احتلت كل من قيمة التسامح والإخاء المرتبة الأولى في صنف القيم الإيجابية لوسائل الإعلام بتكرار 20 أي بنسبة 42.56 %، تلتها قيمة الحرية بنسبة 31.92% ثم تلتها نسبة 21.28 % لقيمة الديمقراطية، ثم بنسبة 4.26% لقيمة التعايش مع الآخر، في حين لم يتم ذكر كل من قيمة تقدير الوقت، التفكير النقدي وكذا التفكير الابتكاري. في حين نجد أن برنامج " تربيوات " قد ركز على قيمة الحرية بتكرار 15 مرة قدرت بنسبة 42.86%، تلتها بنسبة 28.58 لكل من قيمة الديمقراطية وقيمة التسامح والإخاء، في حين تم إهمال قيمة التعايش، قيمة تقدير الوقت وكذا كل من قيمة التفكير النقدي والتفكير الابتكاري. وعليه يمكن القول أن قيمة التسامح والإخاء احتلت المرتبة الأولى في صنف القيم الإيجابية لوسائل الإعلام بتكرار إجمالي قدر ب 50 تكرار أي بنسبة

31.65 %، تلتها قيمة الديمقراطية والحرية بنسبة 22.16 % لكل منهما ثم بنسبة 13 % لقيمة التعايش مع الآخر، تلتها أيضا قيمة تقدير الوقت ب 20 تكرارات أي بنسبة 12.66 %، ثم تلتها قيمة التعايش مع الآخر بنسبة 7.60 %، وفي المرتبة الأخيرة جاءت ب 3 تكرارات لكل من قيمة التفكير النقدي والتفكير الابتكاري الذي يعرف عل أنه عملية تفكيرية مركبة عقلانية أو منطقية، يتم فيها إخضاع (فكرة) أو أكثر للتحقق والتقصي، وجمع وإقامة الأدلة والشواهد بموضوعية وتجرد على مدى صحتها، ومن ثم إصدار حكم بقبولها من عدمه، اعتمادا على معايير أو قيم معينة. (الفكرة): قد تكون قضية، أو خبر، أو رواية، أو ادعاء، أو إجراء، أو حدث. (الشميمري، 2009، 20) أي بنسبة 4 %، في المقابل وفي صنف القيم السلبية نجد أن برنامج " راديو الأطفال FM " قد ركز على كل من قيمة الجشع والعدوان حيث احتلتا النسبة الأولى بنسبة 27 %، تلتها بنسبة 21 % التي أخذتها قيمة التبذير، بعدها مباشرة جاءت قيمة السيطرة بنسبة 14 %، تلتها قيمة العري والابتذال بنسبة 8 %، لتأتي في الأخير قيمة الاختلاط بين الجنسين بنسبة 3 %، في حين لم يرد أي ذكر لموضوع الإباحية و مخاطرها وطرق تجنبها، أما برنامج " أبناؤنا مستقبلنا " فقد احتلت قيمة الجشع المرتبة الأولى بتكرار 10 مرات قدر بنسبة 66.67 %، تلتها قيمة التبذير بنسبة 33.34 %، مقابل نسبة 50 % لقيمة الجشع تلتها قيمة التبذير بنسبة 30 % وفي المرتبة الأخيرة بنسبة 20 % قيمة العدوان في برنامج " تربويات " في حين لم يتم ذكر كل من قيمة السيطرة، الاختلاط بين الجنسين، الإباحية، والعري والابتذال في كلا البرنامجين، وهي من أخطر القيم السلبية للعولمة التي تهدم المنظومة القيمية للطفل. خصوصا موضوع الإباحية الذي يعتبر موضوع خطيرا جدا والذي يفرض حتمية تنمية ثقافة التربية الإعلامية لدى الناشئة لتفادي متابعة هكذا مضامين ، حيث يرى الشميمري أن الرقابة الذاتية وتقوية الإرادة الإنسانية طبعاً عن طريق الالتزام بمهارات التربية الإعلامية هي الحل الجذري لمتابعة الإباحية فرغم الحجب والترشيح والتوعية

بمخاطر الإباحية في الانترنت وغيرها، فإن التعرض للمواد الإباحية يبقى دائماً هو قرار الفرد بذاته واختياره الشخصي، حيث أصبح أي فرد يستطيع التحايل للوصول إليها، ومشاهدتها في سرية تامة، ودون أن يعلم عنه أحد، ويستطيع أن يشاهد هذه المواد في الكمبيوتر أو في الهاتف المتنقل أو حتى في ألعاب الفيديو... لذلك فإن قرار البعد عن التلوث العقلي والأخلاقي بهذه المواد هو قرار الشخص الذي يمتلك الإرادة الإنسانية، ويتميز بالرقابة الذاتية، ويؤمن بأن تحريم الشريعة الإسلامية للنظر إلى المحرمات والعورات هو لحكمة عظيمة، للحفاظ على مجتمعاتنا وعلى أفراد هذه المجتمعات. (الشميري، 2009، 21)

جدول يبين فئة موقف برنامج الأطفال الإذاعية من قيم العولمة الإعلامية.

الموقف من العولمة	راديو الأطفال FM		أبناؤنا مستقبلاً		تربويات		ك	%
	ك	%	ك	%	ك	%		
يدعمها ويدعو إليها	70	47	40	64.52	30	66.67	140	54.69
يدعو إلى تفادها	60	41	12	19.36	10	22.23	82	32.04
محايد	19	13	10	16.13	5	11.12	34	13.29
المجموع	149	100	62	100	45	100	256	100

تشير بيانات أعلاه إلى أن حصص برنامج الأطفال عينة البحث دعت إلى 140 قيمة وهو ما يوافق نسبة 54.69%، بالمقابل دعت إلى تجنب 82 قيمة أي بنسبة 32.04%، وكانت نسبة 13.29% أي 34 قيمة من بين 256 قيمة دون موقف دعم أو معارضة، ففي برنامج "راديو الأطفال FM" نجد أنه دعم 70 قيمة وهو ما يوافق نسبة 47%، بالمقابل دعت إلى تجنب 60 قيمة أي بنسبة 41%، وكانت نسبة 13% أي 19 قيمة من بين 149 قيمة دون موقف دعم أو معارضة، بينما برنامج "أبناؤنا مستقبلاً" فقد دعم 40 قيمة مقابل دعوته لتجنب 12 قيمة أي بنسبة 64.52% و 19.36% على الترتيب، في حين كان

موقفه حيادي بنسبة 16.13 % لما يعادل تكرار 10 قيم. مقابل 66.67% كنسبة مدعمة للقيم، و 22.23 % للقيم المطلوب تجنبها والحياد بنسبة 11.12 % في برنامج " تربيوات".

جدول يبين التكرارات والنسب المئوية لمفاهيم التربية الإعلامية في البرامج الإذاعية.

البرامج	راديو الأطفال FM		أبناؤنا مستقبلا		تربيوات		ك	%
	ك	%	ك	%	ك	%		
مفاهيم التربية الإعلامية								
حرية التعبير	5	6.46%	2	4.66%	3	5.77%	10	5.99%
الانترنت	25	32.47%	15	34.89%	16	30.77%	56	33.54%
الرسوم الكاريكاتورية	15	19.48%	10	23.26%	13	25%	33	19.76%
وسائل الإعلام	20	25.97%	14	32.56%	15	28.85%	49	29.35%
أخلاقيات العمل الإعلامي	-	-	-	-	-	-	-	-
الإعلانات	-	-	-	-	-	-	-	-
العمل المسرحي	-	-	-	-	-	-	-	-
الصحافة المدرسية	-	-	-	-	-	-	-	-
الرأي العام	-	-	-	-	-	-	-	-
الحملات الانتخابية	5	6.49%	2	4.66%	3	5.77%	10	5.99%
الدعاية	-	-	-	-	-	-	-	-
العلاقات العامة	-	-	-	-	-	-	-	-
المرسل للرسالة	2	2.60%	-	-	-	-	2	1.20%
مستقبل الرسالة	1	1.30%	-	-	-	-	1	0.60%
المضمون الإعلامي	-	-	-	-	1	1.93%	1	0.60%
المشاركة	2	2.60%	-	-	-	-	2	1.20%
التحاور والنقاش	2	2.60%	-	-	1	1.93%	3	1.80%
المجموع	77	100%	43	100%	52	100%	167	100%

تظهر معطيات الجدول أعلاه أن برنامج الأطفال الإذاعي ركزت على طرح المواضيع

المتعلقة بالإنترنت وفوائدها وكذا كيفية استخدامها حيث بلغت 56 مرة من إجمالي

تكرارات الموضوع الإعلامي المقدرة ب 167، تم التطرق إليه أي بنسبة قدرت ب 33.54%، تلاها مباشرة التركيز على طرح مواضيع متعلقة بوسائل الإعلام بنسبة قدرت 29.35% أي بمعدل 49 مرة، بعدها مباشرة بنسبة 19.79% لتكرار قدر ب 3315 مرة جاء التركيز على موضوع الرسوم الكاريكاتورية وذلك لتقاربها من موضوع الرسوم المتحركة التي تستهوي الأطفال خصوصا في هاته المرحلة العمرية، حيث تلعب الرسوم المتحركة دورا مهما في تكوين شخصية الطفل، وهي تحتل مكانة مرموقة في أعماقه، لأنها تقدم له المعلومات في قالب قصة جذابة أو حكاية مثيرة تجري أحداثها في تلك العوالم التي طالما سأل عنها وتمنى رؤيتها. بعدها جاء التركيز على كل من موضوع حرية التعبير وكذا المشاركة في الانتخابات بمعدل 10 تكرارات لكل واحدة منها أي بنسبة 5.99%، في حين حل بنسبة 1.80% مفهوم التحوار والنقاش، بعدها بنسبة 1.20% جاء كل من مفهوم المرسل للرسالة وكذا المشاركة بتكرارين لكل واحدة من هاته المفاهيم، وتلها في المرتبة الأخيرة بتكرار واحد أي بنسبة 0.60% مفهوم مستقبل الرسالة وكذا المضمون الإعلامي. في حين غيب ذكر كل من مفهوم أخلاقيات العمل الإعلامي، الإعلانات، العمل المسرحي، الصحافة المدرسية، الرأي العام، وكذا المضمون الإعلامي. حيث بلغت تكرارات موضوع الأنترنت في برنامج "راديو الأطفال FM" 25 مرة من إجمالي تكرارات 77 موضوع إعلامي تم التطرق إليه أي بنسبة قدرت ب 32.47%، تلاها مباشرة التركيز على طرح مواضيع متعلقة بوسائل الإعلام بنسبة قدرت 25.97% أي بمعدل 20 مرة، بعدها مباشرة بنسبة 19.48% لتكرار قدر ب 15 مرة جاء التركيز على موضوع الرسوم الكاريكاتورية وذلك لتقاربها من موضوع الرسوم المتحركة التي تستهوي الأطفال خصوصا في هاته المرحلة العمرية، بعدها جاء التركيز على كل من موضوع حرية التعبير وكذا المشاركة في الانتخابات بمعدل 5 تكرارات لكل واحدة منها أي بنسبة 6.46%، في حين حل بنسبة 2.60% كل من مفهوم المرسل، المشاركة، التحوار

والنقاش بتكرارين لكل واحدة من هاته المفاهيم، وتلها في المرتبة بتكرار واحد أي بنسبة 1.30 % مفهوم مستقبل الرسالة. في حين غيب ذكر كل من مفهوم أخلاقيات العمل الإعلامي، الإعلانات، العمل المسرحي، الصحافة المدرسية، الرأي العام، وكذا المضمون الإعلامي. أما برنامج " أبنائنا مستقبلنا" فقد ركز أيضا على موضوع الانترنت حيث بلغت نسبة التكرارات 34.89 %، تلاها مباشرة التركيز على طرح مواضيع متعلقة بوسائل الإعلام بنسبة قدرت 32.56 % أي بمعدل 14 مرة، بعدها جاء التركيز على موضوع الرسوم الكاريكاتورية بنسبة 23.26 % لتكرار قدر ب 10 تكرارات، بعدها جاء التركيز على كل من موضوع حرية التعبير وكذا المشاركة في الانتخابات بمعدل تكرارين لكل واحدة منها أي بنسبة 4.66 %، في حين لم يتم ذكر كل من مفهوم المرسل، المشاركة، التحاور، وكذا كل من مفهوم أخلاقيات العمل الإعلامي، الإعلانات، العمل المسرحي، الصحافة المدرسية، الرأي العام والمضمون الإعلامي. أما إذا نظرنا لنتائج تحليل مضمون برنامج " تربيوات" فنجد أن البرنامج هو أيضا ركز على موضوع الانترنت وتأثيراتها على الطفل وكيفية استخدامها في ظل عالم تكنولوجي يفرض ضرورة التحكم في هاته التقنيات، حيث بلغت نسبة التكرارات لهذا المفهوم 30.77 % ، تلها بنسبة 28.85 % أي بمعدل تكرار 15 مرة لموضوع وسائل الإعلام تأتي مباشرة نسبة 25 % لموضوع الرسوم الكاريكاتورية، وبعدهم بنسبة أقل تأتي نسبة 5.77 % لكل من مفهوم حرية التعبير وكذا الحملات الانتخابية، وتلها مباشرة النسبة الأخيرة لكل من مفهوم المضمون الإعلامي والتحاور والنقاش بتكرار واحد لكل منهما أي بما يعادل نسبة 1.93 %، في حين غيبت كسابقتهما من البرامج المواضيع الأخرى والتي تتمثل في أخلاقيات العمل الإعلامي، الإعلانات، العمل المسرحي، الصحافة المدرسية، الرأي العام، الدعاية، العلاقات العامة، مرسل الرسالة، مستقبل المضمون، والمشاركة.

- فئة المصدر: تجيب هذه الفئة على السؤال إلى من تنتسب الأقوال أو التصريحات، أو ما هو المرجع أو المصدر الذي تنتسب إليه مادة المحتوى، (عبد الحميد، 1997، 43). وتتمثل أهم هذه المصادر في الأشخاص والصحف، والمحطات الإذاعية والتلفزيونية والكتب، والأفلام والمصادر غير الشخصية والوثائق وغيرها من المصادر المختلفة (حسين، 1995، 15) نجد بأن هذه البرامج تعتمد على مجموعة متنوعة من المصادر، وصلت مجموع تكراراتها 261 تكرارا، وقد تحصل مصدر "المنذع" على أعلى نسبة قدرت ب 45.98 %، حيث بلغت تكراراتها 120 تكرار من إجمالي التكرارات، حيث يعرف المنذع على ضوء وظيفته والعمل الذي يؤديه من خلال الإذاعة بأنه "الشخص الذي يحترف نقل وتقديم المعلومات بصوته إلى الجماهير بواسطة الإذاعة، وبطريقة تخضع لمواصفات معينة، فالمنذع هو حلقة" الإيضاح" التي تربط بين الإذاعة والجمهور، وبدونه لا يكون هناك سوى الصمت أو الشوشرة التي لا تعني شيئا. (شلي، دس، 67) ويمكن تفسير ذلك كون معظم برامج الأطفال هي برامج محلية أكثر منها برامج عالمية أو أجنبية وهي برامج معلومات وتسلية وترفيه، لذا نجد أن القائم بالاتصال من المصادر المعتمد بكثرة، وذلك لأنه لا يتطلب تكاليف باهظة، كما يسمح بسرعة وسهولة الحصول على المعلومات المتنوعة للطفل وإقامة حوارات ونقاشات معه، خصوصا وأن أهم ميزة في المنذع هي صوته وقدرته على التخاطب مع الطفل الصغير، حيث يعتبر الصوت الجيد من المؤهلات الأساسية لمنذع البرامج بالراديو، فالتمكن من اللغة والألفاظ طبعا وفق الجمهور المستهدف يزيد من قدرة القائم بالاتصال على الإقناع فوفق وليد حسن الحديثي، فإنقاع المستمع بجدوى وأهمية ما يقوله ويقدمه المنذع هو الهدف الأسى من العملية الاتصالية، وذلك لا يتأتى إلا إذا كان المنذع ذو إلقاء جيد، موظفا لمختلف الأساليب والاستراتيجيات الإقناعية الفعالة، وهنا تبرز صفة مهمة ينبغي أن يتصف بها المنذع أمام الميكروفون إذا أراد أن يكون إلقاؤه مقنعا وهي صفة

الإخلاص. (الحديثي، 2006، 46) أما عن بقية المصادر فقد دلت إحصاءاتها على ما يلي: جاء مصدر الأخصائي (نفساني، اجتماعي، إعلامي) بمجموع تكرار قدر ب 66 تكرار أي بما يعادل نسبة 25.29%، أما المركز الثالث فقد كان لـ "باحث أو أستاذ أكاديمي" وكذا الوالدين حيث حقق كل مصدر ما نسبته 10.35% أي ما يعادل 27 تكرار من إجمالي التكرارات، تليه في المرتبة الأخيرة فئة مصدر الأطفال بما نسبته 8.05% أي 21 تكرارات. حيث في برنامج "راديو الأطفال FM" جاء في الصدارة مصدر المذيع بنسبة 28.23% بعده مصدر الأخصائي (نفساني، اجتماعي، إعلامي...) كذا مصدر الأطفال بمجموع تكرار قدر ب 21 لكل مصدر أي بما يعادل نسبة 24.70%، أما المركز الثالث فقد كان لـ "باحث أو أستاذ أكاديمي" حيث حقق ما نسبته 14.11% أي ما يعادل 12 تكرار من إجمالي التكرارات، تليه في المرتبة الأخيرة فئة مصدر الوالدين بما نسبته 8.23% أي تكرارات. أما برنامج "أبناؤنا مستقبلنا" فقد احتل مصدر المذيع الصدارة بنسبة تكرارات قدرت ب 65.76%، تليها بنسبة 20.55% تكرارات مصدر الأخصائي (نفساني، اجتماعي، إعلامي...)، وفي الأخير نسبة 13.70% لمصدر الوالدين، في حين لم يكن هناك تدخل للباحثين أو الأطفال، في المقابل نجد أن النسبة الأكبر للتكرارات في برنامج "تربويات" كانت من نصيب مصدر المذيع حيث قدرت ب 46.61%، تليها نسبة 29.13% لمصدر الأخصائي، في حين أخذ مصدر الباحث الإعلامي نسبة 14.75% وكانت النسبة الأخيرة المقدرة ب 9.71% لمصدر الوالدين في حين لم يتم استخدام الأطفال كمصدر.

ب- فئات كيف قيل؟

*فئة الشكل (النمط المستخدم للبحث): يتضح من خلال الجدول أعلاه الذي يتعلق بنوع الأنماط التي تتخذها برامج الأطفال الإذاعية محل الدراسة في بثها للمادة الإعلامية، أن البرامج الثلاثة تعتمد على قوالب مختلفة لبث مادتها وذلك بحسب طبيعة كل برنامج

حيث بلغ مجموع التكرارات الكلي 120 تكراراً، تمثل خلاله شكل الحديث الإذاعي المباشر أعلى نسبة قدرت ب 59.17%، تليها نسبة 30.84% لشكل المناقشة، حيث تعد المقابلة من أهم الأنواع الصحفية المستخدمة في وسائل الإعلام المسموعة والمكتوبة والمرئية، وعلى الرغم من اختلاف التسميات (مقابلة، مناقشة، لقاء، استجواب، حوار...) وبعيدا عن الفروق الغوية فإنها من حيث الدلالة لها معنى واحد، وهو أنها استضافة شخصية من الشخصيات وطرح عليها مجموعة من الأسئلة بهدف الحصول على أجوبة محددة. (لعقاب، 109، 2004)، ومن ثمة تأتي نسبة 10% الممثلة لشكل الحوار في حين لم يتم استخدام نمط الخبر، وقد توزعت على البرامج محل الدراسة كالآتي: برنامج "راديو الأطفال FM" ركز على بث برامجه وفق نمط أو شكل الحديث الإذاعي المباشر بنسبة 75% تليه نسبة 25% الممثلة لشكل المناقشة في حين لم يتم استخدام كل من الخبر والحوار الإذاعي، أما برنامج "أبناءنا مستقبلنا" فقد تمثل شكل الحديث الإذاعي بأعلى تمثيل بنسبة قدرت ب 57.18% تليها نسبة تمثيل شكل المناقشة وذلك بنسبة 28.58% ومن ثمة نسبة 14.29% لشكل الحوار في حين لم يتم استخدام الخبر، كما نجد أن التمثيل الأعلى في برنامج "تربويات" كان لشكل الحديث الإذاعي المباشر وكذا المناقشة بنسبة 40.54% تليها نسبة 18.92% لشكل الحوار في حين لم يستخدم الخبر. - من هنا يتضح أن برامج الأطفال الإذاعية محل الدراسة تعتمد على الأشكال التقليدية في العمل الإذاعي لتقديم المادة الإعلامية للطفل، حيث تم التركيز على الحديث الإذاعي المباشر، يعتبر الحديث الإذاعي المباشر من أقدم الأشكال التي عرفت محطات الراديو، وهي عبارة عن "مادة كلامية يقدمها شخص واحد-مذيع أو مذيعة، أو متخصص في مجال ما- إلى جمهور من المستمعين من خلال الإذاعة المسموعة. ويعرف ب" الحديث المباشر" لأن المتحدث يلتزم السرد، ويتوجه بأفكاره وآرائه إلى المستمع مباشرة فيما يشبه المحادثة الشخصية. (شلي، دس) ومهما كان نوع

الحديث، فهو عبارة عن محادثة يلتقطها المستمع من فم المتحدث بأذنه، لذلك وجب على كاتبه أن يتفادى كل ما يثير أي لبس للأذن، ولكي يتحقق هذا الهدف لا بد أن تكون مفرداته بسيطة وواضحة، ويكون هذا الكاتب ذو مهارة وقدرة على الإنجاز. حيث تبين من خلال البحوث التي أجريت حول قدرة المستمعين على متابعة حديث مباشر يذاع عليهم، أن المدة الملائمة لذلك لا تزيد عن عشر دقائق، وأن المدة المثالية له تتراوح بين خمسة وعشر دقائق، وإذا تجاوز الحديث هذه المدة يبدأ الملل يتسرب إلى الجمهور. (الخليفي، 2008، 139).

* فئة اللغة المستخدمة: اللغة دليل للواقع الاجتماعي، فهي التي تكيف تفكيرنا حول المشاكل والعمليات الاجتماعية، ولا يستطيع الإنسان أن يتكيف مع الواقع دون استخدام اللغة التي تعتبر مجموعة من الرموز اللفظية أو غير اللفظية، تستخدم في تمييز وتسمية وتصنيف المعاني المتفق عليها وهذه الأخيرة تشكل سلوك الأفراد وفهمهم وتفسيرهم لعالمهم المادي والاجتماعي. (العيقة، 2003، 143) ولقد وظفت وسائل الإعلام اللغة لبناء معان جديدة، فالتحول باللغة عن المعاني المألوفة في لغة الحياة اليومية و الانزياح في مضمون الرسالة من أخبار و نقل للمعلومات إلى بؤرة للمعارف و التصورات، كل هذا جعل اللغة ترقى إلى المقدمة في معارج الاهتمام الإعلامي. فإذا كان هدف الإعلام الجماهيري هو الوصول إلى شتى فئات المجتمع فاللغة هي السبيل الأول إلى هذا الهدف. ويتبين من خلال الجدول أن برامج الأطفال الإذاعية محل الدراسة استخدمت مستويات مختلفة من اللغة وذلك حسب الترتيب التالي: اللغة العربية الفصحى بنسبة 47%، من هنا يتبين القناعة بأهمية الفصحى، وأن سيطرتها على البرامج الإذاعية رغبة لا تقاوم من أجل الإجادة والتميز، لأن لها من الإمكانيات ما تفتقده العامية، صحيح أن الفصحى تتضمن رصيذا من الألفاظ والمفردات الصعبة، بيد أنه لا يمكن التناسي بأنها كذلك درجات، وأن المطلوب تعميمه في وسائل الإعلام أبسط درجات الفصحى، أي

ضرورة إيجاد لغة وسطى، ليست بلغة التوحيدي ولا سببويه بل لغة عربية مشتركة تخترق الحواجز القطرية وتطفو عليها وتتجاوز حدود محليتها الضيقة، وتحترم الإعراب، وتستخدم اللفظة الفصيحة والتركيبية التقليدية السليمة، وقد تتقبل بعض الصيغ الجديدة المستوحاة من اللهجات أو حتى اللغات الأجنبية بشرط انخراطها في القوالب الأسلوبية والبنى النحوية والصرفية المكرسة، (بلحاج، 70، 2000) وبما أن استعمال الفصحى في البرامج الإذاعية يختلف عن استعمالها في الجرائد، فالجرائد المحررة بالعامية هي عبارة عن جرائد شعبية، وهو ما يجعلها منبذة في أوساط المثقفين، في حين أن استعمال العامية بالإذاعة يعد رسمياً لأنه يرد على ألسنة الخاصة من الساسة والعلماء، وكبار الكتاب والأدباء، والفنانين وغيرهم. ولعل من أبرز خصائص الاستعمال اللغوي في البرامج الإذاعية هو أنه يتأثر بالبرنامج الذي يرد فيه، وكذلك بمنتجي هذا البرنامج، ويمكن القول أن منزلة كل من الفصحى والعامية في هذه البرامج تتأثران بدرجة الجماهيرية في كل منهما، فكلما كان البرنامج جماهيرياً (موجهاً إلى الجمهور الواسع من المستمعين) كان الاستعمال اللغوي عامياً، وذلك لتعاملها مع ضروب مختلفة من الناس، وكلما كان البرنامج رسمياً أو موجهاً إلى جمهور خاص كان الاستعمال اللغوي فصيحاً. (بن مراد، 2000، 42) لذا نجد أن برامج الأطفال الإذاعية تستخدم أيضاً اللغة العامية حيث تلت اللغة العربية الفصحى بنسبة 28.28 % في حين كانت نسبة 25.52 % لاستخدام اللغة المختلطة، في حين لم يتم استخدام اللغة الأجنبية. فوحدة اللغة مطلقاً لا وجود له إذ أن أفراد المجتمع لا يملكون مستوى تعبيرى واحد يستعملونه بنفس الطريقة في كل المقامات حيث أن هناك اختلاف يظهر على مستوى لغة معينة من حيث التراكيب المتعددة، حيث نجد أفرادها لا يستعملون مستوى واحد للتعبير عن أغراضهم، و تعد اللغة العربية واحدة من اللغات التي تتوفر على أكثر من مستوى تعبيرى، ما يصطلح عليه اللغويون بالثنائية اللغوية التي تتمثل في وجود مستويين

لغويين أحدهما للمشافهة في الشؤون اليومية و يوظف في المواضيع الدنيا وهو العامية و المستوى الثاني و هو الفصحى يوظف في الكتابة و الموضوعات العليا، فالأول هو أداة الاتصال بين عامة الأفراد و الثاني هو المتعامل به في الدوائر العلمية والثقافية، و تؤكد الدراسات والبحوث بأن هذين اللسانين العامية والفصحى المكونين للغة العربية كانا متعايشين في كل فترات التاريخ و على اختلاف الأمم أي هما فصيلتان من لغة واحدة والفرق بينهما فرعي لذلك فإن الباحث في اللسانيات العربية ينطلق من كون أن العاميات العربية تنتمي إلى الفصيحة وأنها ليست شيئا منفصلا عنها، كما انه ينطلق في دراساته من قاعدة أساسية مفادها أن اللغة العربية كباقي اللغات الأخرى خاضعة للتطور. (طباش، 2010، 43).

- نتائج الدراسة:

- يمكن القول أن أغلب المواضيع التي تبثها الإذاعة للطفولة يغلب عليها الطابع الأخلاقي الاجتماعي بدرجة كبيرة، ثم يلها الطابع الوطني ومن ثم الجانب الصحي بدرجة أقل، ويمكن إرجاع ذلك لكون مواضيع هاته البرامج قد حددت وبرمجت مسبقا وفقا لاحتياجات الطفل العمرية، فهو في مرحلة حرجة يحتاج فيها الطفل لصقل شخصيته وتحديد انتماءاته الوطنية الاجتماعية وكذا الدينية والعقائدية منها بغية توجيه سلوكه ليتماشى مع المسؤولية الاجتماعية والمجتمعية التي سيتحملها في مراحل العمرية المستقبلية. وهنا يأتي دور الإذاعة حيث تلعب دورا مهما داخل المجتمع حيث تجعل خدمة المجتمع من أهدافها الأساسية وهي تسعى إلى ترسيخ قيم المجتمع وعقيدته وحضارته وكذا بعث تراثه وعاداته وتقاليده كما تسعى إلى الارتقاء بالفكر والسلوك. (حجاب، 2010، 251) بينما سجلنا إهمال للمواضيع الإعلامية مقارنة بالمواضيع الأخرى. فلا تختلف مصادر التربية الإعلامية عن مصادر التربية بشكل عام، فوسائل الإعلام تعد من أكثر وسائل التأثير في الرأي العام وتحديد اتجاهاته، بل أصبحت هذه الوسائل

مصدرا أساسيا للثقافة العامة لكافة فئات المجتمع، حيث إمتد تأثيرها إلى معظم أفراد المجتمع، من خلال ما تقدمه من محتوى يحمل مضامين متعددة تلقى قبولا لدى هذه الفئات، فبين برامج موجهة للأطفال والأسرة إلى برامج تعنى بالشأن السياسي والاقتصادي والرياضي والفني، تتوزع المادة الإعلامية التي تبثها القنوات الفضائية بكل ما تحمله من مضامين، بل بدأت بعض وسائل الإعلام في التحول إلى إعلام متخصص في مجال محدد، فهناك قنوات فضائية مخصصة للأطفال مثال على ذلك قناة mbc3 وأخرى للأسرة وثالثة للصحة كقناة للصحة والجمال ورابعة للبيئة كما اتجهت قنوات أخرى للاهتمام بالثقافة سواء كان ذلك بتخصيص برامج ثقافية على خارتها الإعلامية، أو أن يكون محتوى القناة الفضائية ثقافيا بحتا، وما يقال في القنوات الفضائية يمكن أن يمتد إلى الإذاعة والصحافة، أما الإعلام التقني كشبكة الأنترنت والوسائط التقنية فقد تجاوز جميع الأدوار ليصبح إحدى مصادر التربية الإعلامية المهمة بما يتميز به من تجاوز كافة العوائق سواء كان ذلك في الوقت الذي تبث فيه المادة الإعلامية أو مجالها الجغرافي أو مجالات رقابتها ومنعها. (حسن، 2015، 113).

- نلتمس عدم الاهتمام بموضوع التفكير النقدي الذي يعتبر الركيزة الأساسية في بناء ثقافة إعلامية واعية لدى الأطفال، فهنا وأمام ازدياد مستخدمي التكنولوجيا في العالم في ظل الغزو الإعلامي والرقمي أصبح هناك حاجة ملحة للحديث عن تنشئة الأفراد على الاستخدام المسؤول لوسائل الإعلام من خلال تقديم الأدوات والمهارات المناسبة للأجيال الجديدة من أجل فهم آليات عمل الإعلام وتمكين الأطفال من التعامل معها بشكل سليم وعقلاني أي تربية وتنشئة النشء على حسن استغلالها وتجنب مخاطرها ومن هذا المنطلق ظهر مصطلح التربية الإعلامية والرقمية، فكل هذه المبررات لخطورة وسائل الإعلام على الجمهور جعلت من التربية الإعلامية والرقمية ضرورة ملحة للتعامل مع هذا الواقع الجديد، حيث يرى الشميمري أن مهارة التفكير الناقد هي أهم عناصر

التعامل الواعي مع وسائل الإعلام، الذي يفرز ما هو (سليبي وردي)، و ما هو (إيجابي ونافع)، وكذا ما بينهما، فالتفكير الناقد يرتبط بالعديد من الأفعال ومن أبرزها: التمهّل، والتعقل، والتفتح العقلي، وطرح التساؤلات، والاستيضاح والتحقق والرجوع إلى المصادر، وتقويم المصادر، وجمع الأدلة والشواهد على صحة أمر ما، وتقويم الأدلة وبناء المعايير للحكم والتعليل والاستنتاج ومعرفة الافتراضات، والاستنباط وتحليل الأفكار، والبحث عن الأسباب، والأمانة العلمية، وإتباع الدليل، والأخذ بالاعتبار جميع الاحتمالات، والاستناد على التعقل أكثر من الانفعال، والأخذ بالاعتبار أيضا وجهات نظر الآخرين وتفسيراتهم، والاهتمام بإيجاد الحقيقة، والتقويم، وإصدار الأحكام. (الشميمري، 2009، 30) إن مهارة التفكير الناقد تكون أكثر أهمية وأشد إلحاحا عند التعامل مع وسائل الإعلام الجديد، والانترنت بصورة عامة، لأن الأمر يزداد تعقيدا مع غموض وعدم وضوح الشخصيات الحقيقية التي تتفاعل في إطار الإعلام الجديد أحيانا، كما أن الحرية التي لا تحدها حدود الزمان والمكان والرقابة تتيح نشر أخبار غير صحيحة، وشائعات مغرضة، وأفكار خاطئة، كما يمكن أن تقود إلى ارتباطات مدمرة بشبكات الجريمة المنظمة، والإرهاب والمخدرات وغسيل الأموال وغيرها من المخاطر المحتملة. (الشميمري، 2009، 31).

- البرامج الإذاعية لا تركز على نشر ثقافة التربية الإعلامية بالشكل المطلوب حيث تكتفي بالتركيز على خلق وتعزيز القيم الإيجابية التي تضمن استمرار الحياة الاجتماعية وتهمل خطورة وسائل الإعلام على الجمهور التي جعلت من التربية الإعلامية والرقمية ضرورة ملحة للتعامل مع هذا الواقع الجديد، هاته التربية التي لا تتأني إلا من خلال التركيز على تنمية مهارات التفكير النقدي والابتكاري لدى الطفل ليتعامل مع كل أنواع المضامين الإعلامية الغير أخلاقية، حيث يشمل التفكير الإبداعي لإنتاج مواد إعلامية أصيلة- بالنسبة للفرد نفسه- على المستوى الشخصي، والمستوى الثقافي، وتوظيف

مهارات التفكير العليا مثل التحليل والمقارنة والاستنتاج والتفسير والتقويم والدمج عند تناول قضايا إعلامية معينة، وإصدار الأحكام حول الثقة والمصداقية لمصادر إعلامية محددة.

- هناك عدم اهتمام البرنامج بتجنب القيم السلبية للعولمة وهذا في غاية الخطورة على الطفل حيث لا يكفي أن نقوم بتعريف الطفل بالقيم السلبية لتكون لديه ثقافة التربية الإعلامية بل ينبغي أن نركز على ضرورة تجنبه لهذه القيم السلبية والابتعاد عن المحتويات الإعلامية التي تدعم مثل هاته القيم في سلوك الطفل. حيث يرى الشميمري أن الاعتراف بوجود جوانب سلبية في وسائل الإعلام والتقنية الحديثة وأنها ليست خيرا محضا، وبالتالي بناء مهارة التفاعل الواعي مع وسائل الإعلام والتقنية الحديثة من خلال ثلاث جوانب متكاملة وهي: الجانب المعرفي (التفكير)، الجانب الوجداني (المشاعر والعواطف) وكذا الجانب السلوكي (الممارسات والتصرفات) هي من أهم القواعد العامة لتوجيه الأطفال للتفاعل الواعي مع وسائل الإعلام. (الشميمري، 2009، 31).

- برامج الأطفال الإذاعية لا تهتم بأهم عناصر التربية الإعلامية التي تركز عليها التربية الإعلامية، حيث لم تركز على عناصر العملية الاتصالية التي تعتبر الركيزة الأساسية لتكوين ثقافة الوعي الإعلامي من مرسل ومستقبل وأهملت المضمون الذي يعتبر النقطة الأهم لتفادي التسمم الإعلامي بالمضامين غير الأخلاقية، وهذا ما وضعناه في الإطار النظري للدراسة حيث أن استخدام مهارة التفكير الناقد تساهم في بناء الوعي الإعلامي لدى الإنسان، وتساعد على تجنب فخ التضليل الإعلامي، والإثارة الإعلامية، بل والتسمم الإعلامي، ويتم تطبيق مهارات التفكير الناقد بتوجيه مجموعة من الأسئلة لكل عنصر من عناصر عملية الاتصال حسب نموذج لازويل الشهير الذي يقترح خمسة أسئلة للتعبير عن الاتصال وهي: من؟ يقول ماذا؟ بأية وسيلة؟ لمن؟ وبأي تأثير؟ كما أنها اكتفت بذكر مخاطر الأنترنت ولكنها لم تركز على غرس وتكريس مبادئ التربية

الإعلامية الانترنت تؤثر على الأفراد بما يسمى تأثير البيت الساخن والذي يعني وجود الصغار في عالم الكبار، ليدخلوا عالم النضج بشكل أكبر مما يمكن أن يتحمله نموهم العاطفي، فحصول الصغار على معلومات عن عالم الكبار يعني مقدرتهم على استخدامها بحكمة، ولذا فإن تعلم الفرق بين التفكير والعاطفة هو أفضل الطرق للسيطرة على تأثير البيت الساخن، بحيث لا يسيطر هذا التأثير على المرء. وعلى الرغم من وجود مواقع تمتاز بالتخصص من حيث الأعمار والجنس والثقافات وميادين المعرفة ومجالات الإغواء، إلا أنها جميعا تكون متاحة للجميع دون تمييز بين الأطفال والشباب والراشدين والذكور والإناث، وكفي أن يملأ الشخص طلب الاشتراك ويكذب بخصوص المعلومات يريدھا الموقع فيصبح متاحا له الإطلاع على ما يعرضه الموقع، إذ أن ليس باستطاعة المواقع الالكترونية التحقق من صدق المعلومات وهذا ما يجعل فئات عمرية تتعرض لتجارب أكبر من عمرها. (أبو أصعب، 1999، 336).

- هناك تفاوت في نسب الاعتماد على المصادر المختلفة في برامج الأطفال الإذاعية محل الدراسة وذلك راجع إلى طبيعة هذه برامج الأطفال التي تركز على التحوار والمناقشة مع الطفل. كما أن حصول مصدر "المذيع والقائم بالاتصال" على أعلى نسبة يمكن تفسيره على أن المصدر يحتوي ضمنا على مصادر فرعية (مصادر رسمية، وسائل إعلام..). بالإضافة إلى الآراء الشخصية والانتقادات الذاتية التي يقدمها القائم بالاتصال للموضوع محل الطرح، على اعتبار انه فرد موثوق فيه عند جمهوره لأنه يكون متخصصا في الأمور وأكثر الماما بالمواضيع التي يطرحها ويتحدث عنها. ، ولكن ما يعاب أن برامج الأطفال الإذاعية محل الدراسة لم تهتم بشكل كبير على أهم عنصر في التربية الإعلامية للطفل وهو عنصر المشاركة في إنتاج المضامين الإعلامية، على الرغم أنها ركزت وبنسبة كبيرة على عنصر مهم وهو ضرورة إخضاع برامج الأطفال لرقابة أخصائيين. حيث ينبغي أن يشرف على برامج الأطفال متخصصين من ذوي الخبرات والمعرفة والاختصاص

التربوي في مجالات ثقافة الأطفال العلمية والاجتماعية والتعليمية والسلوكية والنفسية والعاطفية والانفعالية، والعمل على تحديد أهداف هذه البرامج قبل تقديمها للأطفال، بحث يؤخذ بعين الاعتبار مراحل الطفولة المبكرة والمتوسطة والمتأخرة وفق الترتيب العمري للأطفال. وأن تخدم هذه البرامج القيم والعادات الاجتماعية السليمة، وأن تركز على الأخلاق والسلوكيات الصحيحة، التي تعمق من محبة الكبار واحترام الأهل، والعمل بنصائحهم وإرشاداتهم وتوجيهاتهم، بالطاعة التي تحمل معاني الفناعة، وليس الإكراه أو الإجبار. وعلى هذه البرامج أيضا أن تعمل جادة على تطوير الشخصية ونموها في الاتجاه الصحيح، في كافة الجوانب الثقافية، والجسدية والفكرية والنفسية والاجتماعية. (حنا، 2010، 200).

- بما أن هاته البرامج موجه للأطفال فقط استبعدت اللغة الفرنسية كون فئة الأطفال غير مثقفة باللغة الفرنسية بشكل كبير، لكن هذا لا ينفي أنه تم استخدام بعض الألفاظ المختلطة في الحديث لأنها تندرج في حديثنا وكلامنا اليومي وهذا ما يؤكد قول عز الدين صحراوي أن المجتمع الجزائري وبالرغم من الاعتراف بوجود لغة رسمية واحدة فإننا نلمس تعايش أكثر من نمط لغوي قد يستعمل حتى في المواقف الرسمية و يقول بأن النظام اللغوي في المجتمع الجزائري يوحى بوجود أزمة لغوية معقدة كان للمحيط الثقافي والاجتماعي أثره البارز في تكريسه و ترسيخه، فالمتكلم يزواج أحيانا بين أكثر من مستوى لغوي (العربية، الفرنسية، الأمازيغية) و هذا يعود بالدرجة الأولى إلى تكوينه و تأثير اللغة الأم فيه و إذا كان الواقع النظري يوحى بأنه بمقدور المتكلم أن يوظف مستوى لغويا واحدا من دون حاجة إلى الاستعانة بنظام أو مستوى لغوي آخر و بخاصة الأمازيغية أو العامية في تحقيق تواصله.

خاتمة : لقد حاولنا من خلال عناصر هذا المقال معرفة تفاوت العمل الإعلامي الإذاعي الموجه للأطفال بين العمل الإعلامي التربوي وبين تنمية ثقافة التربية الإعلامية بغية

التفريق وعدم الخلط بين التربية الإعلامية وبين استخدام وسائل الإعلام "كوسائل تعليمية" حيث توصلنا كنتيجة عامة إلى أن الإذاعة تقوم بعمل إعلامي تربوي وليس تربية الاعلامية ففي هذا السياق يرى رجب، في كتابه "الإعلام التربوي في مصر واقعه ومشكلاته (1989 م)": أن الإعلام التربوي هو أقرب ما يكون إلى مجال أصول التربية، وتحديدأ فلسفة التربية، وذلك لأن الإعلام التربوي يطرح العلاقة بين الإعلام والتربية من زاوية الالتزام التربوي تجاه محتوى الرسائل الإعلامية لوسائل الإعلام. غير أن التربية الإعلامية أخذت تتجه صوب إتباع نهج ذي طابع تمكيني أوضح (مهارات التعامل) حيث يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط به، وحسن الانتقاء والتعامل معها، والمشاركة فيها بصورة فعالة. كما أن التربية الإعلامية هي التعليم والتعلم بشأن الإعلام، فالأطفال والشباب هم المستهلك الرئيسي للخدمات الإعلامية. وبالإضافة إلى ما يختارونه بأنفسهم من مواد إعلامية يشغلون بها أوقات فراغهم، يستمد الأطفال جانباً هاماً من تعلمهم من وسائل الإعلام، فقد أصبح الإعلام جزءاً من خلفيتنا الثقافية التي تحيط بالصغار والكبار على حد سواء، ولذا يستحق أن يدرس كمجال قائم بذاته.

المراجع والمصادر:

ابراهيم بن مراد، في مسألة الاستعمال اللغوي في البرامج الإذاعية والتلفزيونية، الإذاعات العربية، العدد 2، 2000.

اسماعيل عبد الفتاح ومحمود منصور هيبه، البحث الإعلامي (اتجاهات وقراءات في حلقة البحث الصحفي والإعلامي)، (دط)، مركز الإسكندرية للكتاب، القاهرة، 2009.

صالح أبو الأصبع، تحديات الإعلام العربي، دراسات الإعلام المصداقية، الحرية، التنمية والهيمنة الثقافية، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، 1999.

طباش، فارس، (2009-210)، العامية و الفصحى واشكالية التلقي لدى جمهور الاذاعة الجزائرية رسالة ماجستير غير منشورة قسم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3.

بوبر بلحاج، اللغة العربية في الإذاعة والتلفزيون بين ثوابت الكيان وثقافة الحداثة، الإذاعات العربية، العدد، 2000.

بين التربية بالإعلام والتربية على الإعلام. برامج الأطفال الإذاعية نموذجا أ. سحر أم الرتم

- جمال العيفة، الثقافة الجماهيرية (عندما تخضع وسائل الإعلام والاتصال لقوى السوق)، (دط)، منشورات جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2003.
- طارق سيد الخليفي، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دط، دار المعرفة الجامعية، مصر 2008.
- عاطف عدلي العبد، زكي احمد عزمي: الاسلوب الاحصائي واستخداماته في بحوث الراي العام —دراسة ميدانية، تحليل محتوى العينة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.
- فاضل عبد الله حنا، التلفزيون وقلق الأهل والمربين على أطفالهم، الإعصار للنشر والتوزيع، 2010.
- كرم شلي، المذيع وفن تقديم البرامج للراديو والتلفزيون، دط، مكتبة التراث الإسلامي، القاهرة، دس.
- محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، ط7، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.
- نوف بنت دغش بن سعيد القحطاني، (2006) الاعلام التربوي ودوره في تفعيل مجالات العمل المدرسي في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير منشورة، كلية التربية، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.
- وليد حسن الحديثي، فن الإلقاء والتقديم والكتابة للإذاعة والتلفزيون، ط1، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006.
- حسن احمد جمال، 2015، التربية الإعلامية (مفكر ناقد، متلقي رشيد، منتج فعال)، ط1، مصر، دار المعرفة، المنيا.
- الخيري طلال بن عقيل بن عطاس، 2009، تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، بحث مكمل لنيل شهادة الدكتوراه منشورة، في الأصول الإسلامية للتربية، جامعة أم القرى، السعودية.
- الشريف عبد العزيز، 2014، الإعلام والتربية، ط1، عمان الأردن، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع.
- الشميمري فهد بن عبد الرحمن، 2010، التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام، ط1، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية.
- عبد الحميد محمد، 1997، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتاب.
- علي عبد الفتاح علي، 2014، الإعلام التربوي، مفهومه أهدافه إستراتيجيته، عمان، الأردن، دار الأيام للنشر والتوزيع.

الغريب عبد الرحمن، 2002، إشكالية الهوية بين الإعلام التلفزي والتنشئة الأسرية للطفل العربي، مجلة الطفولة والتنمية، بصدرها المجلس العربي للطفولة والتنمية، عدد 02.

- محمد لعقاب، الصحفي الناجح، ط1، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004.

Ulla Carlsson, SamyTayie,2008 , Gene vie`veJacquinot-Delaunay and Jose` Manuel PE` rezTovnero (Eds), " Empowerment through Media Education: An Interculture Dialogue", (Sweden: Nordicom, Goteborg university).