

التلفزيون من المدرسة إلى الجامعة "مقاربة إعلامية للملقن الثاني"

د. محمد شطاح

جامعة الشارقة الإمارات العربية المتحدة

مقدمة:

أدى انتشار التلفزيون وتطور تكنولوجيات الاتصال، وتوغل هذه الوسيلة في جزئيات وتفاصيل حياتنا اليومية إلى جدل واسع حول دور التلفزيون في مجال التربية والتعليم. الفريق الأول يرى أن التلفزيون بإمكانه المشاركة إلى جانب المدرسة والجامعة في التربية والتعليم، وأن هذه الوسيلة قد تفوق المؤسسات من حيث قدرتها على التغيير وبناء ثقافة الطفل والطالب اليومية، وحجة الفريق في ذلك أن ما حققه التلفزيون كأحدى وسائل الإعلام الجماهيرية المعاصرة من تغيرات

التلفزيون من المدرسة إلى الجامعة "مقاربة إعلامية للملقن الثاني" د. محمد شطاح
جذرية في بنية الحياة اليومية في ظرف عشرين سنة، لم تستطع المدرسة أن
تنجزه خلال عشرة قرون من التواجد.

في حين ينتقد الفريق الآخر وسائل الإعلام ومنها التلفزيون، ويرى أنها تعمل
على نشر الذوق السقيم وتعميم التطابق الثقافي وتدعيم السلبية عند عرض
الحقائق، بالإضافة إلى الهبوط بالحياة الثقافية إلى مستوى التسلية الجوفاء،
والتلفزيون في نظر هؤلاء مسئول عن فشل التلاميذ والطلاب في التحصيل
الدراسي وذلك مرتبط لدى نسبة كبيرة منهم بمدى تعرضهم لوسائل الإعلام
وفي مقدمتها التلفزيون.

ونجد فريق آخر يقف وسطا بين الرأيين، ويؤكد أن التلفزيون والمؤسسات
التربوية والتعليمية تكمل بعضها البعض، فهذه الوسيلة (التلفزيون) تؤثر إيجابا
على الأطفال والطلبة من حيث تفتح قدراتهم في مجال التحصيل الدراسي،
بالإضافة إلى أن التلفزيون والمؤسسات التعليمية ترمي إلى غايات مختلفة إلا
أنها ليست متعارضة.

ضمن هذه الآراء تسعى هذه الورقة إلى أن تقدم مقاربة إعلامية في الموضوع،
نسعى من خلالها ومن خلال الدراسات والبحوث السابقة إلى البحث في طبيعة
علاقة التلفزيون بالمدرسة والجامعة وبعبارة أخرى بين التلفزيون من جهة
والطفل والشباب الجامعي من جهة أخرى، وبخاصة في ظل التطور الهائل في
مجال وسائل الإعلام وبالأخص التلفزيون، الذي بات يزاحم المدرسة
والجامعة في العديد من وظائفهما، وهو أمر يجعلنا نتساءل عن مستقبل هذه
العلاقة، وعن إمكانية أن يتحول التلفزيون إلى مدرسة وجامعة موازية، وما
السييل إلى ترشيد هذه العلاقة خاصة في بيئتنا العربية. وقد ارتأينا مناقشة ذلك
ضمن المحاور الآتية:

أولاً: الوضع الراهن للسمعي البصري والتلفزيون.

ثانياً: التلفزيون والمدرسة: المعلم الثاني

1- التلفزيون في المدرسة.

2- بعض التجارب.

3- التلفزيون خارج المدرسة.

ثالثاً: التلفزيون والجامعة : وسيلة خاصة لجمهور خاص.

1- التلفزيون الجامعي : آداه تعليمية.

2- الجامعة في برامج القنوات التلفزيونية.

3- نحو قنوات تلفزيونية جامعية.

أولاً: الوضع الراهن للسمعي البصري والتلفزيون :

لم تشهد وسيلة من وسائل الإعلام الجماهيرية تطوراً سريعاً كالتطور الذي شهده التلفزيون، إذ تمكنت هذه الوسيلة وفي ظرف وجيز من الانتشار والاستحواذ على جماهير واسعة الأمر الذي حداً بأحد خبراء الاتصال إلى وصف هذه الحالة بالقول: " إنه جمهور مهول، وهو من حيث حجمه الكلي ومن حيث نسبته المئوية من السكان يعد ظاهرة اجتماعية، لا سابق لها في التاريخ".¹

كما لم تتأخر أدبيات الإعلام في تقديم أوصافاً وأسماء لهذا الصندوق الزاخر بالأسرار، فقد وصفه رئيس لجنة المواصلات الفيدرالية في الولايات المتحدة

¹ إدوارد واكين: مقدمة إلى وسائل الاتصال. ترجمة وديع فلسطين. مطابع الأهرام التجارية. القاهرة 1981. ص: 117.

التلفزيون من المدرسة إلى الجامعة "مقاربة إعلامية للملقن الثاني" د. محمد شطاح
الأمريكية عام 1961 "نيوتن مينو" بالقول: التلفزيون "متاهة واسعة"¹ ووصفه
مارشال ماك لوهان بأنه "العنق الخجول"² "Le géant timide" وهو وصف
استعاره من Edith Efron في مقال نشر عام 1963. والحقيقة أن التلفزيون يتطور
بشكل سريع جدا، وهذا التطور من الوسيلة في الشكل والمضمون.

ففي الشكل تطورت الوسيلة في الصوت والدبلجة والحجم والإخراج ويمكن
تحديد معالم هذا التطور في كون التلفزيون اليوم أصبح وسيلة تتميز بالتفاعلية
وعدم الارتباط بعنصر الوقت، والتوجه نحو الشيوع والانتشار³، أما على صعيد
المضمون فقد تعددت الرسائل وتنوعت المضامين وتعددت القنوات ضمن
خاصية تكاد تكون متفردة عن باقي الوسائل، وهي انفراد بثلاثية مركبة وهي
نص + صورة + صوت (أداء) .

وقد أفرز هذا التطور واقعا إعلاميا جديدا يمكن تحديد بعض ملامحه في
الجوانب الآتية:

- 1- التزايد المستمر لدور وسائل الإعلام في حياتنا اليومية وخاصة
التلفزيون.
- 2- التطور الهائل في تكنولوجيات الاتصال والمعلومات ممثلة على
الخصوص في شبكة الانترنت وأجهزة الإعلام الآلي المتعددة
الوسائل.
- 3- تنامي الاستثمارات في مجال الاتصال بشكل لا سابق له في التاريخ.

¹ نفس المرجع ص: 102.

²3 -Marshel Mc Luhan. Pour comprendre les medias. Edit
Mme/seuil.Paris 1976. p : 352.

³ د. عبد الله بوجلال وآخرون: القنوات الفضائية وتأثيراتها على القيم الاجتماعية والثقافية
والسلوكية لدى الشباب الجزائري، دار الهدى، الجزائر.

4- الاتجاه نحو الخصوصية في صناعة الاتصال والخدمات الإعلامية ومنها الخدمة التليفزيونية.

5- تخلص وسائل الإعلام من الرقابة خاصة فيما يتعلق بالبرامج ضمن دعاوي الديمقراطية وحرية التعبير.¹

أيضا فإن التليفزيون أصبح اليوم أداة تعمل ضمن مناخ دولي تهيمن عليه دعاوى المنظمة العالمية للتجارة بضرورة تحرير قطاع الإعلام وخاصة السمعي بصري وضمن مقاربات ذات علاقة بالعولمة وما تتضمنه من آثار على مستقبل الناشئة والشباب ومستقبل الذاتية والهوية الثقافية من خلال البرامج الموجهة والتي تجوب العالم متحررة من كل القيود. وقد ساعد على ذلك انتشار القنوات الفضائية وتعددتها، وانتشار وسائط جديدة تساعد على التخزين والبرمجة والاستخدام عند الحاجة، خاصة عن طريق شبكة الانترنت والأسطوانات الممغنطة وأجهزة الفيديو وغيرها من الوسائل.

إن الحالة الراهنة للإعلام التليفزيوني وخاصة الموجه للتربية والتعليم تكشف عن توجه جديد يسعى من خلاله مناصري أو أنصار العولمة إلى إعادة تشكيل العالم على المستوى الثقافي والتربوي والتعليمي ضمن إستراتيجية بعيدة المدى، فقد كشف "نيلسون ثال"² أحد تلاميذ "مارشال هاكلوهان" هذه الأبعاد عندما أكد أن الهدف غير المعلن من شبكة الانترنت هو جعل العالم كله يفكر ويكتب ويفعل كما يفعل سكان أمريكا الشمالية.

¹ د. ليلي عبد المجيد. العلاقة بين الأطفال العرب والتليفزيون مجلة الطفولة والتنمية. العدد 6 - مجلد 2 صيف 2002. القاهرة. ص: 150.

² جراهام طومسون: مقدمة. تحديد موقع العولمة. المجلة الدولية للعلوم الاجتماعية ترجمة بهجت عبد الفتاح. مركز المطبوعات. اليونسكو. يونيو 1999. ص: 160.

المعيار 381..... العدد 19

التليفزيون من المدرست إلى الجامعة "مقاربت إعلامية للملفن الثاني"..... د. محمد شطاح
إننا نعتقد أن التليفزيون يوظف ضمن نفس الهدف والغاية وقد نبه التيار
الرافض للعولمة إلى حضور الظاهرة باعتبارها حالة من الأمركة
Americanization. فالعولمة تعني "الأمركة بكل وضوح" أو هي "تمديد التدويل
تحت مسمى آخر"¹، وتوظف في سبيل ذلك وسائل الإعلام وفي مقدمتها
الوسائل السمعية بصرية ومختلف محتوياتها.

لقد نبهت إلى مخاطر الظاهرة البلدان الأوربية والصناعية بصفة عامة، ففي تقرير
صادر عن اللجنة الملكية الكندية من عام 1984 أشار إلى خطورة الغزو
الإعلامي الثقافي الأمريكي لهذا البلد المجاور، وأدان التقرير الآثار الناجمة عن
هذا التدفق الذي يعمل في نظر التقرير على "زعزعة النسيج القومي للمجتمع
الكندي" من خلال ثقافة العنف والتفسخ الأخلاقي، وخلص التقرير إلى القول
"إننا بحاجة إلى بديل من طوفان المسلسلات الأمريكية التي تبث في مجتمعنا
وتشوه ثقافتنا القومية وتحور قيمنا الاجتماعية والعائلية".²

وقد ازدادت هذه الموجة اتساعاً في السنوات الأخيرة خاصة بعد تبوء الولايات
المتحدة الأمريكية مكانة القيادة للنظام العالمي الجديد، وسيطرتها على مختلف
قطاعات صناعة وتسويق الإعلام.

أوروبا الخائفة:

لقد نشرت مجلة "لوموند للتربية والثقافة والتكوين" في عددها الشهري من
سبتمبر 1997 دراسة لـ Claude Michel, Aline Pailler تحت عنوان "انتفاضة

¹ د. مصطفى عبد الغني: الجات والتبعية الثقافية. الهيئة المصرية العامة للكتاب القاهرة
1999. ص: 72.

² فكتور سحاب. أزمة الإعلام العربي الرسمي. دار الوحدة. بيروت 1985. ص: 33.

التليفزيون من المدرسة إلى الجامعة "مقاربت إعلامية للملفن الثاني"..... د. محمد شطاح

أوروبا¹ أوروبا جاء فيها أن أوروبا القديمة مهددة بشكل لا سابق له في التاريخ في هويتها من قبل الولايات المتحدة الأمريكية وخاصة في المجال الإعلامي والثقافي، ويزول التعجب إذا استعدنا ما قاله Z.Brezenski مستشار البيت الأبيض سابقا من أنه "ما لم نتمكن من تحقيقه بواسطة السلاح سنحققه بواسطة الطرق السريعة للمعلومات" ويواصل التقرير "ماذا بقي لنا لحماية أو ضمان الهوية الثقافية لأوروبا، إن الأمريكيان يوفر 69% من الأفلام المستوردة لأكثر من 80 قناة تليفزيونية يضمها الاتحاد الأوروبي". وتنشر الدراسة الإستراتيجية المتبعة من طرف الولايات المتحدة الأمريكية قصد بسط نفوذها على الفضاء الإعلامي الأوروبي من خلال وثيقة للإدارة الأمريكية صادرة بتاريخ أبريل 1995 تحت عنوان «US Global Audiovisuel Strategy²» والتي تضمنت سبع توصيات، نوجز منها:

- تطوير إمكانيات الاستثمار للشركات في مجال الإعلام السمعي بصري في أوروبا.
- تطوير التحالفات بين مختلف الشركات الأمريكية النشطة في أوروبا.
- تجنب المناقشات أو عدم إثارة الموضوعات الثقافية خاصة في هذه القارة.

ومن هنا تسعى أوروبا جاهدة لإنقاذ الهوية الثقافية الأوروبية من المد الثقافي والإعلامي الأمريكي بمختلف الوسائل، ويتضح ذلك من خلال توحيد إقامة مشاريع ثقافية وإعلامية مشتركة مثل محطة أرونيوز «Euronews» الإخبارية ولا

¹ -Aline pailler, claude michel : l'envlèvement d'europe. Le monde de l'éducation, de la culture et de la formation. Septembre 1997, N°251. p.37.

² Ibid. p :36.

التليفزيون من المدرسة إلى الجامعة "مقاربة إعلامية للملقن الثاني"..... د. محمد شطاح
عجب أن نجد أوروبا في مفاوضات "الجات" تتفق مع الولايات المتحدة
الأمريكية على استثناء الجانب الثقافي إلى حين اتضاح الرؤية¹.
ونعتقد أن البلاد العربية ليست بمنأى عما يشهده العالم من تطورات في المجال
السمعي بصري وفي مجال البث التليفزيوني وخاصة البث الفضائي الوافد
والذي يعمل من مجمله على تكريس المخاطر الآتية:

1- إشاعة قيم الاستهلاك الغربي.

2- فرض النموذج الثقافي الأورو-أمريكي.

3- ترسيخ قيم الإمتثالية.

4- القضاء على التنوع الثقافي للمجتمع.

وتكمن خطورة هذا الإعلام من كونه ينطلق من المعادلة الآتية التي توضح كيفية
نجاح "والت ديزني" و"الماكدونالدز" في غزو الثقافة العالمية والتي وضحتها
"Benjamin Barber" في أن سبب نجاح استعمار "والت ديزني" للثقافة العالمية
يكن في ظاهرة قديمة قدم الحضارة، إنها المنافسة بين الشاق والسهل،
والبطيء والسريع، وبين المعقد والبسيط، فكل أول من هذه الأزواج يرتبط بنتاج
ثقافي يدعو للإعجاب والإكبار، أما كل ثاني من هذه الأزواج فيتلاءم مع لهونا
وتعبنا وخمولنا، إن دزني وماكدونالدز وMTV تروج لما هو سهل وسريع
وبسيط.²

هذه إذن الأوضاع الراهنة للتلفزيون على صعيد الوسيلة والتطورات التي
شهدتها، وعلى صعيد المضامين والرسائل التي تقدمها ضمن خارطة إعلامية
دولية تتميز باتساع رقعة التفاوت وبتفاقم حالة الهيمنة، وبتوجهات جديدة تسعى

¹ أرمان ماتلار: أصوات غير متساوية. رسالة اليونسكو. فبراير 1995. ص: 10.

² هانس بيترمارتن، هارولد شومان: فخ العولمة. ترجمة عدنان عباس علي. المجلس الوطني
للثقافة، الفنون والآداب، الكويت 1998. ص: 43، 44.

التليفزيون من المدرسة إلى الجامعة "مقاربة إعلامية للملقن الثاني"..... د. محمد شطاح
إلى إعادة النظر في العديد من المنظومات منها المنظومة التربوية والتعليمية
وعلى رأسها المدرسة والجامعة من خلال إدخال التليفزيون والوسائل السمعية
البصرية في مجالات التعليم والتربية. بل يسعى البعض الآخر إلى ضرورة
مراجعة مفهوم المدرسة التقليدية وكذلك الجامعة ومناهجها في ظل التطور
الهائل للتلفزيون وتنوع خدماته في مجال التربية والتعليم.

ثانيا: التلفزيون والمدرسة: المعلم الثاني

ليس هناك اختلاف بين المهتمين بوسائل الإعلام في مجال التربية والتعليم أو
بين الإعلاميين والتربويين من كون التلفزيون أداة ووسيلة بيداغوجية بإمكانها أن
تضيف الكثير للقائمين على شؤون التدريس والتربية والتعليم.
لقد أكدت العديد من الدراسات والبحوث أن المدرسة لا يمكنها في أي حال
من الأحوال أن تتجاهل فعل وأثر التلفزيون، وتستند في ذلك إلى ثلاث حجج
نوجزها فيما يلي:

أولاً: أن ما يعرضه التلفزيون من برامج ومعلومات هو في الغالب إحدى
الموضوعات الرئيسية للمناقشات التي يشهدها الوسط التربوي وفي مقدمتها
التلاميذ. ذلك فإن العديد من البرامج التليفزيونية تعد مرجعية أساسية للعديد من
الدروس التي يتم التعرض إليها في الفصل الدراسي.

ثانياً: إمكانية استغلال الصورة التليفزيونية كأداة بيداغوجية قوية في مجال الشرح
والتفسير من قبل التربويين في الوسط المدرسي.

ثالثاً: إن التنامي المتزايد لظاهرة التمدد وامتداد سنواته الإجبارية أمر جعل
القائمين على التعليم يفكرون في ضرورة أن يعاد النظر في طرق التعليم بالشكل
الذي يمكن من تحديد التكاليف وتقليصها. واستخدام وسائط جديدة تحقق

التليفزيون من المدرسة إلى الجامعة "مقاربت إعلامية للملقن الثاني"..... د. محمد شطاح
هذه الغاية، ومن غير شك أن التفكير في التليفزيون يزداد تعاظما قصد توظيفه
ضمن هذه الوسائط.¹

1- بعض التجارب:

إن ما تجب الإشارة إليه في هذا الإطار هو أن استخدام التليفزيون في المدرسة
أو التليفزيون التعليمي تجربة عملت بها العديد من الدول عند نهاية الستينات،
وكانت الانطلاقة من بريطانيا حيث تعد تجربة "الجامعة المفتوحة" من أنجح
التجارب في استخدام وسائل الإعلام الجماهيري في التعليم. وانتقلت التجربة
إلى بلدان العالم الثالث ليستخدم التليفزيون في المدرسة كما كان الحال في
السالفادور وفي الساحل العاج، فقد شرعت هذه الأخيرة ابتداء من عام 1967 في
جملة من التدابير ترمي إلى تحويل التعليم الابتدائي تدريجيا إلى تعليم يعتمد
في عمليات التلقين والتدريس على وسيلة التليفزيون، وذلك عن طريق عرض
الدروس التعليمية على شاشات التليفزيون، وقيام المنشطين بعمليات الشرح
والتفسير والتطبيق من خلال البرامج المعروضة على شاشة التليفزيون.²

وفي اعتقادنا أن التجربة لم تكن قاصرة على السالفادور والساحل العاج بل أن
أدبيات التعليم عن طريق وسائل الإعلام زاخرة بالعديد من التجارب التي
شهدتها الكثير من الدول في العالم الثالث، لكن الشيء المتفق عليه هو أن
أغلب هذه التجارب كانت فاشلة، والسبب الرئيسي أن أغلبها لم تعمل
بالنصيحة أو بالتحذير الذي قدمه أحد الخبراء والذي نلخصه في أنه "مهما
ارتقت التكنولوجيا فلا بد أن تظل أداة للتربية وتابعة لها وليس العكس".³

¹ Jean – Pierre Duzert : l'audio visuel pour l'école. Edit/Elipses, Paris 1994. p : 3.

² Louis Porcher : vers la dictature des media. Edit paris 1983 .pp :45,46

³ د. نبيل عارف علي: الثقافة العربية وعصر المعلومات. مطابع السياسة. الكويت 2001 .
ص: 301.

التلفزيون من المدرسة إلى الجامعة "مقاربة إعلامية للملفن الثاني"..... د. محمد شطاع
والحقيقة أن أغلب هذه البلدان استخدمت هذه الوسيلة من باب التجارب
ويمكن تحديد أسباب الفشل فيما يلي:

1- عدم ملائمة التلفزيون لبيئة تعليمية (المدرسة) يسيطر عليها الكتاب
المطبوع.

2- التلفزيون ظل لفترة طويلة يستخدم في مجال التعليم بطابعه السلبي
كوسيلة إعلام أحادية الاتجاه بعيدا عن كل أشكال التفاعلية التي باتت
تميز التلفزيون في الوقت الراهن.

3- اتساع الفجوة بين الإعلاميين والتربويين.

4- ضعف تدريب التربويين على الوسائل السمعية البصرية.

5- اعتبار السمعي بصري ومنه التلفزيون أداة للتسلية وليس أداة للتربية
والتعليم.

إن الفشل الحاصل في التجارب السابقة لا يعني التسليم بكون استخدام
التلفزيون في المجال التربوي والتعليمي جهدا لا طائل منه بل بالإمكان ترشيد
هذا الاستخدام وذلك من خلال الوعي بخصوصية الوسيلة وخصوصية الشريحة
المستهدفة A special Medium for a special Audience حسب تعبير Door
Aimée¹

2- التلفزيون خارج المدرسة أو المدرسة الموازية:

كشفت الدراسات أن التلفزيون أصبح اليوم أكثر وسائل الإعلام جاذبية، وذلك
من خلال قدراته على استقطاب حاسة السمع والبصر معا من خلال الصوت
والصورة والحركة والألوان، وهي عناصر تستقطب أكثر فئة الأطفال، بل أن هناك
دراسات حددت وبطريقة كمية هذا التأثير، فالإنسان يحصل على المعلومات
عن طريق الحواس الخمس:

¹ Door Aimée : Tv and children, a special medium for a special audience, sage
publication, London, 1986.

75% عن طريق البصر

13% عن طريق السمع

6% عن طريق اللمس

3% عن طريق الشم

3% عن طريق التذوق.

وكشفت أيضا أن آثار التلفزيون تفوق آثار المدرسة بسبب أن الطفل أصبح منذ فترة طويلة يقضي وقتا كبيرا أمام شاشة التلفزيون، فالطفل يبدأ في الانتباه إلى التلفزيون ابتداء من سن السنة الثانية.¹ ونقرأ في واقع الأمر أرقاما مذهلة عن هذه الحالة في العديد من الدراسات التي تناولت الموضوع.

ففي البلدان الصناعية تستهلك هذه الأخيرة كثيرا الصور التلفزيونية وتتراوح نسبة هذا الاستهلاك ما بين ساعتين وعشرين دقيقة في ألمانيا وثلاثة ساعات ونصف في بريطانيا وثلاثة ساعات في فرنسا. وتضيف إحدى الدراسات أنه في عام 1985 أن ما يزيد عن 45 مليون مشاهد تزيد أعمارهم عن 10 سنوات شاهدوا 35 مليار ساعة بث تلفزيوني. وفي عام 1990 ارتفع الرقم إلى 49.5 مليون مشاهد استهلك 54.1 مليار ساعة. وهذا معناه أن الحصة ارتفعت في حدود 10 سنوات حوالي 40%، وارتفع المعدل اليومي إلى 2.16 ساعة خلال عام 1991.²

وهناك دراسات أشارت إلى أن نسبة 95% من الأطفال الذين تتراوح أعمارهم ما بين 8 سنوات و16 سنة يقبلون على مشاهدة التلفزيون و41% من هذه النسبة تشاهد برامج التلفزيون دون تدخل من الأولياء. وهي نسبة مرتفعة بعض الشيء وقد تترتب عنها آثار في مجال الخيارات تنعكس في سلوكيات الأطفال بعد

¹ عاطف عدلي العبد: مجلة الطفولة والتنمية، العدد 6، مجلد 2، صيف 2002، القاهرة.

² Jean Pierre Duzert : op cit. p : 46.

التلفزيون من المدرسة إلى الجامعة "مقاربة إعلامية للملقن الثاني"..... د. محمد شطاح
مدة، وتضيف الدراسة أن المعدل اليومي للمشاهدة للتلفزيون من قبل الأطفال
من ساعتين إلى 3.30 ساعة¹، رغم البدائل المتاحة في المجتمعات الصناعية
لهذه الفئة من ألعاب ووسائل الكترونية لتمضية أوقات الفراغ.
وعموما فإن شريحة الأطفال من أكثر شرائح المجتمع تعرضا للتلفزيون وذلك
من خلال القنوات المتخصصة والبرامج الموجهة للأطفال، ونحن هنا لا
تحدث عن مجمل البرامج.

لقد أصبح التلفزيون إحدى أهم الوسائل ملازمة للحياة اليومية للطفل وحل
محل الحاضنة والوالدين والمعلم، وأصبح بذلك إحدى أهم أدوات نقل
المعرفة، وإحدى أهم الوسائل في تكوين صورة لدى الطفل عن العالم وفي
تحديد سلوكاته، سواء فيما يتعلق بلهوه أو فيما يتعلق بإقباله على التحصيل
والدراسة، ولم يعد في العديد من الحالات المعلم باعتباره المرشد للطفل فيما
يقبل عليه من مصادر للمعرفة، بل باتت المشاهدة اليومية للتلفزيون هي التي
توجه وتحكم في خيارات الطفل نحو المعرفة، في هذا الإطار يقول أحد
الأطفال بالجزائر: "عبر الشاشة شاهدت العديد من البرامج الموجهة للأطفال،
وكانت تعجبني تلك المنتجة من طرف ديزني « Disney »، وذات مرة وقع بين
يدي كتاب يشمل كل المعلومات حول سلسلة الرسوم المتحركة ومنتجها
وتاريخ أول بث لها، وكيف تمت عملية رسم شخصياتها واختيارها... الخ،
فأصبحت لدي خلفية عن عالم ولت ديزني Walt Disney الذي يبهز الكبار
والصغار معا.²

أيضا أكدت دراسة "هالوران" أن 97% من الأطفال في سن الحادية عشر الذين
شملتهم الدراسة أعلنوا أنهم يثقون بالتلفاز كمصدر إعلامي أكثر من ثقتهم بأي

¹ Ibid : p 58.

² سهيلة تاشي: أطفالنا بين القراءة والتلفزيون، مجلة الشاشة الصغيرة. العدد 203. ص: 18.
المعيار 389 العدد 19

التلفزيون من المدرسة إلى الجامعة "مقاربة إعلامية للملفن الثاني"..... د. محمد شطاح
مصدر آخر. ويضيف "هالوران" قائلاً: وعندما سألنا هؤلاء الأطفال إذا سمعتم
قصة من والدكم أو من مدرسكم أو من الإذاعة أو التلفاز فأية رواية تصدقون ؟
أجاب 54% من الأطفال أنهم يصدقون التلفاز.¹

وباختصار فإن التلفزيون يؤثر في جمهوره من الأطفال أكثر من تأثيره عن
الكبار لطبيعة مرحلة النمو التي يكون فيها الطفل أكثر قابلية للتعلم والتأثر
بالإضافة إلى ما يتضمنه التلفزيون ذاته من إثارة تحفز غريزة الطفل على
المشاهدة ومحاكاة ما يشاهد.

ضمن هذا المناخ الذي يتسم يتعاظم تأثير التلفزيون على الطفل وبتوسع
الأدوار التي تمارسها هذه الوسيلة من حيث توغلها إلى الجوانب التربوية
والتعليمية للطفل والحلول محل المدرسة في مجال التلقين وتكوين المعرفة
لدى هذه الشريحة من المجتمع، تعالت صيحات تنادي بضرورة الابتعاد عن
التعليم العام التقليدي وتحرير المدرسة، والتوجه نحو الوسائل السمعية البصرية
وفي مقدمتها التلفزيون، ويقف وراء هذه الموجة كبار المستثمرين ورجال
الأعمال ضمن حركة عالمية تسعى إلى تحويل التعليم إلى سلعة. وفي هذا
الإطار ترى إحدى اللجان الأوروبية التي تعمل في مجال التربية والتعليم
والتدريب بأن "الوقت قد أتى للتعليم خارج المدرسة، إن تحرير العملية
التعليمية الذي أصبح ممكناً سيؤدي إلى سيطرة مقدمي خدمة التعليم Service
de l'enseignement الذين يتميزون بابتكار أكبر عن الهياكل التقليدية.

وتكشف إحدى جماعات الضغط ذات النفوذ التابعة لأصحاب العمل
الأوروبيين وهي "المائدة المستديرة الصناعية" عن نواياها بشيء من الاستهجان
كون أن أغلب البلدان الأوروبية، تدمج المدارس في نظام مركزي عام تديره

¹ د. بلال العربي: قضايا في إعلام الطفولة. مجلة الطفولة والتنمية، العدد 6، صيف 2002 .

التليفزيون من المدرسة إلى الجامعة "مقاربة إعلامية للملقن الثاني" د. محمد شطاح
البيروقراطية من شأنه إبطاء عملية التغيير أو جعلهم غير متفتحين لطلبات
التغيير من الخارج"¹

وعموماً، فإن حركة "التعليم المفتوح" أو "التعليم عن بعد" التي بدأت
بالجامعات تتجه اليوم نحو المدرسة بفضل تطور وانتشار تكنولوجيا المعلومات
 والاتصالات، كذلك فإن ميزانية التعليم التي تبلغ سنوياً ألف مليار دولار في
العالم تجعل المستثمرون يفكرون دون هوادة في فتح هذا القطاع أمام
الاستثمارات من خلال استخدام الوسائط المتعددة كالانترنت والتلفزيون.

من خلال ما تقدم يمكننا القول أن الوسائل السمعية البصرية يتعاظم استخدامها
يوماً بعد يوم وخاصة في مجال التعليم ونحن لا نرى في ذلك سوى خدمة
للتعليم والطفل، إذا تم الاكتفاء باستخدام هذه الوسائط كأدوات دعم أو آليات
بيداغوجية مساعدة في مجال التعليم. أما دعاوى تحرير التعليم والمدرسة
والتعليم العام التقليدي فليست سوى رغبات أصحاب المال وكبار المستثمرين
الذين يريدون فتح هذا القطاع الذي ظل لقرون عديدة في منأى عن هذه
الأطماع.

إن حجة أن التكنولوجيات الحديثة في مجال الاتصال تواجه مقاومة من قبل
التعليم العام التقليدي أو التعليم المدرسي القائم على الأستاذ أو المعلم
والمقرر لا سند لها في الواقع، فالتكنولوجيا مهما ارتفعت، فلا بد أن تظل أداة
للتربية وتابعة لها وليس العكس.

وعليه، فإن التليفزيون إذا استخدم الاستخدام العقلاني والراشد لا يمكن أن
يكون سوى أداة مكملة للمدرسة في مجال التربية والتعليم ولن يتحول أبداً إلى

¹ -نيكو هينرت: هل سيصبح التعليم سلعة تباع في السوق. رسالة اليونسكو. فبراير 2000.

التلفزيون من المدرسة إلى الجامعة "مقاربة إعلامية للملفن الثاني"..... د. محمد شطاح
مدرسة موازية إذا تم مراعاة في العلاقة بين التلفزيون والمدرسة والطفل
الجوانب الآتية سواء داخل المدرسة أو خارجها:

1- ضرورة إدماج الوسائل السمعية البصرية وخاصة التلفزيون في البيئة التعليمية سواء كأداة بيداغوجية مساعدة، أو كأداة مكمل لما تقدمه المدرسة من معارف وتعليم من خلال البرامج الموجهة للطفل سواء كانت ترفيهية أو تثقيفية وتعليمية.

2- الابتعاد عن الطابع السلبي للإعلام الأحادي الاتجاه، والتوجه نحو تلفزيون تفاعلي Interactive TV الذي يسمح بالتفاعل بين المرسل والمستقبل.

3- الاهتمام بالتخطيط والإعداد الجيد للبرامج التلفزيونية الموجهة للطفل لأن ذلك يساعد على خلق حالة من الدافعية في حياة الأطفال. وتدفعهم أكثر للمزيد من الاستكشاف وتشجعهم على التعلم الاستقلالي.

4- التنسيق في إعداد البرامج التلفزيونية سواء داخل المدرسة أو خارجها بين القائمين بالإعلام والتربويين قصد تحقيق نتائج أفضل.

5- الاهتمام بالبحوث والدراسات التي تتعرض لبعض التجارب والوقوف على الجوانب الإيجابية والسلبية فيها قصد الاستفادة من أية محاولة أو برنامج في المستقبل.

6- تنظيم وترشيد عملية التعرض من قبل الأطفال للتلفزيون بالشكل الذي يساعد على التحصيل الدراسي الجيد وتنمية القدرات المعرفية للطفل، وتنمية وعي الطفل بكون التلفزيون وسيلة للتثقيف والمعرفة وليست للتسلية والترفيه فقط.

ثانيا: التليفزيون والجامعة: وسيلة خاصة لجمهور خاص.

قبل تناول علاقة الجامعة بالتليفزيون، نرى أنه من الضروري الإشارة ولو في عجلة إلا أن للجامعة دورا كبيرا في تطور هذه الوسيلة سواء من حيث الأبحاث التي تتناول تطوير الجانب التقني لها وهي في غالبيتها تتم في مخابر الجامعات أو بإشراف من كوادر جامعية لصالح كبريات الشركات والمؤسسات المهمة بهذا المجال أو بما تقدمه الجامعة من خرجين يتولون لاحقا عمليات الإخراج والتحرير والإعداد لمختلف البرامج التي تقدمها هذه الوسيلة. ولو تصفحنا تاريخ بداية التكوين في المجال الإعلامي من قبل الجامعة لوجدنا أن ذلك يعود إلى عام 1869، حيث بدأت التطبيقات الأولى للتعليم والتأهيل الصحفي في "واشنطن كوليج" ولاية فرجينيا الأمريكية، وبعد مضي سنوات أدرجت دروس في فنون الصحافة في مناهج بعض الكليات والمعاهد التابعة لجامعات الولايات الأمريكية الأخرى.

وإذا كان البعض قد شكك في المحاولات الأولى وفي جدواها، فإن هناك من شجع هذا التوجه من بينهم "جوزيف بوليتزر"¹ الذي شجع على تدريس الإعلام والاهتمام بهذا الجانب في المقاعد الجامعية، وفي أوروبا كانت جامعة زيورخ في سويسرا أول مؤسسة جامعية في أوروبا تعني بالإعلام والتعليم في مجال الصحافة منذ عام 1903، وتعتبر مدرسة "ليل" بفرنسا أول مركز للتأهيل الصحفي في القارة وفق برنامج منظم، ويرجع تاريخ إنشاء هذه المدرسة إلى عام 1924.²

¹ ترك "بوليتزر" ثروة كبيرة وأوصى بأن تستغل في إنشاء مدرسة للصحافة، ومنح جوائز

لأحسن الكتابات الصحفية وهي الجوائز التي تحمل اسمه حاليا.

² أنظر: - رضا النجار: تدريس الصحافة، بين النظرية والتطبيق، مجلة الإعلام العربي، العدد

الثالث عشر والرابع عشر، جانفي، ديسمبر 1988، ص 67، 97.

التلفزيون من المدرسة إلى الجامعة "مقاربة إعلامية للملفن الثاني"..... د. محمد شطاح
وفي البلاد العربية نجد أن أول قسم للصحافة أنشأ بالجامعة الأمريكية في
القاهرة عام 1935، تلاه إنشاء معهد التحرير والترجمة والصحافة في جامعة
القاهرة عام 1939، الذي تحول إلى كلية للإعلام بأقسامها المتخصصة، وفي
الجزائر نجد أن الأمر يعود إلى عام 1964 تاريخ إنشاء المدرسة الوطنية
للصحافة التي اندمجت مع معهد العلوم السياسية لتتحول في عام 1983 إلى
معهد لعلوم الإعلام والاتصال، ثم ظهرت أقسام أخرى لاحقاً في نفس المجال
في كل من جامعة عنابة ووهران وقسنطينة ومستغانم ونفس الحال بالنسبة للبلاد
العربية.

وعموماً فإن بدايات الجامعة كانت مع الصحافة ثم فتحت أقساماً جديدة للإذاعة
والتلفزيون لاحقاً، ويكمن أن نشير هنا إلى أن عدد التخصصات في مجال
الإعلام التلفزيوني قد تضاعف وتعدد بفعل تطور التلفزيون وتعدد وظائفه.
وهناك اليوم عشرات التخصصات والمراكز في مجال الإعلام بمختلف
تخصصاته، ففي مجال التلفزيون نجد تخصصات عالية في مجال الإخراج،
الإنتاج، التركيب، التصوير، وعليه يمكن القول أن الجامعة واكبت جميع مراحل
تطور وسائل الإعلام من الصحافة المكتوبة إلى الإذاعة إلى التلفزيون لاحقاً.

وإذا كانت الجامعة قد وظفت هذه الوسائل في مجال المعرفة الجامعية
كالصحف والإذاعات التابعة لبعض الأقسام أو الكليات وخاصة أقسام الإعلام
فهل تم ذلك على مستوى التلفزيون خاصة إذ ما علمنا أن الكثير من الدراسات
والأبحاث قد أشارت إلى أن هذه الوسيلة يمكن استخدامها بنجاح في الجامعة
وحتى في المستويات الأخرى من التعليم كما أوردنا سابقاً.

إن ما يعرضه التلفزيون من برامج ومعلومات هي في الغالب إحدى
الموضوعات الرئيسية للمناقشات التي يشهدها الوسط الجامعي إلى جانب

التليفزيون من المدرست إلى الجامعة "مقاربة إعلامية للملفن الثاني" د. محمد شطاع
إمكانية استغلال التليفزيون والصورة التليفزيونية كأداة بيداغوجية قوية في مجال
الشرح والتفسير من قبل الأكاديميين والمستخدمين في الوسط الجامعي، فضلاً
عن أن تزايد تعداد المنتسبين إلى قطاع التعليم العالي، شجع على التوجه نحو
وسائل أقل تكلفة وأكثر ربحية في ظل خصخصة قطاع التعليم العالي.

إن هذه الأسباب تبدو اليوم أكثر الموضوعات حضوراً في التعليم الجامعي وإن
أخذت تسميات متعددة كالتليفزيون التعليمي Télé-enseignement أو التليفزيون
التربوي Télévision éducative، أو الجامعة المفتوحة التي تستخدم التكنولوجيات
الحديثة Les NTIC.

1- التليفزيون الجامعي أداة تعليمية:

ليس هناك اختلاف بين المهتمين بوسائل الإعلام في مجال التعليم الجامعي في
كون التليفزيون آداة ووسيلة بيداغوجية بإمكانها أن تضيف الكثير للقائمين على
مجال التدريس والتعليم.

لذلك يمكن تسجيل العشرات من التجارب التي اهتمت بهذا الجانب وسعت
إلى توظيف التليفزيون في الجامعة وبالأخص في مجال التعليم مع تجارب
"التليفزيون التعليمي" التي بدأت مع نهاية الستينات، وكانت الانطلاقة من
بريطانيا حيث تعد تجربة "الجامعة المفتوحة" من أنجح التجارب في استخدام
وسائل الإعلام الجماهيري ومنها التليفزيون في مجال التعليم.

وقد تناولت هذا الجانب العديد من البحوث والدراسات التي حاولت تقييم هذه
التجارب. مثل دراسة "نجوى حسين خليل" بعنوان "الجامعة المفتوحة" التقدير

التلفزيون من المدرست إلى الجامعة "مقاربة إعلامية للملفن الثاني"..... د. محمد شطاح
الأول استطلاع للرأي حول البرامج التعليمية والتلفزيون¹، وكان الهدف من
الدراسة معرفة مدى فاعلية التلفزيون كوسيلة تعليمية من وجهة نظر المدرسين
والطلاب، وأجريت الدراسة على عينة تتكون من 309 مفردة) شملت المدارس
الحكومية واللغات بالقاهرة، وأفادت الدراسة أن غالبية المشاهدين للبرامج
التعليمية من طلاب الثانوية العامة وخلصت الدراسة إلى أن مدة البرامج
التعليمية غير مناسبة والشرح غير واف.

أيضا أشارت دراسة "شرف أحمد صالح"² إلى تجربة السعودية حول التعليم عن
بعد، وكيفية استخدام المملكة للدوائر التلفزيونية في توصيل التعليم إلى
المناطق المعزولة أو النائية، حيث أدت جغرافية السعودية إلى صعوبة نشر
التعليم بالطرق التقليدية، وهكذا أنشأت "مراكز التعليم عن بعد" باستخدام
الراديو والتلفزيون وتدرّس المناهج التعليمية في المجتمعات الريفية وهذه
المراكز تابعة لجامعة الملك سعود.

ولا يقتصر استخدام التلفزيون في مجال التعليم، على الجامعات المفتوحة أو
التعليم عن بعد، لكن هناك اليوم العديد من الجامعات التي تستخدم هذه
الوسيلة بكثافة منها جامعة "لافال" في كندا، حيث يقوم الأساتذة بإعداد
المحاضرات في مجال الإعلام عن طريق إعدادات تحقيقات مصورة يقوم بها
الأستاذ أو المحاضر بنفسه كأن ينتقل بين عدة عواصم أو عدة محطات إذاعية
وتلفزيونية ويقوم بإجراء تحقيقات أحاديث مسجلة، ثم تقدم المحاضرة جاهزة

¹ نجوى حسين خليل، الجامعة المفتوحة، التقدير الأول، استطلاع للرأي حول البرامج

التعليمية والتلفزيون (دراسة منشورة) المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية 1990.

² Sharaf Ahmed Saleh : Distance Education : An Alternative Route to formal, Colleg Education in Saudi Arabia (PHD 1991) University of southern – california in : Dissertation Abstracts, Vol 12, 1991.

التلفزيون من المدرسة إلى الجامعة "مقاربة إعلامية للملفن الثاني"..... د. محمد شطاع
إلى طلاب الجامعة، ويمكن تبادل هذه المحاضرات مع جامعات أخرى كما
كان الأمر بين الجامعة المذكورة وقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة عنابة
بالجزائر حيث زودته وفي إطار اتفاقية تعاون بالعديد من المحاضرات المصورة
في مجال التخصص المذكور.

كذلك قد يتخذ حضور التلفزيون كوسيلة بيداغوجية في الجامعة عدة أشكال
وإذا تحدثنا عن العلوم الاجتماعية والإنسانية، فإنه بالإمكان استخدام الفيلم
المصور في مجال التعليم والتلقين والاستفادة من تركيبة التلفزيون. صوت +
صورة + أداء،¹ وذلك من خلال عدة أشكال للفيلم التلفزيوني أهمها:

1- الفيلم العلمي

2- الفيلم البيداغوجي

3- الفيلم المعرفي والثقافي.

وفي الوقت الراهن وبالنسبة للبلدان النامية تقيم هذه التجارب بأنها تعاني من
العديد من المصاعب وتتسم في مجموعها بـ:

1- عدم ملائمة التلفزيون لبيئة تعليمية تسيطر عليها المطبوعات والاتصال
الشفوي.

2- التلفزيون ظل لفترة طويلة يستخدم في مجال التعليم بطابعه السلبي
الشخصي كوسيلة إعلام أحادية الاتجاه بعيدا عن كل أشكال التفاعلية
التي باتت تميز العمل التلفزيوني في الوقت الراهن.

¹ Doris Graber : Approaches to contents analysis of News programs in
communication, N°2, 1985, pp : 25, 36.

التليفزيون من المدرسة إلى الجامعة "مقاربت إعلامية للملفن الثاني"..... د. محمد شطاح

3- وجود قطيعة وفجوة كبيرة بين الإعلاميين والقطاع الجامعي وهي نقطة سنتعرض لها لاحقا.

4- ضعف تدريب الكادر الجامعي على الوسائل السمعية البصرية.

5- اعتبار السمعى بصري وبخاصة التليفزيون أداة للتسلية وليس أداة للتكوين والتعليم.

2- الجامعة في برامج القنوات التليفزيونية العادية :

كما هو معروف في اقتصاديات الإذاعة والتليفزيون، أن جوهر العمل في هاتين المؤسستين هو تحقيق التوازن بين البرمجة والبرامج والقدرة على تحديد الجمهور المستهدف وبالتالي الوصول إلى ضمان متابعة الجمهور لما يعرض أو يقدم والحرص على تلبية مختلف خصائص هذا المتفرج أو المشاهد النفسية والاجتماعية والثقافية.¹

لذلك تعمل القنوات التليفزيونية على قياس المشاهدة ومعرفة ردود فعل المشاهد تجاه ما يعرض أو يقدم وإحداث توازن بين مختلف الأذواق والرغبات. ففي فرنسا مثلا نجد أن التليفزيون بقنواته المتعددة يستهدف المشاهدين حسب قنوات معينة، فيقدم البرامج التي تتلاءم ووضع الماكثات بالبيت والمرضى والعجزة في الفترات الصباحية من الثامنة إلى منتصف اليوم، ثم يستهدف فئة العائدين من العمل بعد الساعة الخامسة مساء بأن يقدم الألعاب والترفيه وبرامج يطلق عليها ² Les Amuses gueules، ويستهدف غالبية المشاهدين في ذروة المشاهدة « Le prime time » ويخصص ما بعد العاشرة

¹ Jean Pierre – Paul : économie de la communication TV. Radio, Edit. Dahleb. Alger, 1995, p : 42

² Ibid : p 42

التلفزيون من المدرسة إلى الجامعة "مقاربة إعلامية للملفن الثاني" د. محمد شطاح
ليلاً للفئات التي تميل إلى السهر من خلال تقديم بعض الأفلام الطويلة، وفي
الفترة بعد منتصف الليل تعود البرمجة إلى إعادة بعض الأفلام والبرامج
والتحقيقات تماشياً مع الطبيعة والخصائص النفسية لهذه الفئة من المشاهدين.

وانطلاقاً من هذه الملاحظات والاعتبارات فإنه وقبل انتشار القنوات المتخصصة
فهناك حضور للبرامج ذات الطابع الثقافي والعلمي والتكويني، خاصة إذا ما
علمنا أن أية قناة تلفزيونية عمومية هي في الغالب قناة تقوم بتأدية الوظائف
الآتية، الإعلام، التثقيف، التكوين والترفيه Information, Formation, Distraction.

وإذا تناولنا شبكة البرامج في التلفزيونات العربية، فإننا نلاحظ أن نصيب
الجامعة من الشبكة ضعيف مقارنة بما تتضمنه الشبكة من برامج في مجال
الخيال والترفيه والإعلام"، فإن أغلب البرامج بعيدة بعض الشيء عن رغبات
الجمهور الجامعي وإن كانت تتناول في مضمونها الكثير من الرسائل العلمية
والتثقيفية.

وعليه فإن حضور الجامعة في التلفزة العربية ضعيف والمسؤولية تعود إلى
الجهتين باعتبار أن الجامعة ظلت مقطوعة عن هذه المؤسسة الهامة (التلفزيون)
والعكس صحيح وإن كنا بدءنا نلاحظ في المدة الأخيرة تفتح التلفزيون على
الجامعة وإقبال الجامعة على التلفزيون من خلال المشاركة في العديد من
البرامج ذات العلاقة بالبحث والتكوين الجامعي، إن اعتبار التلفزيون مرفقاً عاماً
(القنوات الحكومية والعمومية) يعني المساواة بين مختلف فئات الجمهور
المستهدف بحيث لا تشعر أية شريحة اجتماعية أو مهنية بالغبن تجاه ما تتضمنه
شبكة البرامج من موضوعات.

3- نحو قناة تليفزيونية جامعية أو معرفية :

مع تطور التليفزيون وانتشاره تتجه عملية التطوير اليوم إلى المضمون والرسالة التي تقدمها هذه الوسيلة، وقد ساعدت التكنولوجيات، الحديثة على هذا التوجه، إلى جانب تنوع حاجات الجمهور ورغباته.

لقد ظهرت القنوات التليفزيونية المتخصصة وأصبح ظاهرة إعلامية ملفتة للنظر، وتنقسم القنوات التليفزيونية المتخصصة إلى شكلين:

- قنوات متخصصة في المضمون الذي تقدمه:

وهي قنوات تقدم نوعية معينة من البرامج المتخصصة، ولكنها تستهدف جمهورا عاما (غير محدود) مثال ذلك القنوات المتخصصة في الأخبار والبرامج الإخبارية أو القنوات الموسيقية والغنائية وقنوات الأفلام والدراما.

2- قنوات متخصصة في الجمهور الذي تخاطبه:

وهي قنوات تستهدف الوصول إلى قطاع معين من الجمهور يتميز بخصائص وسمات مشتركة، وتقدم هذه القنوات موادا متنوعة تلائم تلك الخصائص والسمات، مثال ذلك قنوات الأطفال المتخصصة وقنوات المرأة والقنوات المتخصصة في مخاطبة كبار السن أو القنوات المخصصة لرجال المال والأعمال، والقنوات الدينية والعرقية، والقنوات المعرفية التي تهتم بنشر المعرفة والثقافة والقنوات التعليمية التي تهتم بالتعليم والتكوين ومنها القنوات التليفزيونية الجامعية.¹

¹ د. سامي الشريف: القنوات التليفزيونية المتخصصة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام،

العدد الخامس، يناير - إبريل 1999، ص 164.

إن الحديث عن قناة معرفية أو جامعية نابع من كون جمهور وسائل الإعلام كما أسلفنا متنوع، وهناك العديد من الأبحاث والدراسات في مجال الإعلام تناولت ذلك وصنفت الجمهور إلى عدة أنواع من هذه التصنيفات:

- تصنيف D.L. SILL يرى هذا الأخير أن الجمهور يتكون من الأصناف الآتية:

- أصحاب الاتجاه العلمي، وهم الذين يميلون إلى الحكم على الأشخاص والأشياء والمعاني وأوجه النشاط الإنساني في إطار القوانين والنظريات والعلاقات العلمية، ويتأثر سلوك الفرد اتجاه وسائل الإعلام بهذا المفهوم، كما يتأثر بمستوى التحصيل العلمي المنظم وسعة الإطلاع على العلوم والثقافات المختلفة، وهذا الجمهور له علاقة بجمهور القنوات المعرفية وخاصة في الجامعة ويمثله الأساتذة والباحثون.

إلى جانب ذلك هناك أنواع أخرى من الجمهور في تصنيف SILL منهم أصحاب الاتجاه المادي، وأصحاب الاتجاه المعنوي وأصحاب الاتجاه الاجتماعي.

- تصنيف G. Miller, R.L. Lowenstein حيث يقسم جمهور وسائل الإعلام إلى:
1- الجمهور الأمي، 2- الجمهور العملي أو النفعي، 3- المفكرون وبالنسبة لهؤلاء، فإنهم يتسمون بكونهم أقل فئة بين جمهور وسائل الإعلام ويهتمون بالآراء، ووجهات النظر والمشكلات الفلسفية والمفاهيم والأحداث الفنية والجماعية، ولا يهتمون بالماديات، ويرفعون عنها. هذا النوع ليس معارضا للحياة الاجتماعية، ولكنه ليس اجتماعيا بل هو متمركز حول ذاته، يبحث عن الصحة ولكنه ضد مفهوم الجمهور العام، وديكتاتوري في اتجاهاته، ويعتبر نفسه من الصفوة، يبحث عن المجتمع الأفضل، ونجده أقل اهتماما بوسائل الإعلام، لأنه لا يهتم بالمجتمع الجماهيري، فالإعلام من وجهة نظره يستهدف

التلفزيون من المدرسة إلى الجامعة "مقاربة إعلامية للملقن الثاني"..... د. محمد شطاح
السطحية بسبب انخفاض مستواه، يعطي الجماهير ما يظهر أنها تريده ولا
يستهدف الارتفاع بهذه الجماهير إلى مستويات أعلى.¹

وهذا النوع من الجمهور لا يؤمن بفكرة الثقافة الجماهيرية وبالتالي يرفض
رسائل الاتصال الجماهيري ولا يقبل سوى المحتويات العلمية والراقية في
مجال الثقافة والعلوم والفن.

من هنا يمكن القول أن الاهتمام بالإعلام التلفزيون الجامعي لا بد أن يراعي هذا
الجانب ولا بد أن يأخذ بعين الاعتبار في نفس الوقت الشرائح التي تتكون منها
الجامعة وهي الأساتذة والطلاب والعمال والإداريين. وهذه الشرائح يجب أن
تأخذ نصيبها من الإعلام الذي تقدمه الجامعة باستخدام التلفزيون خاصة على
مستوى الاتصال الداخلي من خلال شرح اللوائح والقوانين الداخلية ونشر
الوعي داخل الوسط الجامعي إلى جانب التثقيف وتبسيط المعارف إلخ. أما فيما
يتعلق بقناة تلفزيونية معرفية متخصصة فهي تستهدف جمهور متخصصا يتكون
من الأساتذة والطلبة وبالتالي فإن لغة هذا الإعلام يجب أن يتميز بطغيان البعد
العلمي وارتفاع الخطاب الإعلامي قصد تحقيق الهدف الأساسي وهو نشر
المعرفة والعلم وتحسين المستوى لدى الفئة المستهدفة من الجمهور.

خاتمة:

إن هذه المداخلة هي محاولة لوضع أرضية لما ينبغي أن يكون عليه الإعلام في
الوسط المدرسي والجامعي وخاصة عن طريق استخدام التلفزيون ويبقى
عرض هذه الأفكار والملاحظات إلى الاختبار الميداني ممكنا وذلك من خلال

¹ د. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص:

التلفزيون من المدرسة إلى الجامعة "مقاربة إعلامية للملفن الثاني"..... د. محمد شطاح
استقصاء آراء الجمهور فيما يجب أن يكون عليه الإعلام المدرسي والجامعي،
ومعرفة خصائص هذا الجمهور حتى تكون الرسائل واضحة والهدف محدد.

يبقى أيضا أن نشير إلى أن استخدام التلفزيون في الوسط المدرسي والجامعي لا
بد أن يتم بإشراك العناصر الفاعلة في المدرسة والجامعة ولا بد من الاستفادة
من قدرات الجامعة على الخصوص في هذا المجال سواء في مجال الخبرات
المتاحة أو الإمكانيات الموجودة، إلى جانب ضرورة التعاون مع القطاع المعني
ممثلا في مؤسسة التلفزيون التي تمتلك هي أيضا الخبرة الطويلة في مجال البث
والعرض وفي المجال التقني.

وعموما يمكن أن نحدد الجوانب الواجب الاهتمام بها قصد إرساء قواعد
صحيحة للإعلام المدرسي والجامعي من خلال استخدام التلفزيون وهذه
القواعد يمكن حصرها فيما يلي:

- 1- ضرورة إدماج الوسائل السمعية البصرية وخاصة التلفزيون في البيئة
المدرسية والجامعية كأداة بيداغوجية مساعدة.
- 2- الابتعاد عن الطابع السلبي للإعلام التلفزيوني خاصة الإعلام في اتجاه
واحد والتوجه نحو التلفزيون التفاعلي.
- 3- الاهتمام بتخطيط البرامج التعليمية عن طريق التلفزيون.
- 4- الاهتمام بالبحوث والدراسات التي تناولت هذا الجانب بالمدرسة
والجامعة.
- 5- تفعيل نشاط الموارد المتاحة منها المراكز السمعية البصرية بالجامعات
وتحويلها إلى مراكز منتجة وليس مجرد مراكز للتدريب أو التبرص.

التليفزيون من المدرسة إلى الجامعة "مقاربة إعلامية للملقن الثاني" د. محمد شطاح
 ونأمل أن تكون الورقة قد أثارت قضايا للنقاش ولتبادل الأفكار حول
 موضوع نعتقد أنه سيشكل أهم التحديات التي ستواجه الأسرة والشباب
 العربي خلال الألفية الراهنة سواء على صعيد التربية والتعليم أو على صعيد
 الاستخدامات والإشباع بصفة عامة.