

الفصل السادس

الإعلام ومهارات الاتصال المعاصر طريق لتنمية الابتكارية عند الأطفال

الاتصال هو فن العلاقة بين الناس ، وبالأخص بين المدرس وطلابه ويسمى هذا الاتصال " الاتصال الشخصي المباشر " فالاتصال المباشر هو (عملية تواصل أي يتم بين الأفراد مباشرة دون الاستعانة بأية أداة من الأدوات التي تسهل عملية الاتصال مثل التلفزيون أو الإذاعة أو الصحافة أو التلفون أو غيرها ، ويتيح هذا الشكل من الاتصال فرصة كبيرة لتبادل المعلومات في الاتجاهين بين المرسل والمستقبل) (٤٤/٣) ، فالاتصال إذن هو عملية إنتاج ونقل ومعالجة الرسالة الإعلامية .

وهناك عدة أشكال من الاتصال ، منها :

- الاتصال الجماهيري : وهو عبارة عن عملية إعلام بهدف إقناع الناس وحملهم على السلوك بطريقة معينة في نهاية الأمر ، غير أن أسلوب الإقناع والاستمالة ليس أسلوبا ماديا قائما على القهر والعنف أو المكافأة المحسوسة ، بل هو قائم على استخدام الرمز كاللفظ والإشارة والصورة والحركة والإيماءة ، للإقناع ، فالاتصال الجماهيري قد يجري بين شخص أو مؤسسة وعدة جماعات متفرقة لا تتصل ببعضها البعض ولا تربي مصدر الاتصال وجها لوجه عن طريق وسائل متعددة منها الصحافة والمطبوعات والإذاعة والتلفزيون والسينما وغيرها من وسائل الإعلام (٢٦ / ١) .

- الاتصال الإعلامي : وهو إعلام بهدف تعريف الأفراد بالمشكلات الأساسية التي تواجه المجتمع ، والدور الذي يمكن أن يقوموا به كأفراد أو جماعات للتغلب على هذه المشكلات .

- الاتصال الاجتماعي : وهو الإجراء أو الشكل الذي يتم به تبادل الفهم بين الكائنات البشرية ، أو العمل الذي تنتقل المعاني عن طريقه من إنسان لآخر أو من جماعة لأخرى .

- الاتصال عبر الأقمار الصناعية : وهو نموذج حديث من الاتصالات والإعلام ، فيه يتم الاتصال عبر الأمم وذلك عن طريق الإنترنت والشبكات الاتصالية والمعلومات وعن طريق الفضائيات (السماوات المفتوحة) ويتم كل ذلك عبر الأقمار الصناعية ، فالقمر الصناعي جهاز يدور بنفس سرعة الأرض وبنفس اتجاه دوراتها ، وتُرَكب عليه محطات استقبال وإرسال ، وتستقبل الأبرامج المرسله من المحطات التليفزيونية الأرضية والأخرى ترسلها إلى أية محطة استقبال على سطح الأرض ، ثم ترسل بدورها إلى أجهزة استقبال الأفراد على مساحات كبيرة من سطح الكرة الأرضية ، وبالتالي ينتشر هذا النوع من الاتصالات في مناطق جغرافية واسعة على سطح الأرض . (٤٧/٣) ويسمى هذا الاتصال أيضا الاتصال عبر الثقافات .

- وهناك العديد من مستويات الاتصال: مثل الاتصال ذي الاتجاه الواحد ، وهو عبارة عن اتصال يتجه من المرسل إلى المستقبل فقط دون أن ينتقل من المستقبل إلى المرسل ، ومثاله الإذاعة والصحافة ، وهناك الاتصال التائيري أو الإقناعي (الدعاية والإعلان) ويتم بإثارة اهتمام الأفراد بالسلوك الواجب اتباعه وإقناعهم بممارسته ، وهناك أيضاً الاتصال بين الأشخاص ويتم هذا الاتصال بين شخص وآخر لتبادل الأخبار والمعلومات ، وهناك الاتصال المحدود عبر الاجتماعات والندوات ..

وعلى ذلك فالاتصال يعني ببساطة شديدة : عملية تبادل الأفكار والرسائل والمعلومات وتنمية العلاقات ، كما يعتبر الاتصال من أهم السمات الإنسانية الأساسية والمظاهر الاجتماعية الحيوية في عالم اليوم (١٨ / ٢٣ - ٢٤)

١- الاتصال المباشر : مهاراته وعناصره :

الاتصال المباشر كان ومازال الوسيلة الإعلامية المهمة التي تُشكل نموذجاً أساسياً لظاهرة الاتصال الإنساني وهو حجر الزاوية وبيت القصيد في كل نشاط إعلامي ،

بل كان الوسيلة البالغة الأهمية في هداية الناس وإرشادهم عبر الأنبياء والديانات المختلفة ، وتعود أهمية الاتصال المباشر ، عموماً ، إلى الطابع الإنساني للقائم بالاتصال الذي يجعل الناس بعد مصافحتهم له يتحدثون عن رفته وبساطته وتواضعه (٤٥/٦٢) ..

فالاتصال المباشر ما هو إلا عملية اتصال تحدث بين فرد وآخر أو بين فرد ومجموعة أخرى على أساس المواجهة والاحتكاك المباشر وجهاً لوجه ، أو هو عملية تبادل المعلومات والأفكار والأخبار التي تتم بين الأشخاص دون عوامل أو قنوات وسيطة ، وفي هذه العملية الاتصالية يكون هناك طرف مرسل والطرف الآخر مستقبل للرسالة الاتصالية .

الاتصال المباشر - في المؤسسة التعليمية - هو ما تقوم به المدرسة أو المدرس في قاعة الدراسة بهدف إقناع التلاميذ وإعلامهم وتعليمهم وتنمية مداركهم المختلفة ، فهو اتصال مباشر يتميز بالشكل التعليمي في المقام الأول : وقد يسمى اتصالاً جماعياً مباشراً ، لأنه بين شخص (المدرس) وبين عدة أشخاص أو جماعة معينة (الطلاب) .. والاتصال المباشر يقوم على الاتصال الشخصي والجماعي وجهاً لوجه ، ويختلف عن الاتصال الجماهيري في عدة أمور :

- فالالاتصال المباشر يتم بين الجماعات الصغيرة :

حيث يعرف الناس بعضهم بعضاً ، ووجهاً لوجه ، فيتناقشون ويتحدثون ويتبادلون الرأي والمشورة ويتأثر بعضهم ببعض الآخر ، ويدركون انطباعات أحاديثهم على بعضهم البعض .

- كما أن الاتصال الحديث بالجماهير له خصائص مختلفة فهو يتم من جانب واحد ولا تُتاح للمستقبل (القارئ أو المستمع أو المشاهد) طريقة سهلة لكي يوجه الأسئلة أو يُعقب أو يستوضح ما عُرض عليه ، بينما الاتصال المباشر يمتاز بتعديل الوسائل المتبادلة على ضوء رجوع الصدى من المستقبل إلى المرسل ، فوسائل الاتصال الجماهيري تفتقد هذه الميزة .

- كما أن المرسل في الاتصال الجماهيري يختار الفئة التي يوجه إليها رسالته ، ولكن هذه الفئة لها الحق في رفض أو اختيار ما تشاء من هذه الرسالة ، فالناس هم الذين

يقررون ما يرغبون في استقباله من وسائل الاتصال وهم الذين يقررون هل يقرءون صحيفة أو مجلة أو يستمعون إلى الإذاعة أو يشاهدون الفيلم أو التلفزيون أو القناة الفضائية ، وهم الذي يختارون ما يريدون من البرامج ، كما يحددون الأوقات التي تناسبهم ، عكس الاتصال المباشر الذي يكون محددًا مباشراً ومفروضاً أيضاً ، خصوصاً في قاعات الدرس والتحصيل وعبر قنوات التعليم .

- كما يختلف الاتصال الجماهيري عن الاتصال المباشر من حيث انعدام طابع المواجهة وفقدان التخاطب مع فرد بعينه أو مجموعة محددة صغيرة (١ / ٣١-٣٢)

- كما أن الاتصال الجماهيري يعتمد على وسائل إعلامية واسعة النطاق ، ولكن الاتصال المباشر يعتمد على وسائل تعليمية قليلة والاعتماد الأكبر له على مهارات الاتصال للمُدِّرس أو المُدرِّسة .

وهذه هي أهم الفروق الحيوية التي توجد بين الاتصال المباشر الشخصي وبين الاتصال الجماهيري العام (١٨ / ٣٤-٣٥) (١ / ٣١-٣٢) .

أما عن عناصر الاتصال المباشر :

فلقد عرفنا أن الاتصال المباشر هو الذي يقوم به المُدرِّس أو المُدرِّسة مع الطلاب أثناء العملية التعليمية ومن خلالها ، ونتعرف الآن على عناصر هذا الاتصال المباشر ، ونستعرضها من خلال ما يلي : (١ / ٣٣-٣٤) (٥٩ / ٣٠-٣٢)

أولاً : المرسل : وهو هنا المُدرِّس أو المُدرِّسة ، وهو العنصر الرئيسي الأول من عناصر الاتصال ، ولم لا .. ؟ ، إنه يملك المعلومات والحقائق والقدرات والاتجاهات والأسس التي يسعى لتعليمها للمُستَقْبِل ، والمرسل في الاتصال المباشر هو المُعلِّم الذي يقوم بشرح فكرة ما للتلاميذ ، كما قد يكون هذا المرسل هو تلميذ ما عندما يستأذن ويقف ليقوم بتوجيه سؤال أو مجموعة من الأسئلة للمُدِّرس .

والمرسل يسعى لتوصيل هدف معين يبدأ من خلاله عملية الاتصال وهو الدرس أو الموضوع الذي يحضره المُدرِّس جيداً ويدعمه بمجموعة من الأفكار والمعلومات والوسائل حتى يستطيع أن ينجح في عملية الاتصال .

وينبغي توافر العديد من الشروط في المرسل حتى يمكنه النجاح في عملية الاتصال مع الجمهور منها : أن يكون هدفه واضحاً ومحددأ بدقة ، وأن يكون قادراً على استخدام وسائل الاتصال المرتبطة بعمله ، وأن يُحسِّن إعداد واستخدام وسائل الاتصال المختلفة ، وأن يكون متمكناً من موضوع مادته العلمية ، وأن يكون على معرفة كاملة بخصائص المستقبلين لرسالته ومن يتعامل معهم من حيث القدرة والمستوى والحالة النفسية ، وأن يكون مُدركاً لتأثير رسالته على المُستقبلين ، ويصوغها على شكل أفكار ورموز صالحة للفهم لدى الطلاب .

والُدرس والمُدرسة هما المرسل الرئيسي في العملية التعليمية ولا بد أن يتهيؤوا للإرسال بالاستعداد الجيد والقراءة المتعمقة وبتفحص الموضوع وبتجهيز الوسائل الإيضاحية وبالقدرة على الإبداع والابتكار لأن فاقد الشيء لا يعطيه .

ثانياً : المُستقبل : وهو الشخص أو الجماعة التي يوجه إليها المرسل رسالته المرغوبة ، وهم في الصف الدراسي التلاميذ الذين يجلسون وينصتون لشرح مُدرسيهم ، ولا بد لمستقبل الرسالة الاتصالية أن تكون له القدرة على فك رموز الرسالة الموجهة إليه ويفسر معناها أي يعبر شكلياً عما فهمه ، ويستجيب لهذه الرسالة ، وطبعاً المستقبلون في الإعلان الجماهيري هم الجماهير العريضة التي تستمع وتشاهد أو تقرأ الوسيلة الاتصالية .

ولا بد أن تتوافر شروط عديدة حتى يتمكن المستقبل من استقبال رسالة المرسل إليه وهي : أن يشعر المستقبل بأهمية الرسالة الموجهة إليه ، ويستشعر قيمتها ، ويحرص على الاستفادة منها ، وأن يكون إيجابياً متجاوباً في التعامل معها ، وأن يكون مستعداً لاستقبالها متهيئاً لتلقيها ، والمُدرس الجيد هو الذي يوفر لطلابه الشكل والأسلوب والمكان الذي يجعل طلابه على شوق لتلقي الدرس والرسالة التعليمية الاتصالية من مُدرسيهم .

ثالثاً : الرسالة : هي محور العملية الاتصالية ، فهي المضمون الذي يقوم المرسل بإرساله إلى المستقبل ، وهي مجموعة المعلومات والأفكار والحقائق والمفاهيم والقيم والعادات والتقاليد التي يسعى المرسل إلى إشراك المستقبلين فيها وإكسابهم إياها .

والرسالة في العملية التعليمية ، هي موضوع الدرس أو المناقشة أو المادة العلمية التي يقدمها المدرس لتلاميذه ، ولا بد أن تكون مادة مشوقة غير منفرة للتلاميذ ، وأن تساير المجتمع الذي يعمل فيه المرسل ويعيش فيه المستقبل ، وأن تكون ملائمة للوقت المحدد لها وللجمهور المقدمة له من حيث العمر الزمني والتوقيت المناسب لتلقيها ، وأن تكون الرموز المستخدمة في الرسالة واضحة ومفهومة للطلاب ، وأن تكون متوافقة مع روح العصر وخالية من التعقيد والمبالغة ، وأن تكون جاذبة لانتباه الجمهور مثيرة لتفكيرهم وتجعل التلاميذ يندمجون معها وأن تقدم في أسلوب مرتب ومسلسل بطريقة سهلة منطقية ، وأن يسهل فهمها على الطلاب ويستطيعوا مناقشتها .

رابعاً : الاستجابة (رد الفعل أو رجوع الصدى) : وهو مدى استجابة المستقبل وتجاوبه مع الرسالة ومدى تأثيره بها وتقبله لها ، وتكون الاستجابة منطقية طبقاً لطريقة المرسل ونوع الرسالة ، وأيضاً طبقاً لطريقة تقديم الرسالة الاتصالية ، التي تعتبر الطريق الذي تنتقل به الرسالة إلى المستقبل ، والتي تتناسب مع قدرات المستقبل وتكون اقتصادية ومشوقة وجذابة .

والاستجابة من جانب الطلاب تتمثل في توضيح بعض النقاط التي لم يفهموها جيداً ولم يستوعبوها تماماً ، وكذلك نعطيه الأسئلة والاستفسارات حول بعض ما جاء بالرسالة من معاني وكلمات وموضوعات ، وكلما زاد رجوع الصدى كلما كان تأثير المرسل قوياً ، وكلما زادت الأسئلة والاستفسارات كلما دل ذلك على ارتباط المستقبل بالمرسل وتشويق الرسالة الاتصالية ذاتها ، ورجوع الصدى نفسه يعتبر رسالة جديدة ، يمكن أن يستغلها المرسل الأول الذي أصبح بمشابهة مستقبل لها ، فيقوم بفك رموزها ويقوم بعمل رسالته التالية على أساسها ، وهكذا تكتمل الدورة الاتصالية .

وهذه العناصر هامة جداً بالنسبة للمدرس أو المدرسة ، لأن التعليم ما هو إلا عملية اتصالية بين الطلاب ومدرسهم ، وأن العملية التعليمية في جوهرها عملية اتصال مباشر موجه بين المدرس والطلاب وفق موضوعات معينة ، وتساعد هذه العوامل الاتصالية والعناصر على الثقة والتواصل بين المدرسين والطلاب مما يساعد على نجاح العملية التعليمية والدورة الاتصالية وبالتالي يساعد على نجاح الطلاب وتنمية مواهبهم واستثارة مداركهم وبداية لإبداعهم وابتكارهم .

٢- عوامل نجاح الاتصال المباشر :

الاتصال المباشر له أهمية قصوى في المجتمعات التقليدية والمجتمعات النامية مثل مصر والعالم العربي ، فالمعلومات والآراء والاتجاهات المختلفة تنتقل عن طريق الاتصال المباشر الذي تتحدد خصائصه بأنه لا ينفصل عن البيئة التي ينبع منها بشكل عام .

فعملية الاتصال المباشر ليست مستقلة عن العلاقات الاجتماعية أو عن مضمون الإعلام ، وحيث أن عملية الاتصال متصلة اتصالاً وثيقاً بكيان المجتمع فإن مركز القائم بالاتصال الذي يعطي المعلومات يؤثر مباشرة في الطريقة التي يُقِيمُ بها ويفسر من خلالها الجمهور هذه المعلومات ، ويؤثر في الطريقة التي يستجيب بها الجمهور على تلك المعلومات (٢٨ / ١٤) ، ومن عوامل نجاح الاتصال :

أولاً : الفهم الصحيح لوظيفة الإعلام والاتصال : فوظيفة الإعلام والاتصال هي تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات ، بحيث يُعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم ، فالالاتصال لا يقدم إلا حقائق مجردة ، قد تكون على مستوى اهتمام المستقبل وقد لا تكون كذلك .

فالإعلام لا بد وأن يقوم على الوضوح والصراحة ودقة الأخبار مع ذكر مصادرها ، كما يجب أن يلتزم بمعايير الصدق والأمانة ، كذلك من المفروض أن يقوم الإعلام على التنوير والتثقيف والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس ، هادفة إلى الرفع من مستواهم وأيضاً تنشُد تعاونهم من أجل المصلحة العامة (١ / ١٢-١٣) .

ولذا ، فالفهم الصحيح لوظيفة الإعلام والاتصال هام جداً من أجل نجاحه ، لأن الإعلام ما هو إلا طريق هام من طرق مخاطبة العقول لا الضمائر ويستخدم أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي للوصول إلى أهدافه .

ثانياً : إدراك صعوبات الاتصال : وللاتصال صعوبات عديدة لا بد للمرسل بالذات أن يدركها ويتغلب عليها من أجل الوصول إلى نتيجة سليمة وقوية للاتصال ، ولا بد للمدرس أن يكون على وعي كامل بهذه الصعوبات حتى يمكن نجاح عملية الاتصال

من خلال التعليم ، وهذه الصعوبات بالنسبة للمدرس وبالنسبة للمرسل تتمثل فيما يلي:
(٢ / ٢٩) تجاهل الفروق الفردية بين المستقبلين ، وتجاهل الخبرة السابقة المتنوعة ،
والتعصب لبعض مواقف الرسالة الإعلامية ، والتوقعات غير المنتظرة .

ولابد في الوقت نفسه للمدرس أن يعمل على تجاوز الصعوبات بحسن طريقة
الإرسال للرسالة التعليمية ، ومراعاة مشاعر الطلبة والطالبات ، والإدراك الكامل لمحتوى
الرسالة ، وحسن مهارة صُنع الرسالة الاتصالية ، وحسن استقبال الطلاب للمعلومات ،
واستثارة السلوك الاتصالي لدى الطلاب من خلال دوافع : الاعتماد لحاجة الفرد إلى
مساعدة الآخرين لإشباع الحاجات ، والامتياز والتفوق ، والصدقة والمحبة والود ،
وتحقيق الذات ، كما يجب على المدرس أن يراعي الجو الاجتماعي أثناء الاتصال وأن
يراعي اتجاهات الطلاب الذين يقوم بالتدريس لهم ، وكذلك يمكن تقسيم الجماعات
الكبيرة إلى جماعات صغيرة لسهولة الاتصال وتجنب تسلل الإحباط (بشقي أنواعه) لنفوس
الطلاب .

ثالثاً : تبادل الأدوار : لابد أن يتبادل كل من المرسل والمستقبل (المدرس
والطلاب) الأدوار ، فلا يمكن أن يكون المعلم مرسلًا طول الوقت والتلميذ مستقبلًا
خلال الحصة الدراسية ، لأن ذلك يؤدي إلى الملل والكسل والسلبية ، فالمعلم الناجح
هو الذي يتيح الفرص لتلاميذه ليتولوا دور المرسل ويتولى هو دور المستقبل ، مما يؤدي
إلى مشاركة وإيجابية التلاميذ ، فضلاً عن التخفيف من أعباء المعلم ، وأن يكون لدى
المدرس وطلابه مجموعة من الاتجاهات الإيجابية مثل : الثقة بالنفس ، والافتناع التام من
المدرس لبلوغ الأهداف المنشودة ، وتبادل الثقة بين المدرس والطلاب بمجموعة من
المثيرات مثل مساعدة الطلاب في حل مشاكلهم وحثهم على التعبير الحر عن آرائهم
ومحاولة تعديل سلوكهم أو ميولهم أو نشاطهم ، ومحاولة جذبهم للمشاركة في الأنشطة
المدرسية (٥٩ / ٣٤-٣٥) .

رابعاً : التنوع في الوسائل المساعدة المستخدمة : فوسائل الاتصال هامة
جداً في التشويق وفي الإيضاح ، ويمكن للمدرس أن يراعي التنوع في هذه الوسائل ، حتى
في الحصة الواحدة ، لأن هذا التنوع يؤدي إلى تعميق عملية الفهم والاستيعاب ،

خصوصاً وأن هناك فروقاً فردية بين تلاميذ الصف الواحد ، وهذا الشرح عن طريق وسائل الإيضاح (وهي وسائل إعلامية تعليمية) تهيئ الفرصة الطيبة للطلاب للتواصل مع المدرس ، كل حسب قدرته ، مما يساعد على نجاح عملية الاتصال ويؤدي إلى التفوق وبناء الشخصيات السوية للطلاب .

كما أن هذا التنوع يساعد على بروز الاتجاهات الإيجابية لدى الطلاب ، وينمي قدراتهم المختلفة سواء أكانت قدرات استيعابية أو إبداعية أو ابتكارية ، كما يدفعهم إلى المشاركة الإيجابية في مختلف الأنشطة والمجالات .

خامساً : الروح الإبتكارية : ومن عوامل نجاح عملية الاتصال داخل الصف الدراسي تبرز تنمية الروح الإبتكارية لدى الطلاب ، والمساعدة على تنمية هذه الروح يكون عن طريق وسائل مساعدة عديدة منها : (٢ / ٣٠) الكتابة على وسائل غير تقليدية تبرز للطفل جماليات وروحاً جديدة للنص ، مثل الكتابة على الأحجار والبلور والورق البردي والقماش وغيرها من الورق الملون والورق المصقول ، وكذلك استخدام الصحف والطباعة والكتب والرسائل كوسائل إيضاح ، وكذلك استخدام الراديو والتلفزيون والإنترنت والكمبيوتر والأقمار الصناعية والفيديو كونفرانس في الاتصال والتفاعل والسرعة في نقل الرسائل وربط الوسائل الاتصالية بمراكز المعلومات المتقدمة ، واستخدام الكمبيوتر في إنتاج الوسائل التعليمية ، وزيادة قنوات الاتصال وتعددتها ، وتجنب الصعوبات والتشويش والضوضاء ، وإتاحة التخصص الدقيق للمدرس يساعد على إنجاز عملية الاتصال ، والتخصص الدقيق للمدرس يساعد كذلك في إنجاز توصيل المحتوى المناسب للمنهج الابتكاري واتجاهاته ، وتوزيع نقاط ابتكارية للطلاب .

٣ - أهداف المهارات الاتصالية في العملية التعليمية :

المدرسة كمؤسسة رسمية لها نظام معين في الاتصال ، وينبع هذا الاتصال من المدرسة والدور التربوي لها وللعملية التعليمية ككل ، فالتربية عبارة عن نظام ، والسلوك الإنساني اهداف نظام ، والاتصال كسلوك موجه نظام يتكون من سلسلة من العوامل والعمليات التي ترتبط معاً بعلاقات بنائية ووظيفة ، وهي عملية مؤدية في النهاية إلى تحقيق غرض إنساني أو تربوي مقصود .

وإذا كان الاتصال في العملية التربوية والتعليمية له أهداف عديدة نذكر منها :
إشباع الحاجات ، ونقل وتوصيل المعلومات للطلاب ، ومحاولة التأثير في آراء الطلاب
وتنظيمها للأصلح ، والاتصال لنقل المعلومات عبر وسائل متعددة تحتويها عناصر
الإيضاح من رسوم خطية ورسوم مصورة ولغة لفظية ولغة لفظية مع الرسوم أو الصور
وصور ناطقة مع الرسوم ، سواء أكانت ثابتة أو متحركة .

فدور المعلم في التعامل لا يمكن أن يظل مقتصرًا على طلابه ولكن ينتشر عبر
النشاطات المدرسية إلى مجتمع المدرسة كله ، ولذلك فإن هناك عدة أهداف تربوية عامة
ينبغي أن يعيها ويحفظها وينفذها كل مُدرّس أو مُدرّسة في المدرسة من أجل نجاح الاتصال
داخلها ومن هذه الأهداف التربوية للاتصال : (٥٩ / ٣٦-٣٧)

- خلق قاعدة من المعلومات لمستويات العاملين في المدرسة .
- فهم نظام العمل في المدرسة .
- تيسير العلاقات الاجتماعية المرغوبة في المدرسة .
- كما أن المؤسسة التربوية ذاتها تضع نظاماً خاصاً للاتصال داخلها وخارجها ، ولهذا
النظام أهمية كاملة من حيث الأبعاد التربوية ويتكون من عدة عناصر :
- معرفة كل العاملين في المدرسة بطبيعة الأشياء التي تؤثر على عملهم .
- شرح سياسات العمل العامة أو الأساليب التي تنتهجها المدرسة لإتمام عمل
معين ، لتكون واضحة أمام الجميع .
- التعرف على المشكلات المختلفة في البيئة المدرسية وحلول هذه المشاكل على
المستوى الرسمي وعلى المستوى الطلابي .
- معرفة حدود الاتصال الداخلي والاتصال الخارجي للمدرسة .
- تأكد مدرءا المدرسة من انتشار الاتصال المباشر في جميع أنحاء المدرسة وبين جميع
العاملين بها .
- أن يساهم الاتصال المباشر في معاونة العاملين في المدرسة على تجديد وإجادة خطط
أعمالهم من أجل تحقيق أعلى فاعلية ممكنة للمدرسة .

ولما كانت هذه هي عناصر الاتصال الرسمي للمدرسة ، فإن هناك مكونات للاتصال التربوي تعتمد على توافر العناصر التالية :

- التدريس وأهداف الاتصال التربوي .
- المعلمون والمعلمات بصفتهم المرسل للرسالة الاتصالية .
- محتوى المنهج الدراسي بما فيه من خبرات ومعارف ومعلومات وقيم ، وبصفته الرسالة الاتصالية التربوية .
- الوسائط التعليمية كوسيلة اتصال تربوية تحقق فوائد عديدة ومتنوعة .
- الرد العكسي "Feed Back" الذي يؤكد فعالية الاتصال .
- الدور الحيوي للتلاميذ في إنجاح منظومة الاتصال في المدرسة عن طريق الصحافة المدرسية والإذاعة المدرسية .

ولتحديد تكامل أهداف المهارات الاتصالية ، لابد من الوصول إلى معرفة عوائق الاتصال التربوي داخل الصف الدراسي والذي يحول دون الاستفادة الكاملة من المدرس بصفته مرسلًا ولا يحقق الغرض الكامل من العملية التعليمية للطالب بصفته مستقبلًا ، وخاصة أمام أهمية وضوح الرسالة التربوية التعليمية الاتصالية وخصوصاً وأن الهدف الأساسي هو تنمية روح الإبداع والابتكار لدى الطلاب ، وتمثل عوائق تحقق الاتصال الفعال داخل حجرات الدراسة فيما يلي : (٤٢/٥٩)

- ١ - الاعتماد على الناحية اللفظية والإغراق فيها يعد عائقاً يقلل من جودة الاتصال في الفصل الدراسي ، كما يقلل من كفاية التعلم الناتج وفعالته .
- ٢ - حدوث خلط في الفهم نتيجة اختلاف الخبرة ، وهذا الخلط في المعنى والاختلاف في الفهم النفسي للعبارات ينشأ كلما ازداد تجريد الفكرة أو المعنى الذي يعبر عنه المعلم لفظياً ، وكلما ازداد بُعد الفكرة عن خبرات التلاميذ ، وأيضاً عندما يقل التشابه بين المعنى الذي يقصده المعلم والمعنى الذي يصل إلى التلاميذ .

٣ - شروء ذهن المتعلم وإغراقه في أحلام اليقظة التي تحدث عند عدم جذب المعلم انتباه المتعلم ، وتعذر الفهم السليم عليه ، مما يدفعه إلى العكوف على خبراته الخاصة واهتماماته الشخصية التي يميل إليها .

٤ - عدم إدراك المتعلمين الكامل لبعض المواقف التعليمية مما يؤثر في كفاية الاتصال والفهم ، وهذا راجع إلى قلة تدريبهم وخبرتهم في تحقيق أقصى تعلم فعال عن طريق استخدام الوسائل التعليمية السمعية والبصرية ، ولذا فإن التدريب المناسب باستخدام الوسائل السمعية والبصرية يمكن أن يزيد من القدرات العقلية للمتعلمين الذين تتوافر لديهم قوة بصرية وسمعية عادية ، وينتج عن ذلك مضاعفة كمية التعلم والفهم كما يلاحظه المتعلمون ، ويستمعون إليه .

٥ - ضعف الدافعية لدى المتعلم يعوق الاتصال الفعال داخل الفصل الدراسي ، حيث إن المتعلم لا يهتم بالنشاط التعليمي ، ولعل ذلك راجع إلى قلة تنوع الوسائل التعليمية المستخدمة في الفصل الدراسي ، ومن هنا فإن المعلم الناجح هو الذي يفكر أثناء تخطيط خبرات التعلم وإعداده لدروسه اليومية في أن يستخدم في تدريسه وسائل مختلفة كالأفلام أو التسجيلات الصوتية ، أو الصور المكبرة أو النماذج أو العينات أو اللوحات أو الخرائط بهدف تحقيق أكبر قدر من المعنى والفهم والتعلم الفعال لمعلميه .

٦ - الظروف الفيزيائية مثل المقاعد غير المريحة ، والإضاءة الضعيفة ، وسوء التهوية ، ورداءة الصوت ، والأعداد الكبيرة والضخمة التي يكتظ بها الفصل الدراسي .

٤ - حيوية الإعلام المعاصر في تنمية المهارات وكوامن الابتكار :

وبعد أن عرفنا الإعلام وخصائصه وأدواره الهامة وأطراف الإعلام المترابطة والتي تساعد الفرد في التفكير الابتكاري من خلال التخلص من الأنماط التقليدية في التفكير والتعامل مع الأشياء والمواقف بمنظور جديد غير مألوف والقيام بحلول متميزة للمشكلات تختلف عن الحلول السابقة واصطباغ الحلول الإبداعية المتكررة المقدمة بعدم الشروع من جانب والملاءمة من جانب آخر ، ولهذا فإن للإعلام أدواراً هامة في تنمية الابتكار لدى أطفالنا ، وفي تطوير الروح الابتكارية ، وفي اكتشاف المواهب وصقلها لخلق أجيال من

الابتكاريين ، وكذلك في نشر العوامل المساعدة على الابتكار في مجتمعاتنا ، ولكن كيف يتحقق ذلك ؟ ..

يكون بالطبع عن طريق جميع وسائل الإعلام من صحافة وإذاعة وتلفزيون وإنترنت وفضائيات واتصال مباشر وغيرها من الوسائل الإعلامية .. ويمكن أن يؤثر الإعلام من خلال العملية التعليمية ، ومن خلال الأسرة ، وفي مختلف مراحل الطفولة ، وذلك من خلال القدرات الابتكارية الخمس وهي : الطلاقة الفكرية ، والأصالة المترسخة ، والمرونة الفكرية ، والحساسية تجاه المشكلات ، والاحتفاظ بالاتجاه .

وإذا كان الإعلام ببساطة هو ، إما إبلاغ بمعلومة لطرف آخر أو الإقناع بأمر ، فكلاهما يحتاجان للتفكير الإبداعي الحر ، لأنه لا يمكن أن أقدم معلومات لأحد ما لم تتح لي الحرية في أن أقول ما أريد ، ولن أستطيع أن أقنع أحداً بشيء ما لم أملك حرية النقاش والحوار للتوصل إلى قناعات مشتركة ، كما أن الإعلام ذاته عملية إبداع ، ولذلك يحتاج النهوض به إلى دوافع ، والدوافع تحتاج حرية من أجل تحقيق الإعلام المبدع ، والإعلام المبدع يخلق أجيالاً من المبدعين لأن هذا الإعلام ينشر التنوير والحرية والنقاش وحل المشكلات ويزيل الصعاب والعوائق والقيود من أمام التفكير في المجتمع .

ولذا ، فالإعلام هام جداً ، وأكثر أهمية في العملية الإبداعية والابتكارية ، خصوصاً بعد تقلص دور الأسرة وانخفاض دور المدرسة في المجتمعات المعاصرة في عصر العولمة والطريق السريع للمعلومات وانتشار الفضائيات والسموات المفتوحة والأسرة الكونية الواحدة وعصر الجات وما تبعه من متغيرات عالمية شديدة ...

وسوف نناقش هنا دور الإعلام في تنمية وتطوير التفكير الابتكاري والقدرات الابتكارية لدى الأبناء ، من خلال بيان أن الإعلام بوجه عام هو أساس تماسك المجتمع وطريقه للنمو والتقدم ، وله دوره المهم جداً في النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، لأنه الوسيلة الأساسية في محاولة التأثير على الجماهير بإقناعهم وتعبئة مشاعرهم وتبصيرهم بالحقائق ، وهو بالإضافة لذلك الطريق الرئيسي لنشر المعلومات ، لأن كلمة الإعلام ذاتها تجعل المعلومات أساس الرسالة الإعلامية والوظيفة الأساسية له ، وذلك بما تتيحه وسائل الإعلام من جمع الأخبار وتحليلها ونشرها ونشر

المعلومات العامة في موضوعات الحياة المختلفة باستخدام كافة الوسائل المسموعة والمقروءة والمرئية ، وهذه المعلومات هي القاعدة الرئيسية للمعرفة ، والتي عن طريقها نمتلك المهارات ونسعى لتطوير القدرات المختلفة ...

فوسائل الإعلام أصبحت أداة رئيسية وأساسية من أدوات التعليم والثقافة ، لأنها تتمتع بقدرات ضخمة ينبغي استخدامها على الوجه الأمثل ، وعلى سبيل المثال : نجد صفحات الجرائد والمجلات تمتلئ بالصفحات الأدبية والثقافية ، والتعليمية والتوجيهية ، وفي الإذاعة والتلفزيون نجد البرامج الثقافية المتنوعة والبرامج التعليمية ، فكثير مما تنشره وتبثه وسائل الإعلام والاتصال المختلفة يعد تعليماً وثقيفاً للجمهور المستهدف بوجه عام .

والإعلام هو أخطر عناصر ووسائل التنشئة في أثره المباشر على الفرد وعلى المجتمع ، فهو على النطاق الفردي قد يتوازي مع دور المدرسة ودور الأسرة في التنشئة المتكاملة ، لأن له أثراً مباشراً من ناحية ولاتساع نطاق وفورية تأثيره من ناحية أخرى ، لأنه ينقل مؤثرات التعليم والثقافة على كافة فئات وطوائف الأمة بكافة درجاتها الثقافية ، ويحدث تأثيره على الجامعي وغير الجامعي وحتى على الأمي .. فالإعلام هو الوسيلة الفعالة في مخاطبة جموع الشعب في بيوتهم وعلى مدار الزمن ، فالتلفزيون - على سبيل المثال - هو الجهاز الذي ينقل للناس من خلال برامجه مقدار التطور العلمي والتكنولوجي في العالم الخارجي ومقدار التطوير الثقافي في بقاع الأرض المتقدم منها والنامي ، فيكشف بذلك عن مواطن الضعف الداخلي في تلك المجالات وينبه إلى تداركها ، وبالتالي اللحاق بمواكب العلم والتكنولوجيا عن طريق تطوير الذات واكتساب المهارات المختلفة .

كما أن الإعلام قادر على تكوين رأي عام مستدير يشترك بفكره وجهده وقدراته ومهاراته في تنمية المجتمع ، لأنه قادر على عرض وإبراز كافة الجوانب الخافية على قطاعات معينة من المجتمع ، وبالتالي يولد الإحساس عند هذه القطاعات بأهمية المشاركة في تنمية المجتمع المحلي ، وفي استغلال القدرات والمهارات الفردية ، استغلالاً أمثل ، في تنمية المجتمع ، عن طريق التضافر الاجتماعي والتعاون والعمل الجماعي لخدمة المجتمع .

كما أن الإعلام هو الوسيلة الرئيسية لتوعية الفرد بالمشاكل المختلفة التي تواجه الفرد والمجتمع والأمة ، وبالتالي يستثير تفكير الأفراد في هذه المشاكل ويحاول أن يتواصل معهم في طرح الحلول اللازمة لهذه المشكلات ، وبالتالي يستثير لديهم طرح التساؤلات والإدلاء بالرأي واستغلال الإمكانيات المتوفرة ، بل ويستخلص مكنون مهاراتهم الفكرية والعملية في التوصل لحل هذه المشكلة ...

فالإعلام قادر على التواصل مع المجتمع وتنمية مهاراته وقدراته الكامنة ، وذلك يتطلب ترابطه الوثيق بالأجهزة التعليمية والعلمية والثقافية في المجتمع ، حتى يستطيع أداء دوره على الوجه الأمثل في تنمية المهارات والقدرات المختلفة .

ومن هنا فإن للإعلام دوراً هاماً في التأثير على مختلف جوانب التفكير الابتكاري عند الأطفال على وجه الخصوص ، لأنهم أكثر التصاقاً بوسائل الإعلام وأكثر فئات المجتمع تأثراً بهذه الوسائل الإعلامية ، ولقدرة الإعلام على تنمية هذا التفكير المهاري والابتكاري لدى أطفال المجتمع ، بل وإبراز القدرات والمهارات والإمكانيات الإبداعية والابتكارية للأطفال .

٥ - الإعلام ودوره الهام في نقل التفكير العلمي في عصر العولمة :

لابد وأن يواكب الإعلام روح العصر الذي يعيش فيه ، ومن هنا ، نجد أن العصر الذي نعيش فيه هو عصر القرية الكونية الواحدة والعالم الواحد والعولمة بكل مفاهيمها الاقتصادية والسياسية والعلمية والتقنية والإعلامية ، فنحن في عصر السماوات المفتوحة وفي عصر التدفق الإعلامي اللامحدود وفي عصر الطريق السريع للمعلومات ، ولن نتواصل مع عمليات التدفق الإعلامي إلا إذا تواكبنا مع روح العصر الإعلامية ، لأن التدفق الإعلامي لن يأتي إلا بالتحديث والنقل العلمي والتواصل الفكري والتقني مع الحضارات الأخرى ، والبدء مما وصلت إليه الحضارات الغربية من قدرات هائلة في العلوم وتطبيقاتها التكنولوجية ، وهكذا ، يجد الإعلام أن لزاماً عليه أن يقف بالفرد في مختلف دول العالم إلى نقطة البدء من آخر نقطة وصل إليها الآخرون ، أي أن الإعلام هو الذي يحقق قدرة الفرد على استيعاب نتائج جهد وتفكير الآخرين ، ثم يبدأ من حيث ما انتهوا إليه ، وبالتالي يستفيد الفرد والمجتمع من أفكار وحضارة وفكر وإبداع الآخرين

وابتكارا قهم المختلفة ، مما يعكس على حياته وحياة مجتمعه ويتواصل مع العصر الذي يعيشه ويستفيد من مميزات العولمة التي يعيش ويحيا من خلالها ، لأن ذلك من أسس القرية الكونية الواحدة وهي التواصل اليومي وعدم إخفاء ما يجري عن الآخرين .

ويسمي الإعلام في عصر العولمة (الإعلام المعاصر) بعدة تسميات منها ثورة المعلومات والاتصال ومنها الثورة الاتصالية ، ومنها كوكبة الإعلام ... وغيرها من التسميات ، حيث يلاحظ أن التلفزيون والقنوات الفضائية والأقمار الصناعية والكمبيوتر والإنترنت أصبحت أهم أدوات الإعلام العولمي في الوصول للجماهير والتأثير عليها ، فالإعلام العولمي ما هو إلا تزاوج ما بين ثورة المعلومات والتطور النوعي الذي تحقق في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، والذي كان نتيجته التدفق الإعلامي الهائل بين الشرق والغرب والشمال والجنوب ...

أولاً : أهم ملامح الإعلام العولمي :

وتتحدد ملامح الإعلام في عصر العولمة من خلال عدة مظاهر يعيش فيها ويحيا من خلالها الإعلام المعاصر ، والتي تنعكس على أدوار الإعلام التقليدية ، والتي تسهم بشكل ملموس في تطوير القدرات والمهارات المختلفة (وخصوصاً الإبداعية والابتكارية) لدي الأفراد ، ومن بين هذه الملامح نستطيع أن نرصد ما يلي (٣٨ / ٣٢ - ٣٤) :

(أ) تصاعد ثقافة الصورة ، وبروز نجم المثقف التلفزيوني ، ويتمثل في مقدم البرامج التلفزيونية ، مع تزايد نفوذ هذا النجم على ما عداه من نجوم المجتمع ، وتراجع العديد من نجوم الكلمة المطبوعة في عالمنا المعاصر ، وخاصة نجوم الثقافة والكتاب ، وهذا ما أسفر عنه الإعلام العولمي .

(ب) تزايد نفوذ اللغة المرئية والإعلام المرئي عند الجماهير ، ويتمثل ذلك فيما أسفرت عنه الثورة الاتصالية من تراجع مكانة الثقافة والإعلام المطبوع مع انتشار الإعلام المرئي ، المصور والمتحرك والسريع والمواكب للأحداث ، والذي يجذب المشاهد ويجعله تابعاً له ، بكافة صورته وأشكاله .

(ج) بروز القنوات الفضائية المختلفة الموجهة من مختلف الثقافات والشعوب إلى العالم أجمع ، في ظاهرة كبيرة ، ومظاهرة أكبر ، لغزو قلب وفكر الشعوب المختلفة إعلامياً ومحاولة السيطرة على الساحة الإعلامية ، وفرض ثقافات متنوعة على الثقافات المختلفة في أنحاء المعمورة ، وهذه القنوات الفضائية تبث لقطاعات عريضة من شعوب مختلفة ، وتعتمد في أساسها على مخاطبة الغرائز ومحاولة غزو العقول ، استناداً إلى معايير الغزو الثقافي والإعلامي والفكري .

(د) وهذه القنوات الفضائية تبث من خلال الأقمار الصناعية ، وهذا محور آخر من محاور الإعلام العولمي ، حيث أن الأقمار الصناعية تساعد على اقتحام هذه القنوات الفضائية لمختلف الدول والشعوب ، ويصعب التشويش على هذه القنوات التي تبث عبر الأقمار الصناعية ، كما أنها تجعل قوة ووضوح هذه القنوات عند المستقبل لها كاملة ، بالإضافة لانتشارها بين أكبر مساحة جغرافية ممكنة ، فالأقمار الصناعية التي تبث الفضائيات المختلفة ، بل وتساعد هذه الفضائيات على التواكب السريع والمباشر مع الأحداث العالمية ، تعتبر من أهم سمات الإعلام في عصر العولمة .

(هـ) بروز الإعلام الإلكتروني ، فالإعلام الإلكتروني من الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر مثل النت والإنترنت وغيرها من الشبكات ، ميز عالم الإعلام ، ومهد المجال للطريق السريع للمعلومات ، في التأثير على الأفراد وعلى المجتمعات المختلفة ، مما جعل هذا النوع من الإعلام سمة من سمات عصر العولمة أو الكوكبية .

(و) أصبح هناك استحالة لإخفاء أي حدث علمي أو سياسي أو اجتماعي ، يقع في أي منطقة من مناطق العالم ، بل وأصبحت كافة الأحداث التي تقع على أرض المعمورة ملكاً لكل الشعوب ، وهذا نتيجة من نتائج الثورة الراهنة لتكنولوجيا الاتصال وتطور الطابع الدولي لوسائل الاتصال وتطور الوظيفة الإخبارية المستفيدة من البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية .

وننتج عن ذلك أيضاً اتساع نطاق الخدمة الإخبارية من خلال الإعلام المرئي ، حيث أصبح في استطاعة شبكات الإعلام الدولية بث الحدث لحظة وقوعه وفي موقعه سواء داخل الدولة أو خارجها ، وأصبح تعريف الخبر في ظل ثورة المعلومات والاتصال هو (الحدث الذي نشاهده وهو يقع) بدلا من التعريف القديم (الخبر الذي وقع) ...

(ز) استفادات الصحافة بمختلف إصداراتها اليومية والأسبوعية والشهرية والفصلية ، من ثورة الاتصال والمعلومات استفادة بالغة وكبيرة ، سواء في رفع مستوى المنتج الإعلامي من حيث الطباعة والإخراج والتصوير وحفظ المعلومات ، أو في تزامن صدور الطبقات الإقليمية للصحف اليومية مع طبقات العاصمة ، أو في صدور طبقات دولية للعديد من الصحف ، وخصوصاً الصحف التي تصدر في دول العالم الثالث والتي كان من المستحيل عليها قبل ذلك إصدار طبقات دولية .

(ح) بروز التأثير الإيجابي لثورة المعلومات من خلال انتشار بنوك المعلومات ، وظهور الأرشيف الإلكتروني في مختلف أنحاء العالم ، وبروز الإنترنت كمصدر عالمي للمعلومات وكألية مستحدثة تكمل الدور الإعلامي لمختلف وسائل الاتصال من وكالات أنباء ومراكز معلومات وغيرها .

(ط) ومن أهم سمات الإعلام في عصر العولمة ، أن التطورات الراهنة في تكنولوجيا الاتصال أفرزت نمطاً اتصالياً يتميز بسمات تختلف عن الأنماط الاتصالية التقليدية السابقة ، والتي تشمل الاتصال الذاتي والاتصال الشخصي والاتصال الجمعي ثم الاتصال الجماهيري ، وهذا النمط الاتصالي الجديد ، أو كما يطلق عليه الاتصال الواسطي ، يجمع بين كل من الاتصال الشخصي الذي يعتمد على المواجهة والاتصال الجماهيري ، وله وسائله الاتصالية الخاصة به ، والتي تضم في داخلها كل أشكال الاتصالات عن بعد ، وهي الاتصالات السلكية واللاسلكية كالتلغراف والهواتف والراديو واتصالات الحاسب الآلي (البريد الإلكتروني) ، كما يتضمن هذا النمط الاتصالي الاتصالات الاستطلاعية كالراديو وعمليات مراقبة البيئة (الأرصاد) وألعاب الفيديو والحاسب الإلكتروني ، وكذلك أجهزة الموبايل والحوال والجوال وما يتضمنه من وسائل اتصالية حديثة ، وكل هذه الوسائل الإعلامية الحديثة في عصر العولمة تسمى الوسائل الاتصالية الواسطية .

ثانياً : الإعلام العولمي وتنمية التفكير الابتكاري عند الأطفال :

الإعلام في عصر العولمة قادر على تنمية التفكير الابتكاري عند الكبار وعند الأطفال ، بما يبثه عبر قنواته المتعددة ووسائله المتشابكة من أفكار ومعلومات وقيم

وقاعدة معرفية سريعة ومتطورة ومن حقائق ، ونستطيع أن نرصد ما يقدمه الإعلام في عصر العولمة لتنمية المهارات والتفكير الابتكاري من خلال ما يلي :

(أ) إن تعدد قنوات الإعلام المعاصر ، من فضائيات وويب وإنترنت وشبكات محمول ومن ألعاب فيديو جيم وأتاري وألعاب إلكترونية ، وغيرها توفر للأطفال القاعدة المعرفية ، وهي الأساس في كل عمليات التفكير عموماً ، وبالتالي ، التفكير الابتكاري على وجه الخصوص بطرح التساؤلات والقدرة على حل المشكلات ، بشرط ألا يصبح الطفل أو الكبير مجرد متلقٍ للحدث غير قادر على التجاوب معه .

(ب) إن هذه الوسائل الاتصالية الجديدة توفر للمتلقى الأسس العلمية الدقيقة للتفكير العلمي المنظم ، بما توفره من خدمات علمية ومواكبة لأحدث التطورات ، والذي يجعل ذهن الطفل متوقداً مطلعاً على أحدث التقنيات والاتجاهات العلمية ، مما يجعله قادراً على التطوير ، ومقبلاً على تنفيذ ما سمعه بالإضافة والتطوير ، وهذا هو أساس عملية الاختراع بتطوير ما نراه حولنا .

(جـ) جعل المتلقي متواكبا ومتواصلاً مع المخترعين والمبتكرين ، بشكل مباشر أو غير مباشر ، يساعد الطفل على التفكير الابتكاري ، بطرح التساؤلات والعمل على حل المشكلات المختلفة التي تواجهه، بالتواصل مع الآخرين ، فالإعلام الحديث لم يجعل المتلقي مجرد مستقبل للرسالة الاتصالية فقط ، بل هو يستطيع أن يكون مرسلأً أيضاً ، أي فاعلاً بالتواصل مع الرسالة ، وهذا ينمي التفكير الابتكاري عنده .

(د) إن ما تقدمه الوسائل الحديثة ، مثل الإنترنت والفضائيات ، من إمكانات تنمية المهارات المختلفة ، مثل برامج الهوايات ، واصنع بنفسك ، وكن معنا ، والأنشطة المتعددة ، تجعل من الطفل مشاركاً في الحدث ، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر ، عن طريق تنفيذ ما يسمعه ، أو تقديم أفكار جديدة أو اقتراحات عديدة ، تجعل الأطفال في حالة استنفار دائم ، وفي حالة مشاركة فعلية ، مما يزيد من قدراتهم مهارية وقدراتهم الابتكارية من خلال التفكير العلمي المنظم .

(هـ) إن هناك قدرات متعددة ، يقدمها الإعلام في عصر العولمة ، للطفل ، بعيداً عن الأب والأم والمعلم ، ومن هذه القدرات : قادة الرأي الذين يواجهون الجماهير لحل

مشكلاقم ، والمذيعين والمذيعات في الفضائيات الذين يجذبون انتباه الأطفال بالقدرة الفائقة على التواصل ، ثم المخترعين وصناع العلم الحديث ، الذين يكونون قدوة هائلة أمام الأطفال لتقليدهم واتباع خطواتهم للوصول إلى مكانتهم العلمية ، فكل من هذه القدوات تدخل في إطار النموذج الذي يساعد الأطفال على التفكير الابتكاري العلمي المنظم .

(و) برامج المسابقات ، التي تقدم المعلومات والمعرفة بشكل مشوق ، وتقيم جسور التواصل مع المشاهدين ، من أهم أسباب تنمية التفكير الابتكاري عند الأطفال ، لأنها تقدم القاعدة المعرفية السليمة من خلال أسلوب مرغوب وهو أسلوب المسابقات ، وإن كانت المعرفة هنا تلتف بالماديات ، لأن المتسابق يسعى للكسب المادي ، إلا أن القاعدة المعرفية والمعلوماتية التي يكتسبها الجميع تكون الأساس في خلق التفكير الابتكاري لدى الأطفال والشباب ، وبالتالي إتاحة الفرصة لهم للتواصل المعرفي بعد ذلك .

(ز) تقديم الاكتشافات العلمية والاختراعات والابتكارات المختلفة من خلال الإنترنت ومن خلال الفضائيات ، يسهم في تنمية المعرفة العلمية ، وبالتالي يؤدي لتأصيل التفكير العلمي الابتكاري لدى الأطفال ، ويساعدهم على التواصل مع الأفكار والمنجزات العلمية العالمية في مختلف المجالات .

(ح) يساعد الإعلام العالمي في عصر العولمة في زيادة قاعدة المبدعين ، سواء من زيادة فرص نشر إبداعاتهم ، وزيادة مساحة قراءة أعمالهم الإبداعية ، وسواء بتسليط الأضواء الإعلامية على أعمالهم الإبداعية ، وسواء بتحويل أعمالهم الإبداعية إلى حلقات أو مسلسلات أو أفلام أو برامج تلفزيونية أو نشرها على وسائط إلكترونية مثل المالتيميديا والفيديو جيم وغيرها ، أو نشرها عبر شبكات الإنترنت ، مما يسهم في تنمية قدرات المبدعين وزيادة مساحة الإبداع في عالمنا المعاصر .

(ط) تحقيق التواصل مع كافة وسائل الاتصال الحديثة من أهم سمات عصر العولمة ، ففي كل وسائل الإعلام هناك تواصل مباشر وغير مباشر ، والبريد الإلكتروني ، والصفحات عبر الإنترنت ، والاتصال المباشر بالبرامج الفضائية ، أتاح الفرصة الذهبية

لتنمية المهارات وطرح التساؤلات أمام الجميع ، مما يساعد على تنمية التفكير الابتكاري .

ويتضح مما سبق أن الإعلام في عصر العولمة أصبح إعلاماً معلوماً ومعرفياً جديداً ومتحركاً وسريعاً ومشعباً لكل التطلعات والقدرات والمهام والمهارات والأفكار والمعارف وقادراً على جذب الانتباه لمتابعته وللإستفادة منه على أكمل وجه عقلياً ومهارياً وفكرياً .

٦ - وظائف الإعلام وأساليبه في تنمية وتطوير الروح الابتكارية عند الأطفال :

الإعلام يساعد على تكوين وجدان الطفل ويسهم في تنمية مهاراته وقدراته ، وبالتالي يساعد على نمو الروح الابتكارية عند الأطفال من خلال وظائفه المتعددة وأساليبه المتنوعة التي تشد انتباه الطفل وتجذبه إلى التعلق به والاستماع إلى ما يوجهه إليه ، والاستمتاع بما يقدمه من برامج وموضوعات ..

والإعلام هو المستهلك الرئيسي لوقت فراغ الأطفال ، وبالتالي ، فهو يؤثر تأثيراً كبيراً على عقل وفكر الطفل ، في حركته وسكونه ، وفي يقظته ومنامه (من خلال الأحلام التي يعيشها الطفل عقب نومه بعد استماعه بالتلفزيون أو الحكاية) .. ولم لا...؟ .

فالطفل هو الذي يقبل ويسعى لمشاهدة التلفزيون أو الاستماع بأية وسيلة إعلامية ، عكس الأسرة التي يولد الطفل بها ولا يختارها ولا سبيل للخلاص منها ، وعكس المدرسة التي تصبح بمثابة إجبار للطفل على الذهاب إليها رغماً عنه ، فالطفل هو الذي يختار الوسيلة الإعلامية ، ثم هو الذي يختار الوقت والبرنامج المرغوب الاستماع به ، فهو في اختياره يستمتع ، وهو في انتقائه يفاضل ، وهو من خلال تركيزه في الاستماع أو القراءة أو المشاهدة يكون بكل حواسه ، وبالتالي يتأثر بما يسمعه ، ويدخل وجدانه ما قرأه أو شاهده ، ونستطيع أن نوجز الدور الإعلامي القوي في تنمية الروح الابتكارية عند الأطفال من خلال ما يلي :

أولاً : وظائف الإعلام وهيئة الروح الابتكارية عند الأطفال :

من الصعب أن نتخيل وجود المجتمع الحديث بدون وسائل الإعلام ، ولذلك ، فللإعلام وظائف مجتمعية متعددة ، ومن هذه الوظائف ما هو مفيد للمجتمع وما هو مفيد

للفرد ، ولكن أهم ما يقع على الإعلام من وظائف تلك التي تهى الأفراد عموماً ، والأطفال على وجه الخصوص ، نحو الإيجابية والإبداع ، عن طريق تنمية الروح الابتكارية لديهم ، ومن هذه الوظائف في هذا الاتجاه (١٨ / ٧٠ وما بعدها) :

(أ) مراقبة البيئة : وهي من أهم وظائف الإعلام ، وذلك من خلال تجميع المعلومات وتوزيعها ، سواء أكان داخل المجتمع أم خارجه ، حتى يتمكن المجتمع من التكيف مع الظروف المتغيرة ، وتستخدم مراقبة البيئة كتحذير مبكر للنظام لتوفير المعرفة اللازمة لاتخاذ القرارات ، وهذه الوظيفة تسهم في معرفة الأطفال بالمخاطر البيئية المختلفة مجتمعاتهم ، وبالتالي يفكرون في الحلول المختلفة لكل مشكلة ، بما ينمي الروح الابتكارية لديهم ..

(ب) نقل التراث الثقافي والاجتماعي عبر الأجيال : أصبح دور وسائل الإعلام في نقل التراث الاجتماعي والثقافي عبر الأجيال دوراً أساسياً ، وخصوصاً بعد تقليل دور الأسرة في هذا المجال ، حيث تعمل وسائل الإعلام على تمرير القيم والتقاليد من الأجيال السابقة للأجيال التالية، ومن ثم أصبح نقل الميراث الاجتماعي وظيفة أساسية للإعلام ، ومن ذلك الدور الوظيفي للإعلام التنوير ، أي إحداث التنوير المتكافئ الذي يكون مستحيلاً إذا حدث خلل وظيفي نتيجة عدم قدرة وسائل الإعلام على إرسال المعلومات بكفاءة أو عدم استقبال هذه المعلومات من جانب الجمهور بمهارة ، ومن هنا تبرز هذه الوظيفة في استمرار الروح الابتكارية في المجتمع من جيل إلى جيل .

(جـ) التشاور وتبادل الآراء : وهي من أهم وظائف الإعلام ، ففي أي مجتمع لابد من توافر وسائل التشاور وتبادل الآراء والأفكار والقضايا ، وتقوم وسائل الإعلام بهذه الوظيفة في المجتمع الحديث ، لبث روح الإقناع وإبداء الرأي في المجتمع .

(د) وظيفة المراقب ، وهي وظيفة إعلامية أكد عليها « ولبور شرام » ، وذلك لاستكشاف الآفاق وإعداد التقارير عن الأخطار والفرص التي تواجه المجتمع ، وفتح الباب أمام المناقشات حول تلك الآفاق وهذه الأخطار ، وهو ما يتيح المجال لتكوين وخلق الروح الابتكارية في المجتمع .

(هـ) وظيفة التنشئة : فالإعلام يسهم بلا شك في تنشئة الأفراد عموماً والأطفال على وجه الخصوص ، تنشئة متكاملة ، وذلك من خلال تعليم وإكساب أفراد المجتمع الجدد (الأطفال والشباب) المهارات والمعتقدات التي يقدرها المجتمع ، وهو ما يُعَلِّي من نمو الروح الابتكارية والتفكير الابتكاري عند الأطفال .

(و) وظيفة الترفيه : فالإعلام عليه عبء كبير في تقديم الخدمات الترفيهية للجماهير وللعمامة منهم، ويتمثل هذا الترفيه في تقديم التسلية وتهيئة الراحة والاسترخاء والقضاء على التوتر الاجتماعي ، والهدف يكون بالتححرر من التوتر والضغط والمشكلات ، وهو ما يساعد الأفراد على التفكير وطرح التساؤلات ، وبالتالي سيادة الروح الابتكارية في المجتمع .

ثانياً : نموذج انتشار المبتكرات وتدفق الإعلام :

خلال العقدين السادس والسابع من القرن الماضي ١٩٠٠ ذهب عدد من المنظرين إلى الأخذ بنظرية تدفق الإعلام على مراحل ، وذلك من واقع وجود نموذج انتشار المبتكرات ، ويسمح هذا النموذج بالمزيد من العمليات والاحتمالات المعقدة لتدفق الإعلام ، حيث أنه يرى أن تدفق المعلومات ينساب عبر أفراد عديدين من قادة الرأي وتابعيهم ، ويتركز المفهوم في هذا النموذج على شخصية قائد الرأي ، حيث يتضح أن هذه الشخصية في نظر بعض المحللين (١٨/٢٥٤ - ٢٥٨) : أكثر ابتكارية من أتباعها ، وأصحاب هذه الشخصية لديهم أفكار جديدة وقدرة على ابتكار الحلول ، والقدرة على تبني المستجدات أكثر من غيرهم ، كما أن لديهم اتصالاً أكثر من أتباعهم ، ويتعرضون لوسائل الإعلام أكثر من أتباعهم ، وأهم أكثر انفتاحاً على العالم وأكثر تقبلاً للأفكار الجديدة والتغيير من غيرهم ، وحين تحبذ أوضاع النظام الاجتماعي التغيير ، فإن قادة الرأي يكونون أكثر ابتكارية ، ولكن حين تكون تلك الأوضاع والمعايير تقليدية ، فإن قادة الرأي يكونون غير ابتكاريين .

وعملية الابتكار الخاصة بالاتصال وتدفق المعلومات يحددها أحد النماذج الاتصالية بأن المصدر هم المخترعون والعلماء وعوامل التغيير الاجتماعي وقادة الرأي ، والرسالة هي كل ابتكار جديد ، والوسيلة الاتصالية هي قنوات وسائل الإعلام وقنوات الاتصال

الشخصي ، والمستقبل هم أعضاء الجمهور في النظام الاجتماعي ، والأثر تغيير في الأفكار والاتجاهات والسلوك ، ويفترض في هذا النموذج أن قنوات الإعلام تكون أكثر فاعلية في زيادة المعرفة حول الابتكرات ، في حين تكون قنوات الاتصال الشخصي أكثر فاعلية في تشكيل المواقف حول الابتكار الجديد .

كما أن عنصر الوقت يعتبر عاملاً ضرورياً لانتشار الابتكرات ، ولذا يبرز دور الإعلام في مراحل انتشار الابتكرات على النحو التالي : المعرفة ، وهي التعرف على نوعية الابتكار والحصول على معلومات حول وظائفه ، ثم الإقناع ، ويجدد الفرد موقفاً مؤيداً أو غير مؤيد للابتكار ، ثم مرحلة القرار ، فيمارس الفرد أنشطة تدفعه إما إلى تبني هذا الابتكار أو رفضه ، ثم تأتي المرحلة الأخيرة وهي التدعيم ، أي يسعى الفرد إلى تدعيم قراره حول هذا الابتكار ، ولكنه قد يتخلى عن قراره السابق إذا تعرض لرسائل جديدة .

ويلاحظ أن المراحل المختلفة لانتشار الابتكار ليست متساوية ، وكذلك معدل انتشار الأفكار المستحدثة يكون بطيئاً في أول الأمر ثم تزداد سرعة الانتشار بالتدرج كلما رآها الأفراد أو سمعوا عن نجاحها ، كما يلاحظ أن السلوك الاتصالي للأفراد يختلف في كل مرحلة من مراحل عملية تبني الأفكار أو الأساليب المستحدثة ، حيث يقصد بالسلوك الاتصالي في هذا المجال نوع المصادر التي يبحث عنها الفرد للحصول على المعلومات أو المساندة والتوجيه ، وكذلك معدل تكرار اتصاله بتلك المصادر ..

فالاتصال والإعلام الجيد هو الذي يساعد على انتشار الابتكرات بسرعة وحيوية من خلال تدفق المعلومات للأفراد المهتمين بنوعية هذه الأفكار .

ثالثاً : الإعلام ودوره الحيوي في تشجيع الابتكار :

إذا كان الإعلام يمارس دوراً كبيراً في انتشار الابتكرات ، فإنه يمارس دوراً أكبر في تهيئة المستكرين ، وفي اكتشافهم وفي تهيئة مناخ الابتكار لديهم ، سواء أكان هذا الابتكار إبداعاً أم اختراعاً .

فالاتصال الناجح هو الذي يعطي للطفل الجمع بين زيادة الوعي المعرفي وكذلك الإدراك والبنية المعرفية وتنمية قدرة الفرد على التفكير المبدع وتعديل الإدراك للأحسن

حسب المعايير الاجتماعية ، ولا بد من تنظيم عملية الاتصال للحصول منها على كل مصادر المعرفة التي تساعد على اكتساب المعارف واستخدامها والمهارات وممارستها والاتجاهات وتنميتها (٢ / ٢٠) .

فالإعلام الناجح هو الذي يتيح الفرصة للتفاعل الإنساني ، مما يساعد على تكوين وتنمية الاتجاهات العقلية وأساليب التفكير وعمق التدوق وخصوصية التخيل والتفكير المبدع الابتكاري ، ومما يسهم في ارتقاء الإنسانية إلى درجات أعلى في سلم الحضارة والمدنية والعلم والتكنولوجيا عن طريق : الإبداع الإنساني المميز الذي يسعد وجدان المجتمع ، أو الاختراع والابتكار الجديد الذي يرفع الإنسانية درجة في سلم الرقي والتطور ، أو الحلول لبعض المشكلات التي تعنى السمو بالحياة الإنسانية ذاتها وطرح كل ما ينغص هذه الحياة من مشكلات .

فالإعلام لا يقتصر دوره على الترفيه فقط ، بل يتعداه إلى تشجيع الفكر وتهيئة الأفكار الجديدة والمستحدثة لتسمو بالإنسانية كلها وطرح هذه الأفكار للمناقشة والوصول بالنتائج لتعميمها ، ثم إلقاء الضوء على الابتكارات الجديدة لتشجيع مبتكريها وللإستفادة المثلى من هذه المبتكرات لخدمة الإنسانية كلها ..

فالإعلام هو مرآة الإنسانية في ماضيها وحاضرها ، ولا بد أن يكون منظارها الذي تستشرف به آفاق المستقبل ، ولن يكون ذلك متاحاً إلا بتشجيع الإبداعات والاهتمام بالمخترعات وتسييل الأضواء على حل المشكلات ، وتوجيه اهتمام خاص للمبتكرين وأصحاب المهارات والمخترعين والمبدعين ، لأنهم قادة العالم لاستشرف آفاق المستقبل القريب والبعيد ...

