الفصل الخامس

دور وسائل الإعلام فى تنمية الميول القرائية

تؤدى وسائل الإعلام دوراً في حياة الأطفال، حيث إن هذه الوسائل بأنواعها المختلفة (سينما) ومسرح، وإذاعة، وتليفزيون، وصحف، ومجلات تشغل جزءا كبيرا من الحياة اليومية للطفل، ولها دور بارز في إمداده بالمعلومات، وتشكيل آرائه، واتجاهاته، وقيمه.

والقيمة التربوية في الإعلام راسخة، ودور الإعلام في التربية مسلم به قولا وفعلا، وتكامل جهود المعلمين في المدرسة مع جهود الإعلاميين خارج المدرسة من أجل تربية الطفل صار واقعا لا يحتمل أي جدال (٨٠، ٩).

والمسئولون عن تربية الأطفال أدركوا أثر وسائل الإعلام على نمو الأطفال عقليا ووجدانيا وثقافيا واجتماعيا فاتجهوا إلى دراسة هذا الأثر للعمل على إيجاد أفضل السبل لاستغلال هذه الوسائل الاستغلال الأمثل.

والمعلومات التي يحصل عليها الطفل من المدرسة ضئيلة إذا ما قيست بالمعارف التي تصل إليه عن طريق وسائل الإعلام المتعددة (٣٧،٧) ومن ثم فإن هذه الوسائل أصبحت بمثابة الموزع الرئيسي للثقافة بعدما سلبت الموزع الشرعي - وهو الكتاب - عرشه وجاذبيته خاصة (التليفزيون) الذي يملك من الإبهار مالا يملكه الكتاب الموجه (٥٢، ٨٧).. والكتاب سيعرض - ضمن المواد القرائية (في الفصول التالية) لوسيلتين من وسائل الإعلام وهما الصحف والمجلات، ويعرض حاليا لوسيلتين أخريين أساسيتين وهما الإذاعتان المسموعة (الراديو) والمرئية (التليفزيون) موضحا دورهما في تنمية الميول القرائية لدى الأطفال.

أ - الإذاعة المرئية (التليفزيون):

يعد (التليفزيون) إحدى وسائل الإعلام التي تساهم في تنمية الميول القرائية لدى الأطفال، وربما كان تأثير التليفزيون على الأطفال بالذات أقوى وأعمق من تأثير أي وسيلة أخرى نظراً لارتباط الصوت بالصورة، وعدم الحاجة إلى إتقان القراءة والكتابة.

و (التليفزيون) جهاز قادر على الترفيه والتثقيف في وقت واحد، ومن ثم يؤثر على عقلية الطفل ووجدانه، ويعد أداة هامة للتعليم المباشر إذ ينقل إلى الطفل المعلومات والمعارف والأخبار المحلية والعالمية، ويقدم له الكثير من عادات وتقاليد الجماعات والمجتمعات المختلفة

والبرامج التي يبثها (التليفزيون) تصل إلى كل البيوت وتنقل آليا نفس المعلومات، وصور الأخبار والحياة. وبذلك تساعد بطريق قوى وفعال في توحيد الأساس الثقافي والمعرفي لدى قطاعات كبيرة جداً من أفراد المجتمع، وهي بذلك تقلل إلى حد كبير من الفوارق والأختلافات والتناقضات داخل المجتمع، كما تسهم في تنشئة الأطفال، وتطبيعهم على القيم الاجتماعية، والأخلاقية التي تعد من أهم الأدوات في المحافظة على كيان المجتمع وتماسكه (١٢، ١٩، ٢٠).

والطفل يشاهد (التليفزيون) قبل أن يتمكن من القراءة أو يذهب إلى المدرسة، وتستمر هذه المشاهدة حتى بعد ذهابهم إلى المدرسة، ومن هنا يمكن أن تستغل البرامج التليفزيونية في توعية الأطفال لأهمية القراءة، وأساليب ممارستها، والمواد المناسبة لهم، وأماكن وجودها.

ومما يؤكد احتلال (التليفزيون) لمكان الصدارة أمام باقي وسائل الاتصال الجماهيري في تأثيره على الأطفال أن نسبة تذكر الطفل لما سبق أن خبره وتعلمه في حياته تختلف باختلاف الحاسة أو الحواس التي تكون الرسالة قد نفذت من خلالها إلى مخ المتعلم، وقد أكدت نتائج الدراسات الميدانية في هذا المجال أن الطفل يتمكن من تذكر: ١٠٪ مما قرأه، ٢٠٪ مما سمعه، ٣٠٪ مما شاهده، و٥٠٪ مما شاهده وسمعه في وقت واحد، و٧٠٪ مما رواه، و٩٠٪ مما رواه أثناء أدائه لعمل معين (١٤٤، ١٣٢).

والعلاقة بين (التليفزيون) والقراءة موضوع أثير حوله العديد من التساؤلات: أهي علاقة إيجابية لصالح القراءة أم علاقة سلبية معاكسة للقراءة؟ أم هي علاقة متبادلة بمعنى أن كلا منهما يخدم الآخر؟

والآراء في هذا الشأن مختلفة منها السلبي المتشائم الذي يرى أن مشاهدة (التليفزيون) تؤدي إلى تقليل الإقبال على القراءة بأنواعها والبعض الآخر حدد للعلاقة بين التليفزيون والقراءة أشكالا. ومن هذه الأشكال (٨٨، ٣٤٥، ٣٥٦):

علاقة التعويض:

حيث يمكن أن يقوم (التليفزيون) بدور تعويض لبعض الوظائف والإمكانيات التي لا توفرها القراءة، أو تعجز بعض الفئات عن إدراكها بالقراءة. كما يمكن أن يشبع حاجات تربوية وثقافية كمساعد للقراءة، ومن هذه الأدوار التعويضية (للتليفزيون) تعويض الفئات غير القارئة وتوفير إمكانات حركية جديدة، وتعويض القصور في المقدرة القرائية.

علاقة التكامل:

فالصفحة المطبوعة تلفت الأنظار إلى البرنامج (التليفزيوني). وتقوى الآثار التي يتركها في المشاهدين، والبرنامج (التليفزيوني) يفتح الطريق لقراءة الصفحة المطبوعة، ويبعث الحياة في رموزها.

علاقة التشجيع:

حيث أكدت بعض الدراسات أن (التليفزيون) يقوم بتشجيع القراءة لدى الكبار والصغار (دراسة كوفن coffin ١٩٤٩) وفيها لوحظ أن (التليفزيون) قد أدى إلى ترويج كثير من الكتب بما ناقشه عنها وما ناقشه من موضوعات وردت بها، كما اتضح من دراسة أخرى أن التليفزيون قد أثار ميول القراءة من خلال إخراج الكتب في شكل مسرحي (١٣، ٤٢٨).

وبالنسبة للصغار فقد اتضح أن التليفزيون يثير ميل الطفل، وحب استطلاعه حتى يصبح ميالا إلى مجال أوسع من الكتب سواء في القصص أو غير القصص (١٣، ٤٢٩).

وينبغي - من وجهة نظر الباحث - أن تؤخذ هذه العلاقة (علاقة التشجيع) بقليل من الحذر، لأن تشجيع (التليفزيون) لمشاهديه على القراءة يتوقف على ظروف البيئة، وعلى حالة القراءة بالمجتمع، وأيضا مدى توافر المواد القرائية التي تتحدث عنها البرامج (التليفزيونية).

علاقة المنافسة:

وتعني أن يحتل (التليفزيون) مكان القراءة، وهذا يتوقف على مجموعة من العوامل من أهمها: مدى قوة أو ضعف الميول القرائية لدى المشاهدين، وهذه المنافسة قد تؤدي إلى أن استخدام التليفزيون يحدث انخفاضا بدرجة أو بأخرى في الوقت الذي يخصص للقراءة، وهو ما يسمى بالإزاحة الجزئية، أو أن عصر (التليفزيون) ينذر بانتهاء عصر القراءة، وهو ما يسمى بالإزاحة الكلية.

ومهما اختلفت الآراء حول شكل العلاقة بين (التليفزيون) والقراءة فإن هناك اتفاقا على أن التليفزيون يعد من أهم وسائل الاتصال بما يتسم به من مميزات وإمكانات وخصائص تمكنه من تقديم المعارف والمعلومات، والخبرات، والقيم، والسلوكيات التي تؤثر في إعداد الناشئة، ومستوى ثقافتهم، وتعمل على توجيه شخصياتهم، وبنائهم الفكري.

ب- الإذاعة المسموعة (الراديو):

الراديو أكثر وسائل الاتصال انتشارا، فهو يصل إلى جميع السكان متخطيا حواجز الأمية، والسن، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي والإعاقة البصرية، وهو بذلك الوسيلة الأسهل والأرخص.

وليس أقدر من الإذاعة قدرة على وصل ما انفصم، وربط ما انفصل بين اللغة الفصحى، واللهجة العامة المستخدمة لكي ترقى بها إلى مستوى المكتوب، والمنشور في الكتاب والمجلة (٥٤، ٧٥).

ورغم ما يتمتع به (الراديو) من مميزات تتمثل في سرعة نقل الأحداث، ودقة الاتصال الشفهي وفائدته تأكيدا لمن يرى أن الحكاية التي تروى من شخص إلى آخر تفقد نصف سحرها عندما تنتقل إلى الورق (٤١، ٢) إلا أنه يعيبه أنه لا يترك مجالاً للاختيار أمام المستمع، فهو يتدفق كما يحلو له ولا حيلة للسامع في ذلك بخلاف ما يتاح للقارئ من حرية الاختيار في مجال القراءة (٨١، ٣٣٠).

وعلى الرغم من افتقاد (الراديو) للصورة، والتي تمثل أحد أوجه النقص عند المقارنة بين المذياع المسموع، والمذياع المرئي، أو بينه وبين وسيلة السينما إلا أن ذلك يعد من وجهة نظر البعض إحدى المميزات التي ينفوق بها المذياع المسموع وخاصة في مجال التثقيف، لأن عدم وجود صورة أمام الطفل يساعده على تركيز الاستماع للنص المذاع مما يزيد من فرصة الاستفادة منه، كما أنه يجعل الأطفال المستمعين مستغرقين في التخيل دون قيود، كما أنه يفكر فيما يسمع، ويرسم بعقله ما يفهمه.

ويرجع عزوف الأطفال عن المذياع إلى عدم استثمار قدرات الإذاعة المسموعة الموجهة للأطفال الاستثمار الأمثل مما يقلل من أثر المذياع في تشكيل عقول الأطفال ، وإثارة خيالهم، وتبصيرهم بأفضل الأعمال التي تفيدهم في حياتهم.

ويتحدد الدور الذي تستطيع برامج الأطفال المقدمة بالإذاعة الصوتية أن تقوم به لإشباع الحاجات الإنسانية لمرحلة الطفولة المتأخرة. في إكساب الطفل معرفة أشمل وأعمق بالبيئة التي يحيط به، ومساعدة الطفل على اكتساب أنماط السلوكيات التي تساعده على التكيف الاجتماعي مع إشباع حاجاته المختلفة

ولا يمكن أن تحقق الإذاعة هذه الأمور الثلاثة ما لم تراع الدقة في إعداد برامج الأطفال بحيث يكون المسئولون عن إعداد هذه البرامج على قدر من الكفاية والفهم لاحتياجات الطفل في كل مراحله، وأولويات كل مرحلة، وأن يعملوا جاهدين لاستغلال كافة الإمكانات المادية والفنية المتاحة حتى يصل البرنامج إلى الطفل ويؤثر فيه التأثير المرغوب.

وخلاصة القول أن الشيء الذي لا يستطيع أحد أن ينكره أن كلا من (الراديو) و(التليفزيون) قد شغل الأطفال عن القراءة لأنهم يتلقون برامجهما في يسر دون جهد أو تركيز بالإضافة إلى ما يتحليان به من جاذبية وتشويق، ومع أن تجارب ودراسات حديثة حاولت أن تثبت أن الإذاعتين المسموعة والمرئية قد وسعتا من دائرة القراءة إلا أن ذلك لا يتحقق إلا مراعاة بعض الأمور الهامة التي تجعل الإذاعتين المسموعة والمرئية عاملين فعالين في تنمية الميول القرائية: ومن هذه الأمور:

أن تكون برامج الأطفال جيدة الإعداد والتقديم والإخراج بحيث تتسع لتشمل ما يلي

- التعريف بالكتب، والقصص، والمجلات، وتقديمها دون تفاصيل مملة.

الحوار مع مؤلفي القصص وكتّاب الأطفال.

- إجراء مسابقات في القراءة، ومنح الجوائز للأطفال.
- عرض الكتب والقصص، والتحدث عنها وإبداء الرأي فيها.
- الإعلام لا الإعلان فقط عن أخبار مطبوعات الأطفال، والتي تلقى إقبالا من الأطفال القراء، وخاصة كتب الأطفال العالمية التي لم تصل إلى أيديهم بعد.

تبسيط كتب كبار الأدباء، وقراءتها للأطفال، أو قراءة بعض أجزاء مثيرة منها.

- إعداد برامج ومناقشات بين الأطفال عما قرءوه من المطبوعات الحديثة.
- إتاحة الفرصة للتمثيليات التي يقوم فيها الأطفال بدور البطولات والتي تقدر الأطفال القراء، وتنمي الألفة بين الطفل والكتاب

مراعاة أن تكون الكتب والقصص والمجلات التي يتم تعريف الأطفال بها، أو عرضها، أو تبسيطها أو إعداد برامج حولها من تلك التي يميل الأطفال إلى قراءتها.

- نشر الوعي بأهمية كتب الأطفال بين الآباء والأمهات والكبار بصفة عامة من خلال مختلف المواقف في البرامج والتمثيليات والأحاديث في الإذاعة و (التليفزيون)، والمقالات والتحقيقات الصحفية، والرسوم الكاريكاتيرية في الصحف والمجلات، وغير هذا، بطرق غير مباشرة عن طريق وسائل الإعلام بحيث يصبح اقتناء الكتب بصفة عامة، وكتب الأطفال بصفة خاصة سمة من سمات مجتمعنا المعاصر (١٠، ٨٠).

- أن تكون برامج الأطفال التي تدور حول كتب الأطفال مستمرة ومشوقة، وأن تستهدف (٥٣: ١٢٦).

- الحديث عن كتب التراث، وأمهات الكتب بقصد تقديمها إلى الطفل دون الدخول في تفاصيل تصرفهم عن البرنامج، وعن التراث ذاته.

- الحديث عن كتب الأطفال العالمية التي لن تصل إلى أيديهم لتفتح نافذة الأدب العالمي لكي يواكب أطفالنا أطفال الدنيا ولا ينفصلوا عنهم.

- الحديث عن كتب الكبار التي بسطت للأطفال، وما أكثرها ولدينا مثال واضح لذلك، وهي أعمال شكسبير.

- الحديث عن كتب الأطفال العربية: الجديد منها والذي يعاد طبعه بعل والقديم الذي يصعب الحصول عليه.

- ومهمة الإذاعة لا تكمن في إعطاء الطفل كل الكتاب. وكذلك (التليفزيون) فمهمتهما أن تدفعاه إلى قراءته، وقراءة كتاب واحد لا تكفي لكن قراءة كتاب سوف تسلمه إلى آخر، فقد يكون هناك تداعي الكتب مثل تداعي الأفكار، فيقرأ في ذات الموضوع، ولنفس المؤلف، وهذا هو الذي يخلق عادة القراءة لدى الأجيال الجديدة (٥٥، ٩١: ٩٢).

- تجميع البرامج الناجحة في الإذاعتين المسموعة والمرئية في كتيب دوري يوزع في الأسواق لكي يتابع عن طريقه كل طفل ما لم تساعده الظروف على متابعته من برامج مذاعة خلال فترة معينة، وهذا أمر سوف يساهم إلى جانب ذلك في تنمية عادة القراءة والاطلاع، وشراء المادة المطبوعة لدى الأطفال (٧، ١٦٤: ١٦٥).

- تخصيص ركن خاص ببرامج الأطفال في الإذاعتين المسموعة والمرئية بلوحة الإعلان

بالمدرسة أو النادى، حيث تثبت فيه قائمة بهذه البرامج وساعات إرسالها. وقد يكون مفيدا أن تقوم المكتبة باقتراح كتب معينة تتصل بموضوعات هذه البرامج، وتدعو الأطفال إلى قراءتها (٣، ٤٢).

- مشاركة الأطفال أنفسهم فى تقديم البرامج الخاصة بهم فى الإذاعة أو (التليفزيون) تحت إشراف المتخصصين، ذلك لأن الطفل يتقبل ما يقدمه زميله، ويحاول أن يقلده، أو يتفوق عليه، مع أهمية اختيار الكلمات التى تصاغ بها مواد البرامج المقدمة للأطفال، بحيث تأتى سهلة وبسيطة ويفضل مصاحبة اللحن والموسيقى التى تشد انتباه الطفل. بالإضافة إلى أهمية اختيار الوقت المناسب لإذاعة هذه البرامج.
- العمل على تقديم برنامج أسبوعى للأطفال يتناول الكتاب كمحور أساسى يعرض لأهم الإنتاج الفكرى، ويعلم الأطفال أسلوب التعامل مع المكتبات العامة، وأن يكون حافزا على تشجيع الطفل على الاطلاع الحر، وأخذ الثقافة من منابعها الأصلية (٣٦، ١١٥).

وخلاصة ما سبق:

إن وسائل الإعلام إذا ما استثمرت الاستثمار الأمثل فإنها تساعد فى تنمية الميول القرائية لدى الأطفال، وبالتالى تنمية ثقافتهم.