

الفصل الثامن

الإعلام وتنمية الابتكار والإبداع

مقدمة

أولاً : الإعلام والتفكير العلمي

ثانياً : دور الإعلام في تنمية الإبداع

ثالثاً : الإعلام وتنمية مهارات الابتكار

رابعاً : الإعلام وتنمية التفكير الابتكاري عند الطفل

خامساً : وظائف الإعلام في تنمية وتطوير الروح الابتكارية

سادساً : دور وسائل الإعلام في تحقيق احتياجات الموهوبين

سابعاً : أشكاليات استخدام وسائل الإعلام في تنمية المواهب ورعايتها

الفصل الثامن

الإعلام وتنمية الابتكار والإبداع

مقدمة

تعاظمت في القرن العشرين الأدوار المختلفة التي تؤديها وسائل الإعلام للطفل وأصبح الباحثون يدون أدوار وسائل الإعلام تؤدي دورا مكملًا بل تنافسيًا مع الوالدين في مجال تربية الطفل . ومن هنا برزت أهمية النظر إلى ما يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في مجال التربية ، خاصة وأن الطفل قد يواجه مشكلات تتعلق بعدم القدرة على إدراك العلاقات غير الحسية والاعتماد على تفكيره على العلاقات الحسية فقط كما أنها تساهم في مقاومة التفكير الخرافي الذي يفسر الظواهر في أطوارات غير منطقية وقد يعاني الطفل التسلطي الذي يخضعه للتفكير من خلال الأنماط السائدة لدى الغير وتحد من فرصته في التمرين على ممارسة التفكير النقدي الخاص الذي يواد لديه حاسة التحليل والتقليل والبحث عن العلاقات المختلفة بين عناصر البيئة وعلى ذلك فإن لوسائل الإعلام دورها في غرس الاتجاهات الفكرية الإيجابية لدى الأطفال .

وتمتاز وسائل الإعلام بأنها سريعة الاستجابة لنشر المستحدثات في مجال العلم والمعرفة وأنها من وسائل زيادة التراث الثقافي ينقلها إلى الناس خبرات ليست في مجال تفاعلاتهم البيئية الاجتماعية المباشرة .

أولا : الإعلام والتفكير العلمي

لا بد 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 الإعلامية ، فنحن في عصر السماوات المفتوحة وفي عصر التدفق الإعلامي اللامحدود وفي عصر الطريق

السريع للمعلومات ، ولن نتواصل مع عمليات التدفق الإعلامي إلا اذا 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 ان لزاما عليه ان يقف بالضرد في مختلف دول العالم إلى نقطة البدء من آخر نقطة وصل إليها الآخرون ، أي أن الإعلام هو الذي يحقق قدرة الضرد على استيعاب نتاج جهد وتفكير الآخرين ، ثم يبدأ من حيث ما انتهوا ، وبالتالي يستفيد الضرد والمجتمع من أفكار وحضارة وفكر وإبداع الآخرين وإبتكاراتهم المختلفة ، مما ينعكس على حياته وحياة مجتمعه ويتواصل 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 .

ويسمى 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 والانترنت أصبحت أهم أدوات الإعلام العولمي في الوصول للجماهير والتأثير عليه فالإعلام العولمي ما هو إلا تزواج ما بين ثورة المعلومات والتطور النوعي الذي تحقق في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال والذي كان نتيجة التدفق الإعلامي الهائل بين الشرق والغرب والشمال والجنوب .

ثانيا : دور الإعلام في تنمية الإبداع

تتمثل أجهزة الإعلام في الصحافة والإذاعة والتلفزيون ومراكز ثقافة الطفل وإن الإعلام جزء لا يتجزأ من ثقافة الطفل ، ويسهم بدور بارز في تربية وتكوين قيمة وتشكيل اتجاهاته وعقائده هاالإعلام والثقافة يمثلان مدخلهما لتعليم الطفل وثقيفة وتسلية .

وأن وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة لأتقل أهمية عن غيرها من مؤسسات التشنئة الأسرية والاجتماعية في اكتشاف ورعاية الموهبة والابتكار لدى الأطفال والشباب ، حيث أن لوسائل الإعلام دور خطير في هذا المجال ، فهو قادر على أن تستنبط من التاريخ قصص الموهوبين والمبتكرين وتعرضها للأطفال والشباب فتحت فيهم ملكات الإبداع وتستنهض لديهم إمكانات النبوغ والموهبة ، كما أنه باستطاعة وسائل الإعلام ان تخاطب الموهوبين وتوفر لهم من البرامج ما ينمي مواهبهم ويحل مشكلاتهم ، وأن تقدم أولئك الموهوبين عبر قنواتها ووسائلها اتصالاتها بالمؤسسات التربوية والعلمية التي يهتما اكتشافهم والتعرف عليهم ويمقدورها أيضا أن تتحدث إلى من يحيطون بالموهوبين لتعرفهم أفضل الطرق واسلمها للتعامل معهم والتفاعل مع مواهبهم ومبتكراتهم .

وأن روح الابتكار والإبداع يمكن تنميتها والعمل على صقلها لدى الأطفال من طريق :

- 1- تقديم مادة إعلامية ذات طابع ترفيهي . مع تضمينها وسائل إعلامية تنمي روح التخيل والرغبة في الاتيان بالجديد .
- 2- اخراج الطفل من بوتقة الخوف من التجربة وحب المحاولة والتي يعالي من خوفها كثير من الأطفال لأسباب تربوية .
- 3- أن تشجع وسائل الإعلام روح الابتكار لدى الأطفال والشباب اذا وافق جهودها نشاطات ملموسة على أرض الواقع تترجم ما تعرضه وسائل الإعلام إلى برامج فعلية .
- 4- أن تقدم مواد وبرامج إعلامية حول مفهوم الإبداع والابتكار ومقوماته مع ربطه بمستوى التنمية الوطنية الذي يتطلب المجتمع للوصول إليه .

5- ضرورة تركيز وسائل الإعلام في رسائلها على المبادئ الانسانية والقيم الأخلاقية النبيلة وتشجيع الميول العلمية والفنية والأدبية لدى الأطفال والشباب والعناية باللغة العربية الفصحى .

6- مساهمتها في التنشئة الاجتماعية والاتزان الانفعالي عن طريق إشباع الحاجات النفسية والحاجة إلى المعلومات والثقافة وتثبيت القيم والمعتقدات وتعديلها والتوافق مع المواقف الجديدة .

7- أن تنشئ برامج ترفيهية تربوية معلوماتية تجعل التفكير في المادة المطروحة عمادا لها .

وهناك بعض الإرشادات والقواعد الواجب اتباعها في بث البرامج الإعلامية التي تنمي وتشجع روح الابتكار والإبداع فيما يلي :

1- أن تكون البرامج الإعلامية مؤثرة بحيث يشعر فيها الضرد بالمرود السريع وإتاحة الفرصة للأشتراك فيها لجميع الأعمار والمستويات .

2- أن تتنوع البرامج الإعلامية بحيث تكون مشوقة وهادفة ومشبعة لحاجات الأطفال والشباب .

3- مراعاة الوقت المناسب لعرض البرامج الإعلامية .

4- عرض البرامج الإعلامية المناسبة للأعمار العقلية المختلفة بحيث تتيح الفرصة لجميع مراحل النمو للاستمتاع بهذه البرامج .

ثالثا : الإعلام وتنمية مهارات الابتكار

إن للإعلام أدوار هامة في تنمية الابتكار لدى الأطفال وفي تطوير الروح الإبتكارية وفي اكتشاف المواهب وصلقلها لخلق أجيال من الإبتكارين ، وكذلك في نشر العوامل المساعدة على الإبتكار في مجتمعنا يكون بالطبع عن طريق جميع وسائل الإعلام من صحافة وإذاعة وتلفزيون وانترنت وفضائيات واتصال مباشرة وغيرها من الوسائل الإعلامية ، ويمكن أن يؤثر الإعلام من خلال العملية

التعليمية ومن خلال الأسرة في مختلف مراحل الطفولة وذلك من خلال القدرات الإبتكارية الخمس وهي :

- 1- الطلاقة الفكرية
- 2- الأمانة المترسخة
- 3- المرونة والتفكير
- 4- الحساسية تجاه المشكلات
- 5- الاحتفاظ بالاتجاه

وإذا كان الإعلام هو إما إبلاغ بمعلومة لطرف آخر أو الأقتناع بامر فكلاهما يحتاجان للتفكير الإبداعي الحر ، كما أن الإعلام ذات عملية إبداع ولذلك يحتاج النهوض به الى دوافع ، والدوافع تحتاج لحرية من أجل تحقيق الإبداع ، والإعلام المبدع يخلق أجيالا من المبدعين لأن هذا الإعلام ينشر التنوير والحرية والنقاش وحل المشكلات ويزيل الصعاب والعوائق والقيود من أمام التفكير في المجتمع ولذا فالإعلام هام جدا ، وأكثر أهمية في العملية الإبداعية والإبتكارية خصوصا بعد تقلص دور الأسرة وانخفاض دور المدرسة في المجتمعات المعاصرة في عصر العولمة والطريق السريع للمعلومات وانتشار الضائيات والسموات المفتوحة والأسرة الكونية الواحدة وعصر الجات وما تبعه من متغيرات عالمية شديدة وإن الإعلام بوجه عام هو أساس تماسك المجتمع وطريقة للنمو والتقدم ، وله دوره المهم جدا 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 والمرئية والمترئية ، وهذه المعلومات هي القاعدة الرئيسية للمعرفة والتي عن طريقها تمتلك المهارات وتسعى لتطوير القدرات المختلفة .

فوسائل الإعلام أصبحت اداء رئيسية وأساسية من أدوات التعليم والثقافة لأنها تتمتع بصدرات 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 فكثيرا مما تنشره وتبثه وسائل الإعلام والاتصال المختلفة بعد تعليما وثقافيا للجماهير المستهدف بوجه عام .

والإعلام هو أخطر عناصر ووسائل التنشئة في أثرة المباشرة على الفرد وعلى المجتمع فهو على النطاق الفردي قد يتوازي مع دور المدرسة ودور الأسرة في التنشئة المتكاملة . لأن له اثرمباشرا 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 ، فكيفش بذلك عن مواطن الضعف الداخلي في تلك المجالات وينبه الى تداركها وبالتالي اللحاق بمواكب العلم والتكنولوجي عن طريق تطوير الذات واكتساب المهارات المختلفة .

كما أن الإعلام قادر على تكوين رأي عام مستنير يشترك بفكره وجهده وقدراته ومهاراته في تنمية المجتمع لأنه قادر على عرض وإبراز كافة الجوانب الخافية على قطاعات معينة من المجتمع وبالتالي يولد الاحساس عند هذة

القطاعات باهمية المشاركة فى تنمية المجتمع المحلى وفى استغلال القدرات والمهارات الفردية استغلال امثل فى تنمية المجتمع عن طريق التضامن الاجتماعى والتعاون والعمل الاجماعى لخدمة المجتمع كما أن الإعلام هو الوسيلة الرئيسية لتوعية الفرد بالمشاكل المختلفة التى تواجه الفرد والمجتمع والامة أو بالتالى يستنير تفكير الافراد فى هذه المشاكل ويحاول أن يتواصل معهم فى طرح الحلول اللازمة لهذة المشكلات أو بالتالى يستنير اليهم طرح التساؤلات والادلاء بالرأى واستغلال الامكانيات المتوفرة بل ويستخلص مكنون مهاراتهم الفكرية والعلمية فى التواصل لحل هذه المشكلة .

فالإعلام قادر على التواصل وتنمية مهاراته وقدراته الكامنة وذلك يتطلب ترابطة الوثيق بالاجهزة التعليمية والعلمية والثقافية فى المجتمع حتى يستطيع اداء دوره على الوجه الامثل فى تنمية المهارات والقدرات المختلفة .

ومن هنا فان للإعلام دورا هاما فى التأثير على مختلف جوانب التفكير الابتكارى عند الاطفال على وجه الخصوص لأنهم أكثر التصاقا بوسائل الاعلام واكثر فئات المجتمع تائير بهذة الوسائل الإعلامية ولقدرة الإعلامية ولقدرة الاعلام على تنمية هذة التفكير المهارى والابتكارى لدى اطفال المجتمع بل وابرز القدرات والمهارات والامكانيات الابداعية والابتكارات للاطفال .

رابعا : الاعلام وتنمية التفكير الابتكارى عند الاطفال

الاعلام قادر على تنمية التفكير الابتكارى عند الكبار وعند الاطفال بما يبيئه عبر قنواته المتعددة ووسائله المتشابكة من افكار ومعلومات وقاعدة معرفية سريعة ومتطورة ومن حقائق ونستطيع أن نرصد ما يقدمه الإعلام لتنمية المهارات والتفكير الابتكارى من خلال .

1- أن تعدد قنوات الإعلام المعاصر من فضائيات وويب وانترنت وشبكات محمول ومن العاب فيديو وجيم واتارى والعب الالكترونية وغيرها توفر للاطفال

القاعدة المعرفية وهي الأساس في كل عمليات التفكير عموما وبالتالي التفكير الابتكاري على وجه الخصوص بطرح التساؤلات والقدرة على حل المشكلات بشرط الايصاح الطفل أو الكبير مجرد متلقى للحدث غير قادر على التجاوب معه

ب- إن هذه الوسائل الإتصالية الجديدة توفر للملتقى الأسس العلمية الدقيقة للتفكير العلمي المنظم بما توفره من خدمات علمية ومواكبة لأحدث التطورات والذي يجعل ذهن الطفل متوقفا مطلقا على أحداث التقنيات والاتجاهات العلمية ، مما يجعله قادرا على التطوير ومقبلا على تنفيذ ما سمعه بالإضافة والتطوير وهذا هو أساس عملية الأختراع بتطوير ما نراه حولنا .

ج- جعل المتلقى متواكبا ومتواصلا مع المخترعين والمبتكرين بشكل مباشرة أوغير مباشر يساعد الطفل على التفكير الإبتكاري بطرح التساؤلات والعمل على المشكلات المختلفة التي تواجهه بالتواصل مع الآخرين فالإعلام الحديث لم يجعل المتلقى مجرد مستقبل للرسالة الأتصالية فقط ، بل هو يستطيع أن يكون مرسلا أيضا أى فاعلا بالتواصل مع الرسالة ، وهذا ينمي التفكير الإبتكاري عنده.

د- إن ما تقدمه الوسائل الحديثة مثل الانترنت والفضائيات ، من إمكانات تنمية المهارات المختلفة ، مثل برامج الهوايات ، واصنع بنفسك وكن معنا والأنشطة المتعددة تجعل الطفل مشاركا في الحديث سواء بشكل مباشر أو غير مباشر ، عن طريق تنفيذ ما يسمعه وتقديم أفكار جديدة أو اقتراحات عديدة تجعل الأطفال في حالة استنقاره ثم وفي حالة مشاركة فعلية مما يزيد من قدراتهم مهارية وقدراتهم الإبتكارية من خلال التفكير العلمي المنظم .

هـ- إن هناك قدرات متعددة يقدمها الإعلام للطفل بعيدا عن الأب والأم والمعلم ومن هذه القدرات ، قادة الرأي الذين يواجهون الجماهير لحل مشكلاتهم والدعوى والمذيعات في الفضائيات الذين يجنبون انتباه الأطفال بالقدرة الفائقة

على التواصل ثم المخترعين وصناع العلم الحديث الذين يكونون قنوة هائلة أمام الأطفال لتقليدهم واتباع خطواتهم للوصول إلى مكائنتهم العلمية ، فكل من هذه القدوات تدخل في إطار النموذج الذي يساعد الأطفال على التفكير الإبتكاري العلمي المنظم .

و- برامج المسابقات التي تقدم المعلومات والمعرفة بشكل مشوق وتقييم جو التواصل مع المشاهدين من أهم أسباب تنمية التفكير الإبتكاري 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 الإبتكاري لدى الأطفال والشباب وبالتالي إتاحة الفرصة لهم للتواصل المعرفي بعد ذلك نرى تقديم الاكتشافات العلمية والاختراعات والابتكارات المختلفة من خلال الانترنت ومن خلال الفضائيات ، يسهم في تنمية المعرفة العلمية ، وبالتالي يؤدي لتأهيل التفكير العلمي الإبتكاري لدى الأطفال ويساعدهم على التواصل مع الأفكار والمنجزات العلمية والعالمية في مختلف المجالات .

ح- يساعد الإعلام العالمي 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 تليفزيونية أو نشرها على وسائل إلكترونية مثل المالت ميديا والفيديوجيم 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 الذهنية لتنمية المهارات وطرح التساؤلات أمام الجميع مما يساعد على تنمية التفكير الابتكاري .

ويتضح مما سبق أن الإعلام أصبح إعلاما معلومانيا ومعرفيا جديدا ومتحركا وسريعا ومشعبا لكل التطلعات والقدرات والمهام والمهارات والأفكار والمعارف وقادر أعلى جذب الانتباه لمتابعته ولأستفادة منه على أكمل وجه عقليا ومهاريا وفكريا .

خامسا ، وظائف الإعلام في تنمية وتطوير الروح الابتكارية

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 ، والاستماع بما يقدمه من برامج وموضوعات .

والإعلام هو المستهلك الرئيسي لوقت فراغ الطفل وبالتالي فهو يؤثر تأثير كبيرا على عقل وفكر الطفل في حركته وسكوته وفي يقظته ومنامه من خلال الأحلام التي يعيشها الطفل عقب نومه بعد استمتاعه بالتلفزيون أو الحكاية .

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 اخبار للطفل على الذهاب إليها رغما عنه فالطفل هو الذي يختار الوسيلة الإعلامية ، ثم هو الذي يختار الوقت والبرنامج المرغوب الاستمتاع به ، فهو في اختياره يستمتع وهو في انتقاله 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 ان نوجز الدور الإعلامي القومي في تنمية الروح الابتكارية عند الأطفال من خلال ما يلي :-

أولا : وظائف الإعلام وتهيئة 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 تهيب الأفراد عموما والأطفال على وجه الخصوص نحو الإيجابية والإبداع عن طريق تنمية الروح الابتكارية لديهم ومن هذه الوظائف في هذا الإتجاه ما يلي:

1- مراقبة البيئة

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

2- نقل التراث الثقافي والاجتماعي عبر الأجيال

أصبح دور وسائل الإعلام في نقل التراث الاجتماعي والثقافي عبر الأجيال دور أساسي وخصوصا بعد تقليد دور الأسرة في هذا المجال ، حيث تعمل وسائل الإعلام على تمرير القيم والتقاليد من الأجيال السابقة إلى الأجيال التالية ، ومن ثم أصبح نقل الميراث الاجتماعي وظيفه أساسية للإعلام ، ومن ذلك الدور الوظيفي للإعلام التنوير إى إحداث التنوير المتكافئ الذي يكون مستحيلا 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 الى جيل .

3- التشاور وتبادل الآراء

وهي من اهم وظائف الإعلام فهي أى مجتمع لابد من توافر وسائل التشاور وتبادل الآراء والأفكار والقضايا وتقوم وسائل الإعلام بهذه الوظيفة في المجتمع الحديث لث روح الإقناع وإيداع الرأي في المجتمع .

4- وظيفة المراقب

وهي وظيفة إعلامية أكد عليها (ولبرام شرام) وذلك لأستكشاف الأفاق واعداد التقارير عن الأخطار والفرص التي تواجه المجتمع وفتح الباب أمام المناقشات حول تلك الأفاق وهذه الأخطار وهو ما يتيح المجال لتكوين وخلق روح الإبتكارية في المجتمع .

5- وظيفة التنشئة

فالإعلام يسهم بلا شك في تنشئة الأفراد عموما والأطفال على وجه الخصوص تنشئة متكاملة وذلك من خلال تعليم وإكساب أفراد المجتمع الجدد (الأطفال والشباب) المهارات والمعتقدات التي يقدرها المجتمع ، وهو ما يعلى من نمو الروح الإبتكارية والتفكير الإبتكاري عند الأطفال .

6- وظيفة الترقية

فالإعلام عليه عبء كبير في تقديم الخدمات الترفيحية للجماهير وللعامه منهم ويتمثل هذا الترفيه في تقديم التسلية وتهينة الراحة والاسترخاء والقضاء على التوتر الاجتماعي ، والهدف يكون بالتححرر من التوتر والضغط والمشكلات وهو ما يساعد الأفراد على التفكير وطرح التساؤلات وبالتائي سيادة الروح الابتكارية في المجتمع .

ثانياً ، نموذج انتشار المبتكرات وتدفق الإعلام

خلال العقدين السادس والسابع من القرن الماضي 1900 ذهب عدد من المنظرين إلى الأخذ بطريقة 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 قائدا الرأي حيث يتضح ان هذه الشخصية في نظر بعض المحللين أكثر ابتكارية من اتباعها وأصحاب هذه الشخصية لديهم أفكار جديدة وقدرة على ابتكار الحلول والقدرة على تبني المستحدثات أكثر من اتباعهم ، وأنهم أكثر انفتاحا على العالم وأكثر تقبلا للأفكار الجديدة والتغير 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 الشخص والمستقبل هم أعضاء الجمهور في النظام الاجتماعي ، والأثر تغيير في الأفكار والاتجاهات والسلوك ، ويفترض في هذا النموذج ان قنوات الإعلام تكون أكثر فعالية في زيادة المعرفة حول المبتكرات ، في حين تكون قنوات الاتصال الشخص أكثر فعالية في تشكيل المواقف حول الابتكار الجديد .

كما أن عنصر الوقت يعتبر عاملاً ضرورة بالانتشار المبتكرات ولذا يبرز

دور الإعلام في مراحل انتشار المبتكرات على النحو التالي :

- المعرفة : وهي التعرف على نوعية الابتكار والحصول على معلومات حول وظائفه .

- الاقناع : ويحدد الفرد موقفا مؤيدا أوغير مؤيد للابتكار .

- مرحلة القرار : فيمارس الفرد أنشطة تدفعه إما إلى تبني هذا الإبتكار أو رفضه.

- التدعيم : أى يسعى الفرد إلى تدعيم قراره حول هذا الابتكار ولكنه قد يتخلى عن قرار السابق إذا تعرض لرسائل جديدة .

ويلاحظ أن المراحل المختلفة لانتشار الإبتكار ليست متساوية وكذلك معدل انتشار الأفكار المستحدثة يكون بطيئا في أول الأمر ثم تزداد سرعة الإنتشار بالتدرج كلما رآها الأفراد أو سمعو عن نجاحها ، كما يلاحظ أن السلوك الاتصالي للأفراد تختلف 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 فالإتصال والإعلام الجيد هو الذي يساعد على انتشار المبتكرات بسرعة وحيوية من خلال تدفق المعلومات للأفراد المهمتين بنوعية هذه الأفكار .

ثالثا : الإعلام ودوره الحيوى في تشجيع الابتكار

إذا كان الإعلام يمارس دورا كبيرا في انتشار المبتكرات فإنه يمارس دورا أكبر في تهيئة المبتكرين وفي اكتشافهم وفي تهيئة مناخ الابتكار لديهم ، سواء أكان هذا الأبتكار إبداعا أم اختراعا .

فالإتصال الناجح هو الذي يعطى للطفل الجمع بين زيادة الوعي المعرفي وكذلك الإدراك والبيئة 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 .

فالإعلام الناجح هو الذي يتيح الفرصة للتفاعل الإنساني ، مما يساعد على تكوين وتنمية الاتجاهات العقلية وأساليب التفكير وعمق التذوق وخصوصية التخيل والتفكير المبدع الابتكاري ، ومما يساهم في إرتقاء الإنسانية إلى درجات أعلى في سلم الحضارة والمدنية والعلم والتكنولوجيا عن طريق الإبداع الإنساني المميز الذي يسعد وجدان المجتمع ، أو الأختراع والأبتكار الجديد الذي يرفع الإنسانية درجة في سلم الرقي والتطور ، أو الحلول لبعض المشكلات التي تعني السمو بالحياة الإنسانية ذاتها وطرح كل ما ينحضر هذه الحياة من المشكلات .

فالإعلام لا يقتصر دورة على الترفية فقط ، بل يتعدا إلى تشجيع الفكر وتهينة الأفكار الجديدة والمستحدثة لتسمو بالإنسانية كلها وطرح هذه الأفكار للمناقشة والوصول بالنتائج لتعميمها ، ثم إلقاء الضوء على الأبتكار الجديدة لتشجيع مبتكريها وللاستفادة المثلى من هذه المبتكرات لخدمة الإنسانية كلها .

فالإعلام هو مرآة الإنسانية في ماضيها وما حاضرها ولا بد أن يكون منظارها الذي تستشرف به أفاق المستقبل ولن يكون ذلك متاحا إلا بتشجيع الإبداعات والإهتمام بالمخترعات وتبسيط الأضواء على حل المشكلات وتوجيه اهتمام خاص للمبتكرين وأصحاب المهارات والمخترعات والمبدعين ، لأنهم قادة العالم لاستشراق أفاق المستقبل القريب والبعيد .

سادسا : دور وسائل الإعلام في تحقيق احتياجات الموهوبين :

إن وسائل الإعلام تعد من أبرز وأهم المؤسسات الاجتماعية التي يمكن أن تلعب دورا فعالا في تحقيق احتياجات الأطفال الموهوبين فهؤلاء الأطفال يحتاجون إلى أسرة وبيئة ومناخ عام يتقبلهم ويتقبل مواهبهم وافكارهم وأرائهم وهذا لا يتحقق إلا عن طريق الإعلام الجيد المدرك لأهمية الأطفال الموهوبين ، فالإعلام يمكنه ان يلعب دورا مهما في إلقاء الأضواء على المهارات والمواهب المختلفة لدى الأطفال سواء يبسط الأضواء الإعلامية عليها او بتيسير الطرق للكشف عن هذه المواهب وتهيئة السبل لإبراز هذه المهارات ، فالإعلام عموما يمكنه أن يلعب دورا حيويا في عملية التنشئة المتكاملة لأطفالنا وخصوصا في ظل عالمنا الواسع الرحب الذي يؤثر في الإعلام بقنواته المحلية والفضائية وعبر الانترنت ، ويصحافته ومجلاته وكتبه في عقول النشء ويخاطبهم مباشرة ليحاول تنمية مهاراتهم وقدراتهم .

فالإعلام بوسائله المتعددة له مسئوليات قومية تجاه كل من الفرد والأسرة والمجتمع بوجه عام ، فهي طريق تكييف الجهود الإعلامية يمكننا توعية افراد المجتمع بدورهم في رعاية الأطفال الموهوبين وتنمية إمكاناتهم وخلق بيئة اسرية ومجتمعية واقية لهم وأثرية لمواهبهم وعلاجية لمشاكلهم : وبهذا يمكن لوسائل الإعلام ان تحقق أهم حاجتين للأطفال الموهوبين وهما الوعي الاجتماعي والتقدير الاجتماعي .

كما يجب على هذه الوسائل الإعلامية المختلفة احتضان المواهب وتقديمها للمجتمع واعطاء الفرصة كاملة لهؤلاء الأطفال الموهوبين لعرض مشاكلهم وافكارهم ومواهبهم مما يمكنهم من التعبير عن ذاتهم بدون خوف وبذلك يكون للإعلام دور مهم وفعال في إشباع احتياجات الأطفال الموهوبين الاجتماعية أو النفسية .

وإيماننا منا بهذا الدور الفعال لوسائل الإعلام في تحقيق احتياجات الأطفال الموهوبين نأمل في أن تكون هناك قنوات متخصصة للأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة بما فيهم الموهوبين وأن تقدم هذه القنوات برامج مخصصة للأطفال الموهوبين يشرف على إعدادها مجموعة من الأساتذة والخبراء المتخصصين في تربية الأطفال الموهوبين حتى تتمكن هذه البرامج من إشباع كافة احتياجات الأطفال الموهوبين ، مما يعمل على زيادة مواهبهم واكتشافها ونحن في أمس الحاجة إلى عقول هؤلاء الأطفال الموهوبين والمبدعين في ظل هذه الحياة المليئة بالتحديات العلمية والتكنولوجية وبذلك فإن مسؤولية تحقيق احتياجات الأطفال الموهوبين مسؤولية جماعية يشارك فيها كل من الأسرة والمدرسة ووسائل الإعلام وبالرغم من إمكانية تحقيق هذه الاحتياجات الخاصة بالأطفال الموهوبين من طريق تعاون هذه المؤسسات وغيرها ، إلا أنه توجد بعض العقبات والإشكاليات التي تحول دون تحقيق هذه الاحتياجات .

سابعاً : إشكاليات استخدام وسائل الإعلام في تنمية المواهب ورعايتها :

إن وسائل الإعلام المختلفة يمكنها أن تلعب دوراً أساسياً وفعالاً في تنمية الموهبة ورعايتها وتعليمها للمجتمع ، ولكن هناك العديد من الإشكاليات التي تقف أمام تحقيق احتياجاتها ولقد تم تقسيم هذه الإشكاليات إلى ثلاث إشكاليات أساسية وهي كالتالي :

أ- الإشكاليات الخاصة بتخطيط السياسات وأهداف المؤسسات الإعلامية؛

إن معظم سياسات المؤسسات الإعلامية في العصر الحديث تضع نصب أعينها تحقيق الربح وعرض البرامج التجارية والبرامج التي تلقى اهتماماً من قاعدة جماهيرية كبيرة كما تضع في مقدمة اهتمامها تسويق هذه البرامج محلياً أو عالمياً ، فمراكز الأهتمام في النشر والإذاعة في تلك المؤسسات الإعلامية

تهتم بما يروق القاعدة العريضة دون النظر إلى احتياجات ورغبات الفئات الخاصة من الجماهير مثل الأطفال الموهوبين .

وأن غالبية ما تكتفي به وسائل الإعلام في مجال رعاية الأطفال الموهوبين بالوقوف عند حدود الإعلام عن الطفل الموهوب في البرامج أو الصحف المتخصصة باعتبار هذا الدور نوعا من التقدير أو تقديم القدوة في أحسن الأحوال .

ب- الإشكاليات الخاصة بالقائم بالاتصال في وسائل الإعلام :

لكي يحقق أي برنامج نجاحا لا بد وأن يكون هذا البرنامج معينا بطريقة علمية صحيحة تسمح بتحقيق الهدف المرجو من هذا البرنامج فالبرنامج الناجح هو ذلك البرنامج الذي تتوافر فيه مجموعة من المقومات والعوامل ومن أهمها . أن يكون القائم بالاتصال على علم تام بموضوع البرنامج وبالجمهور الموجه إليه البرنامج (رغباته- اهتماماته- احتياجاته المختلفة) أي أنه إذا أردنا نجاح برنامج موجه للأطفال الموهوبين ، فلا بد للقائم بالاتصال في هذا البرنامج أن يكون على علم تام بهؤلاء الأطفال الموهوبين ومشاكلهم واحتياجاتهم وكيفية التعامل معهم وهذا غالبا لا يحدث مما يسبب فشل هذه البرامج في الاستحواذ على عقول الأطفال الموهوبين .

وتتلخص الإشكاليات المرتبطة بالقائم بالاتصال في الآتي:

1- قلة خبرة القائم بالاتصال باحتياجات الموهوبين واهتماماتهم الخاصة مما يفقده المصداقية وهي أهم ما يميز نجاح القائم بالاتصال في وسائل الإعلام.

2- تحيز القائم بالاتصال في اختيار مجال الموهبة أو الأطفال الموهوبين ، حيث يتفق هذا الاختيار في معظم الأحيان مع سياسات ورغبات المؤسسة الإعلامية مما يؤدي إلى الإحباط أو العزلة النفسية للطفل الموهوب.

ج- إشكاليات خاصة بالرسائل الإعلامية الموجهة للطفل الموهوب:

تتعلق هذه الإشكاليات بالرسائل الإعلامية الموجهة للأطفال الموهوبين وهل هذه الرسائل ذات صلة مباشرة ومحددة بواقع الكشف عن الموهبة وتنميتها بحيث تصبح بمثابة دليل أو مرشد تستفيد منه الأسرة في التعرف على الأطفال الموهوبين واكتشافهم ، وهل ما تحويه هذه الرسائل الإعلامية من معاني ومفردات ومضامين تتناسب مع احتياجات وإمكانيات الأطفال الموهوبين ، فمن خلال النظر إلى هذه الرسائل الإعلامية يمكن اكتشاف مدى القصور الواضح في مضامينها ، وكيف أنها لا تتناسب مع قدرات ومدارك الطفل الموهوب فمعظم الرسائل الإعلامية تعتمد على مخاطبة الحواس حتى تضمن وصول النص المنتج كما هو إلى الجمهور ، وهذا الشيء لا يستخدمه الأطفال الموهوبين لأنهم يمتلكون ملكات وقدرات تمكنهم من استغلال أكثر من حاسة في الإدراك والتفسير فالطفل الموهوب يفضل دائما النصوص والرسائل الإعلامية التي تتحدى عقله ومن الأشياء المهمة إلى إشارة روبرت ابلمان Robert Abelman 1992 أن الأطفال الموهوبين يملون من العرض الثاني للبرنامج ومن الحكيات والقصص المكررة وهذا يعني ان المضامين التي تحملها الرسائل الإعلامية الموجهة إلى الأطفال الموهوبين يجب أن تكون دائما جديدة وبعيدة عن التكرار ، وهذا ما يحدث عادة في البرامج التليفزيونية الموجهة إلى الأطفال الموهوبين .

- ويؤكد محمد عبد الحميد 1997 من امكانيات توظيف وسائل الإعلام في مجال الكشف عن الموهبة ورعايتها على الملاحظات الآتية :
- 1- غياب البرامج أو الصحف التي تبحث وتقتصر عن الأطفال الموهوبين ورعايتهم .
 - 2- الاهتمام بمجالات محددة للموهبة وهي المجالات ذات الصدى الجماهيري مثل المواهب الرياضية على حساب المجالات الأخرى .
 - 3- عدم الإعتماد على أصحاب الخبرة من المعرفة العلمية بالاحتياجات الخاصة للموهوبين.
 - 4- عدم وجود معايير موضوعية لمفهوم الموهبة ، مما يفقد رسائل الإعلام مصداقيتها في هذا المجال .
 - 5- الانحراف بالبرامج الخاصة بالأطفال الموهوبين عن أهدافها الحقيقية .
 - 6- غياب التنسيق مع الأجهزة أو المؤسسات التي تعزز هؤلاء الأطفال الموهوبين واستمرار التواصل معها بما يحقق مفهوم الرعاية المتكاملة لهذه المواهب.