

الفصل الرابع

الواجبات التربوية لوسائل الإعلام العامة كما يراها

بعض رجال التعليم في بعض محافظات

الصعيد دراسة ميدانية

- خلفية نظرية.

- الدراسة الميدانية.

- نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها.

- تعليق عام.

obeikandi.com

الفصل الرابع

الواجبات التربوية لوسائل الإعلام العامة كما يراها بعض رجال التعليم في بعض محافظات الصعيد دراسة ميدانية

أولاً: خلفية نظرية:

حاولت الفصول السابقة أن ترسم صورة لما ينبغى أن تكون عليه وسائل الإعلام في المجتمع المصري من زاويتين: أولاهما تتعلق بفلسفة المجتمع وأهدافها ودعم وسائل الإعلام لها، والثانية تتعلق بأسس الالتزام التربوي لتلك الوسائل. وإذا كان رجال التربية يصنفون وسائل الإعلام ضمن المؤسسات الاجتماعية التربوية فأن البحوث الإعلامية الحديثة نادت بأهمية الربط بين الإعلام والتربية وقد تطرق الباحث إلى بعض هذه البحوث في أماكن أخرى من هذا البحث.

فضى فنلندا - على سبيل المثال - أدخلت إلى مناهج التعليم مادة جديدة هي «التعليم الخاص بوسائط الاتصال». والذين تبنوا فكرة هذه المادة قدموا حججاً تستند إلى فلسفة جديدة تعنى بأهمية معرفة كيف يستخدم الأطفال والمراهقون الكتب والمجلات والراديو والتلفزيون والأفلام. وكيف يستقبلون المعلومات والقيم التي تنقل إليهم عبر هذه الوسائط^(١).

وما حدث في فنلندا، حدث ما يمثله بشكل أو بآخر في سويسرا والولايات المتحدة الأمريكية واليابان وغيرها. ومن هنا فقد نشأ لدى الباحث إحساس بأهمية أن تبدأ البحوث التربوية والإعلامية في مصر في الإتجاه نحو هذا المجال الجديد الهام.

(١) سير كامنكين وكارل نورد نسترنج، المقارنة الكلية للتجربة الفنلندية، مستقبل التربية (القاهرة)، العدد الثاني، ١٩٨٣، ص ٨٨.

يؤيد هذا ما يدور من صراع غير متكافئ بين المدرسة وبين الإعلام قد يؤدي في النهاية إلى إضعاف النظام التربوي السائد إن لم يكن قتله .
فالمدرسة . بوضعها التقليدي . هي المسئولة عن إعداد الفرد لمواجهة الحياة كما أنها مسئولة عن تنمية مواهبه وقدراته وميوله .

« وتمثل المدارس دليلاً عظيماً على إيمان الإنسان بقدرته على التحكم في مستقبله ومصيره»^(١) ولكن عدم التكافؤ بينها وبين الجاذبية المتاحة في وسائل الإعلام يجعل هذه الرسالة المقدمة مهددة بالموت .

أن فهم طبيعة وسائل الإعلام بوصفها مؤسسة إجتماعية تربوية لها أهدافها الأخرى، يجعلنا لا نطلب منها أن تكون منابر مستمرة للوعظ والإرشاد والتربية والتوجيه، وإلا فقدت هدفاً أساسياً من أهدافها التقليدية وهو: الترفيه .

وعلى ذلك فمن الممكن تصور دور ترويج لوسائل الإعلام في إطار الأوضاع الحالية لها حيث يمكن أن يشتمل هذا الدور على:

١ . استخدام المحتوى العلمي . في شتى التخصصات . المنبث في وسائل الإعلام استخداماً مباشراً، في العملية التربوية .

٢ . إنتاج برامج تليفزيونية وإذاعية، وتخصيص صفحات معينة في الصحف العامة، تكون جميعها في خدمة التربية النظامية والتربية غير النظامية مع مراعاة الإبتعاد عن الشكلية في تقديم تلك البرامج والصفحات .

٣ . أن يكون أداء وسائل الإعلام العامة لوظائفها التقليدية في إطار إلتزام تربوي أخلاقي بفلسفة المجتمع، وأهداف التربية في المجتمع .

وهذه النقطة الأخيرة هي التي خصص الباحث لها فصلين نظريين سابقين ثم خصص لها هذا الفصل لدراسة هذه الظاهرة ميدانياً، بهدف التحقق من

(1) J. L. Chiads, Education and Morais, (New York: Appleton century 1950), p.5.

إدراك رجال التعليم القياديين لدى تحقق الواجبات التربوية التي تلتزم . أو يجب أن تلتزم . بها وسائل الإعلام العامة .

وهذا الفصل لايقول كلمة فاصلة في هذه النقطة، بل إنه . فقط . يود أن ينال شرف البدء في توجيه أنظار الباحثين إلى مجال جديد يعتقد الباحث أنه من الأهمية بمكان .

وقد صنف الباحث عدداً من الواجبات التربوية التي إستقاها من قراءاته التربوية ومتابعاته لوسائل الإعلام، وإطلاعها على نتائج بعض البحوث والدراسات السابقة وأن كان معظمها يكتفى بمجرد الإشارة دون الخوض في التفاصيل . ثم قام بعرض هذه الواجبات على لجنة تحكيم وبناء على ذلك تم تعميم إستطلاع وأى وجه إلى عدد من رجال التعليم على النحو المفصل في السطور القادمة .

ثانياً: الدراسة الميدانية:

وصف العينة:

تتكون عينة هذه الدراسة من (٦٨) فرداً من رجال التعليم القياديين في محافظات «المنيا . أسيوط . سوهاج» . وتوضح البيانات الأساسية في بداية استطلاع الرأى أن وظائف أفراد العينة هي:

مدير عام، وكيل مديرية، مدير مرحلة، مدير إدارة، موجه أول، موجه مادة، موجه قسم .

ويوضح الجدول التالي توزيع أفراد العينة حسب وظائفهم

جدول (١)

توزيع أفراد العينة حسب وظائفهم

العدد	الوظيفة	العدد	الوظيفة
١٤	موجه أول	٣	مدير عام مديرية تعليمية
١٧	موجة مادة	٦	وكيل مديرية تعليمية
٩	موجه قسم	٩	مدير مرحلة تعليمية
٢	لم يذكروا وظيفتهم	١٠	مدير إدارة تعليمية

كذلك توضح البيانات الأساسية أن مؤهلات أفراد العينة تتراوح بين المؤهل العالى والمؤهل المتوسط وهى كما فى الجدول.

جدول (٢)

توزيع أفراد العينة حسب مؤهلاتهم

العدد	الوظيفة
٥٤	مؤهل علي
١٤	مؤهل متوسط
-	لم يذكروا مؤهلهم

ويوضح الجدول أن نسبة من يحملون مؤهلات عليا من بين الأفراد عينة البحث بلغت ٧٩% ويحمل الباقى مؤهلات متوسطة مثل دبلوم المعلمين نظام ٣ سنوات.

وتشير تلك البيانات أيضاً إلى أن ثلاثة فقط من المبحوثين يمتلكون أجهزة فيديو، وخمسة وستين مبحوثاً يمتلكون أجهزة راديو وتلفزيون، وأن هناك من (٦٥ - ٦٨) مبحوثاً يقرأون الصحف القومية والأسبوعية وأن (٦٣) مبحوثاً يقرأون الصحف الحزبية، وأن تسعة فقط من (٦٨) مبحوثاً هم الذين يترددون على السينما بواقع مرة أو مرتين شهرياً، وأن عشرين مبحوثاً لا يترددون على السينما مطلقاً .

أما المجالات التي يقرأها أفراد العينة فمعظمها مجلات ثقافية ودينية، وعلمية، ومن أهمها: الهلال (المصرية)، العربي (الكويتية)، الفيصل (السعودية)، الدوحة (القطرية)، الشباب وعلوم المستقبل (المصرية) الأمة (القطرية)، الوعي الإسلامي (الكويتية)، الأزهر (المصرية)، آخر ساعة (المصرية)، أكتوبر (المصرية) .

ومن ذلك يمكن إستخلاص :

١- أن أقبال رجال التعليم على السينما محدود، وربما يعود هذا إلى هبوط مستوى الأفلام المصرية أو إلى هبوط مستوى ثقافة رواد دور السينما أو إلى هبوط مستوى دور العرض ذاتها أو إلى منافسة التلفزيون لها .

٢- أن ثقافة القياديين من رجال التعليم الإعلامية تنحصر بشكل أساسي في الصحف وبعض المجالات والإذاعة والتلفزيون .

وبالطبع فليس لنتائج هذه الدراسة صفة التعميم، بل إنها مجرد مؤشر إلى إدراك بعض قادة التعليم للواجبات التربوية لوسائل الإعلام وما يتحقق منها وما لا يتحقق وفقاً لمعتقداتهم المبينة على خبراتهم التربوية، ومتابعتهم لما هو متاح لهم من وسائل الإعلام في المحافظات الثلاث .

أداة الاستطلاع:

قام الباحث بتصميم استطلاع للرأى يحتوى على عدد من العبارات تمثل كل عبارة واجبا تربويا من واجبات وسائل الإعلام التربوية. وقد تم بناء هذا الإستطلاع فى ضوء ما أسفرت عنه الدراسة النظرية السابقة فى الفصلين الثانى والثالث. حيث تحسم تحويل مظاهر الإلتزام التربوى والأخلاقى لوسائل الإعلام إلى عبارات إجرائية أطلق عليها اسم «الواجبات التربوية لوسائل الإعلام العامة»، وهذه الواجبات تحقق . إذا ما أتيح لها أن تتحقق فى واقع الإعلام المصرى ما رمى إليه الدستور الحالى والقوانين والتشريعات الإعلامية من أهداف غايتها دعم فلسفة المجتمع.

وبعد بناء الإستطلاع قام الباحث بعرض الإستطلاع فى صورته المبدئية على عدد من أساتذة التربية والاجتماع لتحكيم العبارات والتأكد من كونها واجبا تربويا وكذلك اعادة صياغتها إذا كانت الصياغة غير مناسبة.

ثم أعيد تعميم الاستطلاع بعد الإفادة من آراء أولئك المحكمين حيث أخذ صورته النهائية.

نباات الإستطلاع:

قام الباحث بتصميم استطلاع للرأى يحتوى على عدد من العبارات تمثل كل عبارة واجبا تربويا من واجبات وسائل الإعلام التربوية. وقد تم بناء هذا الإستطلاع فى ضوء ما أسفرت عنه الدراسة النظرية السابقة فى الفصلين الثانى والثالث. حيث تحسم تحويل مظاهر الإلتزام التربوى والأخلاقى لوسائل الإعلام إلى عبارات اجرائية أطلق عليها اسم «الواجبات التربوية لوسائل الإعلام العامة»، وهذه الواجبات تحقق . إذا ما أتيح لها أن تتحقق فى واقع الإعلام المصرى ما رمى إليه الدستور الحالى والقوانين والتشريعات الإعلامية من أهداف غايتها دعم فلسفة المجتمع.

وبعد بناء الاستطلاع قام الباحث بعرض الاستطلاع في صورته المبدئية على عدد من أساتذة التربية والاجتماع لتحكيم العبارات والتأكيد من كونها واجباً تربوياً وكذلك اعادة صياغتها إذا كانت الصياغة غير مناسبة.

ثم أعيد تعميم الاستطلاع بعد الافادة من آراء أولئك المحكمين حيث أخذ صورته النهائية.

ثبات الاستطلاع:

قام الباحث بتطبيق استمارة الاستطلاع في صورتها النهائية على عينة محدودة (ثلاثة عشر موجهاً) بمحافظة سوهاج مرتين، وكانت المدة الزمنية الفاصلة بين المرتين عشرين يوماً، وقد حسب معامل الارتباط بين المرتين بالطريقة العامة من المعادلة التالية^(١).

$$r = \frac{\text{ت م ج س ص س م ج س م ج س}}{\sqrt{[2 \text{ م ج س} - 2 (\text{ك ج س})] [2 \text{ ن م ج ص} - 2 (\text{ك ج ص})]}}$$

فتبين أن معامل الثبات: ٠.٨٤ وهو ثابت مناسب .

صدق الاستطلاع:

عد الباحث إجمالي آراء المحكمين بعد موازنتها معياراً لصدق الاستطلاع المنطقي ثم حسب معامل الصدق الذاتي من المعادلة التالية:

$$\text{معامل الصدق الذاتي} = \sqrt{\text{معامل الثبات} \dots (١)}$$

حيث تبين أن معامل الصدق الذاتي هو $\sqrt{0.84} = 0.92$ وهذا يشير إلى

صدق عال للاستطلاع.

(١) المرجع السابق، ص ٥٣، ص ٤٣١.

تصحيح الاستطلاع:

اتبع الباحث في تصحيح الاستطلاع الخطوات التالية:

١ - حساب تكرارات استجابات العينة.

درجات القياس المطروحة وهى:

يتحقق ، غير متأكد ، لا يتحقق

٢ - اعطاء موازين لكل من درجات القياس: يتحقق (٢)، غير متأكد (١)، لا يتحقق (صفر).

٣ - ضرب التكرارات تحت كل بديل فى وزن البديل.

٤ - جمع حواصل رب التكرار فى الوزن المقابل لكل عبارة.

٥ - حساب نسبة متوسط الاستجابة لكل عبارة، وذلك بقسمة درجة كل عبارة على $2 \times 68 = 136$. حيث أن: (٢) هى وزن البديل يتحقق (٦٨) هى عدد المبحوثين.

٦ - تعيين حدود الثقة فى استجابات المبحوثين على العبارة على النحو التالى:

(أ) تتراوح الأوزان بين ٢، صفر.

(ب) نسبة متوسط الاستجابة للعبارة = $2/3 = 0.67$.

(ج) حساب الخطأ المعياري بالنسبة لمتوسط درجة الاستجابة لكل عبارة من

العلاقة:

$$x_m = \sqrt{\frac{a \times b}{n}} \dots (2)$$

حيث x_m الخطأ المعياري، a ، نسبة متوسط الاستجابة = $2/3 - 0.67$.

$b =$ باقى طرح النسبة السابقة من الواحد الصحيح = $1/2 = 0.5$.

ن = عدد المبحوثين = ٦٨

$$\text{إذن } \chi^2 = \frac{1}{3.6} \sqrt{\frac{1/3 \times 2/3}{68}} = 0.0572$$

إذن حدود الثقة لنسبة متوسط الاستجابة = نسبة متوسط درجة الإستجابة + الخطأ المعياري $\times 1.96$.

$$\text{إذن حدود الثقة لنسبة متوسط الاستجابة} = 0.0572 \times 1.96 + 0.76 = 0.872 + 0.76 = 1.632$$

وعلى ذلك تكون حدود الثقة هي ٠.٧٨، ٠.٥٦ حيث تعد العبارات التي تزيد أو تنقص عن هذين الرقمين عبارات دالة، وتعد العبارات التي تنحصر بينهما غير دالة.

ويوضح ملحق (ج) المعالجة الإحصائية المتبعة.

نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها:

اشتملت استمارة استطلاع الرأي على سبع وأربعين عبارة، تمثل كل عبارة منها واجباً تربوياً، وطلب من المبحوث أن يضع أمام العبارة علامة () في الخانة التي تعبر عن رأيه من خانات ثلاث هي: تتحقق - غير متأكد - لا تتحقق. ثم ترك سؤال مفتوح في نهاية الاستمارة عما إذا كانت هناك واجبات أخرى يرى المبحوث إضافتها.

وقبل التعرض لنتائج الدراسة، يود الباحث الإشارة إلى أنه - تسهيلاً لعملية عرض النتائج - قام بتقسيم الواجبات السبعة والأربعين إلى أربعة أقسام هي:

١. واجبات تتعلق بالسلوك الفردي؛ وتعتبر عنها العبارات أرقام:

١، ٨، ٩، ١٠، ١٢، ١٤، ١٦، ٢١، ٢٥، ٣١، ٣٧، ٣٨، ٣٩

٢. واجبات تتعلق بالسلوك الاجتماعي؛ وتعتبر عنها العبارات أرقام:

٢، ٣، ٤، ٥، ٦، ٧، ١١

١٢، ١٨، ٢٢، ٢٦، ٢٨، ٣٠، ٣٢

٣. واجبات تتعلق بالفلسفة العامة للمجتمع: تعبر عنها العبارات أرقام:

١٩، ٢٠، ٢٣، ٢٩، ٣٤، ٤٠، ٤٧.

٤. واجبات تتعلق بأهداف التربية: تعبر عنها العبارات أرقام:

١٥، ١٧، ٢٧، ٣٥، ٣٦، ٤١، ٤٢، ٤٣، ٤٤، ٤٦.

أولاً: واجبات تربوية تتعلق بالسلوك الفردي:

تحاول عبارات هذا المحور تغطية بعض جوانب تنمية السلوك الفردي التي تقوم - أو يجب أن تقوم - بها وسائل الاعلام العامة. ويتكون المحور من ثلاث عشرة عبارة. ويبين الجدول التالي نسبة متوسط الاستجابة لكل عبارة بحسب تحققها أو عدم تحققها من وجهة نظر أفراد العينة.

جدول (٢)

واجبات تربوية تتعلق بالسلوك الفرد وتتحقق من

وجهة نظر أفراد العينة

مسلسل	العبارة	نسبة متوسط الاستجابة
١	تنمية مهارات القراءة والاطلاع	٨٠٪

يوضح الجدول أن هناك عبارة واحدة من عبارات هذا المحور هي التي تتحقق وهي تنمية مهارات القراءة والاطلاع، ومن المعالجة الاحصائية للبيانات يتضح أن هذه العبارة وافق على أنها تتحقق (٥١) فرداً من جملة أفراد العينة بنسبة ٧٥٪. في حين وافق على أنها لا تتحقق تسعة أفراد بنسبة ١٣٪، وقال (٨) أفراد بنسبة ١٢٪ أنهم غير متأكدين.

وقد يرجع انفراد هذه العبارة بالتحقق دون بقية عبارات هذا المحور إلى ما هو ملموس في وسائل الاعلام من برامج تخدم مهارات القراءة والاطلاع، فمن البرامج الجماهيرية برنامج «زيارة لمكتبة فلان» في إذاعة البرنامج العام وبرنامج «كتاب جديد» في التلفزيون كذلك تخصص الصفحات الثقافية في جريدتى الأهرام والأخبار بالإضافة إلى صحيفة أخبار اليوم الأسبوعية، أجزاء لعرض ونقد الكتب الجديدة والمجلات الثقافية، وربما يرجع سبب عدم الموافقة عند غير الموافقين وكذلك عدم التأكد عند غير المتأكدين من تحقق العبارة إلى عدم وجود اهتمامات خاصة بالقراءة والاطلاع لديهم هم أنفسهم، كما قد يرجع السبب أيضا إلى غموض «تمية» في بداية العبارة.

ب - ويتضح من الجدول الآتى أن هناك واجبات تربوية لا تتحقق من وجهة نظر أفراد العينة.

جدول (٤)

واجبات تربوية تتعلق بالسلوك الفردى ولا تتحقق

نسبة متوسط الإستجابة	العبارة	مسلسل
٠٠٤٣	توجيه الوالدين لأفضل أساليب التربية	١
٠٠٣٨	تشجيع مهارات الإبتكار والإبداع	٢
٠٠٢٧	تقديم برامج تعالج مشكلة الأخذ بالثأر	٣
٠٠٢٧	تأكيد حرية الفرد في ابداء آرائه	٤
٠٠٢٧	تقديم برامج تحث علي اتقان العمل	٥
٠٠٢٧	تبسيط بعض التطبيقات العلمية التي تهم المواطن	٦
٠٠١٩	عرض نماذج للشباب الناجح في مختلف المجالات	٧
٠٠١٩	تبصير المواطن بخطط التمية ودوره فيها	٨
٠٠٠٨	مساعدة الطلاب علي اختيار تخصصاتهم	٩
٠٠٠٦	ترشيد عادات الاستهلاك الأسري	١٠

يظهر من الجدول أن أفراد العينة يرون أن وسائل الاعلام لا تقوم بواجباتها التربوية التي تتعلق بسلوك الفرد في عدة جوانب مهمة يمكن أن يكون لكل جانب منها تأثير ملموس في النظام الاجتماعي.

فمشكلة الأخذ بالتأثير على سبيل المثال، ذات جانب فردي أساساً ولكنها في الوقت نفسه ذات أبعاد إجتماعية مؤثرة. ومن الملموس في صحافتنا أنها تبالغ في عرض الجرائم المرتبطة بالتأثير عرضاً يخرج بها عن الهدف من نشرها حتى يغدو المجرم في بعض الأحيان وكأنه بطل أو عبقرى في التخطيط والتنفيذ وتحدى السلطات. كما أن اسناد دور المجرم صاحب الثأر. في بعض الأفلام السينمائية. إلى نجم محبوب جماهيرياً قد يكون له أثره أيضاً في تغذية دوافع جرائم الثأر لدى بعض المشاهدين.

ومن الملاحظ في الجدول أن أقل العبارات استجابة هي العبارة الأخيرة المتعلقة بترشيد عادات الاستهلاك الأسمى، وقد وافق على أنها تتحقق ٣ ثلاثة أفراد فقط وهي نسبة ضئيلة للغاية تدل على وعى أفراد العينة بالدور السلبي الذي تقوم به وسائل الاعلام في هذا الصدد، فالاعلان عن السلع الكمالية، والسلع الرديئة، والاسراف في الحديث عن الاستعدادات التموينية للمناسبات المختلفة، كل ذلك يؤدي إلى تنمية السفه في السلوك الاستهلاكي وليس إلى العكس كما هو مطلوب. ويمكن أن يقال مثل هذا عن بقية عبارات هذا المحور، والجدول ينطق عنه بايجاز.

ج. وهناك عبارتان لم تدل نسبة الاستجابة التي حصلنا عليها ما إذا كانتا تتحققان أولاً تتحققان. والجدول التالي يبين ذلك:

جدول (٥)

واجبات تربوية تتعلق بالسلوك الفردي لم يحدد أفراد العينة تحققها من عدمه

نسبة متوسط الاستجابة	العبارة	مسل
٠٦٤	افتناع الفرد بمساندة جهود الدولة في خدمة البيئة	١
٠٥٨	تأكيد نبدأ النقد الذاتي	٢

لقد وقعت هاتان العبارتان فى المدى غير الدال الذى تبين عند الحديث عن تصحيح الاستطلاع فكما أشير سابقا، تعد العبارات التى تحصل على نسبة متوسط الاستجابة يقل عن ٥٦.٠ عبارات دالة، وكذلك تعد العبارات التى تحصل على نسبة متوسط استجابة أكبر من ٧٨.٠ عبارات دالة، أما العبارات التى تقع بين هذين الرقمين فهى عبارات لا يمكن الحكم على تحققها من عدمه، ومنها هاتان العبارتان فى هذا المحور.

وقد يرجع حصول كل من هاتين العبارتين على نسبة دالة إلى غموض العبارتين نفسيهما، أو إلى اختلاف دلالات كل منهما لدى أفراد العينة. ومع ذلك فقد بلغ عدد الموافقين على تحقق العبارة الأولى ٣٧ فردا بنسبة ٥٤% وبلغ عدد غير الموافقين فى ١٨ فردا بنسبة ٢٦%، أما غير المتأكدين فقد بلغوا ١٣ فردا بنسبة ١٩% تقريبا

وبلغ عدد الموافقين على تحقق العبارة الثانية ٣٦ فردا بنسبة ٥٣%، وبلغ عدد غير الموافقين ٢٥ فردا بنسبة ٣٧%، أما غير المتأكدين فقد بلغوا ٧ أفراد بنسبة ١٠%. ويمكن الأخذ بهذه النسب كمؤشر لاقترب هذه الواجبات من التحقق.

ثانياً، واجبات تربوية تتعلق بالسلوك الاجتماعى؛

يتكون هذا المحور من خمس عشرة عبارة تغطى أهم الواجبات التربوية التى يجب أن تلتزم بها وسائل الاعلام العامة لتحقيق سلوك اجتماعى مقبول، أو ترشيد سلوك اجتماعى، أو من شأنها أن تؤدى إلى تحقيق المزيد من الوحدة الثقافية والانسانية بين أفراد المجتمع.

وفيما يلى تحليل لاجابات أفراد العينة فى هذا المحور.

(أ) واجبات تحقق: يبين الجدول الآتى الواجبات التربوية المتعلقة بالسلوك الاجتماعى التى رأى أفراد العينة أنها تتحقق فى وسائل الإعلام العامة.

جدول (٦)

واجبات تربية تتعلق بالسلوك الاجتماعي تتحقق من وجهة نظر أفراد العينة

مسلسل	العـبارة	نسبة متوسط الاستجابة
١	نشر الثقافة السياسية	٠.٨٨
٢	محااربة الجريمة بشكل درامي ينفر منها	٠.٨٢
٣	نشر الثقافة الدينية	٠.٨٠
٤	نشر الثقافة الصحية	٠.٧٩

يتضح من الجدول أن نشر الثقافة السياسية بوصفه واجبا تربويا حصل على نسبة عالية من الاستجابة، فمن المعالجة الاحصائية يظهر أن الموافقين على تحقق هذه العبارة ٥٩ فردا بنسبة ٨٧٪ تقريبا.

وبعد نشر الثقافة السياسية واجبا تربويا يتعلق بالسلوك الاجتماعي من حيث أن العمل السياسي يعد عملاً اجتماعياً يستهدف تحقيق أهداف المجتمع، ومشاركة المواطن في عمليات الاستفتاء والانتخاب وممارسة الحقوق السياسية الدستورية، كل ذلك سلوك اجتماعي تمارسه المجتمعات المتقدمة تلقائياً. ومن الملحوظ أن ظهور الصحافة الحزبية وما يدور بينها وبين الصحف القومية من حوار حول القضايا السياسية يسهم بشكل ملحوظ في اثراء ثقافة المواطنين السياسية.

أما العبارة الثانية وهي «محااربة الجريمة بشكل درامي ينفر منها» وقد حصلت على نسبة موافقة ٨١٪، ونسبة عدم الموافقة تبلغ ١٥٪ تقريبا. فإن الاجماع النسبي على تحققها قد يرجع إلى نواحي عاطفية أكثر مما يرجع إلى واقع الإعلام المصرى بالفعل، بمعنى أن الباحث لا يستطيع القول مع أفراد العينة بتحقيق هذا الواجب وذلك من خلال متابعته لوسائل الإعلام. ولا شك في أن

جدلية الحوار حول هذه النقطة بالذات ستستمر ما استمرت وسائل الإعلام في نشر أخبار الجرائم.

أما نشر الثقافة الدينية (العبارة الثالثة) فهو واجب يتحقق كما يرى أفراد العينة ويظهر ذلك من تخصيص الصحف صفحة ثابتة للثقافة الدينية فضلاً عن بعض المقالات الموسمية التي ترتبط بالمناسبات الدينية المختلفة.

أما الواجب الرابع (نشر الثقافة الصحية) فيتحقق كما يظهر من الجدول، غير أنه يمكن ملاحظة أن الإهتمام بهذا الجانب يظهر في الإذاعة والتلفزيون أكثر منه في الصحافة.

ب. واجبات لا تتحقق: يوضح الجدول الآتي الواجبات المتعلقة بالسلوك الاجتماعي والتي يرى أفراد العينة أنها لا تتحقق.

جدول (٧)

واجبات تربية تتعلق بالسلوك الاجتماعي ولا تتحقق

نسبة متوسط الإستجابة	العبارة	مسلل
٠.٥٠	بث روح التعاون والتكافل الاجتماعي	١
٠.٤٢	تقديم مثل عليا في المجالات المتخلفة	٢
٠.٣٧	محاربة روح السلبية واللامبالاة	٣
٠.٣٢	تهذيب الذوق العام	٤
٠.٣٢	عرض الأفلام والتمثيلات التي تعبر عن مشكلاتنا	٥
٠.٢٥	اجتناب المبالغة في عرض الأمور	٦
٠.٢١	أن تكون كلمات الأغاني بعيدة عن الإسفاف	٧
٠.٢٠	تأكيد أهمية احترام الرأي الآخر	٨
٠.١٥	الابتعاد عن المواد التي تثير الفرائز الجنسية	٩

يظهر من الجدول السابق أن الواجبات المدونة فى الجدول لا تتحقق فى وسائل الإعلام فالعبارة الأولى «بث روح التعاون والتكافل الاجتماعى» واجب تربوى على وسائل الإعلام أن تتبناه وتشجعه، ومما يدل على أعراض وسائل الإعلام من هذا الواجب اهتماما بأخبار بعض الفئات الاجتماعية على حين اغفلوا أخبار فئات أخرى أقل مكانة، وأدنى شأنًا، فمتابعة أخبار نجوم الانفتاح الاقتصادى، وعرض سلع كمالية بأسع استفزازية، وتقضى أخبار أجور بعض الفنانين مثلا، كل أولئك من شأنه تعكير صفو المجتمع، وإثارة الحقد الطبقي. وتشجيع روح النرجسية وحب الذات حبا يدفع بالفرد إلى السلبية والتفوق واللامبالاة، فنجد العبارة الثالثة (محاربة روح السلبية واللامبالاة) لا تتحقق لأنها نتاج طبيعى لإنعدام روح التعاون الاجتماعى.

وإنتشار السلبية واللامبالاة له نتائج خطيرة تتمثل فى إهمال أداء الواجب فى العمل وسوء استخدام المرافق العامة، وفقدان الثقة فى القيم الخلقية والإنسانية. فيهبط مستوى الذوق العام، وينعكس أثر هذا الهبوط على السلوك الاجتماعى اليومى وتتحط لغة التخاطب بين فئات المجتمع، ويسيطر حب الذات والأنانية على سلوك الفرد تجاه الآخرين.

واجب آخر لا يتحقق كما يبدو من الجدول. وهو عرض الأفلام والتمثيلات التى تعبر عن مشكلاتنا، والمتتبع لأبواب النقد الفنى فى الصحف والمجلات يدرك إلى حد كبير، كيف أن الأفلام المصرية تنزع إلى استرضاء الشهوات. واشباع وامتاع الطبقات القليلة القادرة على تمويل مثل هذه الأفلام وفى السنوات الأخيرة قدمت السينما المصرية عدة أفلام عن تاريخ بعض الراقصات فى النصف الأول من هذا القرن، كما قدمت أفلاما عن تجارة المخدرات وغيرها من القضايا الهامشية، يضاف إلى ذلك أيضا هبوط مستوى مسارح القطاع الخاص وتغلغل قيم الطبقة الطفيلية فى نصوص مسرحيات ذلك القطاع على نحو ما يبدو من الكتابات النقدية فى الصحافة الفنية.

وبصفة عامة، لا يستطيع المتابع للأفلام والمسرحيات والتمثيلات المصرية أن يضع تصورا لمشكلات المجتمع المصرى من خلال ما يتابعه لعدة عوامل من أهمها:

١. تعريب القصص والمسرحيات الأجنبية وتقديمها بصورة مشوهة.
٢. سيطرة قلة من الكتاب المحترفين على الكتابة للسينما والمسرح والتلفزيون واغفال الأعمال الأدبية لكبار الكتاب.
٣. وجود قاسم مشترك بين معظم ما يقدم للسينما، والمسرح والتلفزيون، ويتمثل فى دغدغة الأحاسيس الحيوانية، واستخدام الكلمات السوقية بنسبة عالية.

ج. واجبات لم تبين نسبة الاستجابة لها تحققها من عدمه:

وردت فى عبارات هذا المحور عبارتان لم تبين آراء أفراد العينة ما إذا كانتا تتحققان أو لا تتحققان. كما يتضح من الجدول الآتى:

جدول (٨)

واجبات تربوية تتعلق بالسلوك الاجتماعى لم يظهر تحققها من عدمه

مسلسل	العـبارة	نسبة متوسط الاستجابة
١	تأكيد احترام العمل اليدوي	٠.٥٩
٢	تقديم نماذج للسلوك الاجتماعى المقبول	٠.٥٦

حصلت العبارة الأولى « تأكيد احترام العمل اليدوى » على نسبة بلغت ٥٣% بواقع ٣٦ فردا على حين بلغ عدد غير الموافقين على تحققها ٢٨ فردا بنسبة ٤١% أما الذين قالوا أنهم غير متأكدين من تحققها فقد كانوا (٤) بنسبة ٦% تقريبا.

وتشير هذه الأرقام إلى ظاهرة اعلامية سيئة وهى التغفل عن ابراز قيمة حيوية ينبغى أن تحرص وسائل الإعلام على رعايتها وهى قيمة العمل اليدوى. وربما كان للنماذج السيئة التى تسوقها وسائل الإعلام عن بعض الحرفيين وجشعهم وأساليب حياتهم أثر فى هذه النظرة. كما أن اشادة وسائل الإعلام بنماذج للكسب السريع والسهل وتزايد الدعوة إلى الهجرة للخارج، كل ذلك قد يؤثر فى التهوين من شأن العمل اليدوى بمعناه الدارج.

أما العبارة الثانية (تقديم نماذج للسلوك الاجتماعى المقبول) فيبدو من المعالجة الاحصائية أن الموظفين على تحققها (٢٢) اثنان وثلاثون فردا بنسبة ٤٧% كما بلغ عدد غير الموافقين على تحققها (٢٤) أربعة وعشرين فردا بنسبة ٣٥% أما أولئك الذين قالوا أنهم غير متأكدين فقد بلغوا (١٢) اثنى عشر فردا بنسبة ١٨% وربما يعود عدم دلالة الاستجابة لهذه العبارة إلى غموض تعبير «السلوك الاجتماعى» لدى أفراد العينة.

ثالثاً: واجبات تربوية تتعلق بالفلسفة العامة للمجتمع:

المقصود بالفلسفة العامة للمجتمع، ما سبق أن تناوله الفصل الخاص بفلسفة الإعلام التربوى فى إطار فلسفة المجتمع، فللمجتمع المصرى فلسفته السياسية والاقتصادية والاجتماعية، هذه الفلسفة تحتاج إلى إعلام يدعمها ويدعو لها، ويناصرها ويهدف إلى بثها والاقناع بها.

ويتكون هذا المحور من (٨) ثمانى عبارات، أشارت نتائج التطبيق إلى أن (٧)، سبع عبارات منها لا تتحقق، والعبارة الثامنة غير دالة على النحو التالى:

(أ) واجبات تربوية تتعلق بالفلسفة العامة للمجتمع ولا تتحقق من وجهة نظر أفراد العينة. يوضحها الجدول الآتى:

جدول (٩)

واجبات تربية تتعلق بفلسفة المجتمع ولا تتحقق من وجهة نظر أفراد العينة

مسلسل	العبارة	نسبة متوسط الإستجابة
١	التعريف بوظائف الحكم المحلى ذات العائد الملموس للجماهير	٠.٤٣
٢	توضيح أبعاد المشكلات القومية المختلفة	٠.٤١
٣	عرض التاريخ الوطنى بأسلوب موضوعى	٠.٣٨
٤	تعريف المواطنين بحقوقهم وواجباتهم	٠.٣٠
٥	الاهتمام بانجازات العلماء العرب	٠.٢٨
٦	مقاومة الشائعات الهدامة	٠.٢٦
٧	التزام الاعلانات بقيم المجتمع الأخلاقية	٠.١٦

يتبين من الجدول أن متوسط استجابات أفراد العينة للعبارات جميعا ضعيف بشكل ملحوظ، وهذا يعنى أن أفراد العينة على وعى بفلسفة المجتمع ومتطلباتها التربوية، فالحكم المحلى مثلا بوصفه نظاماً سياسياً يكفل مشاركة الجماهير فى صنع القرارات، يحتاج لى يكون مفهوماً إلى نظام إعلامى مواز له، حتى تتمكن الجماهير من ممارسة حقوقها فى الترشيح والانتخاب، كما أن معرفة العائد الملموس من هذا النظام للجماهير أساسية لخلق نوع من التعاون بين أجهزة الحكم المحلى والجماهير.

كما أن توضيح أبعاد المشكلات القومية المختلفة واجب تربوى لا يتحقق من وجهة نظر أفراد العينة، ويظهر ذلك من أسلوب تناول أجهزة الإعلام للمشكلات القومية مثل مشكلة السكان ومشكلة المواصلات ومشكلات الدواء والعلاج وغيرها، حيث يقتصر تناول وسائل الإعلام لهذه المشكلات على تصريحات

المسؤولين التي يغلب عليها التفاخر والتفاؤل في معظم الأحيان. وتبقى لتلك المشكلات أبعاد أخرى غير مدركة. والدليل على ذلك يمكن التماسه في تلك الضجة الإعلامية التي احيطت بها مشروعات كبرى مثل السد العالى، ومشروع المحطات الكهربائية النووية، والقاء مياه الصرف الصحى فى البحر المتوسط وغيرها، فكثير من هذه المشروعات وغيرها صاحبت ظهوره ضجة اعلامية صورته بصورة وردية متفائل، ثم ظهرت أبعاد أخرى لم تكن معروفة.

هذه النظرة الفاحصة تدل على أن من أوجب واجبات وسائل الإعلام أن تلتزم الأمانة حين تتناول إحدى المشكلات القومية، كما يجب عليها أن تلتزم الأمانة فى عرض التاريخ الوطنى ، فلا تسلط الأضواء على زعيم دون زعيم، أو مرحلة تاريخية دون مرحلة أخرى ، كما يجب أن تتصدى وسائل الإعلام للشائعات الهدامة التي تعرقل نمو المجتمع وتعكر صفوه.

كما دلت النتائج على واجب آخر لا يتحقق وهو «التزام الإعلانات بقيم «المجتمع الأخلاقية» وقد أشار إلى هذه النقطة الدكتور سعد مرسى أحمد حين قال:

« صار جسم المرأة يلعب دوراً هاماً فى معظم مجالات الإعلان والدعاية، وهذا كله يشكل تحدياً صارخاً للفرد والمجتمع والمدينة. ولم يشهد التاريخ من قبل مثل هذا التحدى فى خطورته لأن وسائل الإعلام بجميع أصنافها وتقدمها المذهل ضخمت المشكلة»^(١).

وليس التزام الإعلانات بقيم المجتمع الأخلاقية مقصوراً على هذه الناحية الفريرية فحسب بل أنه ليمتد صفة الأمانة والصدق، حيث يجب على وسائل الإعلام ألا يجعلها حب الربح السريع من الإعلانات ، تقبل الاعلان عن سلعه

(١) سعد مرسى أحمد، محمد الهادي عفيفي، قراءات في التربية المعاصرة، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٧٥)، ص ١٤٩.

مما يمكن أن يعد تفريرا بالجماهير وتديسا قد يعاقب عليه القانون.
 (ب) واجبات تربوية تتعلق بفلسفة المجتمع ولم تبين آراء أفراد العينة تحققها من
 عدمه كما يتضح من الجدول الآتي:

جدول (١٠)

واجبات تربوية تتعلق بفلسفة المجتمع ولم يتضح تحققها من عدمه

مسلسل	العـبارة	نسبة متوسط الاستجابة
٤٧	الحفاظ على تراثنا الوطني	٥٦ر٠

بلغ عدد الموافقين على تحقيق هذه العبارة (٣٣) ثلاثة وثلاثين فردا بنسبة
 ٤٩٪ تقريبا في حين بلغ عدد غير الموافقين على تحقيقها (٢٥) خمسة وعشرين
 فردا بنسبة ٣٧٪ تقريبا أما الذين أجابوا بأنهم غير متأكدين فكانوا (١٠) أفراد
 بنسبة ١٤٪ تقريبا.

وربما يعود عدم دلالة الاستجابة إلى عمومية تعبير، تراثنا الوطني، وغموضه
 في أذهان أفراد العينة. وعلى أية حال فأن الحفاظ على التراث الوطني واجب
 تربوي يتعلق بفلسفة المجتمع، فعمليات الهيمنة الثقافية^(١) عن طريق وسائل الإعلام هي
 الشكل الحديث من أشكال الإستعمار فعلى سبيل المثال يقرر الباحث الأمريكي آلان ويلز في كتابه عن
 أثر تليفزيون الولايات المتحدة الأمريكية أن: «سيطرة أمريكا الشمالية على البلدان
 النامية هي أكثر ظهورا في حالة التليفزيون وبخاصة في أمريكا اللاتينية - وتأتي
 السيطرة عن طريق عدة أساليب، فالمواد المعلبة هي أكثر دلالة من مبيعات
 المعدات، وهي تنقل أيديولوجية البلد المنشئ».

(١) لويس رامير ويلتران، اليزابيث فوكس دي كاردوتا، وسائل الاتصال الجماهيري والهيمنة
 الثقافية، ترجمة محمود عبد المجيد السيد، مجلة مستقبل التربية العدد الأول،
 ١٩٨٠، ص ٩٥.

ومن ناحية أخرى فإن «الدول النامية والفقيرة لا تمتلك فرصاً كثيرة للصمود ازاء الاكتساح الثقافى الناتج عن قيام الدول الكبرى والمتقدمة بتوظيف التكنولوجيا من الإعلام والتربية الإعلامية مما يجعلها تمتلك القدرة على التأثير الثقافى والعقائدى بشكل متزايد»^(١).

وفى ضوء هذا الفهم، يجب على وسائل الإعلام أن تهتم بالمحافظة على التراث الوطنى ممثلاً فى التاريخ القومى والآثار والمتاحف ودور الكتب وما إلى ذلك.

رابعاً، واجبات تتعلق بأهداف التربية؛

يتضمن هذا المحور من الاستطلاع (١١) تحدى عشرة عبارات تمثل كل عبارة منها واجباً تربوياً يتصل بأهداف النظام التربوى السائد. أو يسهم فى تحقيق تلك الأهداف فى مجال معين.

وقد أسفر تصحيح الاستطلاع عن تحقيق عبارة واحدة من هذه العبارات كما أسفر عن عبارتين لم يعرف ما إذا كانتا تتحققان أو لا تتحققان، وبقيت ثمانى عبارات أفادت النتائج أنها لم تتحقق.

(أ) واجبات تتحقق؛

يبين الجدول التالى الواجبات التربوية المتعلقة بأهداف التربية التى رأى أفراد العينة أنها تتحقق.

جدول (١١)

واجبات تربوية تتعلق بأهداف التربية وتتحقق

مسلسل	العبارة	نسبة متوسط الإستجابة
١	التبصير بأهم مشكلات نظمنا التعليمية الحالية	٠,٧٩

(١) نزار الحديثى، اتجاهات الغزو الثقافى فى الخليج العربى والموقف المطلوب، مجلة رسالة الخليج العربى (السعودية) العدد السابع، ١٩٨٣، ص ١.

وقد بلغ عدد الموافقين على تحقيق هذه العبارة (٤٥) خمسة وأربعين فردا بنسبة ٦٦٪، وبلغ عدد غير الموافقين على تحققها (٥) خمسة أفراد بنسبة ٧٪. أما غير المتأكدين فقد بلغوا (١٨) ثمانية عشر فردا بنسبة ٢٦٪ تقريبا.

ويمكن التماس الدليل على صحة هذه النتيجة (أى تحقق العبارة) مما تنشره الصحف والمجلات حالياً عن بعض مشكلات التعليم الملحة مثل امتحان الثانوية العامة. وواقع تجربة التعليم الأساسى وسلبياتها، والدروس الخصوصية ويبدو أن تردد المترددين الثمانية عشر يرجع إلى احساسهم بوجود مشكلات أهم مما تعرضه وسائل الاعلام ويجدون لها صدى فى هذه الوسائل، ذلك أن نظمتنا التعليمية تعاني من مشكلات تتصل بالمنهج وأساليب تعديدها، ومن مشكلات تتصل بالقرار التربوى وظروف إصداره، ومشكلات تتصل بحوافز العمل فى مهنة التدريس وقصورها، أما المشكلات التقليدية فتكاد تكون مشكلات «تظهر لتختفى وتختفى لتظهر». ومع ذلك يبقى لوسائل الاعلام فضل اعادة طرحها فى كل مرة.

(ب) واجبات تربوية لا تتحقق:

هناك ثمانى عبارات تتصل بأهداف وبينت آراء أفراد العينة أنها لا تتحقق. والجدول الآتى يوضح ذلك:

جدول (١٢)

واجبات تربوية تتصل بأهداف التربية ولا تتحقق من وجهة نظر أفراد العينة

نسبة متوسط الاستجابة	العبارة	مسلسل
٠.٥٧	عرض المكتشفات العلمية الحديثة بأسلوب مناسب	١
٠.٤٩	المساهمة فى حل مشكلة الفراغ بالنسبة للطلاب	٢
٠.٤٦	ابتكار أساليب جديدة لمراجعة الدروس	٣
٠.٢٧	حث الآباء على التعاون مع المدرسة	٤
٠.١٢	عرض بعض التجارب التربوية العالمية	٥
٠.٠٨	تنمية القدرة على التفكير العلمى فى الحياة	٦
٠.٠٥	الاسهام فى علاج المشكلات التربوية	٧
٠.٠٣	ترفع وسائل الاعلام من قدر المعلم	٨

ومن تأمل هذا الجدول تتضح لنا حقيقة الفجوة التي تفصل بين وسائل الإعلام العامة والتربوية، على الرغم من إدراك الكثيرين من التربويين والإعلاميين لضرورة التكامل بينهما وصولاً إلى تحقيق أهداف المجتمع.

فالعبرة الثامنة على سبيل المثال «ترفع وسائل الإعلام من قدر المعلم» تمثل واجبا تربويا مهما وله أبعاد كثيرة منها:

١ - التهجم الإعلامي الساخر على شخصيات بعض المعلمين له آثار سلبية تنعكس على العلاقات بين المعلمين أنفسهم داخل المدرسة، وبين المعلمين والفتات الأخرى.

٢ - الإحساس النفسى للمعلم بأن وسائل الإعلام لا تعنى بشأنه ، يؤثر سلبيا فى كفايته وأدائه لعمله .

٣ - تصدى وسائل الإعلام لمشكلة تخص المعلم مثل الدروس الخصوصية واغفالها لمشكلات مهنية أخرى مثل ارتفاع أسعار العلاج لدى فئة الأطباء، هذا الاتجاه يقلل ثقة المعلم فى وسائل الإعلام بوجه عام.

وهناك أبعاد أخرى لهذه القضية، ولهذا نجد فى التحليل الاحصائى أن أحدا من أفراد العينة لم يوافق على تحقق هذه العبارة فى حين قال (٦٤) أربعة وستون معلما أن هذا الواجب لا يحقق بنسبة ٩٤٪.

واجب آخر تأخذه على سبيل المثال من هذه الواجبات التى لا تتحقق وهو «عرض التجارب التربوية العالمية» فلو كانت وسائل الإعلام تهتم بهذه الناحية، لساعد ذلك فى نشر الوعى الإعلامى التربوى، ولأتاح ذلك فرصة للمعلمين، والإداريين التربويين للاطلاع على آراء وتجارب الآخرين، مما يكون له أثره الفعال فى تصحيح المسيرة التربوية فى مصر.

(ج) واجبات لم تتضح لها دلالة تحقق:

وجدت عبارتان فى هذا المحور لم تبين آراء أفراد العينة مدى تحققهما، أى أنهما وقعتا بين ٥٦ر، ٧٨ر، فى حساب حدود الثقة. كما يتضح من الجدول الآتى:

جدول (١٣)

واجبات تربوية تتعلق بأهداف التربية لم تبين آراء العينة تحققها من عدمه

مسلسل	العبارة	نسبة متوسط الإستجابة
١	تبنى المواهب الناشئة وتقديمها للجمهور	٠.٦١
٢	عرض الكتب الجديدة	٠.٦١

والواقع أن عدم دلالة الاستجابة لهاتين العبارتين قد يرجع إلى اهتمام وسائل الإعلام بمواهب فنية فقط. إذا اهتمت. مع اغفال مواهب أخرى كما قد يرجع إلى أسلوب عرض الكتب بالنسبة للعبارة الإعلامية الثانية، أو التركيز على عرض الكتب التى يؤلفها عاملون بتلك الأجهزة الإعلامية وقد وافق على تحقيق العبارة الأولى ٣٨ فردا بنسبة ٥٦٪ وهى نسبة مقبولة إلى حد ما، فى حين قال إنها لا تتحقق ٢٣ بنسبة ٣٤٪.

أما العبارة الثانية فقد وافق على تحقيقها ٣٧ فردا بنسبة ٥٤٪ تقريبا فى حين وافق على عدم تحققها ٢٢ فردا بنسبة ٣٢٪ تقريبا.

* واجبات تربوية أضافها أفراد العينة فى السؤال المفتوح:

ترك الباحث بعد العبارات التى تضمنها الاستطلاع فرصة لأفراد العينة لاقتراح واجبات تربوية أخرى لوسائل الإعلام من خلال سؤال مفتوح.

وعلى الرغم من أن كثيرين أعرضوا عن هذا السؤال، واكتفوا بإجابة الاستطلاع المصنف السابق، فأن هناك عددا من أفراد العينة أجاب هذا السؤال

باجابات اختلفت كثيراً ومع ذلك فمن الممكن تصنيف أهم ما أضيف فى هذا
السؤال المفتوح فيما يلى:

- ١ - تقديم برامج تربوية للأممات العاملات وغير العاملات عن طريق الإذاعة والتلفزيون وتبث فى أوقات مناسبة.
- ٢ - تقديم برامج لمحو الأمية فى التلفزيون فى أوقات مناسبة.
- ٣ - عدم نشر الجرائم الامع العقاب الذى وقع على المجرم.
- ٤ - نقد برامج التلفزيون فى الصحافة.
- ٥ - إعادة النظر فى شكل ومضمون البرامج التعليمية.
- ٦ - تخصيص صفحة - ولو أسبوعية - للتربية والتعليم على غرار صفحة الرياضة اليومية وصفحة الدين الأسبوعية فى الصحافة اليومية.
- ٧ - تقوية خصائص الشخصية القومية.
- ٨ - وضع استراتيجية تستهدف تعريف الواجبات التربوية لوسائل الإعلام إلى كل من: التلميذ - المعلم - الأسرة.
- ٩ - الإهتمام بتخصيص برامج تربوية - تلفزيونيا وصحفيا - لبعض حالات الإعاقة (الكفيف الأثل - المتخلف عقليا - الأصم - إلخ).

ثالثاً: تعليق عام على نتائج الدراسة الميدانية:

استهدفت الدراسة الميدانية التعرف على الواجبات التربوية لوسائل الإعلام العامة كما يدركها بعض القادة فى مجال التربية والتعليم فى بعض محافظات الوجه القبلى.

وقد تبين من تحليل النتائج أن وسائل الإعلام لا تقوم بكل الواجبات التربوية التى يقع على عاتقها القيام بها. ومن خلال عينة الواجبات التى وردت فى

الاستطلاع، ومن خلال آراء عينة رجال التعليم الذين قاموا بالإجابة على الاستطلاع يمكن استنتاج حكم على وسائل الإعلام المصرى بأنها لا تلتزم إلا بقدر سير من الواجبات التربوية مما يعنى أن هناك قصورا فى هذا المجال.

وتتفق نتائج هذه الدراسة هى ونتائج احدى الدراسات الإعلامية السابقة فقد توصلت باحثة سابقة إلى نتائج كثيرة فيما **يتصل بالسياسة الإعلامية منه (١)**،

١. أنه على الرغم من وضع لائحة خاصة بأداب مهنة الصحافة فى ١٨ سبتمبر ١٩٦٤، إلا أن الصحف . فى أغلب الأحيان . لم تلتزم بتطبيقها سواء فى تعاملها مع القراء أو فى علاقاتها بعضها ببعض».

٢. وجدت فى مصر سياسة إعلامية من ١٩٥٢ - ١٩٧١ تتمثل فى مجموعة من المبادئ والقواعد والأسس والتوجيهات غير أنها لم تكن مكتوبة فى أغلب الأحيان.

٣. أن عمليات الرقابة المختلفة الأشكال التى خضعت لها وسائل الإعلام كانت غالباً رقابة سياسية تتأثر بوجهة نظر النظام الحاكم أو بشخص الإعلامى المسئول.

وتستطيع الدراسة الحالية أن تزعم أنها توصلت إلى أن السياسة الإعلامية الحالية فى مصر تغفل الجوانب التربوية مما يجعل وسائل الإعلام لا تلتزم التزاما كافيا بواجباتها التربوية.

وفيما يلى أهم الواجبات التربوية التى أسفرت الدراسة الميدانية الحالية

عن تحقيقها فى وسائل الإعلام العامة:

١. تنمية مهارات القراءة والاطلاع.

(١) لىلى عبد المجيد، السياسة الاعلامية فى مصر من ٢٣ يوليو ١٩٥٢ ص ١٥ مايو ١٩٧١ وأثرها على الفن الصحفى فى الفترة نفسها . مرجع سابق.

٢ . نشر الثقافة السياسية .

٣ . محاربة الجريمة بشكل درامى ينفر منها .

٤ . نشر الثقافة الدينية .

٥ . نشر الثقافة الصحية .

٦ . التبصير بأهم مشكلات نظمنا التعليمية الحالية .

ويلاحظ أن الواجبات التربوية المدرجة فى محور «واجبات تربية تتعلق بالفلسفة العامة للمجتمع» لم تسفر النتائج عن تحقق أى منها. كما أن الواجبات التربوية التى تتعلق بالتربية والتعليم لم تسفر النتائج عن تحققها فيما عدا واجباً واحداً. وهذان المحوران ركنان مهمان يسبقان فى الأهمية الركنين اللذين ثبت تحقق بعض الواجبات التربوية المتعلقة بهما.

وفيما يلى الواجبات التربوية التى لا تتحقق فى وسائل الإعلام المصرية العامة من وجهة نظر أفراد العينة:

١ . توجيه الوالدين لأفضل أساليب التربية .

٢ . تشجيع مهارات الابتكار والإبداع .

٣ . تقديم برامج تعالج مشكلة الأخذ بالثأر .

٤ . تأكيد حرية الفرد فى ابداء آرائه .

٥ . تقديم برامج تحث على اتقان العمل .

٦ . تبسيط بعض التطبيقات العلمية التى تهتم المواطن .

٧ . عرض نماذج للشباب الناجح فى مختلف المجالات .

٨ . تبصير المواطن بخطط التنمية ودوره فيها .

- ٩ . مساعدة الطلاب على اختيار تخصصاتهم.
- ١٠ . ترشيد عادات الاستهلاك الأسرى.
- ١١ . بث روح التعاون والتافل الاجتماعى.
- ١٢ . تقديم مثل عليا فى المجالات المختلفة.
- ١٣ . محاربة روح السلبية واللامبالاة.
- ١٤ . تهذيب الذوق العام.
- ١٥ . عرض الأفلام والتمثيلات التى تعبر عن مشكلاتنا.
- ١٦ . اجتناب المبالغة فى عرض الأمور.
- ١٧ . أن تكون كلمات الأغانى بعيدة عن الأسفاف.
- ١٨ . تأكيد أهمية احترام الرأى الآخر.
- ١٩ . الأبتعاد عن المواد التى تثير الفرائز الجنسية.
- ٢٠ . التعريف بوظائف الحكم المحلى ذات العائد الملموس للجماهير.
- ٢١ . توضيح أبعاد المشكلات القومية المختلفة.
- ٢٢ . عرض التاريخ الوطنى بأسلوب موضوعى.
- ٢٣ . تعريف المواطنين بحقوقهم وواجباتهم.
- ٢٤ . الاهتمام بإنجازات العلماء العرب.
- ٢٥ . مقاومة الشائعات الهدامة.
- ٢٦ . التزام الإعلانات بقيم المجتمع الأخلاقية.
- ٢٧ . عرض المكتشفات العلمية الحديثة بأسلوب مناسب.

- ٢٨ . المساهمة في حل مشكلة الفراغ بالنسبة للطلاب .
- ٢٩ . ابتكار أساليب جديدة لمراجعة الدروس .
- ٣٠ . حث الآباء على التعاون مع المدرسة .
- ٣١ . عرض بعض التجارب التربوية العالمية .
- ٣٢ . تنمية القدرة على التفكير العلمي في الحياة .
- ٣٣ . الاسهام في علاج المشكلات التربوية .
- ٣٤ . ترفع وسائل الإعلام من قدر المعلم .