

مقرر البرامج المتخصصة (2)

مدرسة المقرر: د. دالين الابراهيم

ملاحظة: المقرر ليس من تأليف المدرسة وإنما مقرر جمع من مصادر إعلامية مختلفة ومتنوعة.



الفصل الأول الإعلام التربوي والبرامج التعليمية التلفزيونية

مفهوم الإعلام التعليمي:

يقصد بالإعلام التعليمي التعبير الموضوعي عن الحقل التعليمي في سياق التنمية العلمية من خلال برامج تعليمية في مختلف مجالات العلم والمعرفة وتنمية المهارات، وعبر وسائل الإعلام المختلفة السمعية والبصرية والسمع بصرية، وبما يسهم في تحقيق التنمية الذاتية للناشئة والجمهور المتابع، وتبعاً لهذا تكون رسالة التعليم، هي: السعي لتحقيق الرقي للمجتمع من خلال معايير علمية، تواكب العصر وتستوعب متغيراته بالقياس إلى مشكلات المجتمع وحاجاته وطموحاته، وهذا يفرض على المسؤولين بالتعليم والإعلام توجيه اهتماماتهم إلى البحث عن الصيغ الموضوعية والمنهجية لتجديد مؤسسات التعليم وبرامج التعليم في مؤسسات الإعلام، تجديداً من شأنه أن يحقق الأهداف التنموية التي تمثل جوهر رسالة التربية، ولب عمل الإعلام التربوي، في عالم يشهد كثير من المتغيرات، ويحسن في استيعابها وتوظيف ما يراه نافعا في هذا السياق الذي تقوم عليه رسالة الإعلام التربوي.

هذا الفهم لرسالة الإعلام التعليمي يلتقي مع الدور المهم الذي تقوم به وسائل الإعلام التربوي داخل الحقل التعليمي في تيسير الاتصال بين جماهير الحقل الواحد وتُساعد على تداول الأخبار والأنباء والمعارف، وتؤثر في الوعي الجماهيري، سواء بترشيده وتنميته وإنضاجه، أو بتخديره وتنويمه وتزييفه.

وتزداد الصورة وضوحاً حين ندرك أن العلاقة بين الأستاذ متكلماً ومحاضراً وشارحاً، وبين الطالب الصامت والمتلقي وسيلة غير مجدية للتعليم ولا غنى لها عن استخدام وسائل الإعلام في التعليم مع تجاوز الحالة الراهنة التي تُحول فيها البرنامج الإذاعي التعليمي إلى مدرسة، بها نفس الأنماط التعليمية التي تملأ قاعات التعليم في

مدارسنا وجامعاتنا، وأصبحت جدوى التعليم تعتمد على شخصية الأستاذ وجاذبيته، أكثر من اعتمادها على الموضوع وأهميته، ومعنى ذلك أن الإعلام له دور تربوي داخل الحقل التعليمي.

ويمكن أن يؤدي الإعلام في الحقل التعليمي عدداً من الوظائف نوضحها فيما يلي:

- وظيفة إعلامية خالصة متصلة بالمعلومة.
- وظيفة التوجيه والمشاركة.
- وظيفة التحفيز وتنمية الدوافع.
- وظيفة نسج أجواء الحوار والمناقشة.
- وظيفة التكامل والتفاهم.
- وظيفة خدمة المجتمع.
- وظيفة تنمية الوعي الثقافي.

البرامج التعليمية الإذاعية والتلفزيونية: هي تلك البرامج التي تهدف إلى تحقيق أهداف تعليمية محددة، وترتبط ارتباطاً مباشراً بمقررات دراسية أو برامج تدريبية معينة لدى فئة محددة من المتعلمين أو الدارسين سواء كانت عبر الأثير أو عن طريق قنوات دوائر مغلقة أو مسجلة على شرائط فيديو.

مميزات استخدام التلفزيون التعليمي:

- 1- إمكانية إنتاج برامج تتمتع بجودة أعلى مما يستطيع معلم الفصل العادي تقديمه بسبب توفر الوقت والإمكانات المادية (الوسائل المتعددة) والبشرية (الكوادر الفنية والخبراء والمتخصصين).
- 2- تنوع البرامج التلفزيونية ليس فقط في موضوعاتها بل وكذلك في تنوع فئاتها المستهدفة.

3- ربط عناصر المحتوى الدراسي المقدمة تلفزيونياً بالأحداث الجارية والحية محلياً وقومياً وعالمياً.

4- دعم هذه الموضوعات بمعلومات ثقافية مختلفة ومهارات وخبرات تساعد في نمو مختلف جوانب الشخصية.

5- ربط الجوانب النظرية في البرامج بالجوانب التطبيقية والعملية والعروض التوضيحية والزيارات الميدانية بما يزيد من فاعلية البرامج المقدمة.

6- تنمية قدرات ومهارات الطلاب والمتعلمين للتعليم الذاتي والتعليم مدى الحياة.

7- امتداد الخدمة التلفزيونية إلى المتعلمين وأعضاء هيئات التدريس، إضافة إلى الطلاب والمتعلمين بما يؤدي إلى تنميتهم مهنيًا وتدريبهم.

8- سهولة التعامل مع أجهزة التلفزيون والفيديو.

9- المساعدة في التغلب على النقص في أعداد المعلمين وأعضاء هيئات التدريس.

بعض جوانب القصور في استخدام التلفزيون التعليمي:

1- اعتباره نظام اتصال في اتجاه واحد.

2- صغر مساحة الشاشة.

3- عدم توافق البث التلفزيوني المباشر مع ظروف المتعلمين والطلاب، الأمر الذي يمكن معالجته من

خلال استخدام التسجيلات المرئية.

التخطيط لإعداد وإنتاج البرامج التعليمية المتلفة والأسس التربوية الواجب مراعاتها:

لكي تصبح البرامج التعليمية المتلفة مفيدة فلا بد أن تكون على كفاءة عالية وهذا لا يتحقق إلا بالتخطيط

المنظم والواعي ضمن منظومة تعليمية متكاملة لشروط الإنتاج الجيد.

وإن التخطيط للبرامج التعليمية المتلفة يتطلب الجوانب التالية:

- تحديد أهداف البرنامج التعليمي.
- تحديد محتوى البرنامج.
- تحديد مواصفات المادة العلمية للبرنامج.
- تحديد المواصفات الفنية لبرنامج (سيناريو وإخراج).
- تحديد الجوانب التربوية والتعليمية للبرنامج.
- تجريب البرنامج على عينة من طلبة المدارس بهدف التعرف على مدى تحقيق الأهداف المرجوة.
- تعميم البرنامج.
- تقويم النتائج النهائية للبرنامج بهدف التعرف على مدى حاجة البرنامج إلى إعادة النظر فيه.

إن وضع خطة جماعية متكاملة لإنتاج برامج تعليمية متلفة في بعض المواد الدراسية بمراحل التعليم العام من الأمور الهامة بحيث تتفاعل الآراء والأفكار والخبرات لكل عناصر إعداد المادة العلمية الأكاديمية والتربوية والتعليمية والفنية في عمليات إعداد البرامج وإخراجها. الأمر الذي يتطلب تكوين فرق عمل تنظمها اللجان المتخصصة، ومرحل التخطيط هي مرحلة التحضير والإعداد، وتوفير الإمكانيات المادية والبشرية التي تتطلبها مراحل تنفيذ البرنامج حتى مستوى التجريب والتعميم، ولإنتاج برامج تعليمية متلفة لا بد من توفير الكفايات

البشرية من إداريين وفنيين وعمال، والمتطلبات المادية من أماكن ومعدات وتجهيزات، والعمليات التحضيرية من تدعيم وحفز وتوجيه وإرشاد وتدريب.

ويراعى عند التخطيط للبرامج التعليمية المتلفزة أن تتضمن مواقف تعليمية يجري فيها تفاعل بناء بين معلم الصف ومعلم الشاشة والمتعلمين، مع الأخذ بالاعتبار الدور الإيجابي لهم جميعاً في أثناء المشاهدة وبعد الدرس التلفزيوني. وعند التخطيط للبرامج التعليمية المتلفزة يجب مراعاة النقاط التالية:

1- الدراسة الدقيقة لأبواب المنهج والتنسيق بين ما يحتاجه من وسائط مختلفة ومن ضمنها التلفزيون التعليمي، حيث أن جميع الوسائط تساهم في تقديم خبرة متكاملة.

2- البرنامج التلفزيوني ليس بديلاً عن الدرس العادي والتلفزيون ليس بديلاً عن المعلم، فالعنصر البشري هو الأساس داخل الفصل.

3- ألا يكون محتوى البرنامج تكراراً لعمل المعلم داخل الفصل بل يجب أن تربط البرامج بين المنهج والبيئة المحلية، وأن يقدم البرنامج التعليمي التلفزيوني جانباً من الخدمة التعليمية في إطار ما لا يتيسر للمعلم من إمكانات في مدرسته.

4- اشتراك بعض معلمي المواد الدراسية النابهين من ذوي الخبرة الواسعة والتأهيل الجيد في التخطيط للبرامج التعليمية المتلفزة وكذلك في إعدادها وتقديمها.

5- الحرص على إنتاج برامج على أعلى مستوى ممكن من الجودة من حيث حداثة المعلومات ودقتها العلمية واللغوية والتربوية وأسلوب العرض والإخراج.

6- ألا تزيد مدة البرنامج التعليمي المتلفز عن 25 دقيقة، بحيث تبقى الـ 20 دقيقة الأخرى من الدرس للمناقشة والحوار والتركيز واستكمال القصور والتشخيص والعلاج.

7- أن يصاحب الدرس التلفزيوني دليلاً للمعلم يوزع مع الشريط (في حالة استخدام فيديو) أو قبل البث بوقت كاف في حالة البث من البرنامج العام.

8- أن توضع جدولة زمنية لتنفيذ الخطة وأن تكون في حدود الميزانية المحددة لها.

ولكي يتم التخطيط بشكل دقيق ومحدد فلا بد من أن يشمل الجوانب التالية:

أولاً: أهداف البرنامج: تراعي الخطة الأهداف العامة للتربية في الدولة وكذلك أهداف التلفزيون التعليمي، حيث تحدد الأهداف التربوية العامة التي تنشأ تلفزة البرامج التعليمية تحقيقها، ثم نحدد أهداف كل برنامج على حدة وبشكل سلوكي يمكن تحقيقه عملياً وملاحظته وقياسه ومعرفة المدى والقدر الذي تم تحقيقه منها بحيث تنطلق تلفزة هذه البرامج من واقع ميداني فعلي ومن واقع السياسة التربوية وأهدافها العامة والخاصة، والصياغة الدقيقة للأهداف المتعلقة بالخبرات التعليمية للبرنامج وربما تسمح بتنظيم بيئة التعلم وضبط المثيرات التي يحتمل أن تحدث السلوك الذي تم تحديده عن طريق تحليل مطالب التعلم والسلوك المرغوب الذي ينتج من خبرة التعلم. وتحدد الأهداف العامة للبرامج التعليمية بشكل عام على النحو التالي:

- أهداف تتصل بالمتعلم وتنمية قدرته على التفكير العلمي والتعاون مع أفراد المجتمع وإدراك تكامل المعرفة وتأكيد أنماط السلوك السوي.

- أهداف تتصل بالمعلم وتزويده بالمعارف الخاصة بخصائص ومشكلات المتعلمين والمعلومات عن الجديد في مجال التخصص والوسائط التعليمية المستخدمة وطرق التدريس والاستراتيجيات وأساليب التقويم.

- أهداف تتصل بالمناهج وتطويرها وعرض الأفكار الحديثة المرتبطة بها.

- أهداف تتصل بأمور عامة من مثل استثمار طاقات التلفزيون في مجالات التدريب والإعلام التربوي وتأكيد اللغة القومية وغير ذلك.

ولا يجب أن يعد البرنامج فقط بحيث يمكن المتعلم من فهمه بل من الضروري على المعلم أن يتأكد من أن هدف البرنامج واضح تماماً للمتعلمين. وتحديد الأهداف يعتبر قلب البرامج المتلفة حيث تقرر العناصر الأخرى للبرامج مثل لمن ستوجه البرامج محتواها والطريقة التي ستعالج بها ثم كيفية استخدامها، ويعتبر تحديد الأهداف الخطوة الأولى التي يتوجب القيام بها مع الهيئة التي تشرف على إعداد الخطوة.

المهم في كل هذه الأهداف أن يتم تحديدها بشكل واقعي وضمن أولويات محددة مع قدر كبير من المرونة على الاستفادة من التجارب السابقة محلياً وعربياً ودولياً. ولكي يكتمل هذا النظام أو التصور الشامل ينبغي وضع الاستراتيجية التي تعمل على تحقيق الأهداف السابقة ووضع أولويات العمل ومعايير الانتاج والإخراج وإجراء التجريب وغير ذلك، ويمكن إيجاز هذه الاستراتيجية في ضرورة بحث الأمور التالية:

1- الأمور التي تتصل بالمادة العلمية وتشكيل اللجان المشرفة على إعدادها ومهام هذه اللجان وتحديد مواصفات هذه المادة.

2- الأمور التي تتصل بكتابة الحوار وإخراج البرامج التلفزيونية وتحديد كاتب الحوار وضرورة وجود خلفية تربوية فيمن يتولى هذا العمل، والتأكيد على تنوع أساليب إخراج البرامج التعليمية حتى يقبل عليها الكالب ويرغب المعلم في الاستفادة منها.

3- الأمور التي تتعلق بتقويم البرنامج، فمن الضروري أن يجمع مقدم البرنامج بين عدد من الصفات التي تساعد على نجاح البرنامج، مثل الكفاءة العلمية والنطق السليم والشخصية الملائمة للتلفزيون.

4- الأمور التي تتصل بتجريب البرنامج والاستفادة من التغذية الراجعة في تطويره وتحسينه.

5- الأمور التي تتصل بضرورة إعداد دليل للمعلم ودليل للطالب حتى تزداد النتائج التي نحصل عليها من

استخدام هذه البرامج. ويتضمن هذا الدليل أهداف البرنامج وأوجه النشاط قبل البث وبعده وأمثلة لتقويم

البرنامج، ويشترط وضوح مادة الدليل وكفايتها وتحديد ما يلزم لكل درس من مواد معينة، وبعض

المقترحات، كما يتعرض الدليل للتطوير والتحسين من خلال الممارسات والخبرات الميدانية والتطبيقية.

6- الأمور التي تتعلق بأساليب الاستخدام الفعلية بالمدارس حتى يمكن الوصول إلى أفضل الأنماط

لاستخدام هذه البرامج وكيفية تقييمها وحصر ومعالجة المشكلات التي تواجه التطبيق على نطاق واسع.

وفي كل ما سبق هناك متطلبات وأسس تربوية لا بد من مراعاتها في البرامج التعليمية المتلفزة.

ثانياً: محتوى البرنامج: ويمكن تقسيم محتوى البرنامج إلى ثلاثة جوانب وذلك كالتالي:

1- الجوانب العلمية.

2- الجوانب التربوية التعليمية.

3- الجوانب الفنية (التكنيكية).

ومع تسليمنا بوجود تداخلات بينها إلا أننا سنتناول فيما يلي كل جانب من هذه الجوانب على حدة:

(1) الجوانب العلمية للبرامج التعليمية المتلفزة: تتضمن البرامج التعليمية التلفزيونية جوانب من المادة

الدراسية المقررة على تلاميذ الصف الدراسي المقدم له هذه البرامج وتختار وفق أسس معينة حيث

تحدد الموضوعات التي تصلح للتلفزة وتجنب الموضوعات التي تعتمد بصورة أساسية على المناقشة

اللفظية أو التي تؤدي إلى ازدحام الشاشة بالمعلومات والأرقام والرمز التي يمكن أن تفوق فعالية المعلم

فيها فعالية التلفزيون، أي عدم وجود الإمكانيات لدى معلم الفصل لتدريسها بنفس مستوى البرنامج

التلفزيوني. وتعمل المادة العلمية على تحقيق أهداف تعليمية تشتق منها أهداف سلوكية، يراعى فيها عدم كثافة المحتوى ومناسبتها لمستويات المتعلمين الموجهة إليهم، مع وضوح الأفكار الرئيسية وصحة المعلومات النظرية ودقة الحقائق العلمية وارتباطها بحياة المتعلمين.

ويتطلب اختيار المادة العلمية (المحتوى) للبرنامج التعليمي المتلفز المراحل التالية:

- 1- اختيار موضوع البرنامج الذي سيقدم تلفزيونياً بواسطة لجنة المادة العلمية مجتمعة بكل أعضائها.
- 2- يحدد عضو اللجنة الذي سيعهد إليه بكتابة المادة العلمية للدرس التلفزيوني.
- 3- تعيين المعد والمخرج الذي سيقوم بالإعداد والإخراج.
- 4- وضع برنامج زمني لإنجاز كل خطوة من خطوات الإعداد.

وعند كتابة المادة العلمية يجب مراعاة معايير محددة نذكر فيما يلي بعضها:

1- أن يتناول النقاط التي تتسم ببعض الغموض وأن يعمل كاتب المادة على جلاء الغموض فيما يبتكره من أمثلة تزيد من الإيضاح مع ملاحظة توظيف وسائط التعلم المتعددة التي تساهم في وضوح الرسالة.

2- العمل على ترجمة كل هدف من أهداف المادة العلمية إلى خبرات ومعلومات يراود للمتعلم أن يخرج بها من هذا البرنامج التعليمي لأن ذلك يساعد المعد والمخرج على وضوح الرؤيا وإمكانية تحقيق الأهداف خلال مرحلة الإعداد والإخراج.

3- مراعاة التجديد والتنوع والابتكار في أساليب الكتابة والإخراج والتصوير لجذب انتباه المشاهدين وتشويقهم إلى متابعة البرنامج والإقبال عليه مع الالتزام بالمنهج المقرر.

4- ألا تكون المادة العلمية منقولة نصاً من الكتاب المقرر وإلا انتقت مهمة الكاتب الذي ينتظر منه

تنوع الأساليب وإبراز أمثلة أخرى تضاف إلى المادة العلمية بهدف إثرائها وزيادة وضوحها.

5- العمل على ألا تزدحم المادة العلمية بالأفكار الكثيرة نسبياً لدرجة يمكن أن تتسبب في زيادة وقت

البرنامج أو تقلل من فرص متابعة واستيعاب المتعلم.

6- تناول المواقف والنقاط التعليمية التي تتناسب وأقصى درجة مع خصائص ومميزات التلفزيون

التعليمي الأساسية كالقدرة على معالجة الحركة أو المهارات التدريبية.

7- حصر الموضوعات المطلوب تلفزتها في المواد التعليمية المحددة والتي تتطلب جهداً ووسائط غير

متوافرة لدى معلم الفصل العادي وتعالج بعض المشكلات في مجالات عمل التلفزيون المقترحة.

8- يراعى في اختيار وكتابة المادة العلمية لكل موضوع ملائمتها لخصائص وإمكانيات عرضها

تلفزيونياً وتحقيق الأهداف العامة والخاصة.

9- إعداد دليل مناسب للمعلم يوضح هدف البرنامج ومحتواه وطريقة معالجة الموضوع تلفزيونياً وبعض

المقترحات والتطبيقات العملية. وكذلك إعداد كتيبات للمتعلمين تحتوي على تدريبات وأسئلة وتمارين

لزيادة فعالية التجاوب بين المتعلمين وتقدير مدى تحقيق أهداف كل برنامج.

ويقع اختيار موضوعات البرامج وتحديد عناصرها على جهة مسؤولة عن برامج المادة الدراسية ولتعرف

المردود من هذه البرامج، فإن ذلك يتطلب تحديد أسس ومتطلبات يمكن عن طريقها اختيار موضوعات

الدروس التلفزيونية وعناصرها ونقاطها التعليمية الرئيسية والفرعية، ويمكن تحديد الأسس التالية التي

يتم اختيار الموضوعات في ضوءها وهي:

أ- **صلاحية الموضوع للتلفزة:** في الكثير من الأحيان يكون معلم الفصل أكثر قدرة على تدريس بعض الموضوعات من تقديمها ضمن البرامج التعليمية التلفزيونية، لذلك يتوجب الانتباه عند اختيار الموضوعات التي تنتج تلفزيونياً حتى لا يفقد المعلم الثقة في الاستفادة منها، كما يراعى ألا يكرر الموقف الذي يمكن للمعلم أن يقوم به بنفسه بدلاً من أن يعينه في تحقيق بعض الأغراض التعليمية التي يجد صعوبة في تحقيقها. كما يتوجب أن يكون الدرس التلفزيوني متضمناً لأفضل الوسائط التعليمية على أن يكون الدرس التلفزيوني متضمناً لأفضل الوسائط التعليمية على أن تكون هذه الوسائط سليمة علمياً. لذلك فمن الواجب ومن خلال التقويم التأكد من أن معلم الفصل يجد في البرنامج التعليمي التلفزيوني حلاً لنواحي كان يصعب عليه التغلب عليها في حالة اعتماده على نفسه في تدريسها.

ب- **ارتباط مادة الموضوع المتلفز بمناهج المادة الدراسية:** ويعني ذلك مدى ارتباط مادة البرنامج التعليمي بما يدرسه المتعلمون في الفصول وتدعيمها له وبما يثري المادة العلمية المقدمة من خلال البرنامج التلفزيوني بالأمثلة والشواهد التي لا تتوافر عادة في الكتاب المدرسي، وتتناول البرامج التعليمية المتلفزة عادة المادة التعليمية تناولاً غير مقيد حرفياً بما هو وارد في الكتاب المقرر، وتضيف عليها بعض الحقائق والأمثلة الواقعية التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالموضوع، ولكن من المهم عدم الاسترسال في أمور فرعية والخروج عن جوهر الموضوع بما يشته انتباه المتعلمين ويؤثر على وحدة الموضوع، كما أن تكرار ذلك يؤثر في اقتناع المعلمين وإقبالهم على استخدام هذه البرامج في التدريس.

ت-**تحديد المادة العلمية التي يتضمنها البرنامج:** من المهم أن يركز الدرس التلفزيوني على المادة العلمية المطلوبة كحد أدنى وأن يتضمن القدر المناسب من المادة العلمية بالشكل الذي يتناسب مع سرعة المعلم في تدريسها ومع قدرة المتعلمين على استيعابها. الأمر الذي يتطلب عدم الاسترسال في أمور فرعية عن المادة العلمية من جهة أو تقديم المزيد من المعلومات والأفكار التي تتصل بمناهج ومقررات المدرسة بحيث تكون فوق مستوى قدرات المتعلمين خلال الفترة الزمنية المتاحة للبرنامج. كما أن نقص مقدرا المادة العلمية يؤثر أيضاً على الموقف التعليمي داخل حجرة الدراسة وعلى تحصيل المتعلمين، وهذا يتطلب مراعاة الجانبين السابقين معاً.

ث-**سلامة ودقة المادة العلمية للبرنامج:** يجب الحرص على سلامة ودقة المادة العلمية ومراجعتها والتأكد من صحة معلوماتها وخلو البرنامج التعليمي من الأخطاء العلمية، كما يتوجب أن يكون البرنامج ملائماً لما يدرسه المستعملون في إطار المنهج المقرر، وذلك لأن توافر الدقة العلمية الكافية في موضوعات البرامج التعليمية من الأهمية بمكان، ولأن أي خطأ علمي في البرنامج سوف يسلم به كحقيقة، وهنا مكنم الخطورة حيث يعمم هذا الخطأ العلمي على آلاف التلاميذ والمشاهدين، وأن تكرار الخطأ قد يجعل المعلم يفقد الثقة في هذه البرامج ويحجم عن استخدامها.

(2) - **الجوانب التربوية والتعليمية للبرامج المتلفزة:** إن طريقة عرض وتقديم المادة العلمية بشكل يسهل معه متابعتها بما يحقق الوضوح والفهم من الأمور الضرورية في البرامج التعليمية، حيث يفترض في الدرس التلفزيوني أن يكون درساً نموذجياً في جميع النواحي، وخاصة في طرائق التدريس واستراتيجياته، مما ينعكس أثره على تحسين طرائق التدريس لدى المعلمين وبخاصة المستجدين منهم، ولا شك أن معلم الحصة لن يقبل أن يستفيد بالدرس التلفزيوني إذا لم يجد في معلم الشاشة (معلم الاستديو) وطريقة

تدريسه المستوى المقنع الأمر الذي يتطلب مراعاة الدقة في اختياره، كما يجب أن تؤخذ خصائص المتعلم في الاعتبار عند عرض وتقديم المادة العلمية، ومدى مراعاتها لقدراته وخبراته السابقة. لذلك فإن تنظيم أي خبرة تعليمية يتطلب أن تأخذ في الاعتبار كل من خصائص المتعلم والبيئة الكلية للتعلم.

وهناك مجموعة من الضوابط يمكن الاستفادة منها عند العمل على إعداد الدرس التلفزيوني وعرضه:

1- المعلم التلفزيوني (معلم الشاشة): إن تقديم أي برنامج تلفزيوني يحتاج إلى مهارة وفن ملائمين لطبيعة

وخصائص التلفزيون، وعليه ينبغي أن تتوفر في المعلم التلفزيوني المؤهلات والشروط التالية:

- العلم بخصائص التلفزيون وتقنياته المختلفة والإطلاع على قواعد الإنتاج التلفزيوني.
- الإلمام بطرائق التدريس واستراتيجياته وأصوله.
- تدريبه بكفاية على تدريس الدرس قبل تسجيله وإذاعته، وعلى كيفية مزج تقنيات التلفزيون بأنماط التعليم التقليدية كي ينجح في جعل الشاشة التلفزيونية أداة تعليمية أخرى تثري العملية التربوية.
- استخدام ضمير المفرد المخاطب وعدم استخدام الجماعة.
- الوضوح وإضفاء طابع الجدية والتأثير والنشاط في العرض والشخصية القوية مما يحوز على إعجاب المتعلمين.

- سلامة النطق وقواعد اللغة وفن الإلقاء وحسن المظهر.
- قدرته على إثارة التفكير بثقافته وكفاءته العالية في مادته.
- الدقة في تقديم الدرس وفق النص المتفق عليه مع المادة العلمية والمخرج.
- توافر الجاذبية والتشويق لشد انتباه المتعلمين وربط ذلك بموضوع البرنامج التعليمي.

- عرض الموضوعات الأساسية (النقاط التعليمية) من البرنامج بأحسن الطرق تشويقاً وبطريقة مبسطة تجعلها في متناول المشاهد واعتماد التوضيح وإثارة الأسئلة واقتراح النشاطات ودعوة المشاهد ليجد الإجابة بمحض تفكيره ثم الوصول بالدرس إلى ذروة إثارة الاهتمام التي عندها يستطيع معلم الصف وتلاميذه المشاهدون أن يتولوا بقية الموضوع، حيث يكون البرنامج التعليمي المتلفز مكماً للعمل المدرسي.

2- المخرج التلفزيوني: هناك العديد من المؤهلات والشروط التي يجب أن تتوفر في المخرج التلفزيوني

لكي يكون قادراً على الأسهم بفعالية في البناء التلفزيوني للبرامج التعليمية:

- اتقان حرفيات وفنون الإخراج التلفزيوني.
- المهارة في استنباط وتنفيذ وسائل جذب الانتباه والتشويق فيما ينتجه من برامج.
- إضفاء الحيوية على الشكل التلفزيوني للبرنامج التعليمي من خلال توافر عنصري الموهبة والذوق الفني.
- المعرفة الجيدة بأصول وأجواء العملية التعليمية.
- التعاون مع كاتب النص ومقدم البرنامج (معلم الشاشة) واقتراح ما يراه مفيداً وضرورياً لبناء البرنامج من الوسائط التعليمية المساعدة.
- أن يكون ناقدًا وبقظاً ومرشداً لمقدم البرنامج، وأن يستطيع تحويل انتباهه من شيء إلى آخر بسرعة، وأن يقوم بأشياء عديدة في وقت واحد.
- استخدام الأسلوب العلمي في وضع خطة إخراجية واضحة للتصوير ينسجم مع النص التلفزيوني.
- تحديد أوصاف الديكور الذي سيظهر في البرنامج، وأن يناقش ذلك مع كاتب النص ومقدم البرنامج.

- أن يجيد ضبط التوقيت عند تصوير البرنامج.
 - الوضوح في إعطاء التعليمات والتوجيهات.
 - العلاقات الطبية مع العاملين معه في الاستديو وخارجه.
- 3- سير الدرس وتسلسل حقائقه والربط فيما بينها: إن سير الدرس وتسلسل حقائقه وتوافر عنصر الربط فيما بينها من الأمور الهامة في الدرس التلفزيوني، حيث تتوالى المعلومات والحقائق، الأمر الذي يتطلب غاية الدقة في تبسيط فكرة الدرس وتحقيق التسلسل بين حقائقه والربط بينها بحيث يسهل على المتعلم متابعة الدرس وتفهم فكرته دون تغير في أي جزء منه، مما قد يجعل من الصعب عليه متابعة باقي أجزائه، وهناك جوانب يجب مراعاتها في هذا المجال نذكرها كالتالي:
- التسلسل المنطقي في عرض المادة وترابطها.
 - علاقة المادة باهتمامات المتعلمين وحاجاتهم وإثارة تفكيرهم وتشجيعهم على الإبداع.
 - مناسبة المادة لمستوى المتعلمين العقلي.
 - الاستخدام الأمثل لوسائل التعلم.
 - حسن توزيع الأسئلة على المتعلمين وجودتها.
 - ربط مادة الدرس رأسياً بالموضوعات السابقة والقادمة.
 - ربط مادة الدرس أفقياً بالمواد الأخرى.
 - تشجيع المتعلمين على الجوانب التطبيقية للمادة.
- وحتى تتحقق هذه الجوانب لا بد من الحرص على:
- تسلسل حقائق الدرس وتوافر عناصر الربط فيما بينها.

- توافر الوسائط التعليمية اللازمة للبرامج التعليمية، فالتلفزيون التعليمي وسيلة جامعة، وهي إحدى خصائصه الهامة، حيث يتحقق في الدرس التلفزيوني الجمع بين العديد من الوسائط التعليمية بشكل مترابط معتمداً في ذلك على الإمكانيات والحيل الإنتاجية التي تسهل هذا الأمر والتي لا تتوفر لمدرس المادة في حجر الدراسة، وإن عدم استخدام هذه الوسائط قد يجعل معلم الفصل يعزف عن استخدام هذه البرامج التعليمية لأنه لا يجد فيها أي جديد يصعب عليه تحقيقه لتلاميذه.

4- **وضوح فكرة البرنامج:** إن التركيز على الفكرة العامة للبرنامج ومدى وضوحها من الأمور الهامة في تقويم الدروس التلفزيونية، فقد يتوافر النجاح في كل النواحي السابقة بنسب مختلفة تجعلنا في حاجة في النهاية إلى التعرف بشكل إجمالي على هذه النقاط مجتمعة حول مدى وضوح فكرة الدرس التلفزيوني لدى المتعلمين، وبالتالي فإننا في حاجة دائماً إلى التعرف على مدى الحكم الكلي على وضوح فكرة البرنامج، إضافة إلى الحكم على النواحي الجزئية لكل على حدة بحيث يسهل العلاج والتطوير.

(3) - **الجوانب الفنية للبرامج التعليمية المتلفزة:** وتتعلق هذه الجوانب بكتابة النص والإخراج والتصوير والتسجيل ومراحل الإنتاج المتعددة ولها آثار كبيرة على نجاح البرامج التلفزيونية التعليمية، والتي ترتبط بوضوح الدرس وليس الجوانب التكتيكية الفنة المتخصصة، ومن أهم ما يجب أن نركز عليه الجوانب التالية:

1- **إعداد النص التلفزيوني (السيناريو):** ويقوم بذلك في البرامج التعليمية المعد أو المخرج وهو الذي قد يجمع بين عمليتي الإعداد والإخراج التلفزيوني، وذلك لأن عملية الإخراج في هذه البرامج لها أهمية كبيرة بعكس إخراج البرامج الجماهيرية في برامج التلفزيون العام، حيث يكون معد المادة

التلفزيونية مختلفاً عن المخرج، والذي يتناولها من الناحية الفنية كما يشاء الأمر الذي يعطي فرصة

ضياح الفكرة التي بني عليها البرنامج من قبل المعد بسبب طغيان الناحية الفنية عليها.

وعندما يحدد المحتوى يتم تفرغه في دروس تلفزيونية محددة تعد لها المادة العلمية وتحول إلى

نصوص تصلح للتلفزة مع مراعاة إعداد المواد المرافقة والإرشادات ووسائل التعلم ومواد الإنتاج

الأخرى.

إن وضوح النقاط التعليمية في المادة العلمية يسهل مهمة كاتب الحوار عند تناول هذه المادة،

ولذلك فمن المفيد أن يتفاهم كاتب الحوار مع كاتب المادة العلمية على بعض النقاط التي تحتاج

إلى إيضاح أكثر أثناء التنفيذ.

وكتابة الحوار في البرامج التعليمية تعتبر من الجوانب الأساسية وذلك ليتمكن المحافظة على

التناسق بين فقرات البرنامج، حيث لا يضيع أي جانب من جوانب المادة العلمية خلال عملية

الإخراج.

ويعد إعداد المادة العلمية وعرضها على لجنة متخصصة لمناقشة المحتوى العلمي والتربوي معاً، ومن ثم يقوم

المعد والمخرج بإعدادها تلفزيونياً على هيئة حوار، وهذه المرحلة هامة ودقيقة وتحتاج إلى عناية كافية من قبل

المعد والمخرج لكي يحقق البرنامج أهدافه بالشكل المطلوب، وفيما يلي جوانب هامة لا بد لكاتب النص التلفزيوني

من مراعاتها:

- الربط بين النقاط التعليمية الواردة في البرنامج ربطاً متناسقاً مع الصور المعروضة على الشاشة.

- التنوع في الخبرات التعليمية وخاصة ما لا يتوافر منها في حجرة الدراسة.

- إبراز ما هو جديد في الميدان في مجال موضوع الدراسة كلما أمكن ذلك.

- استخدام المؤثرات الفنية التي تساهم في جعل البرنامج أكثر قبولاً ومحبباً ومشوقاً للمتعلمين.
- الاستفادة من الأجهزة المتوفرة في الاستديو إلى أقصى حد ممكن.
- كتابة التعليق باللغة العربية السهلة، وأن يكون مشكلاً وخالياً من الأخطاء اللغوية، فقط ثبت أن للبرام التعليمية المتلفة دوراً كبيراً في تطوير لغة المتعلمين من خلال زيادة الحصيلة من المفردات والتشجيع على المهارات والإصغاء والقراءة.
- مراعاة وقت البرنامج المحدد ويتراوح بين 10-25 دقيقة.
- أهمية اللجوء إلى توجيه أسئلة وإثارة حوارات ومناقشات تشد وتستثير المتعلم، وكذلك اقتراح بعض النشاطات التي يمكن أن يقوم بها المتعلم بعد مشاهدته البرنامج في أوقات فراغه.
- خلو النص من المصطلحات والتعابير غير العربية ولا يلجأ إليها إلا في الضرورة القصوى.
- مناسبة النص من حيث الأسلوب للجهة الموجه إليها.
- ويتوجب على كاتب النص التلفزيوني أن يراعي الشكل التلفزيوني للمادة المكتوبة، أسلوب الكتابة المفضل في البرامج التعليمية المتلفة وما يحدث داخل الاستديو التلفزيوني، ويجب أن يستند النص الجيد للبرنامج التعليمي إلى الشروط التالية:
- الإلمام بالعملية التربوية وتعرف طرائق التدريس النموذجية واستراتيجياتها.
- استيعاب حرفيته التلفزيونية وخصائصه بشكل جيد.
- التخصص الجيد في المادة التي يكتب فيها ليكون النص ثرياً متماسكاً خالياً من الحشو والركاكة، وأن يتسم النص بوضوح جملة وقصر عباراته.

- العمل على أن يتميز البرنامج التعليمي المتلفز عن المعلم الجيد بما يتاح له من عناصر الإضافة والثراء.

- أن تكون المقدمة مثيرة للمشاهد وذات علاقة بمادة البرنامج أو الدرس التعليمي.

- اعتماد الجمل القصيرة خاصة في الدروس العلمية والابتعاد عن الاسهاب في الشرح الذي يتنافى مع طبيعة بناء البرنامج التلفزيوني.

- العمل على توفير الانسجام والتناسب الضروري بين عرض الوسائط البصرية ومدة الشرح أو عرض المعلومات.

- أن يكون كاتب النص التعليمي مستوعباً لقواعد كتابة السيناريو للفيلم التسجيلي القصير، لأن مثل هذا السيناريو يعلم الكاتب أفضل الصيغ لإعداد النص التلفزيوني للدرس التعليمي.

- أن يضع كاتب النص تخطيطاً تفصيلياً للنص يتضمن تسلسل المشاهد ومراحل عرض مادة البرامج وأماكن وأرقام عرض المادة، علماً بأن النص التلفزيوني يشبه إلى حد كبير نص التصوير السينمائي، فهو ينقسم إلى عمودين: يكتب في العمود الأيمن وصف الصور والأفلام والوسائط المتعددة والأجزاء التي يظهر فيها مقدم البرنامج (معلم الشاشة) ويكتب الشرح والمعلومات وغيرها من المادة الكلامية في العمود الأيسر.

- العمل على إثارة تفكير المشاهد جنباً إلى جنب مع أسلوب عرض مادة الدرس لتجعل الانتباه والتفكير مرتبطين بمادة الدرس.

2- تصوير البرنامج التعليمي المتلفز: إن عملية التصوير في البرامج التعليمية المتلفزة ليست فنية

بحتة ومجردة، بل إنها تساعد على وضوح فكرة الدرس عن طريق إظهار عناصره وأشطاله بوضوح،

فالتصوير الجيد يساعد على وضوح أشكال وعناصر البرنامج التعليمي المتلفز، ويدخل في ذلك نواحي مختلفة منها الإضاءة الجيدة، إذ تساعد على ظهور الأشكال ووضوحها، وكذلك زاوية التصوير التي تركز على الجوانب والأشكال والعناصر الهامة من الدرس بما يسمح بوضوح المظهر الخارجي أو التركيب العام للشك أو العنصر.

كما يدخل في هذا المجال أنواع اللقطات من حيث القرب أو البعد، والتي تتنوع وفق الغرض التعليمي حيث قد يتطلب الموقف التعليمي اقتراب الكاميرا من الشكل أو العنصر لتوضيح جزء تفصيلي فيه أو لتكبيره إذا كان حجمه صغيراً.

وهو من أول السمات الهامة في استخدام التلفزيون، وهو عرض صورة الشيء في لقطة قريبة باعتبار أنه عندئذ يركز انتباه المشاهد على موضوع الصورة، وهذا يستدعي أن يكون محتوى الصورة أو الرسم بسيطاً خالياً من التفاصيل غير الهامة.

وترى انجيلينا كاس ضرورة تبني تقديم خاص للبرنامج يمكن معلم الشاشة فيه من التركيز على عدسات الكاميرا عند التصوير في الاستديو بما يؤدي إلى ظهوره عند العرض أمام المشاهد المتعلم وكأنه يخاطبه بشكل مباشرة.

كما قد يحتاج الأمر الابتعاد بالكاميرا لتوضيح الشكل العام ضمن ظروفه الطبيعية، وبما يبعد الملل إذا تم الاعتماد على لقطات متعددة من زاوية واحدة ومن المهم جداً إجراء الدراسات والبحوث الميدانية على نقطة أين يركز المتعلم حين ينظر إلى الشاشة، وما الذي يجذب اهتمامه فيها وأي الجوانب يتجاهلها. ويرتبط وضوح الصورة بشكل كبير بطريقة جلوس المتعلمين أثناء عرض البرنامج الأمر الذي يتطلب إعادة النظر في طريقة الجلوس والتوصل إلى طريقة مناسبة للجميع.

3- التسجيل الصوتي للبرنامج المتلفز: ويقصد بذلك هنا صوت معلم الاستديو (معلم الشاشة)

والمؤثرات الصوتية المصاحبة للبرنامج لتوفير الجو الطبيعي كأصوات الحيوانات أو الطيور أو حشد من الناس أو صوت الآلات والمصانع وغير ذلك، وللموسيقى التصويرية تأثيرها في زيادة وضوح فكرة الدرس، الأمر الذي يتطلب مراعاة الدقة في اختيارها. ولذلك لابد من مراعاة أن يكون صوت معلم الشاشة مناسباً، وأن يكون تقديمه وإلقاؤه أيضاً مناسباً لا يتميز بالسرعة، حيث يصعب على التلاميذ متابعته ولا بالبطء فيبعث على الملل لدى المتعلمين.

ويراعي في كل الأحوال أن تكون المؤثرات الصوتية المصاحبة طبيعية بقدر الإمكان ولا تكلف فيها. وأما الموسيقى التصويرية فيصد بها تلك الموسيقى الخلفية التي تستخدم في خلق الجو الانفعالي ويراعى فيها ألا تؤثر على انتباه المتعلمين وعلى وضوح الأصوات والتعليقات الكلامية في الدرس، كما يتوجب أن تكون تكون متناسبة مع الموقف أو الحدث التي ستزامله، وإن تزامن الصوت مع الصورة من الأمور الهامة، فلا يسبق الصوت الصورة أو يتأخر عنها بل يجب أن يكون مزاملاً لها بدقة، وبصورة عامة يمكن القول بأن العوامل المرتبطة باستقبال البرامج التعليمية المتلفزة مرتبطة ببعضها، فمكان الاستقبال، وطريقة جلوس المتعلمين أثناء مشاهدة البرنامج، ومساحة الشاشة تؤثر في وضوح الصورة والصوت، ومن هنا يكون البحث في هذه العوامل مجتمعة أمراً لابد منه عند محاولة تحسين ظروف استقبال البرامج.

ثالثاً: تجريب البرنامج: لا يجوز تطبيق البرامج التعليمية تطبيقاً فورياً والاكتفاء بآراء المتخصصين مهما أوتوا من الكفاءة والخبرة، ولذلك فقد أصبحت مرحلة التجريب مرحلة أساسية للقيام بأي مشروع تربوي لعاملين أساسيين

أولهما: أن التجربة تتم عادة على مستوى ضيق الحدود مما يتيح للفئات المشرفة أو المسؤولة والعاملة أن تضبط بكل دقة عمليات التخطيط والتنفيذ والمتابعة والتقويم وتوفير كل متطلبات النجاح المادية والبشرية.

ثانيهما أن التغذية الراجعة من أرض الواقع وميدان التطبيق هي التي تحمل في ثناياها الحكم الصادق والموضوعي على البرامج التعليمية حيث الفئات القائمة على التنفيذ الفعلي والمتلقية لهذه البرامج بما يتيح حرية الحركة أمام التغيير والتبديل والتحسين والتجويد والتطوير.

وربما يكون أهم مصدر لتعزيز عملية التعلم هو الذي يشق من نظام التغذية الراجعة، ويطور كجزء أساسي من خبرة التعلم عن طريق هذه البرامج المتفجرة، والتغذية الراجعة يجب ألا تقتصر على مجرد تعريف المتعلم بنجاحه أو فشله وإنما يجب أن يكون لها دور أساسي في تطوير نشاط المتعلم واستجاباته بما يسهم في تحسين العملية التربوية ككل. فأنظمة التغذية الراجعة تمدنا بالفعل بمعلومات عن مدى تقدم المتعلمين ومدى تحقيق البرامج لأهدافها الموضوعية، وهذا بالطبع يسمح للمشرفين المختصين بالانتقال من مستوى أدنى إلى مستوى أعلى بثقة كما تقدم البرنامج التعليمي.

ويفضل أن يمر تجريب البرامج بعدة مراحل:

- 1- النقد الذاتي بأن تقوم المجموعة التي أخرجت البرنامج بمناقشته وتقويمه.
- 2- التجريب على مستوى عينة من المعلمين لاستطلاع رأيهم وإبداء ملاحظاتهم.
- 3- التجريب على مستوى المتعلمين لمعرفة انطباعاتهم ورأيهم.
- 4- التجريب الميداني على مستوى بعض المدارس للتعرف على بعض المشكلات الإدارية التي تواجه عملية التطبيق وذلك قبل تعميمه على جميع المدارس.

رابعاً: تعميم البرنامج: لا يتخذ قرار التعميم إلا إذا حلت نتائج التجريب والمتابعة والتغذية الراجعة، وأثبتت نتائج البحث والتحليل والدراسة أن البرنامج يتمتع بكفاية تأثيرية عالية وتطبق عليه الأسس والمتطلبات التربوية الواجب توافرها في البرامج التعليمية المتفزة.

ومرحلة التعميم هي المرحلة الأم وقبل اتخاذ قرار بها لابد من دراسة جميع جوانب البرنامج وتنفيذ البنود التي سبق إيرادها في مرحلة التجريب.

وقرار التعميم لا يعتبر نهاية الجهد بل هو بداية له، حيث أنه لابد أن تستمر عمليات المتابعة والتقييم وتلقى التغذية الراجعة وعمليات التدعيم بكل عناصر النماء وذلك بهدف تطويرها تطويراً مستمراً من أجل مردود أعلى وإنتاج أفضل.

خامساً: تقويم البرنامج: للتقويم أهمية كبيرة بالنسبة للبرامج التلفزيونية التعليمية، حيث يتوجب أن تأخذ عملية التقويم دورها ومكانها عند التخطيط لأي برنامج تعليمي متلفز، ولا يقل الاهتمام بها عن أي جانب من جوانب الحطة، فهي تقيس بنجاح مدى تحقيق الأهداف الموضوعة لكل برنامج. وتتطلب عملية تقويم البرنامج تحديد النواحي التي نود قياس مستوى نجاحها أو فشلها، وبعد ذلك نبدأ بوضع خطة للتقويم يتوافر فيها الدقة والإحكام بحيث يمكن الوصول إلى استجابات أو مردود سليم عن البرامج تكون مؤشراً صحيحاً عنها.

إن الدورة التخطيطية لاستخدام وسيلة معينة لا تكتمل إلا بالتقويم ومن أسس التقويم تشخيص نواحي القوة والضعف في إعداد واستخدام الوسيلة أو البرنامج، وتحديد الأساليب والخطوات التي يمكن أن تستخدم في المرات التالية لتحسين فاعليتها التعليمية.

وتتطلب عملية تقويم البرامج الرجوع لجميع الجوانب العلمية والتربوية والتعليمية والفنية للبرامج وذلك لتعرف دقة وسلامة كل عناصر هذه الجوانب وذلك من خلال بنود يتم تحديدها نذكر فيما يلي بعضاً منها:

- مدى الحاجة لتقديم هذا الموضوع تلفزيونياً؟
- مدى ارتباط مادة البرنامج بما يدرسه المتعلم في الفصل؟
- مدى مناسبة المادة التعليمية للدرس الذي يدرس؟
- مدى توافر الصحة والدقة العلمية في مادة البرنامج؟
- مدى التسلسل والربط في المادة العلمية للبرنامج؟
- مدى توافر وسائل التعليم والمواد التعليمية المناسبة اللازمة للدرس التلفزيوني؟
- مدى نجاح معلم الشاشة في تقديم الدرس؟
- مدى وضوح الفكرة العامة للبرنامج؟
- سلامة النص التلفزيوني للبرنامج.
- القيمة التصويرية وأثرها التوضيحي.
- القيمة الصوتية للبرنامج وأثرها التوضيحي. وغير ذلك من الجوانب التي يمكن إضافتها.

هذه التساؤلات وغيرها يمكن الإفادة منها في تعرف نواحي القوة والضعف في الدرس التلفزيوني. وأن أنسب من توجه لهم هذه التساؤلات هم المتعاملون مع هذه البرامج داخل حجرة الدراسة وهم المتعلمون والمعلمون والمشرفون التربويون، وذلك من خلال استبانات أو بطاقات يراعى فيها عنصر البساطة والإيجاز والشمول والدقة في نفس الوقت ثم تحدد عينات المدارس والمتعلمون والمعلمون والمشرفون التربويون وتطبيقها وتوزيع بياناتها للحصول

على المؤشرات المطلوبة عن البرامج أو مناقشتها مع المسؤولين عن جميع مراحل إعدادها وإنتاجها وتقديمها وذلك بهدف تحسين وتطوير هذه العملية.

كما يجب أن تتبع عمليات التقويم هذه عمليات للمتابعة والتطوير والتحسين من خلال استمرارية عملية التقويم ومتابعة المستجدات العملية والتربوية في هذا المجال.



الفصل الثاني: الإعلام البيئي في الإذاعة والتلفزيون

مفهوم الإعلام البيئي:

يرتكز الإعلام البيئي على مفهومين، هما: الإعلام والبيئة، فالإعلام معني بتزويد الناس بالأخبار والحقائق بشكل يساعدهم على تكوين رأى صائب في مضمون الوقائع، وأما البيئة فهي المحيط الذي يعيش فيه الإنسان أرضاً وماءً وهواءً. ويعرف الإعلام البيئي بأنه أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية من خلال إحاطة الجمهور المتلقي والمستهدف بالرسالة الإعلامية البيئية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية بما يسهم في تأصيل تنمية البيئة المستدامة وتنوير المستهدفين برأى سديد في الموضوعات والمشكلات البيئية المثارة والمطروحة.

والإعلام البيئي هو أحد أنواع الإعلام المتخصص مثل الإعلام الرياضي والإعلام الثقافي والسياحي والسياسي وغيره من الأنواع الصحفية، لكنه نوع حديث العهد إذا ما قارناه ببعضها وخاصة تلك التي تغطي السياسة أو الثقافة أو حتى الرياضة، كما أنه جزء من سياسة بيئية عامة في الدولة تطبق على كل القطاعات العامة والخاصة، وليس مجرد مرآة تعكس الواقع، بل له دور فاعل في المجتمع يهدف إلى تغيير وتعديل بعض القيم والسلوكيات الفردية والجماعية والحكومية السلبية تجاه البيئة، إذا هو جزء فاعل في عملية التطوير وليس مجرد ناقل يسعى للحيادية في معالجة "الحدث البيئي"، ولا يكتفي الإعلام البيئي بالإعلان عن السياسة البيئية والتصفيق لها، بل هو جزء من هذه السياسة، تقع على عاتقه مهمة إنجاحها وجعل الجميع يتعاون من أجل وضعها موضع التنفيذ بجدية بالغة، فنقل خبر اجتماع وزاري أو افتتاح وزير ما لفعالية بيئية، مترافق مع التصفيق والتوثيق من قبل محرري ومصوري المحطات التلفزيونية غير كاف، لأن الإعلام البيئي يهتم بما هو أبعد من ذلك، وعليه تقع مسؤولية العمل على متابعة هذه المشاريع والتعريف بالأسباب التي اقتضت البدء بهذه

المشاريع وتخصيص مبالغ محددة من الخزانة لتصرف عليها أو على الفعاليات البيئية وتطبيقاتها على أرض الواقع، ومدى مساهمتها في حل المشكلات البيئية التي تواجه البلد ومواطنيه، وشرح وتفسير دور كل من المواطن والحكومة في العمل على إنجاح هذه المشاريع.

وبما أن الدور الذي تمارسه وسائل الإعلام في المجتمع هو دور "تربوي تعليمي"، فالصحفي البيئي له دور يتمثل في شرح المشكلات البيئية للمتلقي باستخدام لغة بسيطة غير معقدة أو مليئة بالمصطلحات العلمية، وبالتالي يقع على عاتق الإعلام ليس فقط مسؤولية تنمية الوعي لدى الجمهور تجاه البيئة وإيصالها إلى الجمهور المتابع لهذه الوسيلة، وذلك بممارسة دور الرقيب على نشاطات الشركات والمعامل التي تسبب ضرراً بيئياً على سبيل المثال، أو مراقبة ومتابعة البرامج البيئية التي يقدمها السياسيون ومدى جدّيتهم في تنفيذها.

وجاء في تعريف آخر بأنه هو الإعلام الذي يهدف إلى تشكيل الوعي البيئي لدى الجماهير وزيادة اهتمامهم بقضايا البيئة وإتاحة الفرصة لهم لاكتساب المعلومات والمعارف والخبرات المختلفة التي تُدعم القيم والمعارف والاتجاهات البيئية الإيجابية لديهم بما يضمن سلوكيات إيجابية محتملة يمكن توقعها مستقبلاً حيال قضايا البيئة انطلاقاً من القاعدة العريضة من الجماهير التي نجح الإعلام في تحويلها من جموع سلبية إلى فئات مهمة ومشاركة إيجابية إزاء مجتمعنا وقضاياها، خاصة القضايا البيئية. ويعرف أيضاً الإعلام البيئي، بالإعلام الذي يسلط الضوء على قضايا البيئة، والتي تشمل الماء والهواء والأرض والإنسان؛ بهدف ترشيد استهلاك السلوك البيئي وخلق جو من الاهتمام بقضايا البيئة لدى الجمهور، ويسعى الإعلام البيئي لتوفير قاعدة من البيانات والمتعلقة بالبيئة وطرحها على الناس من خلال التوعية البيئية لتحقيق مستويات التأثير المطلوبة في هذا الجانب.

الإعلام البيئي وتحديات التنمية المستدامة:

احتلت مسألة التنمية المستدامة خلال السنوات الأخيرة مكانة هامة لدى دول العالم، نظرا لشموليتها وارتباطها بجميع دول العالم والأهم من ذلك، أنها تركز على مجموعة مبادئ تشكل الركائز التي تستند إليها في تحقيق استراتيجيتها الرامية إلى تحقيق العيش الكريم والرفاهية للأجيال الحالية دون المساس بحقوق الأجيال اللاحقة وقدرتها على تلبية حاجاتها.

إن دور الإعلام البيئي لا يقتصر على نقل الأخبار البيئية والتعريف بها، أو بسرد المعلومات والتوجيهات البيئية للحفاظ على المجال البيئي، بل إن الإعلام البيئي كما يجمع الباحثون هو ممارسة نقدية فعالة وبناءة لأصحاب القرار ودفعهم إلى إدراج البعد البيئي في جميع المخططات التنموية، وهكذا فالإعلام البيئي بمفهومه الحديث، إعلام تنموي وهو شريك أساسي في تحقيق التنمية من خلال مساهمته في وضع وتنفيذ وتقييم السياسات العمومية في مجال التنمية المستدامة.

إن الإعلام البيئي التنموي أي الإعلام المرتبط بالبيئة والتنمية المستدامة، نلمس حضوره أكثر في الدول الديمقراطية الغربية، بينما يغيب في العالم العربي، نظرا لغياب شروط تحقيق التنمية المستدامة، فأغلب دوله غارقة في الحروب والصراعات حول السلطة، في حين تتعدم الديمقراطية في دول عربية أخرى، مما يجعل الإعلام في العالم العربي يعاني من مشاكل عديدة على رأسها غياب الحرية. يسعى المغرب جاهدا إلى تحقيق أهداف التنمية المستدامة من خلال تحويل الدولة مكلفة بالبيئة إلى مكلفة بالتنمية المستدامة، وضع الإستراتيجية الوطنية للتنمية المستدامة ٢٠٣٠، أهمية دور الإعلام في الحفاظ على البيئة والتنمية المستدامة من خلال

التوقيع على معاهدة ميثاق "الإعلام البيئي والتنمية المستدامة" ورغم المجهودات المبذولة من المغرب، فإن تطوير علاقة الإعلام البيئي بالتنمية المستدامة يتطلب عدة عناصر منها:

- دعم الإعلام المتخصص في المجال البيئي، وجعله شريكاً أساسياً في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.
- تكوين محرر إعلامي بيئي تنموي متخصص، يتطلب الانفتاح على المعاهد والجامعات ومؤسسات البحث العلمي من أجل خلق تراكم معرفي علمي في المجال البيئي التنموي.
- ورشات تعنى بالقوانين والاتفاقيات البيئية الوطنية والعالمية، وبأهداف التنمية المستدامة.
- دورات لتقوية القدرات في مجال الإعلام البيئي، تقنيات الكتابة الإعلامية البيئية في الوسائل التقليدية والرقمية لجعلها بسيطة ومفهومة و جذابة للمتلقي بعيدة عن المصطلحات الفنية و اللغة العلمية التي تجعل القارئ يهرب من كل شيء له علاقة بالبيئة؛ فالهدف الأساسي هو أن تقبل الناس على قراءة الموضوع أو الاستماع إليه أو مشاهدته، و بالتالي بناء الوعي البيئي ونشر الثقافة البيئية.
- التعريف بأهمية معاهدة ميثاق "الإعلام والبيئة والتنمية المستدامة" وبيان أهميتها وأبعادها ودورها في النهوض بالإعلام البيئي التنموي.
- إشراك الإعلام البيئي التنموي في جميع التظاهرات الوطنية والعالمية داخل الوطن وخارجه.
- تشجيع الدبلوماسية الإعلامية البيئية بدعم الشبكات والجمعيات الإعلامية البيئية الوطنية، ودفعها إلى القيام بشراكات مع جمعيات إعلامية بيئية عالمية، أفريقية- أوروبية- عربية- آسيوية -أمريكية.

عوامل ظهور الإعلام البيئي: ساعدت عدة عوامل في ظهور الإعلام البيئي نذكر منها:

1- المؤتمرات الدولية، من مؤتمر "استوكهولم" عام 1972 مروراً بمؤتمر "قمة الأرض" في ريو دي جانيرو

عام 1992 إلى مؤتمر كوبنهاغن عام 2009 في الدانمارك، الذي أكد على أن الإنسان بسلوكه

الخاطئ مسؤول عن التدهور البيئي.

2- التطور البحثي وتوصل العلم إلى بدائل تساعد في التخفيف من تدهور النظم البيئية مثل الطاقات

البديلة.

3- التقارير الاقتصادية العالمية التي أكدت على أن تكاليف التدهور البيئي باهظة الثمن. مثل تقرير

الاقتصادي البريطاني ستيرن عام 2006.

4- تزايد عدد الكوارث الطبيعية التي تمس المواطن بشكل مباشر، مثل الأعاصير والفيضانات وظهور

مشكلة الاحتباس الحراري وارتفاع درجة حرارة الأرض، والتي أكد بعض العلماء أن الإنسان ونشاطاته

الاقتصادية دور في زيادتها.

5- تحقيق بعض الأفلام السينمائية حضوراً جماهيرياً لافتاً للانتباه ساهم في تشكيل رأي عام بيئي،

نذكر منها على سبيل المثال فيلم الحقيقة المزعجة "An Inconvenient Truth 2007"، أو فيلم

المحيطات عام 2010.

6- ظهور جهات بيئية حملت راية الدفاع عن البيئة وحمايتها، مثل الجمعيات والمنظمات البيئية، والتي

كان لها دور مهم في ظهور الإعلام البيئي كما أصبحت منبراً إعلامياً بيئياً تصدر صحفاً ونشرات

توعوية وتخطب الجمهور عبر الإذاعة والتلفزيون حين استضافوا أعضاء هذه الجمعيات ومتطوعيها.

7- تأسيس وزارات وهيئات رسمية تعنى بالبيئة مثل وزارة البيئة في معظم دول العالم، حيث استطاعت

بعض هذه الوزارات أخذ مكان مميز بين باقي الوزارات مثل وزارة "البيئة والتنمية المستدامة" في فرنسا

عام 2007، والتي احتلت المرتبة الثانية بعد وزارة الاقتصاد.

كل ما سبق أدى إلى جذب انتباه وسائل الإعلام نحو المشكلات البيئية لتكثف تغطيتها الإعلامية

للقضايا البيئية، فاهتمت الوسائل الإعلامية بالبيئة حتى أصبحت مواضيعها تملأ المكان، فقلما تخلو

صحيفة أو قناة من الحديث عن موضوع بيئي ولو كان الهدف توعوياً أو خبرياً.

أهمية الإعلام البيئي:

تزداد حاجة المجتمعات بشكل عام، والتنمية بشكل خاص، إلى الإعلام البيئي يوماً بعد يوم. وهذه الحاجة ملحة

ومستمرة ومتجددة، وتزداد إلحاحاً عند ظهور مشكلة بيئية، مثل: التلوث، وانتشار الأوبئة، والآفات الزراعية،

وانسكابات الزيت في البحار، فحضور الإعلام البيئي، خلافاً لما يعتقد معظم الناس، يتجاوز إثارة الموضوعات

المتعلقة بأكوام النفايات، والبناء العشوائي، إلى مجالات الحياة كلها، فهو معني بجميع الأحداث المعاصرة التي

تتمثل في التلوث بكل أشكاله، في البراري والبحار والأنهار والغابات، حيث يوجد التنوع الأحيائي Biodiversity

، وفي المصانع والمزارع (مصدر التلوث)، وفي المدارس والجامعات (مراكز البحث العلمي)، وكذلك في

المستشفيات (التي تنتج نفايات طبية). كما أن له دوراً بارزاً في تنشيط السياحة البيئية والترويج لها محلياً

وعالمياً.

وللإعلام البيئي أيضاً حضور أشمل وأعمق يبدأ منذ لحظة ولادة الإستراتيجيات والقرارات السياسية والتجارية

والتشريعات المختلفة، وما ينتج عنها من تأثيرات على البيئة والطبيعة والتنوع الأحيائي، وفي نهاية المطاف

على نوعية حياة البشر وحقوقهم.

المشاكل التي يعاني منها الإعلام البيئي:

من المشاكل التي يعاني منها الإعلام البيئي كذلك، اعتماده على الوسائل التقليدية، وعدم تكيفه مع الوسائط العصرية الحديثة، التي تتناغم وتتناسق مع العصر الرقمي لمواكبة التطور المعلوماتي والمعرفي، وما زلنا في الوطن العربي نتكلم عن الإعلام البيئي، ونحن نفتقر للكادر الإعلامي المتخصص والمؤهل في الإعلام البيئي، كذلك نلاحظ عدم تحديد أولويات مجالات الرسالة الإعلامية البيئية، كالتركيز على المستوطنات البشرية والتصحّر والبيئة البحرية والصناعة العشوائية ومصادر الطاقة المتجددة والتكنولوجيا الملائمة وصيانة الطبيعة وندرة المياه، كذلك نقص في الميزانية، وضعف الإمكانيات والوسائل المادية والبشرية على حد سواء.

من المشاكل أيضاً، غياب منهاج إعلامي واضح للتعامل مع القضايا البيئية، وتفشي ظاهرة اللامبالاة وعدم الاهتمام بالقضايا البيئية في المجتمع، سواء على المستوى الفردي أو العائلي أو المؤسساتي، أو ما يتعلق بالمجتمع المدني أو المجتمع السياسي، أو بالمدرسة أو الأسرة أو المسجد، ويرجع السبب إلى وجود فجوة كبيرة بين الإعلاميين والقائمين بالاتصال من جهة، والمؤسسات والهيئات التي تعنى بالبيئة من جهة أخرى، أيضاً غياب الوعي البيئي في المجتمع.

خصائص الإعلام البيئي:

للإعلام البيئي مجموعة من الخصائص، أبرزها:

جودة المعلومات البيئية: تتركز حول الدقة المعلوماتية، كذلك التوازن والموضوعية في المعالجة، والاستقلال عن أي جهة باستثناء المعايير الموضوعية للعمل الصحفي.

حجم الإعلام البيئي: يكون الطلب على المعلومات من جانب الجهات المختلفة أعلى من المعروض منها، أو تكون المعلومات المتاحة على الرغم من وفرتها غير قادرة على حل مشكلة معينة.

التفاعل والتعددية: تتعدد الأصوات الصحفية من خلال إتاحة الفرصة أمام كل الأطراف المعنية للمساهمة في تقديم المادة الإعلامية والتعليق عليها.

من استهلاك المعلومات إلى استخدامها: أي المعلومات البيئية يجب أن تتحول إلى معرفة بيئية قبل أن تُصبح قابلة للاستخدام وقبل توظيفها سلوكياً وتحويلها إلى فعل.

أهداف الإعلام البيئي:

استخدام وسائل الإعلام جميعها لتوعية الإنسان، وإمداده بجميع المعلومات التي من شأنها أن تعمل على ترشيد سلوكه وترتقي به إلى مستوى المسؤولية للمحافظة التلقائية على البيئة والعمل على تنمية قدراتها، ومن أهم أهداف الإعلام البيئي ما يلي:

1- معاونة الأفراد والجماعات على اكتساب خبرات متنوعة وزيادة الوعي بفهم أساس البيئة والمشكلات المرتبطة بها.

2- معاونة الأفراد والجماعات على اكتساب مجموعة من القيم والمشاعر للاهتمام بالبيئة والمشاركة الإيجابية في تحسينها وحمايتها.

3- معاونة الأفراد والجماعات على اكتساب المهارات اللازمة لتحديد المشكلات البيئية وحلها.

4- إتاحة الفرص للأفراد والجماعات للمشاركة بشكل إيجابي على كافة المستويات في العمل على حل المشكلات البيئية.

- 5- حفز الجمهور للمشاركة الفعالة في رعاية البيئة من خلال دفع الناس إلى العمل الشخصي، وتشجيعهم على الحوار وإيصال آرائهم إلى المسؤولين، فالإعلام البيئي يدفع الجمهور إلى الانخراط في عملية التخطيط، واتخاذ القرار، وإن مشاركة الجمهور في الحوار البيئي تؤدي إلى تعميم الوعي البيئي للحفاظ على موارد الطبيعة، كما تُعطي المسؤولين صورة واضحة عن اهتمامات الرأي العام.
- 6- تنمية القدرات البيئية وحمايتها بما يتحقق معه تكيف اجتماعي وحيوي للمواطنين، ينتج عنه ترشيد السلوك البيئي في تعامل الإنسان مع محيطه.
- 7- تنمية الوعي والمسؤولية البيئية لدى الجمهور والمسؤولين وتوجيه سلوكهم وأنشطتهم للوصول إلى حال من الوعي الكامل بالقضايا البيئية.
- 8- الإنذار المبكر، ورصد حدوث أي خلل بيئي وتحريكه للرأي العام وإسهامه في إصدار التشريعات الإيجابية التي تخص البيئة.

جمهور الإعلام البيئي:

جمهور الإعلام البيئي ليس محصوراً في الناشطين البيئيين والجمعيات الأهلية البيئية فحسب، فهو يمتد لقطاعات المجتمع جميعاً وتتقاطع فيه الاختصاصات والأعمار، وأصحاب الاختصاصات العلمية المرتبطة بالبيئة، هم القاعدة الأساسية لجمهور الإعلام البيئي؛ لأنه يخاطب اهتمامهم المباشر غير أن على الإعلام البيئي الذكي أن يثير اهتمام المعنيين الآخرين، مثل: السياسيين، والمؤسسات الحكومية، والصناعيين، إضافةً إلى المثقفين، والطلاب، والمهنيين، والموظفين، وربات البيوت، وجميع طبقات وشرائح المجتمع المختلفة، فعلى الإعلام البيئي أن يحدد قطاعات جمهوره ويتوجه إليها بمعلومات موثقة مفيدة تُثير اهتمامه، إذ أن المعلومات وطريقة تحليلها تبقى العنصر الأساسي في نجاح الإعلام البيئي للوصول إلى جماهيره، وعليه أيضاً احترام

اهتمامات الجمهور، وهذا لا يحدث حالياً، فقد أظهر استطلاع للرأي العام البيئي في العالم العربي أن الجمهور يضع في أولى اهتماماته تلوث الهواء، والنفايات الخطرة، والأخطار الصحية من المبيدات والأسمدة، بينما نجد أن هذه الموضوعات بقيت شبه غائبة في الإعلام العربي، فالعلاقة بين الإعلام البيئي والجمهور قد يكون له الدور الرئيس في تعديل الفكر والسلوك لأفراد الجمهور تجاه البيئة وقضاياها.

عوامل تنمية الوعي البيئي لدى الجمهور:

لكي يتحقق نجاح الإعلام البيئي في توفير المعلومة البيئية، والتأثير على الجمهور المستهدف طبقاً للأهداف الموضوعية لحماية البيئة، وبما يتناسب مع الأوضاع والظروف المحيطة ينبغي أن يتم التنسيق والتعاون بين مختلف الوسائل الإعلامية للعمل في اتجاه واحد ومن خلال خطة إعلامية متكاملة، ولتحقيق هذا يتطلب ما يلي:

أولاً - ضرورة وجود مناهج دراسية للإعلام البيئي، سواء في الجامعات أم في دورات وورش عمل ترعاها وزارة البيئة، أو منظمات المجتمع المدني.

ثانياً: ضرورة إيجاد إعلام بيئي متخصص يستند إلى العلم والمعرفة والمعلومات، ويتطلب إيجاد المحرر الإعلامي المتخصص تخصصاً دقيقاً بالبيئة.

ثالثاً: الإسهام الإعلامي في إيجاد وعي وطني بيئي يحدد السلوك، ويتعامل مع البيئة في مختلف القطاعات.

رابعاً: أهمية تعاون جميع الوزارات والمؤسسات والهيئات في معالجة المشكلات البيئية، وبالإمكان الاستفادة من التجارب العالمية في هذا المجال.

خامساً: تعاون مراكز المعلومات البيئية؛ بهدف تزويد وسائل الإعلام المختلفة بالمعلومات الضرورية.

سادساً: ضرورة وجود لجنة عليا للإعلام البيئي لرسم السياسات والخطط والبرامج، وتنظيم حملات إعلامية بيئية.

عزوف الإعلاميين عن التخصص في الإعلام البيئي:

تُعد البيئة في مجتمعاتنا العربية من أهم هذه القضايا التي لا نرى تسليطاً كبيراً كافياً عليها من قبل وسائل الإعلام بالشكل المطلوب، ولا نرى تناولاً منها للقضايا البيئية، إلا حينما تحل علينا بعض المشاكل البيئية كتلوث المياه، والأمطار الحمضية، والتصحر، واندثار البيئة البرية، وتغول المنشآت والأبنية الخرسانية على المساحات الخضراء، وحينها يدق ناقوس الخطر وتبدأ جميع وسائل الإعلام بإعطائها أهمية في تغطياتها الإعلامية، لكن في أغلب الأحيان تكون متأخرة بعد أن تمتد المشاكل والكوارث البيئية لتصل إلى الإنسان وتهدد حياته. لذلك يمكن إجمال أسباب عزوف بعض الإعلاميين عن الحديث في مجال الإعلام البيئي، إلى ما يلي:

- إن التخصص في العلوم البيئية في المنطقة جديد نسبياً ضمن التخصصات البيئية الكثيرة.
- طبيعة المشكلة البيئية لا تشكل سبباً صحفياً، إلا إذا تعلقَت بكارثة بيئية أو بأضرار فادحة ناتجة عن التلوث.
- عند تناول البعد البيئي لمشكلة رئيسة فإن ذلك يتطلب الإلمام بتخصصات أخرى، لأن قضايا البيئة ذات أبعاد متداخلة مع الاقتصاد، والتنمية، والاجتماع، والسياسة.
- الزمن المطلوب لكتابة تقرير صحفي بيئي يستغرق وقتاً أطول لمراجعة بعض الأمور الفنية والعلمية والإحصائيات.

- إن القضايا البيئية تُثير معها سياسات صاحب القرار الرسمي، وأصحاب القرار من القطاع الخاص، الذين قد تتعارض مصالحهم مع حماية البيئة والتنمية المستدامة.
- عدم تشجيع القائمين على المؤسسات الإعلامية الصحفيين ودفعهم للخوض في مجال البيئة، وعدم تخصيص صفحات في الجرائد أو برامج في الإذاعة والتلفزيون تهتم بشئون البيئة والتوعية البيئية، والافتقار إلى الأرشيف التخصصي والمكتبة التلفزيونية، وانخفاض الأجور التي يتم منحها عن الموضوعات والريپورتاجات التي تحتاج إلى جهد ومال كبيرين، واقتصار دور الإعلام على إبراز الإيجابيات، والابتعاد عن كشف السلبيات التي تُلحق بالبيئة.
- ضعف دور المؤسسات الحكومية المختصة بالبيئة، مثل: وزارة البيئة التي اقتصر عملها بعقد الندوات والمؤتمرات وإصدار بعض البيانات.
- غياب التبادل المعرفي بين المشرفين على الصفات البيئية في الصحف، والخبراء والمهتمين، والجمعيات المعنية، الأمر الذي ينتج عنه أحياناً معالجة سطحية لقضايا البيئة، كذلك مسألة غياب التنسيق بين وسائل الإعلام نفسها، وغياب بنك المعلومات، وانعدام تأهيل الإعلاميين البيئيين ورفع كفاءتهم.

دور الإعلام البيئي في حماية البيئة:

تُعد وسائل الإعلام بكافة أشكالها المصدر الرئيس للمعلومات حول البيئة، ولها أثر كبير في تشكيل الاهتمامات البيئية لدى مختلف قطاعات السكان؛ لذا يتعين على القطاع الإعلامي أن يتناول باستمرار قضايا البيئة المطروحة. وقد وضعت ندوة الإعلام البيئي التي عقدت في تونس في الفترة من (١٤ : ١٦) أكتوبر عام (١٩٨٧م)، والتي نظمتها الحكومة التونسية، والمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، وبرنامج الأمم المتحدة للبيئة، التصور التالي للإسهامات الإعلامية في المحافظة على البيئة، وذلك على النحو التالي:

- تهيئة المناخ لتقبل الفرد تغيير عاداته وسلوكه البيئي التقليدي الذي غالباً ما يكون ملوثاً للبيئة متلفاً لمواردها المتجددة مستنزفاً لمواردها غير المتجددة.
- تخطيط حملات إعلامية تستهدف الجوانب البيئية الأكثر إلحاحاً في المجتمع بشكل مستمر ومبرمج.
- إيجاد صيغة من التعاون المنتظم المستمر بين مسؤولي الإعلام وأخصائيي البحوث البيئية.
- دعوة الجهات الإعلامية للتنسيق فيما بينها بشأن المعالجات الإعلامية للمادة العلمية لتكون فعالة ومشوقة وفي قوالب ثقافية وفنية مفيدة ومثيرة للاهتمام وممتعة ومؤثرة.

مهمة الصحفي البيئي: هي التعريف بالأفكار البيئية الخاطئة والتشجيع على فكرة التطبيق الإيجابي، وعلى الرغم من أن آلية العمل الصحفي التي يتبعها الصحفيون المختصون بتغطية المواضيع البيئية ال تسمح لهم بهامش كبير من الحرية وأن ما يسمى "بالصحفي الحر" حتى فيما يتعلق بالمواضيع البيئية غير موجود، لأن هناك عدة أنواع أو أشكال للرقابة على العمل الصحفي تبدأ بالرقابة الممارسة من قبل رئيس التحرير، والذي غالباً ما يطلب تغيير ما يراه غير مناسب في عمل الصحفي، ويمكن أن من الصحفي تغيير الريبورتاج أو المقالة بالكامل، انتهاء بالرقابة الذاتية التي يطورها الصحفي نفسه بالاشعور حتى لا ترفض مقالته ممن هم أعلى منه إدارياً في الوسيلة الإعلامية التي يعمل بها، ما يسبب له توتراً وإحباطاً في حال تكرار طلب التغيير أو رفض المقالة. لكن هذه الصعوبات التي تواجه الإعلامي البيئي لا يجب أن تسبب له الإحباط، وإنما عليه أن يطور بعمله وبنفسه كي يكون قادراً على ممارسة دوره الصحيح في المجتمع والذي يقتضي العمل بجدية على مواضيعه البيئية دون استخفاف بالموضوع أو بالجمهور.

معايير الإعلام البيئي: يفتقر الإعلام العربي بشكل عام إلى المحررين الاستقصائيين الذين تدريبهم الوسيلة الإعلامية وتتيح لهم الإمكانيات والوقت والدعم لتحليل الحدث واستقصائه وسبر أغواره، لهذا السبب تعتبر

التغطية الإعلامية وصفية لا تحليلية ، فعند انعقاد مؤتمر بيئي يكتفي مصورو التلفزيون بلقطات سريعة لحفل الافتتاح ولأصحاب الكلمات التي تلقى في الحفل، وينذر أن تكلف وسيلة إعلامية صحفياً بتحقيق متكامل عن حدث ما يتطلب من الصحفي شهوراً من العمل، وذلك لضيق الوقت ولأن التحقيق المنجز لن يأخذ أكثر من دقائق على شاشة التلفزيون أو صفحة في الصحافة المكتوبة. هذا لا يعني أن الإعلامي العربي يفتقر إلى الموهبة، على العكس تماماً فالإعلامي العربي قادر على صنع وتقديم مادة إعلامية مميزة تؤثر في الرأي العام، إذا ما توافرت له الإمكانيات المناسبة وأعطى الوقت الكافي لتقديم موضوع تحليلي متكامل، فهو قادر على تحقيق المعايير الإعلامية الاختصاصية.

المعايير المتعلقة في تناول المواضيع البيئية: يجب أن يتمتع الإعلام البيئي كغيره من الأنواع الإعلامية، بالحرفية ، وأن يراعي معايير إعلامية تتعلق في المواضيع البيئية والطريقة الإعلامية التي يتبعها عند معالجته للقضايا البيئية.

وعند الحديث عن معايير العمل الإعلامي البيئي، لابد من معرفة أمور عدة:

1- الهدف من العملية الإعلامية.

2- الجمهور المستهدف.

3- اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة للفئة المستهدفة من الجمهور.

على أساس معرفة العناصر الثلاثة السابقة يقع على عاتق الإعلامي البيئي مراعاة المعايير الإعلامية، والتقيد بها عند تناول المواضيع البيئية، والتي من أهمها:

1- مدى حرفية الإعلامي "القائم بالاتصال" الذي يتناول القضايا البيئية ودرجة إلمامه بالمواضيع البيئية، فبداية العمل الإعلامي هو الحصول على معلومات من مصادر متنوعة أي المعرفة. وكما يقال "فاقد الشيء لا يعطيه"، أي أن الإعلامي غير الملم بموضوعه لا ينجح بإيصال الفكرة إلى الجمهور المستهدف.

2- مدى مصداقيته في تناولها وعرضها على الجمهور. أي العمل الدقيق والموضوعي وتقديم مادة موثوقة دون نشر أكاذيب، كل هذا يعزز ثقة الجمهور بالإعلامي عندئذ يصبح الجمهور مستقبلاً للمادة الإعلامية ومتابعاً لها.

3- أسلوب تقديمه للرسالة الإعلامية البيئية، حيث يساعد الأسلوب على جذب المتلقي لمتابعة المادة أو إهمالها.

4- أساليب الإقناع التي يستخدمها الإعلامي، والتي يجب أن يراعي فيها الجمهور المستهدف والوسيلة المستخدمة (راديو، تلفزيون، انترنت)، فالقصص البيئية مناسبة لفئة من الجمهور بينما نجد فئة أخرى تبحث عن الحقائق والأرقام والإحصائيات.

كما هو واضح من المعايير السابقة، نجد أن الإعلام البيئي تنطبق عليه معايير الإعلام الأخرى مثل، الإعلام السياسي والثقافي وغيره. لذا يجب على الإعلامي البيئي أخذ عمله على محمل الجد وعدم القبول بنظرة الدونية لهذا الاختصاص مقارنة بالاختصاصات الأخرى الأقدم زمناً.

معايير المعالجة الإعلامية: هناك شروطاً ومعايير على الإعلامي مراعاتها فيما يتعلق بطريقة المعالجة الإعلامية نذكر منها:

1- الموضوع البيئي يجب أن يتمتع بالشمول والتكامل في المعالجة، مع وضع أولويات تتفق مع الهدف من المعالجة.

2- اختيار مواضيع بيئية إيجابية وليس فقط سلبية، أي عدم الاكتفاء باختيار المشكلات البيئية من كوارث طبيعية، وإنما عرض العديد من المواضيع والتجارب العملية التي تمثل حلولاً لبعض المشكلات البيئية، نذكر على سبيل المثال مشكلة الطاقات التقليدية الملوثة للبيئة، أوجد العلم طاقات بديلة والتي تسمى الطاقات المتجددة مثل استخدام طاقة الشمس والرياح والأمواج. ومنها يمكن للإعلامي تناول موضوع اختراع السيارات التي تعمل على الطاقة الشمسية على سبيل المثال وهي أحد الحلول للتخفيف من تلوث الهواء.

3- كما يجب تجنب الإغراق في التفاصيل الكثيرة التي تؤدي إلى تشتت مستقبل الرسالة مع مراعاة الحرص على الدقة في المعلومة التي يقدمها الإعلامي .

4- التوازن في عرض الموضوع.

كل ماسبق يجب أن يتم مراعاته بعد تحديد الفئة المستهدفة بالرسالة الإعلامية، هل هي النخبة الحاكمة، أم هي الجمهور العادي أم الجمهور المختص من علماء وباحثين؟ إن الدقة في مراعاة هذه المعايير بمعالجة المواضيع البيئية تقتضي أن يتمتع القائم بالاتصال بدرجة من الوعي البيئي والثقافة البيئية أي أن يكون ملماً بالمواضيع البيئية مطلعاً على مايجري من أحداث بيئية ليتمكن من معالجتها وعرضها ضمن برنامج بيئي خاص إذاعي أو تلفزيوني أو ضمن فقرة بيئية في برامج إذاعية أو تلفزيونية متنوعة تتضمن فقرات عدة متنوعة، لذا لابد للإعلامي من إيجاد مصادر معلومات موثوقة كالمنظمات الدولية ومنها منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم، ومنظمة الأمم المتحدة للتغذية والزراعة والمنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، أو المؤتمرات

الدولية التي ينظمها برامج الأمم المتحدة للبيئة أو الندوات واللقاءات العربية لوزراء البيئة والخبراء، إضافة إلى الوزارات والهيئات البيئية الرسمية المحلية والعالمية، ومراكز البحوث البيئية والجمعيات البيئية غير الحكومية.

ملامح الإعلام البيئي العربي:

يؤكد "نجيب صعب" في كتابه "البيئة في وسائل الإعلام العربية" على ثلاثة شروط أساسية لابد من توافرها في الإعلام البيئي ليتمتع بهوية مستقلة، ويصبح من الممكن اعتباره اختصاصاً إعلامياً قائماً بحد ذاته، مثله كمثل الإعلام السياسي أو الثقافي أو الرياضي.

أولاً شرط التخصص: أي وجود كادر إعلامي متخصص بشؤون البيئة المختلفة، توافر هذا الشرط يسهل عمل الإعلامي الذي وبسبب تخصصه بالقضايا البيئية أو أحدها سيمتلك معرفة بيئية، وسيكون لديه زخم من المعلومات التي تسهل له عمله الإعلامي وتساعد في معرفة ما يريده الجمهور، وبالتالي يمكن أن يصل إلى درجة من المصادقية أعلى مع هذا الجمهور المستهدف. ويمكن أن يكون التخصص عبارة عن دراسة أكاديمية للصحفي بقسم العلوم الطبيعية أو أحد أقسام البيئة، وهذا في حقيقة الأمر ما نجده لدى فئة من الإعلاميين العاملين في مختلف الوسائل الإعلامية الغربية وإن كان هذا الشرط غير محقق في البلدان العربية لكن يتفق الإعلاميون البيئيون العاملون في وسائل الإعلام السورية على أن التخصص معناه الإطلاع، أي توافر المعلومات التي تؤدي إلى تراكم الخبرات، وعلى هذا الأساس فإن غالبية الإعلاميين السوريين في الصحافة المقروءة بشكل خاص وفي التلفزيون والإذاعة بشكل عام ينظرون إلى أنفسهم على أنهم متخصصون في المواضيع البيئية لأنهم كلفوا أو اهتموا بتغطية المواضيع البيئية لسنوات عدة.

ثانياً: شرط الاحتراف: والمقصود هنا الاحتراف في العمل الإعلامي وخاصة من حيث معرفة كيفية كتابة الأنواع الصحفية المتنوعة، أي مدى قدرة الإعلامي على الإلمام بالأنماط الإعلامية الاحترافية، والتي "تتعلق بكيفية تقديم الخبر والتحليل، وتتطلب من إطار معرفي محدد للقضايا البيئية".

ثالثاً شرط الاستمرارية وعدم التقطع في النشر: وهذا الشرط يمكن تحقيقه بطريقة أسهل في حال وجود زوايا أو فقرات ثابتة، يومية أو أسبوعية أو شهرية، في وسائل الإعلام التي تغطي بعضاً من القضايا البيئية، فالاستمرارية تعني أيضاً عدم الاكتفاء بالعناوين والأخبار المرتبطة بحدث، وليكن كارثة طبيعية، إلا تلبث الوسيلة الإعلامية نسيانه عند ظهور حدث آخر سياسي أو اقتصادي أو اجتماعي.

إن نظرة موضوعية على واقع الإعلام البيئي العالمي والعربي بشكل خاص تؤكد افتقاره إلى هذه الشروط التي تحدد ملامحه وهويته، وعلى الرغم من كثافة المعلومات البيئية في وقتنا الراهن فإن الجهود المبذولة من بعض الأفراد لتغيير وتطوير هذا الواقع، والتي حققت تقدماً بخطوات سريعة في الإعلام الغربي، من أجل إعطاء الإعلام البيئي هويته الواضحة المستقلة عن غيره من الاختصاصات الإعلامية، تبقى دون المستوى المطلوب ومرتبطة بالقرار الإداري لرئيس التحرير أو مدير القناة، ومدى وعيه لأهمية معالجة وتغطية القضايا البيئية معالجة إعلامية احترافية باستخدام مختلف الأنواع الصحفية وعدم الاكتفاء بالنوع الخبري واعتماد الدقة والشفافية عند تناول المواضيع البيئية.

الصعوبات التي تواجه الإعلام البيئي:

أ. **صفات الإعلامي البيئي العربي:** بعد التعرف على أهداف الإعلام البيئي وملامحه، لابد من معرفة

الصعوبات التي تواجه الإعلام البيئي في مجتمعاتنا والتي يقع على عاتقه التصدي لها وإيجاد الحلول

المناسبة، لذا وقبل كل شيء يجب أن تتوافر في الإعلامي البيئي الصفات التالية. :

- (1) صفة النزاهة والمصداقية وعدم التحيز إلا إلى الحقيقة.
 - (2) أن يهتم بثقافته البيئية ويلم بالموضوع البيئي الذي يقدمه.
 - (3) أن يكون قادراً على فهم واستيعاب آلية عمل الهيئات والمنظمات والجمعيات البيئية، وأن يعرف الهدف من وجودها ويتابع عملها ونشاطاتها البيئية عن قرب.
 - (4) أن يكون قادراً على تشكيل شبكة من العلاقات الاجتماعية ليضمن مصدراً مهماً من مصادر المعلومات (من خبراء وموظفين في الهيئات الحكومية إلى معارف في الجمعيات الأهلية والمنظمات الدولية)، وأن يكون مواظباً على العمل وقادراً على البحث المستمر ليطور نفسه ويصل إلى حقائق موثقة دون أن يكون منفصلاً عن الواقع وليكون أقرب وأعرف بمشاكل الجمهور البيئية والتي بحاجة إلى حلول ملحة.
 - (5) أن يكون قادراً على العمل الميداني الذي يؤدي إلى تراكم الخبرة العملية لديه والتي ستكون عوناً له في إيجاد حلول لبعض هذه الصعوبات.
- أي وبشكل مختصر على الإعلامي البيئي أن يعي دوره، وأن يعمل جاهداً على تطوير قدراته الذاتية ويتفهم مشكلات الجمهور ليستطيع طرحها إعلامياً وليكون قادراً على ممارسة دور السلطة الرابعة.
- ب. **الصعوبات التي تواجه الإعلام العربي:** هناك العديد من الصعوبات التي تعترض العمل الإعلامي البيئي، ومن أهمها صعوبة إيجاد مصادر معلومات موثوقة وعدم تخصص مقدم البرامج التلفزيونية وترك مهمة الاطلاع على المواضيع البيئية للمعد، إضافة إلى رفض الخبير البيئي في بعض الحالات تبسيط المعلومة البيئية والتقطع في عرض وانتاج البرامج البيئية هذا إضافة إلى غياب خطة وطنية

للإعلام البيئي في أغلب الدول ناهيك عن حصر دور الإعلام البيئي عربياً في نشر الوعي البيئي بين المواطنين.

1- **المصداقية في المعلومة:** سابقاً كان الإعلامي يعاني من قلة المعلومات وندرتها لكن اليوم ربما تكمن المشكلة في كثرة المعلومات والتي تقتصر إلى المصداقية ، فالمشكلة اليوم هي عدم توفر مصادر معلومات موثوقة للإعلامي، أو بنك معلومات بيئية رسمي يساعده على تحرير وصناعة مادته الإعلامية حول مشكلة بيئية ما. في بعض البلدان العربية تنبعت وزارة البيئة إلى هذه الثغرة وعملوا على اتخاذ خطوات جادة لمعالجة المشكلة مثل وزارة الدولة لشؤون البيئة في سورية التي بدأت في عام 2013 مشروع "المرصد البيئي" وهو بنك ، معلومات بيئية تشارك فيه أكثر من جهة حكومية سورية هدفه توفير المعلومات الموثوقة لطالبيها، وفي انتظار الانتهاء من هذا المشروع جهد بعض الإعلاميين لإيجاد حلول لهذه المشكلة فعملوا كصحفيين ميدانيين وبعضهم اكتفى بالتنسيق مع الوزارات المعنية التي تختص بالبيئة والتي تؤمن للإعلامي مصدراً موثقاً.

2- **مقدم البرنامج ليس معداً:** بالنسبة لبرامج التلفزيون هناك مشكلة المعد والمقدم، فغالباً ما يكون المعد هو المختص، لكن مقدم البرنامج عبارة عن واجهة فقط وهو غير مختص مقدمه البرامج التلفزيونية في معظم الأوقات هي فتاة جميلة ليس بالضرورة أن يكون لها اهتمامات أو متابعات بيئية، وقلة ثقافة المقدم البيئية تجعل المشاهد يرى المقدم أثناء قراءة بعض الأسئلة أو طرح سؤال كان قد أجاب الضيف المختص عليه منذ قليل، هناك عدة أسباب يمكن أن تشرح هذه الظاهرة المتكررة في وسائل الإعلام العربية وخاصة في برامج البث المباشر

- بسبب عدم استماع المقدم للجواب وانشغاله بالتحضير وبقراءة السؤال التالي الذي يريد طرحه على الضيف

- لجهله بالموضوع فإنه لا يعرف أن هذه الإجابة كانت لهذا السؤال
- أحيانا، وخاصة في برامج البث المباشر في التلفزيون حيث المعاناة من ضيق الوقت، نجد أن المعد في غرفة "الكونترول" يهمس في أذن مقدمة البرنامج عن طريق "المكرفون" المخصص للتواصل بين مقدم البرنامج وغرفة الكونترول، بتجاوز بعض الأسئلة والانتقال إلى سؤال لاحق أكثر أهمية، هذه الظاهرة تزيد من حجج ضعف تمكن المذيع من المادة، وتؤكد على عدم اطلاعهم على الموضوع بشكل جيد الأمر الذي يسبب عدم معرفتهم الكاملة بالسؤال الأهم الذي يجب طرحه قبل انتهاء الوقت المقرر للضيف في الفقرة البيئية.

من المعروف أنه على الصحفي الإلمام بموضوعه قبل البدء فيه، أي جمع المعلومات الكافية عنه لكن العمل في التلفاز يقتضي السرعة حيث لا يستطيع مقدم البرنامج الإلمام بجوانب الموضوع كافة ولا سيما إذا كان البرنامج منوعاً، أي يحتوي عدداً من الفقرات منها الثقافية والفنية والاجتماعية والاقتصادية، أي ليس فقط فقرات بيئية. في هذا النوع من البرامج يقدم المعد بعض الأوراق للمقدم تحتوي على المقدمة التي عليه قراءتها ويطلع من خلالها على الفقرات ومواضيعها وأسماء الضيوف قبل بدء البث أو التسجيل بنصف ساعة لا أكثر ما يزيد من هوة المعرفة لديه ويفسر عدم تمكنه الكامل من الموضوع الذي يقدمه.

هذه المشكلة بين المعد والمقدم، توجد بشكل أقل بكثير في الإذاعة حيث يكون المعد هو نفسه من يقوم بتقديم البرنامج أي المذيع وذلك في أغلب الأحيان. كما تلجأ حالياً وسائل الإعلام الغربية وخاصة التلفزة، وضمن نشرات الأخبار إلى استضافة الصحفي الذي قام بالتغطية الإعلامية أو من نفذ الريبورتاج ليشرحه

بصورة أفضل للجمهور، مع العلم أن المعد غالباً ما يكون الشخص نفسه الذي يقدم نشرة الأخبار في التلفزيون الغربي.

3- الجدلية بين الإعلامي البيئي والعالم أو الخبير البيئي: العلاقة بين الإعلامي والعالم علاقة بسيطة

وسهلة ، بل يمكن اعتبارها مركبة ومعقدة في حالات كثيرة. الخبير أو المختص العلمي يمتلك لغة ومصطلحات علمية دقيقة خاصة به، والإعلامي يعمل على تبسيط المعلومة وتقديمها بطريقة سهلة الفهم دون إفراغها من محتواها العلمي.

في حقيقة الأمر هذا الصراع بين القطبين الإعلامي والعلمي غير مبرر، لأن الإعلاميين يبحثون عن السهولة في إيجاد المواضيع والسرعة فيتقادون العلماء خشية تدقيقهم على دقائق الأمور. لكن الإعلامي الذي يبحث عن المصداقية والعمل الجاد لابد من أن يعتمد على فئة العلماء والخبراء كأحد أهم مصادر المعلومات وهذه العقبة يمكن تخطيها إذا كان الإعلامي جاداً في عمله، حيث يمكنه إقامة شبكة علاقات تكون مصدراً موثقاً لمعلوماته، أي أن هذا الأمر مرتبط بنجاح الإعلامي بإقامة شبكة علاقات اجتماعية ناجحة.

4- عدم تثبيت مساحة زمنية بيئية: فالمشكلة هي عدم تخصيص فقرات أو برامج بيئية أو زوايا أو

صفحات ثابتة في وسائل الإعلام المختلفة أو تخصيص أوقات محددة في قنوات التلفزيون ومحطات الإذاعة للتوعية البيئية، ولتقديم معلومات جدية عميقة وتحليلات لواقع المشكلات البيئية التي يعاني منها المواطن، وإن وجدت فنادرًا ما نجد أن الإدارة تكلف صحفياً مختصاً لمتابعة هذا التبويب البيئي الثابت، وإن وجد هذا التبويب فهو لا يلبث أن يختفي عند وجود مشكلة ضغط نفقات في المؤسسة

الإعلامية أو وجود أولوية لحدث آخر أي تغيير في أولويات الأجندة الإعلامية. علماً أن هذه الشروط لا تنطبق على باقي الاختصاصات مثل الإعلام الرياضي أو الثقافي.

5- **عدم وجود خطة للإعلام البيئي الوطني:** أي على مستوى الدول ومستوى مختلف الوسائل الإعلامية بالدولة الواحدة. هدفها التركيز على مواضيع بيئية ملحة وعاجلة في البلد من أجل إحداث تغيير سلوكي إيجابي لوضع هذه الخطة الإعلامية الوطنية يجب القيام بدراسات تحليلية لمعرفة المشكلات الملحة والتعرف على السلوك السلبي لدى المواطنين تجاه هذه المشكلات ثم وضع الخطة والبدء بتنفيذها دون نسيان التقييم النهائي.

6- **نظرة ضيقة لدور الإعلام البيئي:** الإعلام البيئي العربي ينظر إلى المواطن كشخص غير واع بيئياً ويرى أن هدفه الأساسي هو رفع الوعي البيئي لدى المواطنين. من المؤكد أن رفع مستوى الوعي البيئي من ضرورات وأسس العمل الإعلامي البيئي، لكن يجب إعادة النظر في طريقة تناول هذه المواضيع التوعوية والانتقال من مرحلة إقناع المواطن بضرورة حماية البيئة والحفاظ عليها إلى مرحلة تحليل وشرح وتقديم المعلومات التي تساعد المواطن في معرفة وتحديد وممارسة الأساليب التي تؤدي إلى الوصول إلى هذا الهدف ألا وهو حماية البيئة. أي تقديم تحليل موضوعي موثق للمواضيع البيئية وعدم الاستخفاف بإدراك الجمهور للقضية البيئية.

الفصل الثالث: الإعلام التنموي وبرامج التنمية

حددت الجمعية العامة للأمم المتحدة في العام (١٩٧٢م)، يوماً عالمياً للإعلام الإنمائي، يراود منه لفت انتباه الرأي العام العالمي لمشاكل التنمية والحاجة إلى تعزيز التعاون الدولي من أجل حلها، وقررت الجمعية العامة أن يتوافق تاريخ هذا اليوم العالمي من حيث المبدأ مع يوم الأمم المتحدة في ٢٤ تشرين الأول/أكتوبر، وهو التاريخ الذي اعتمدت فيه، في عام (١٩٧٠م)، الإستراتيجية الإنمائية الدولية الثانية لعقد الأمم المتحدة الإنمائي. ورأت الجمعية العامة أن من شأن تحسين نشر المعلومات وتعبئة الرأي العام، ولا سيما بين الشباب، أن يؤدي إلى مزيد من الوعي بمشاكل التنمية، بالتالي تعزيز الجهود في مجال التعاون الدولي من أجل التنمية، وفي ظل ما أحرزته الثورة التكنولوجية والمعلوماتية من تقدم كبير في القرن الحالي، أدى إلى أن أكثر من ربع سكان العالم قادرون على استخدام الإنترنت والوصول إليه، وأيضاً انتشرت حول العالم الهواتف الذكية والمحمولة بشكل واسع، كما أصبح المحتوى الرقمي ثري بعدد من اللغات والثقافات وهو ما ساعد حول العالم على التواصل بشكل غير مسبوق والوصول للمعلومات، لا سيما في البلدان النامية، والتي يصل عدد من لا يستخدمون الإنترنت بها إلى أقل من ١٨% بينما يصل في عدة دول متقدمة إلى (٦٠%). تلك الثورة التي خلقت مجالات ومسارات إعلامية جديدة ذات انتشار واسع وقادرة على الوصول إلى فضاء أكبر من الجمهور حول العالم، قد أكدت وبشدة على دور الإعلام في التنمية العالمية وجعلت التركيز على الدور الإنمائي للإعلام كجوهر للتنمية ضرورة حتمية. إن ذلك الإعلام الذي ساهم في فتح المجال للتواصل الفعال داخل المجتمع المصري بما دعم قيام ثورة يناير وتوالى وتطور متطلبات الشباب والمجتمع في التغيير وجعل اشتباك الرأي العام مع الأوضاع

السياسية والاقتصادية أكثر فعالية من أي وقت سبق وبفارق كبير ، لا شك يسهم بشكل رئيس في عملية التنمية وتوعية الجمهور والتعبير عن همومه ومتطلباته والترسيخ لمفاهيم ومبادئ الديمقراطية وحقوق الإنسان.

مفهوم الإعلام التنموي:

يقصد بالإعلام التنموي، الإعلام الذي يهدف إلى استعمال وسائل الاتصال المختلفة عن طريق التخطيط والتنسيق الجيد لتحسين الظروف الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع، بدأ هذا المفهوم في الظهور في بداية الستينيات من خلال نظريات الاتصال المتعددة التي تبناها بعض المنظرين وخبراء الإعلام الدوليين الذين أصلوا لقدرة الإعلام على المساهمة في تنمية المجتمع من خلال عمليات التنقيف والتعليم واكتساب المهارات والرغبة في التحديث وإيجاد الاستراتيجيات والموارد المتاحة من أجل تحقيق التنمية عبر الرسائل الإعلامية التي تدعو إلى ذلك. ظهر مفهوم الاعلام التنموي في العقد السابع من القرن العشرين، ويعود الفضل الأول في نشأته إلى الباحث "ولبر شرام" الذي ألف كتابا في وسائل الإعلام والتنمية في عام ١٩٧٤م، انطلق "شرام" من أهمية الإعلام بصفة عامة من خلال الذاكرة التاريخية للتحويلات الكبرى، ووجد أن الإعلام أحدث أثراً كبيراً في المحيط التي تعمل فيه، وهو يرى أن: (الثورات في أوروبا وأمريكا ما كانت لتتم دون وسائل الإعلام، وكذلك الأمر بالنسبة للتعليم والتطور التكنولوجي والاتصالي، على أساس أن هذه التطورات أحدثت تطوراً وتحولاً عميقاً في حياة الناس)، ومن ثم وجد أن (الدور الذي قامت به وسائل الإعلام لتبنيه دول العالم الثالث على واقعها المتخلف كان له أثر كبير في إيقاظ الشعوب المتخلفة من سباتها وفي جعلها تتطلع إلى مستوى معيشة الشعوب المتقدمة، فالإعلام والمواصلات كانا العامل الأهم في إيقاظ هذه الشعوب، كما أن الإعلام أعطى الدول النامية قنوات قوية تستطيع أن تبلغ بها جماهيرها رغم الحواجز الكثيرة)، ويربط "شرام" بين واقع تركيز وسائل الإعلام والاتصال، وبالتالي الخدمات الإعلامية التي تقدمها في المدن الكبرى ويوجد نقص شديد في المدن الهامشية

أو الأرياف والقرى، وحسب قوله فهذا الأمر موجود في المدن الكبرى والهامشية وفي الدول المتقدمة والنامية على حد سواء.

يتضح أن الإعلام التنموي نشأ تعبيراً عن الاحتياجات والاهتمامات المجتمعية، ثم تطور كي يصبح مطلباً قومياً وحيوياً من ناحية التخطيط القومي العام، وتجسدت أهميته في توصيل وتبسيط وحسن تنفيذ ومتابعة الأهداف القومية التنموية العليا، ويساعد على خلق تناغم اجتماعي بين المؤسسات الاجتماعية المختلفة، وتدرج في مستويات مختلفة، تنوعت بتنوع الحقول المعرفية التي يشتغل عليها الإعلام، والتوجهات الفكرية والأيدولوجية التي تهيمن على الممارسة الإعلامية، وتحددت تلك المستويات حسب الأبعاد التي يتخذها الإعلام، كالأيديولوجي، والوصفي، والاجتماعي، والديني، والتربوي، والاقتصادي، وغيرها.

وطورت تلك المستويات من قدراتها ومنهجياتها ومقاصدها بشكل كبير، لتواكب البعد التنموي للإعلام، فتخطت كلها في عملية التنمية التي يشهدها الواقع، بعد ذلك برز مفهوم الإعلام التنموي بشكل كبير خلال نهايات القرن الماضي كمفهوم جديد في حقل الإعلام العام. ومن ثم كثر استخدام المصطلح من قبل الخبراء والباحثين في مجال الإعلام والاتصال، خاصةً عندما ازداد الإدراك بأهمية التنمية وشمولها لجميع مناحي الحياة، وعلى الدور الكبير الذي يؤديه الإعلام في التنمية، مما شجع على ضرورة وضع استراتيجيات تنموية يكون للإعلام فيها الأساس. تعددت التعريفات التي وضعها الباحثون والمختصون في مجال الاعلام حول تعريف الإعلام التنموي فمنهم من يرى بأنه: "المنظومة الإعلامية الرئيسة أو الفرعية المتخصصة في معالجة قضايا التنمية"، بينما يعرفه آخرون بقولهم، أن: "الإعلام التنموي فرع أساسي ومهم من فروع النشاط الإعلامي يعمل على إحداث التحول الاجتماعي بهدف التطوير والتحديث، أو بمعنى آخر هو العملية التي يمكن من خلالها توجيه أجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع بما يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصلحة

المجتمع العليا. كما يعرف ب: الجهود الاتصالية المخطط لها والمقصودة التي تهدف إلى خلق مواقف واتجاهات ايجابية وصديقه للتنمية.

وبذلك فإن الإعلام التنموي غير معني بصناعة التنمية، ولكنه يهيئ الظروف الاجتماعية والثقافية والنفسية للأفراد والجماعات من أجل أن يستجيبوا للخطط والبرامج التنموية بشكل فعال. ومن التعريفات الأخرى للإعلام التنموي، انه: "أحد الفروع الأساسية للنشاط الإعلامي الذي يهتم بقضايا التنمية، فهو إعلام هادف وشامل، ويفترض أن يكون إعلاماً واقعياً، يهدف إلى تحقيق غايات اجتماعية تنموية، وهو مرتبط بالنواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتربوية، ويستند إلى الصدق والوضوح والصراحة في التعامل مع الجمهور. ونخلص من كل ذلك إلى أن الإعلام التنموي هو أحد فروع الإعلام المتخصص ويهدف إلى الإسراع في تحول مجتمع ما من حالة الفقر إلى حالة ديناميكية من النمو الاقتصادي والاجتماعي والسياسي.

خصائص الإعلام التنموي:

يتميز الإعلام التنموي بعدة خصائص، منها:

أولاً: يتميز الإعلام التنموي بكونه إعلام هادف يهتم بتحقيق الأهداف الأساسية للمجتمع ويقوم بدور رئيس في التنمية من خلال كونه حلقة وصل بين احتياجات الجمهور وبين مؤسسات الدولة والمجتمع وما تقوم به، وكذلك يعزز مشاركة الجمهور في التعبير عن احتياجاتهم وآرائهم بخصوص الأوضاع الحالية والقضايا المطروحة.

ثانياً: مصمم من البداية ليكون جزء من خطة التنمية وعامل جوهري لإحداث تغيير تنموي في المجتمع.

ثالثاً: متكامل وشامل، يرتبط بنواح اقتصادية واجتماعية وسياسية وثقافية وتربوية، كما يعمل على إقناع الرأي العام بضرورة التغيير الاجتماعي من أجل التنمية ودورهم في خطة التغيير تلك.

رابعاً: هو إعلام مرتبط بالواقع (واقع) في معالجته لقضايا المجتمع غير مبالغ أو مزيف أو بعيد عما يهم الناس، فأحد وظائفه الأساسية، هي: اكتساب ثقة الأفراد في المجتمع في دقة المعلومات والتعبير الصادق الواقعي عن همومهم واحتياجاتهم.

خامساً: هو إعلام متطور ومعاصر، فبدون شك أن الإعلام الإنمائي كأحد محاور التنمية الجوهريّة هو إعلام معاصر لكل التطورات التي تطرأ على الوسائل الإعلامية وتقنياتها الحديثة ويبحث دائماً عن أحدث وأسرع السبل للوصول إلى الجمهور بطرق متنوعة.

سادساً: الإعلام الإنمائي إعلام مفتوح على العالم متعدد الاتجاهات يدعم ثقافة الحوار والاستفادة من التجارب العملية لدول أخرى ونقلها وتوفير قنوات التواصل بين جمهوره المحلي والدولي، وبلا شك إعلام يطور قدرته على الوصول لجمهور عالمي وليس محلي فقط.

أنواع الإعلام التنموي:

هناك نوعين من الاعلام التنموي، وهما:

- الإعلام الجماهيري: والذي يشمل الوسائل الآتية: صحافة مطبوعة وإلكترونية، وتلفزيون، وإذاعة .
- إعلام المباشر: أي الاعلام الصادر من منظمات المجتمع المحلي والذي يشمل لقاءات مفتوحة مع أفراد المجتمع المحلي (المستهدف) وإصدارات مطبوعة أو مسجلة.

عوامل ظهور الإعلام التنموي:

أسهمت عوامل عديدة بشكل كبير في ظهور الأعلام التنموي أهمها:

الفجوة الاقتصادية والثقافية والاجتماعية: التي ظهرت بعد الحرب العالمية الثانية، حيث خلفت انعكاسات اقتصادية ونفسية وثقافية على سكان أوروبا وقد التفت علماء الاتصال إلى مفهوم المسؤولية الاجتماعية والتي تعني مسؤولية الإعلام لترميم الدمار الذي خلفته الحروب .

استقلال عديد من الدول وخاصة في جنوب العالم: وهذه المجتمعات الجديدة كانت تعاني من فجوة اقتصادية واجتماعية سياسية هائلة بالمقارنة مع دول الشمال ولهذا ظهر هناك ضرورة لقيام الإعلام بدور لتقليص هذه الفجوة.

ظهور نظرية التحديث الغربية "Modernization": هذه النظرية هي التي وقفت في وجه نموذج النمو الاشتراكي في سياق الحرب الباردة بإبعادها الإيديولوجية والإعلامية والصراع أيضا بين النماذج التنموية التي كان يقترحها كل من المعسكرين ويدافع عن خياراته.

التراكم العلمي: في بحوث الإعلام والاتصال وظهر مراكز البحوث المتخصصة التي تدرس الإعلام والتجارب العلمية حيث أظهر التراكم العلمي إمكانيات واسعة يتمتع بها الإعلام في الإسهام نحو التغيير الاجتماعي والثقافي والاقتصادي الإيجابي الذي ينعكس على نوعية حياة الأفراد والجماعات المعوقات الإعلامية للتنمية في المجتمعات المحلية.

ظهور تكنولوجيا المعلومات: التي تعد عنصراً أساسياً في الإعلام وصارت من صور التسريع التنموي بفائدة الإعلام الذي تسارع تأثيره بتسارع الابتكارات التكنولوجية والتطور السريع وتعد المجتمعات المدنية البسيطة وظهر المدن الكبيرة وتشابك مصالح المجتمعات عن المصالح الفردية، أدى ذلك إلى تغير نمط الاتصال بين أفراد المجتمع.

متطلبات نجاح الإعلام التنموي:

- توفير وسائل إعلام واتصال متطورة ومختلفة، ومن خلالها يمكن تعريف الناس بحقيقة مشاكلهم ونقل أفكارهم لتحقيق التطوير المنشود.
- توزيع وسائل الإعلام المتعلقة بالتنمية بشكل جغرافي يتناسب مع مساحة البلد بحيث تشمل كل المناطق والنواحي والقرى ذات الكثافة السكانية العالية.
- الاعتماد على خريجي كليات الإعلام والصحافة وتوفير الكادر الإعلامي اللازم لإعداد البرامج الإعلامية.
- التنسيق ما بين توجهات الدولة التنموية ومؤسسات الإعلام، كوضع الخطط والبرامج المشتركة لتحقيق الأهداف المطلوبة.
- فسح المجال واسعاً أمام مشاركة الجماهير وبشكل مباشر في طرح قضاياهم ومساءلة المسيئين عبر حوارات جادة وعقلانية وشفافة وديمقراطية.
- إبراز فلسفة التنمية وتوجهاتها، واستخدام أدوات البحث العلمي لزيادة المقدرات الإعلامية على التحليل والاستقراء، والمهنية والمصداقية واحترام الحرية الصحافية والاستقلالية في تحديد مشكلات وقضايا وتحديات التنمية، والاستفادة من العلم والتكنولوجيا الإعلامية والثورة التقنية، لبناء قاعدة معلومات وتحليلات يستفاد منها في وضع استراتيجيات وتحليل السياسات.

مستويات العمل في الإعلام التنموي:

المستوى الرسمي: وذلك يكون بعرض الواقع الاقتصادي والتنموي، بإيجابيات وسلبياته، وطرح الحلول العلمية للمشكلات التنموية، وعرض معوقاتها وأهدافها.

المستوى الشعبي: ويكون بخلق وعي جماهيري بالسياسات التنموية، والتوعية بأساليب النهوض باقتصاد الفرد والأسرة والجماعة، ولا يتحقق ذلك إلا من خلال شرح السياسات التنموية بصورة مبسطة يفهمها المواطن العادي والمتخصص، وتوضيح مفاهيم الإنتاج الوطني وقيمه بالنسبة لتدعيم الإنتاج الاقتصادي، وترشيد الاستهلاك لدى المواطنين بكافة طبقاتهم، وتنمية الوعي والاستثمار لديهم.

إشكاليات ومعوقات الإعلام التنموي:

ينبغي الأخذ في الاعتبار المعوقات التي تواجه الإعلام التنموي أثناء قيامه بعملية التنمية والتي من أبرزها:

- غياب التخطيط، وندرة التدريب، وقلة الخبرة.
- عجز الإمكانيات المادية المتاحة أمامه وعدم التزامه بالموضوعية في الموضوعات المقدمة.
- نقص وعدم شفافية المعلومات المتوفرة لوسائل الإعلام التنموي.
- ضيق الوقت وعدم تحديد المساحة الزمنية المتاحة للمعالجة.
- يفسر حسب فهم الدولة للأسس التنموية، فمثلاً إذا اعتبر بأن التنمية في الأصل تنمية اقتصادية يصبح الإعلام التنموي عندئذ أقرب إلى مفهوم الإعلام الاقتصادي.
- التطور البطيء كماً ونوعاً، مما يجعله عاجزاً عن مواكبة الحياة التنموية في المجتمع.
- سيطرة مشاعر القلق والتوتر لدى الجمهور ونظرة الإعلامي لدوره على أنه غير مؤثر.
- عدم تحري الدقة في المعلومات المقدمة.
- لا يوجد اهتمام بالقدر الكافي بتنمية المفاهيم العلمية والعملية والارتقاء بالخصائص المهنية للإعلاميين.
- عدم توفير الموارد والإمكانات الإعلامية اللازمة للتعطية.

مقترحات ضرورية لتطوير دور الإعلام في التنمية، وهي كآآآي:

- زيادة حصة البرامج التعليمية والإرشادية في وسائل الإعلام
- ضرورة أن تغطي البرامج الإعلامية بقية القطاعات التي لا تحظى بالاهتمام، مثل: السياحة، والبيئة، والمرور.
- أن توسع الوسائل الإعلامية نشاطها خارج مراكز المدن الكبيرة.
- إحياء الفلكور واستخدامه في التنمية وفي برامج الإذاعة والتلفزيون.
- أن تتولى هيئة مشرفة على برامج التنمية في وسائل الإعلام تنسيق الجهود بين جميع المؤسسات.
- ضرورة إجراء بحوث إعلامية في المناطق المختلفة لقياس وتقييم فاعلية وسائل الإعلام في المدن.
- تدريب العاملين في الإعلام التنموي لزيادة خبرتهم في هذا المجال.

الفصل الرابع: البرامج الوثائقية التلفزيونية

تعريف البرنامج الوثائقي: ويسمى في مصطلح آخر الفيلم التسجيلي، ويعرف حسب تعريف الاتحاد الدولي للسينما التسجيلية عام 1948 هو كافة أساليب التسجيل على فيلم لأي مظهر من مظاهر الحقيقة، يتم عرضه بوسائل التصوير المباشر، أو بإعادة بنائه بصدق وعند الضرورة. وفي تعريف آخر يطلق اصطلاح الفيلم التسجيلي على "تلك الأفلام التي تصور عناصر الطبيعة" وما يميزها عن باقي الأفلام أن الكاميرا تقوم بتصوير كل شئ في مكانه الحقيقي، وبذلك فهي لا تعنى بالبناء الدرامي المؤثر.

يمكن القول أن الهدف من الفيلم بكل بساطة هو التسلية بداية عن طريق المعلومة الخفيفة، وهذا عن طريق الصوت والصورة والحوار وغيرها، وهذا ينطبق على الأفلام الروائية والتسجيلية والتعليمية وغيرها، لذلك يجب تقديم الحقائق والمعلومات بشكل ممتع يسعد الجميع، ويحرك انفعالاتهم، ولكي ينجح العمل المرئي يجب أن يحقق المعايير التالية، الامتاع والاقناع والابداع.

يعتبر بعض رجال الإعلام والنقاد البرامج الوثائقية أسمى أشكال المعلومات والأخبار، كونها تقدم المعلومات مقرونة بوجهات النظر، ويؤثر البرنامج الوثائقي الجيد تأثيراً كبيراً في الظواهر الاجتماعية أو الاقتصادية. بل قد تؤدي في البلدان المتقدمة إلى صدور تشريعات تعالج القضية التي طرحها البرنامج. لذلك يجب على الصحفي الذي يريد إعداد وثائقي أن يعيش قضية معينة ويتعاطف معها من أجل تحفيز المشاهد على اتخاذ إجراءات عملية لمعالجتها.

ويحدد الإعلاميين أهم العناصر التي تجعل البرنامج من النوع الوثائقي، وجود قصة ووقائع حقيقية دون تأليف، وأشخاص حقيقيون، ومكان حقيقي، ولكن مع تطور شكل المعالجة الفنية للبرنامج الوثائقي نجد أن الحد

الفصل بين التوثيق والدراما بدأ يتلاشى، ونهلت كل منهما من الأخرى ضمن جرعات محسوبة، لذلك نجد اليوم اتجاه في الأفلام الوثائقية العالمية يتبنى فكرة الديكودراما بشكل فعال.

وتعتمد البرامج الوثائقية اعتماداً مباشراً على الحقائق التاريخية والثوابت والمتغيرات وتضاف لها قدرة المعد التحليلية للأمور والتي تعبر عن مدى ثقافته وبعد رؤيته وتمكنه من أدواته .

والنص الوثائقي الجيد هو النص المتماسك الحامل للوحدة الموضوعية بتنوع أدوات الطرح وبلغة بسيطة ولكنها عالية والمجسد لحقائق جديدة نوعاً ما على المشاهدين، وغالباً ما يرتبط بمناسبة محددة وغالباً ما تكون الصورة فيه متوفرة والضيوف أيضاً وقد يكون من الممكن إدخال ريبورتاجات جماهيرية سريعة لزيادة أدوات المعد .

وأول ما يخطر في بال معد المادة الوثائقية هو:

1. مدى توفر المادة التاريخية والجغرافية
2. في أي عصر من العصور تبحر المادة
3. طبيعة ذلك العصر ومدى الرخاء أو العسر الاجتماعي السائد في ذلك العصر ونوعية الحكم ومدى اهتمام المجتمع في تلك الفترة والتحولت التي شهدتها تلك الفترة.
4. المقارنة بينها وبين نفس المجتمع قبلها وبعدها
5. الغرض من كتابة هذه المادة ومدى الربط بينها وبين الوقت والتاريخ الذي يتم فيه بثها وهل يراد بها التحريض السلبي أم الإيجابي

وتمر مرحلة الإعداد للنص الوثائقي بمراحل عدة، حتى يتمكن المعد من تقديم برنامج وثائقي مترابط ومرتكز

على معلومات واقعية غير قابلة للتكذيب، وهذه المراحل هي:

المرحلة الأولى: جمع المادة التاريخية والجغرافية والاجتماعية والعلمية والعيش لفترة بعقله في الفترة

التي تدور فيها أحداث المادة الوثائقية، ويفضل أن يؤكد المادة بواسطة مدققين مختصين.

المرحلة الثانية: يبدأ بعدها المعد في فرز الحقائق الخاضعة لآراء متناقضة أو تحليلات متقاطعة،

فمثلا يتحدث مع بعض المؤرخين عن سقوط مدينة ما بسبب ضعف شخصية الملك، بينما يرى آخرون أن خيانة الحاشية كانت السبب، في مثل هذه الحالة لابد للمعد المحايد من العودة مرة أخرى للبحث من جديد والتركيز على تصرفات الملك وتصرفات الحاشية، للوصول إلى ما يقنعه بالمعلومة التي يختارها لمادته ضمن المعلومات الأساسية .

المرحلة الثالثة: اختيار ما يريده من المادة التي هو بصدد إعدادها، ويفضل في هذه الحالة اختيار

معظم المعلومات التي يتم طرحها للمرة الأولى أو المعلومات غير شائعة الطرح، بهدف تقديم الجديد للمشاهد ويشفعها بالمعلومات الثابتة.

وحتى المعلومات التي يعرفها المشاهد من الأفضل أن يطرحها المعد بتفاصيل حقيقية غير معروفة

للمشاهد أو غير متداولة للمشاهد بهدف إضافة جديد.

المرحلة الرابعة: بعد فرز واختيار الحقائق والمعلومات تأتي مرحلة التساؤلات عن التغطية الصورية

لتلك الحقائق هل هي متوفرة؛ ولو كانت غير ذلك ما مدى إمكانيات الجهة المنتجة في توفيرها أو الاستعاضة عنها بالتقنيات الحديثة أو بواسطة رسام أو حتى بواسطة الكتابة على الشاشة .

المرحلة الخامسة: مرحلة تحديد الشخصيات التي يمكن الاستدلال بها كشاهد على الحدث؛ كشاهد

عيان أو مؤرخ أو خبير مطلع أو محلل أو غيره من الشخصيات المدعمة للمادة الوثائقية، والتي تسد الثغرات التي يتركها عدم وجود الصورة لبعض الأحداث.

المرحلة السادسة: تأتي مسألة تمكّن المعد من عباراته ومفرداته اللغوية لأن المادة الوثائقية تتطلب لغة عالية جداً وجمل محددة جداً ولا يعيبها مباشرة طرح الأحداث والحقائق ولكن المباشرة تأتي في سياق تسلسل قصصي أو نصي أو تحليلي متماسك وتلقائي يعتمد على الشد وجذب الانتباه .

والمعد الوثائقي الجيد هو من يتمكن من تدوين العوامل المتوفرة لديه وتوزيعها التوزيع الصحيح في النص؛
عبر:

1. الدخول من المادة التاريخية للضيف ومنه للرسومات
 2. الكتابة والتحليل وتدوير الدورة من جديد أو توزيع أدواته حسب كمية تواجدها عنده
 3. المحاولة قدر المستطاع تكثيف المادة التاريخية الصورية
 4. التقليل قدر المستطاع من مساحات الوجوه المستضافة التي تتكلم كلاماً مباشراً
- أما في الإذاعة فتتعدد المؤثرات الموسيقية وفي معظم الحالات تتم الاستعاضة بشخصية الراوي أو المذيع للربط والاستعاضة عن فراغ الصورة والتي يرسمها كل مشاهد في مخيلته حسب تفاعله مع النص، ويبقى التناول الوثائقي الإذاعي بالأسلوب الإخباري نوعاً من أنواع الطرح الذي لا يمكن تعيبيه.
- وتكمن صعوبة النص التوثيقي في أن ما يتم تناوله قد يكون عادياً لدى المشاهد، مما يتطلب من المعد جهداً إضافياً في استكشاف الزوايا الميتة التي قد تثير دهشة المشاهد وما يسمى بلا مرئيات المرئي؛ وهي النقاط

والأمكنة التي لا تركز عليها العيون والعقول كثيراً رغم تكرار الرؤيا.

من الخبر إلى التقرير المصور إلى البرنامج الوثائقي: لقد بدا من خلال دراسة الصحافة التلفزيونية وطريقتها في عرض المواد الخاصة بها أن هناك ارتباط واضح بين الثلاث أشكال التلفزيونية التالية، الخبر والتقرير والبرنامج الوثائقي، "حيث أن الخبر الذي يغطي إنجازات شركة صناعية معينة هو تحقيق، أما الخبر الذي يركز على قضايا المشاركة في أرباح وخطط توزيع الأسهم بين العاملين في تلك الشركة، أي تلك القضايا التي يجب أن تقتفي أثرها الشركات الأخرى التي يعاني العمال فيها الأجور المنخفضة وظروف العمل القاسية، فهو خبر وثائقي ويمكن أن يغطي التحقيق رحلة السياحة للتمتع بأوراق الخريف أو حديقة الحيوانات أو أحد السواحل السياحية. أما الخبر الذي يركز على الأمطار الحامضية أو عدم الاهتمام برعاية الحيوانات أو مكافحة الأمراض السرطانية المتأنية عن التعرض لأشعة الشمس فهو خبر وثائقي.

إن موضوع الوثائقي ليس الواقعة الواحدة أو الحدث المحدود والملموس، أي موضوع الخبر، إنما هو سلسلة من الوقائع التي تشكل اتجاه أو نزعة أو ظاهرة أو تطوراً اجتماعياً، وإذا كانت الأخبار تنقل الواقعة الواحدة المستقلة أو الحادث الفردي، فإن الوثائقي يقوم على أساس توثيق الوقائع ولا يقتصر على معالجة الوقائع المنفصلة، بل مجموعة من الوقائع المتعلقة بالقضية المطروحة، مثلاً الخبر هو سقوط الطائرة أما قضية الوثائقي فهو سقوط الطائرات. موضوع الوثائقي هو ظاهرة أو قضية ذات أهمية خاصة وكبيرة بالنسبة للرأي العام ومعالجة هذا الظاهرة تكون تحليلية حيث تتم عملية دراسة وفحص الموضوع أو المشكلة وتقويمها.

معايير مهمة لنجاح البرنامج الوثائقي:

في البداية يجب أن نركز على أن معايير نجاح الانتاج المرئي بشكل عام هي الامتاع والإقناع، الإبداع، ثلاثة معايير مهمة لو تركت عند المشاهد الانطباع المطلوب فقد حقق الشريط النجاح المطلوب.

ولكن بما أننا نتكلم عن الشكل الوثائقي، فإن خصوصية هذا الشكل الفني تقتضي ما يلي:

1- أن يكون موثق بشكل جيد وأن يحتوي على أفكار جديدة ومتميزة وغير متداولة، وأن تكون أفكاره ومواضيعه، ذات قيمة فكرية وحضارية ومستوى علمي راقى، وأن تطرح قضايا مثيرة للجدل والنقاش، وتثير التساؤلات، وهذا من خلال شكل فني ومعالجة متميزة.

2- البحث السريع والمتقن، إن البحث المطول قد يعتبر مضيعة للوقت رغم أهميته بالشكل الأساسي خصوصاً إذا أراد المعد من خلال هذا تقديم وجهة نظر جديدة ومختلفة أو أفكار جديدة، ولكن الانتاج الفني يتطلب العمل السريع والمتقن، ولكن ليعلم المعد المبتدئ أنه قد يستغرق الكثير من الوقت في البداية إلا أنه مع تكرار العمل والإعداد سيسهل عليه اقتناص الحقائق والأفكار المطلوبة بسرعة وتقديم أفضل الأعمال، فالزمن مهم في حالة الإنتاج الفني.

3- أن يعمل الكاتب أو المعد من خلال النص والمعالجة على الاستحواذ على اهتمام المشاهد منذ البداية عن طريق الصورة والموضوع والصوت، وأن يعمل على تحفيز المشاهد من خلال العرض على التفكير في اتخاذ إجراءات عملية تساعد في حل المشاكل المطروحة في البرنامج.

4- إضافة للمساة الإنسانية على المادة العملية أو التاريخية أو غيرها وهذا لتحريك انفعالات ومشاعر الناس وخلق الاندماج الحسي مع ما يشاهد.

5- إثارة الانتباه للبرنامج عن طريق القديم والحديث، وعمل المقارنات في النواحي التاريخية والعلمية مثلاً، وهذا ليصل المشاهد لعمل حلقة وصل بين الماضي والحاضر وتحليلاته، والمستقبل وتوقعاته.

6- أن يتم إنتاج البرنامج بميزانية معقولة وبسيطة ويحقق البرنامج التأثير المطلوب، لهُو النجاح بعينه.

7- دعم البرنامج بالحقائق المدعمة بالصور أو بالمقابلة مع الباحث المختص أو بالوثائق المطلوبة والابتعاد عن الكلام فقط لحشو المكان.

8- أن يكون النص بسيطاً وجذاباً ومؤثراً وإن كان النص علمياً متأدباً، لأنك لا تكتب للأذن، بل تكتب لعين المشاهد فالعين تغلب الأذن في استقبال الرسالة.

9- يجب الأخذ بعين الاعتبار أنه في حال أن زادت مدة عرض الفيلم، قل عنصر التشويق، وبالتالي يجب وضع قطع مغناطيسية على طول الطريق لجذب المشاهد ودفعه للحركة باستمرار إلى الأمام.

الدوكودراما:

مصطلح الدوكودراما هو مجموع كلمتين هما: دوكو DOCU وهي اختصار لكلمة Documentary وكلمة DRAMA، وعليه فمصطلح دوكودراما يعني وثيقة (واقعة حقيقية) معالجة بطريقة درامية (بطريقة تمثيلية أو شبه تمثيلية)، أي الدراما الوثائقية أو الأفلام الوثائقية التي يستخدم فيها الممثل.

تعرف الدوكودراما بأنها عبارة عن فيلم أو برنامج تلفزيوني يعتمد على وقائع حقيقية مقدمة ضمن قالب درامي. ويعرف المصطلح أيضاً بأنه نوع أسلوب تسجيلي لبرنامج إذاعي أو تلفزيوني أو عرض مسرحي أو فيلم سينمائي يشير إلى إعادة تمثيل درامية لوقائع تاريخية راهنة.

تسعى العناصر الجوهرية للقصة في الدوكودراما إلى التعبير عن وقائع تاريخية وتسمح بهذا القدر أو ذاك من الإحاطة الدرامية بالتفاصيل المحيطة بها وحيث توجد فجوات في الوثيقة التاريخية. و لكونه تعبير جديد فإن

مصطلح الدوكودراما غالبا ما يجري الخلط بينه وبين مصطلح الوثائقي الخيالي، مع ذلك واختلافا عن الوثائقي الخيالي - وهو وثائقي جرى تصويره في الزمن الحقيقي الراهن و يتضمن بعض العناصر الخيالية، فإن إنتاج الدراما الوثائقية (دوكودراما) يجري في وقت لاحق للأحداث التي يجسدها".

مميزات الدوكودراما

- تمثيل الأحداث التاريخية الفعلية بناء على ما حدث بالفعل.
- استخدام الأساليب الأدبية والسردية لتجسيد الحقائق المجردة لحدث ما في التاريخ لرواية قصة.
- غالبا ما يتم أخذ درجة معينة من الترخيص مع حقائق تاريخية ثانوية من أجل تعزيز الدراما.

الفصل الخامس: برامج الأطفال

مفهوم برامج الأطفال: إن برامج الاطفال هي عبارة عن برامج وأشرطة تعد للصغار حتى سن المراهقة وتشمل ما يأتي:

1- **البرامج الموجهة للصغار في مراحل العمر المختلفة** وتأخذ شكل المجلة متعددة الفقرات أو شكل برامج المنوعات والاستعراض بما تتضمنه من أغاني وتمثيلات يقوم بها ممثلون صغار أو كبار أو على شكل عرائس دمي وغير ذلك.

2- **أشرطة الأطفال:** وتشمل أشرطة الكارتون أو الدمي أو أشرطة المغامرات والمعدة خصيصاً لأطفال سواء أكانت عربية أم أجنبية معربة.

3- **الإعلانات التجارية:** وهي تظهر بشكل يدعو إلى الترويج في سلعة أو خدمة.

4- **مواد الربط:** وهي التي تسد فراغات البرامج وتتضمن أغان قصيرة أو موسيقى أو أعمالاً فنية أخرى أو تنويهات للبرامج أو إعلانات أو أمثلة موجهة للأطفال تقيس قوة الملاحظة لديهم في ضوء اطلاعهم ومعرفتهم.

أهداف برامج الأطفال:

ويمكن تحديد بعض الأهداف التي تسعى برامج الأطفال إلى تحقيقها وهي:

- 1- امتاع الطفل وتسليته.
- 2- التنفيس عن المشاعر المكبوتة التي لا يستطيع الطفل التعبير عنها في حياته العادية.
- 3- إشباع الميل للمغامرة.

- 4- الاعتزاز بالوطن وخدمته.
- 5- إثراء خيال الطفل مما يساعد على تنمية قدرته في الإبداع والابتكار.
- 6- بناء القدرة التحليلية ثم النقدية لدى الأطفال.
- 7- المساهمة في تكوين الضمير.
- 8- تنمية إيمان الطفل بالحرية والديمقراطية واحترام الرأي الآخر.
- 9- مساعدة الطفل على بناء الثقة بالنفس من خلال النصح غير المباشر.
- 10- تعريف الطفل على جنسه (ذكر - أنثى) وتوحيده معه.
- 11- استخدام القواعد البسيطة المتعلقة بالأمن والسلامة والصحة.
- 12- تعليم الطفل التمييز بين الصواب والخطأ واحترام النظام والقواعد.
- 13- تعليم الطفل الأخذ والعطاء والمشاركة في المسؤولية.
- 14- تنمية الشعور بالأمن والاستقرار وزرع التفاؤل والثقة بالمستقبل في نفوسهم.
- 15- تقويم سلوك الطفل الخاطئ والاهتمام بالطفل بدنياً ونفسياً.
- 16- التركيز على كيفية عناية الأم بأطفالها منذ ولادتهم.
- 17- صقل مواهب الطفل واكتشاف الموهوبين منهم.
- 18- الاهتمام بتوصيل المعلومة بأسلوب مبسط وجذاب في أشكال الرسوم المتحركة.
- 19- تنشئة الطفل تنشئة علمية وذلك يعني جعل الطفل يعتمد على الملاحظة والتجربة ولا يستند إلى آرائه الشخصية، أي أن تزرع فيه خصائص التفكير العلمي، وهو يعني الدقة في تفسير الحقائق، وبالنسبة للطفل فإن الهوية العلمية أو الميل العلمي يعلمه شيئاً عن بيئته وينمي خياله ويقوي تركيزه ويجعل

تفكيره مستقلاً ويغرس عنده حب الاستطلاع، وتساعد الهواية العلمية على أن يصبح إنساناً أكثر إدراكاً، وهذه التنشئة تصنع من الطفل مستقبلاً رجل أعمال أو عالم أو فنان أو غير ذلك.

أسس البرامج الجيدة الموجهة للطفل:

إن برنامج الأطفال الجيد، هو الذي يشبع خيالات الطفل ويجعله أكثر إحاطة ببيئته وعالمه الذي يعيش فيه، ويجب أن يركز برنامج الأطفال على أسس، منها:

1- استخدام امكانيات التلفزيون بشكل فني يتفق ومراحل نمو الطفولة، كاستخدام المؤثرات البصرية وإشاعة الحركة والحيوية في البرنامج.

2- استخدام اللغة العربية الفصيحة السهلة التي تتناسب مع قدرة الأطفال اللغوية وألا تستخدم اللهجة المحلية إلا في ضيق نطاق.

3- أن تتخذ البرامج لها خطأ فكرياً واضحاً، وأن لا تحشر أية مادة حشراً مهما كان لها من أهمية.

4- انتقاء الموضوعات الخيالية التي تنمي ملكة الخيال التكويني لدى الأطفال وليس إتاحة المجال إلى الجنوح للتوهم والخيال الهدام.

5- ألا تكون الإثارة التي ينبغي أن تتميز بها البرامج على حساب استدرار انتباه الأطفال واجتذابهم إلى مستوى الانقياد.

6- أن يتم الابتعاد عن الأسلوب الخطابي والتعليمي.

7- أن يكون هناك لوانان من البرامج على الأقل، لون للأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 3-6 سنوات، ولون آخر لمن هم بين 6-12 سنة لأن الاكتفاء بلون واحد أي بمرحلة الطفولة الوسطى أو الطفولة

المتأخرة يجعل الأطفال في حيرة تلبّل أفكارهم مما يؤدي إلى عزوفهم عن المشاهدة لعدم فهمها وبذلك

يُحرم الطفل من وسيلة مهمة للطفل أن يستفيد منها، ولا يمكن إعداد برامج أطفال تلائم جميع الأعمار بالنسبة للأطفال، لأن الأطفال يختلفون باختلاف تطور نموهم في جوانب عديدة.

الكتابة للأطفال:

تعتبر الكتابة للأطفال من أصعب أنواع الكتابة وذلك لعدة اعتبارات يجب الأخذ بها عند التوجه إلى فكر الطفل وأهم هذه الاعتبارات:

1- اعتبارات تربوية وسيكولوجية: يجب أن يلتزم بها كاتب ومنجوا برامج الأطفال فهم مربون بالدرجة الأولى ويجب أن تكون الاعتبارات التربوية محتلة الصدارة في أي عملية موازنة بين الاعتبارات ويجب أن تؤثر الأمور الفنية كالحبكة القصصية أو خلق عنصر الفكاهة أو عوامل التشويق بالرغم من أهميتها على حساب الاعتبارات التربوية وأن يكون هذا الإنتاج متفقاً مع الخصائص النفسية التي تميز كل مرحلة من مراحل نمو الطفل من جميع النواحي اللغوية والعلمية.

2- اعتبارات فنية: وتعني القواعد الأساسية في فن الكتابة فالإنتاج الأدبي المقدم للأطفال يجب أن يكون متماسكاً مع القواعد الصحيحة في كتابة القصة أو الدراما أو الشعر في إطار ما يناسب الأطفال ويتفق مع خصائصهم.

3- اعتبارات فنية خاصة: وتعني نوع الوسيط (كتاب- إذاعة- تلفزيون- مسرح- دمي - مسرح عرائس ... الخ). حيث يجب أن نعرف امكانيات كل وسيط حتى يحسن استغلالها، ومعرفة الحدود والقيود التي تقتضيها طبيعة الوسيط حتى يمكن التزامها.

دراما الطفل:

لا يمكن تعريف دراما الطفل بصورة واضحة ومحددة ما لم نعرف أبرز عناصرها التي تميزها، فالدراما في الراديو قصة مترجمة إلى أصوات وحوار وموسيقى ومؤثرات صوتية، بينما في التلفزيون تحوي عناصر أخرى كالحركة والصورة. والتأليف هو أصل الدراما، وبما أن هناك خليطاً من ألوان الدراما الغربية عن مجتمعنا العربي فإن الطفل العربي بحاجة إلى شكل ولون خاص من الدراما الواضحة التي تبدأ بمقدمة منطقية بالحوار أو الحديث أو الحركة ثم تتطور إلى صراع، وتنتهي نهاية منطقية تفيد المعنى وتصل إلى الهدف دون الحاح أو تعمد.

فالقصة هي أهم عناصر الدراما وخصوصاً للطفل، ويجب أن تكون مقنعة بحوارها الذكي، وحوادثها المنطقية وصراعاتها المحببة إلى نفس الطفل والمثيرة لحواسه وعواطفه، بحيث تجتذب انتباهه، يعاونها في ذلك الصوت والضوء والحركة والموسيقى، فالطفل هو أشد المخلوقات قابلية للتأثر والانفعال بكل ما يسمع ويرى وهو يترك أثره في الطفل طوال حياته بعد ذلك.

وبما أن القصة هي العنصر الأول في دراما الطفل والكاتب هو أهم عناصر الدراما لأنه هو الذي يقدم الموضوع والفكرة ويجسد معانيها ومجرداتها، وهو يترجم الحوادث إلى حركة وصوت ومناظر وموسيقى في التلفزيون، ويجب أن يحمل النص الدرامي كل العوامل والدينامية اللازمة لتوصيل مفهوم الدراما إلى نفس الطفل وعقله ووجدانه.

أما الحوار فهو عنصر فعال في الدراما وهو الذي يدفع القصة إلى أمام ويفسح المجال لها لتتطور ويسهم الحوار في الكشف عن النواحي الداخلية بكل شخصية في القصة ويمنحها الخبرة والشجاعة أن كنا نريد للطفل أن يحبها ويتعلق بها، أو تصورها شخصية خاطئة كي يكرهها الطفل ويتعد عنها داخلياً، وعندما يتكامل النسيج

الدرامي يتكامل الحوار الذكي الواضح، والمضمون الفكري والقيم الأخلاقية والروحية، والمقومات العاطفية لطبيعة المواقف الدرامية وصراعاتها، وحينئذ تكون الدراما قد حققت رسالتها بحق.

ويجب أن تكون دراما الطفل واضحة وبسيطة مترجمة بأفعال وحركات، وأن لا تشتت فكر الطفل في متابعة التفاصيل وتعميه عن الخط العام، وأن تكون الشخصيات قليلة قدر الإمكان ليستطيع الطفل معاشتها وفهمها والتعرف عليها، وأن دراما الطفل تحتوي مبادئ للمعرفة، وتوجيهات غير مباشرة وتدفع الطفل إلى اكتشاف نفسه واكتشاف الحقائق بنفسه.

الصعوبات والمعوقات التي تحول دون الوصول إلى برامج جاذبة للطفل العربي وانصرافه إلى القنوات التي تبعده عن واقعه:

تهدف عملية الاتصال بالطفل من خلال وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة إلى بناء ثقافة الطفل وإعداده إعداداً نفسياً وتربوياً وذهنياً للمستقبل وذلك في إطار نموذج ثقافي ينشده المجتمع في إطار تقاليده وهويته الثقافية وهو ما يتطلب استثمار أجهزة الإعلام خاصة المرئية منها في بناء هذه الثقافة بشكل علمي متوازن مما يحمل هذه الأجهزة مسؤولية أخلاقية وقومية تجاه الطفل العربي. وعلى الرغم من وعى الأجهزة المسؤولة عن ثقافة الطفل العربي ومن ضمنها وسائل الإعلام بهذه المسؤولية إلا أن هناك العديد من الصعوبات والعقبات التي تحول دون الوصول إلى برامج جاذبة للطفل العربي نذكر منها على سبيل المثال:

- 1- غياب السياسة البرمجية الواضحة في مجال الأطفال حيث أن التخطيط لبرامج الأطفال قصير المدى يرتبط بدورة إذاعية أو بخطة سنوية ولا تربطه أى استراتيجية إعلامية طويلة المدى على مستوى الوطن العربي كله.

2- النقص فى الكوادر المتخصصة أكاديمياً ووظيفياً بالإضافة إلى الرغبة الشخصية فى العمل لصالح الطفل.

3- إن إنتاج برامج الأطفال لا يرقى إلى مستوى طموح الآباء والأمهات ممن تعمل على توعيتهم وتتناول قضايا تتعلق بنمو أطفالهم وحاجاتهم وانفعالاتهم.

4- الاعتماد على الموظفين المعيّنين فى برامج الأطفال وهو ما يتنافى مع الإبداع وبالتالى غيبة المبدعين فى برامج الأطفال اعتماداً على كوادر وظيفية

5- عدم الاستفادة من نتائج البحوث والدراسات الإعلامية المتخصصة فى مجال الأطفال على مستوى رسائل الماجستير والدكتوراه والبحوث المنشورة.

6- قلة المخصصات المالية الموجهة لإنتاج برامج الأطفال فى الوطن العربى مما ينعكس على ضعف المضمون وبالتالى تلجأ التليفزيونات العربية إلى الإنتاج المستورد.

7- تشابه مضامين وأشكال البرامج المقدمة للطفل فى وسائل الإعلام المسموعة والمرئية فضلاً عن غياب بعض نوعيات البرامج عن خريطة الإرسال الموجهة للطفل.

8- ضعف المكافآت المادية والحوافز التى تقدمها المؤسسات الإعلامية الإذاعية للمبدعين المتعاونين فى مجال إنتاج برامج الأطفال مما أدى إلى انصراف العديد من هؤلاء المبدعين من (مخرجين وكتاب ومؤلفين وملحنين وفنانين) عن المشاركة فى هذه النوعية من البرامج مما أوجد فقراً فى عناصر الإنتاج البرامجى الموجه للطفل.

9- غياب التنسيق والتكامل بين كافة المؤسسات المسئولة عن ثقافة الطفل العربى مما أفرز فى بعض الأحيان إنتاج ضعيف وأحادى الرؤية.

والخلاصة لابد من الإشارة إلى أن إنتاج برامج الأطفال التي تحمل بعداً محلياً أو تلك التي تحمل بعداً قومياً يجب أن تكون محور اهتمام المؤسسات القائمة على ثقافة الطفل في عصر السماوات المفتوحة الذي تتنافس فيه الفضائيات بكل تملك من إمكانيات الإبهار والتشويق في جذب جمهورنا العربي المستهدف من الأطفال مع كل ما حمله هذا الجذب من أخطار على الهوية والثقافة والذات العربية.

المعايير والمقومات المطلوب توفرها في البرامج الناجحة على ضوء متغيرات العصر الراهنة:

مع تقدم عصر المعلومات وظهور وسائل تكنولوجيا حديثة تستخدم كل أساليب الجذب والإبهار للطفل العربي تطورت العلاقة بين الطفل وكل مصادر المعلومات ووسائل الاتصال فلم يعد ذلك الطفل الذي يتقبل الحديث الساذج الذي يستهين بعقل وفكره ولم يعد ذلك الطفل الذي يلهو بدمية أو رجل آلى بل أصبح يتعامل مع الألعاب الإلكترونية وعلى الأساليب المستخدمة في عرض الصور والرسوم من خلال الجرافيك وبرامج البعد الثالث المصورة 3D وأصبح للكمبيوتر والإنترنت دور في حياة الطفل سواء على المستوى الدراسي أو على المستوى الترفيهي.

وبالتالي أصبح طفل اليوم أكثر صعوبة من ذي قبل في إرضائه وإقناعه أو إجباره على التعرض لأشياء بعينها حيث أصبح أكثر ديناميكية أو Hyper كما يطلق عليه علماء النفس.

لذلك يجب على القائمين على الإنتاج البرامجي السعي للإجابة على بعض التساؤلات قبل الاهتمام بتوجيه البرامج إلى الأطفال.

أولاً: ما هو؟ موضوع العمل ومن هنا تأتي فكرة البرنامج ومن ثم المعالجة ومن ثم السيناريو.

ثانياً: لمن؟ حيث يجب أن تحدد الفئة العمرية للأطفال الذين سيوجه إليهم العمل من حيث أن كل شريحة سنية لها ما ناسبها من أساليب التواصل سواء ذكور أو إناث.

ثالثاً: لماذا؟ على هذا السؤال تتحدد أهداف المبدع للأطفال حيث يجب أن يكون له عدة أهداف تربوية دفعته لتقديم هذه الفكرة إلى هذه الفئة العمرية تحديداً.

وفى هذا الإطار يجب على برامج الأطفال تحديداً مراعاة بعض المعايير الفكرية والتربوية ومن أهمها:

- تدعيم الثقة بالنفس والتفكير العقلى السليم والقدرة على اتخاذ القرار.
- غرس القيم والعادات العربية الصحيحة التى تتخذ من الثقافة العربية أساس لها لمجابهة الاختراق الإعلامى والثقافى الأجنبى.
- تشجيع الأطفال على الحوار مع الكبار واحترام الرأى والرأى الآخر والتعبير عن الرأى بأسلوب هادئ ومقنع
- تحفيز الأطفال على المشاركة الإيجابية فى قضايا المجتمع وتنمية رغبتهم فى البحث والاستكشافات والابتكار.

رابعاً: كيف؟ يوصل المبدع فكرته لهذه الفئة العمرية ليصل إلى هدفه من هذا العمل الفنى. الإجابة على هذا السؤال تقتضى استعراض الأدوات والإمكانيات التكنولوجية الحديثة التى يمكن استخدامها فى برامج الأطفال من تقنيات رقمية Digital والتصوير والمونتاج والكمبيوتر جرافيك بحيث يبحث عن عناصر التشويق والإبهار والإقناع لجذب الطفل العربى أمام المنافسات الفضائية الأجنبية الضارية.

ومن هذا المنطلق وفي ضوء هذه التساؤلات لابد أن تتوفر بعض المعايير والمقومات في البرامج الموجهة للطفل والتي تتمثل في:

أولاً: من حيث الشكل:

- تنوع المادة المقدمة بحيث تشمل على العناصر المرئية التي تجذب الطفل من عرائس أغاني رقصات رسوم متحركة وحركة فقد أثبتت معظم الدراسات الإعلامية أن تنوع عناصر البرنامج يعمل على ما يسمى بالانتباه الواعي للمادة الإعلامية.
- إيقاع البرامج الموجهة للطفل يجب أن تتسم بالسرعة حتى يمل الطفل من المشاهدة وقد أوضحت الدراسات أن أنسب مدة عرض لبرامج الأطفال تتراوح ما بين ١٠ - ٢٠ دقيقة.
- تتر البرنامج له أهمية خاصة في جذب انتباه الطفل إلى محتوى البرنامج إذ يمثل عنصر الجذب الأول للأطفال كما يلي:

- لحن جذاب.
- لحن يسهل أدائه كي يحفظه الطفل ويردده .
- لحن يرتبط بمضمون البرنامج حتى يحدث عملية الارتباط الدلالي بين اللحن والمضمون في ذهن الطفل.
- أن يتضمن اللحن بعض الرقصات الخفيفة إن أمكن.
- تقدم في اللحن المميز بعض شخصيات البرنامج من خلال استخدامات تقنيات المونتاج الحديثة.
- استخدام الشخصيات الرمزية محور البرنامج في اللحن المميز حتى تجذب الأطفال إلى المضمون.

- ديكور البرنامج لابد أن تسم بشكل جذاب وغير تقليدى ومبتكر وأن تكون أماكن التصوير غنية بالعناصر البصرية حتى تشبع الأطفال وترضيهم .
- المونتاج يجب أن يتسم بتنوع اللقطات من حيث تغيير أحج اللقطات وأنواعها من مقطع إلى خر بحيث يكون لكل لقطة زمنها المناسب لى الشاشة.
- وأخيراً يجب توظيف جميع الأدوات ووسائل الإنتاج التكنولوجية المتاحة لخدمة الهدف من البرنامج.

ثانياً: من حيث المضمون:

- الاهتمام بالوصول إلى عقلية الطفل العربى من خلال بساطة السرد أو الحوار بما يتناسب مع الفئة العمرية للطفل ولا يبالغ فى البساطة حتى تتحول إلى ركافة وتقاهة فى الأسلوب تستهين بعقلية الطفل.
- أن يكون المضمون مسلياً ومتنوعاً وأن تكون الفقرات مرحة وخفيفة تنمى خيال الطفل وتوجهه ليصبح خيلاً مبدعاً ومبتكراً ومفيداً .
- التركيز على الأطفال فى البرامج والإنصات إليهم وتحفيزهم على التعبير عن أيهم ودفعهم لمحاورة الكبار فى نطاق النظام والاحترام على أن يكون الطفل جزء رئيسياً من البرامج محاوراً أو مشاركاً.
- تقديم الأسباب والتفاصيل للموضوعات المختلفة إلى الطفل لأنه فى حاجة إلى الإلمام بجميع المعلومات عن أى شئ حتى يقتنع به.
- تقديم المعلومات للطفل بشكل يحترم عقله وليس بشكل مباشر ساذج مستخدمين فى ذلك الشكل الجذاب والألوان المبهجة والشكل الكوميدي أو الدرامى أحياناً.
- الحرص على اختيار الأطفال المشاركين فى البرامج بمواصفات خاصة بحيث يكون لديهم القبول والقدرة على التعبير والانطلاق والتحاور وطرح أسئلة.

- العمل على خلق الاندماج الوجداني للطفل مع المجموعة من خلال الإشارك فى الأغانى والعزف الموسيقى مما يجعل الطفل يقبل على الإنصات والاستماع المركز.

- أن ينقل المضمون التليفزيونى واقع الطفل ومحيط بواقعية وموضوعية حتى يعيش الطفل اغتراباً. مع الحرص على النقل الواقعى لابد أن يمنح الطفل فرصة للتصور والتخيل وذلك من خلال حسن توظيف المشاهد الخيالية.

- ولعل التأكيد على أهمية اللغة فى النص الإذاعى والتليفزيونى الموجه إلى الطفل لمن الأهمية لتقوية مهارة الطفل فى التعبير عن أفكاره ومشاعره وإطلاق حاسة التذوق الجمالى لديه.

وفى النهاية نستطيع أن نؤكد أنه على الرغم من كل ما يواجه الإنتاج الإذاعى الموجه للطفل من عقبات وصعوبات إلا أن الاهتمام العربى المتزايد بقضايا الطفولة واحتياجاتها ومشاكلها واهتمام الهيئات والمنظمة العربية المعنية بشئون الطفولة فى العالم العربى من شأنه أن يذلل تلك العقبات والصعوبات أولاً: بالتنسيق والتكامل بين كافة الجهات المعنية بشئون الطفولة.

ثانياً: تبادل الخبرات والمشورات والآراء بين الخبراء والمتخصصين.

ثالثاً: بمزيد من الإيمان بالدور الذى تقوم به هذه الجهات من أجل طفولة أفضل فى عالم متغير.

رابعاً: بمزيد من العمل العلمى الجاد والمستمر والمنظم الذى يتخذ المنهج العلمى أسلوباً فى التخطيط والتنفيذ والتقويم.

المتعاملون مع الأطفال فى برامجهم:

نخلص من هذا العرض إلى أن المذيع، مقدم البرنامج، ليس هو الوحيد الذي يتعامل مع الأطفال في البرامج الموجهة لهم في شرائح العمر المختلفة، فقد يكون المتحدث إليهم رجل دين أو أحد مشاهير السياسة أو الرياضة أو الفن أو غيرهم. ومع ذلك يبقى المذيع مقدم البرنامج هو موضع اهتمامنا هنا، من حيث ملامح شخصيته وتكوينه الثقافي والمهني، ثم - وهو الأهم - طريقته في الأداء والإلقاء في مواجهة جمهوره الخاص. وهنا، علينا أن نجيب على عدة أسئلة من بينها:

- من هو الشخص المناسب؟
- ما هي خصائصه الشخصية؟
- ما هي اللغة التي يستخدمها؟
- وما هي طريقة أدائه الأكثر ملاءمة لهذا النوع من البرامج بأشكاله المختلفة سواء كان ذلك في الإذاعة أو التلفزيون .. وما هي وسائل تنمية هذا الأداء.

ونبدأ بالاختيار، فمن هو الذي نختاره للتخصص في تقديم برامج الأطفال، وبالمناسبة مسألة التخصص هذه ضرورة لكي يكون للمذيع مصداقيته لدى جمهوره. فمن غير المعقول أنه يختار لهذا العمل مذيع معروف عنه تقديم الأخبار والبرامج الإخبارية، أو البرامج الترفيهية كبرامج المنوعات وغيرها، أو متخصص في تقديم البرامج الرياضية، إذ أن لكل نوعية من هذه النواعيات طريقة خاصة في التقديم والأداء تختلف عن الطريقة المطلوبة لبرامج الأطفال.

في مسألة الإلقاء: ترتبط هذه المسألة بالدرجة الأولى بقضية اللغة، وكيفية النطق بها، وإذا تركنا الجانب النظري في هذه القضية، ونظرنا إليها بطريقة عملية، يمكن أن نصل إلى بعض الحقائق، وإن كانت تقبل الجدل، فالذي يتعامل مع أطفال ما قبل المدرسة، لابد أن يتعامل معهم بنفس اللغة التي يألونها في البيت أو

فى روضة الأطفال، وهى اللغة الدارجة أو العامية، مع البعد كل البعد عن الألفاظ واللهجات السوقية، مهما كان الإطار الذى يجرى فيه الحديث. على أنه لا بأس فى بعض البرامج الموجهة إلى هذه المرحلة من العمر، من استخدام عبارات بالفصحى المبسطة، التى يمكن أن يفهمها الأطفال، وتزيد من حصيلتهم اللغوية المحدودة. والمهم فى كل هذا أن يكون مفهوماً أن لكل مرحلة عمرية قاموسها اللغوى الخاص، الذى يبدأ محدوداً ثم يزيد بزيادة معارف الطفل وزيادة تعامله مع المجتمع، وتعرضه لوسائل الإعلام والثقافة، وأى خروج على هذا القاموس يؤدى إلى عدم فهم الطفل لما يقدم له من برامج، وانصرافه بالتالى إلى أى شىء آخر يشغله.

أما أداء المذيع أو (الإلقاء) فلا بد أن يكون هو أيضاً مراعيّاً لعوامل السن، فلا بد من التمهّل فى الإيقاع، حتى يمكن للطفل استيعاب المعانى المقصودة، وتزيد السرعة بزيادة عمر الجمهور المستهدف. كما لا بد أن تكون الكلمات واضحة، سهلة على الأذن، وألا يكون للكلمة أكثر من معنى فيحار المستمع بينها، أيها الذى يقصده المذيع.

تنمية مهارات مذيع الأطفال: وهنا لا بد من كلمة حول تنمية مهارات المذيع مقدم برامج الأطفال أو تدريبه، بعد أن تم اختياره بمراعاة الاعتبارات التى سبق ذكرها، ونذكر بأن نجاح عملية التدريب مرهون بالدرجة الأولى بحسن اختياره، ورغبته فى التقدم فى عمله، وحرصه على النجاح فيه، ونشير فيما يلي إلى بعض هذه المهارات:

1- القدرة على الارتجال بالفصحى وبالعامية، دون الاعتماد على أى ورقة مكتوبة إلا أن تكون مجرد رؤوس موضوعات.

2- القدرة على الرد المباشر والواضح على الأسئلة التى قد يطرحها عليه الأطفال الموجودون بالاستديو أو الذين يتصلون تليفونياً من الخارج، وذلك فى غير الموضوعات المتخصصة وهذا يعتمد على ثقافة المذيع ومتابعته للأحداث ولما يطرح فى المجتمع من قضايا.

3- القدرة على الحوار والمناقشة مع الأطفال أو مع ضيوف البرنامج الذين يُستضافون للرد على الأسئلة

والقضايا المتخصصة التي يريد الأطفال معرفتها في شؤون الدين أو العلوم الحديثة أو غيرها، ومساعدة

هؤلاء الضيوف على تبسيط أفكارهم واختيار الكلمات المناسبة، مع الإيقاع المناسب في الأداء.

4- القدرة على رواية الحكايات والقصص أو تقديم قراءات من الكتب أو الذكريات التي يكتبها المشاهير،

وهي مهارة تقترب من مهارة الممثل دون أن يفقد شخصيته كمذيع، فيمكن أن يلون صوته لكي يقترب

من صوت الحيوان أو الطيور مثلاً، ويتراوح الأداء لكي يتناسب مع ما يتطلبه الموقف من إثارة أو

غموض أو تفكير.

ومثل هذه المهارات وغيرها مما يتطلبه العمل الإذاعي والتلفزيوني على الأخص في البرامج الموجهة إلى

الأطفال، تعتمد على المعرفة النظرية والعملية بقواعد اللغة والنطق، كما تعتمد على العلم بالقواعد الأساسية

في علوم النفس والذاتية والاتصال. ولنذكر أن المذيع مقدم برامج الأطفال، هو معلم ومرب ومتقف، ليس

لفصل من التلاميذ أو عدة فصول، بل لآلاف أو مئات الآلاف من المشاهدين والمستمعين في أهم مراحل

نموهم، مرحلة النفتح على المعرفة والحياة.



الفصل السادس: الإعلام الديني والبرامج الدينية

يؤكد الانتشار الواسع للإعلام الديني في مجتمعاتنا العربية والإسلامية الدور الكبير الذي يمثله الدين في هذه المجتمعات، ورغم النجاحات الهامة التي حققها هذا الإعلام، إلا أننا لا نزال في حاجة ماسة إلى إجراء مراجعة نقدية تفتح أمامنا سبلاً جديدة لتطوير منتجات الإعلام الديني، بما يعزز القيم الجوهرية للدين، ويعمق روح المواطنة والتعددية الدينية والثقافية.

يجب أن يتولى الإعلام الديني مختصون في مجال الاعلام وأن يكون خالصاً إلى الدعوة إلى الله وتوحيد كلمة المجتمع لا أن يكون فئوياً أو طائفيّاً أو له توجهات متطرفة عنيفة ويضر بالمجتمع، حيثُ يمثل الإعلام الديني الهادف سلاحاً لمحاربة الأفكار المتطرفة والغلو في الدين وتعزيز الوسطية في ظل غياب استراتيجية إعلامية متخصصة تتبناها الدولة بكافة مؤسساتها لمواجهة الفكر بالفكر في ظل تنامي ظاهرة الإرهاب والعنف في العالم أجمع.

كما يجب أن ينطلق الإعلام الديني من علوم الدين الصحيح من دون الميل إلى أي مذهب في ظل عصر العولمة الذي يشهده العالم حالياً والذي تحطمت معه كل الحواجز والحدود.

مفهوم الإعلام الديني:

لم يتفق الباحثون المتخصصون في الإعلام على تعريف جامع له حتى الآن، فهو مصطلح لعلم جديد، وتعريفات العلوم لا تستقر ولا تتبلور إلا بعد بيان جوانبه المختلفة والاتفاق على أسسه ومبادئه والاستقرار عليها، ومع ذلك نُورد أهم التعريفات له. فقد حظي تعريف "أوتوجورت" الألماني للإعلام باحترام من قبل الدارسين الإعلاميين، وهو موجود في معظم كُتب الإعلام، وقد عرفه بقوله: هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير

ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت. ويعرفه الدكتور عبداللطيف حمزة: تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تُساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات؛ بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.

فالإعلام الديني هو الذي يركز في برامجه أو موادّه على البرامج الدينية سواء كانت دروس أو مواعظ أو فتاوى أو أناشيد أو حوارات أو نقل طقوس دينية معينة أو بث للقرآن الكريم، وبصفة عامة ما يتعلق بالمنظومة الدينية سواء عن المسلمين، وكذلك الأمر بالنسبة للتوحد الإعلامي المسيحي.

أهداف الإعلام الديني:

للإعلام الديني مجموعة من الأهداف، أبرزها الآتي:

- تبصير الناس بأصول وأحكام الدين بأسلوب سهل مبسط يسهل على الإنسان العادي فهمه.
- محاربة البدع والخرافات والفرق الضالة التي تُحاول النيل من الدين سواء الإسلامي أو المسيحي.
- التصدي لأعداء الإسلام فيما يثيرونه من طعون وافتراءات وشبهات حول الإسلام.
- تدعيم القيم الدينية في المجتمعات الإسلامية فلا تنتشر ألفاظاً أو تعبيرات مبتذلة.
- تفسير الظواهر الطبيعية والعلمية تفسيراً دينياً صحيحاً يكشف عن حقيقة هذا الدين وصلاحيته لكل زمان ومكان
- إيجاد وجدان عام بالإحساس والانتماء إلى ثقافة واحدة وذلك بما تُقدمه من موضوعات مختلفة وخاصة ما يتصل منها بالتاريخ الديني.

—غرس العقيدة الصحيحة في أذهان الجمهور بأسلوب عصري جذاب.

أهم ما يميز الإعلام الديني:

أنه للناس كافة، وفيه من عناصر القوة والبقاء ما يجعله نظاماً حياً مستقلاً، وفيه من المرونة والحيوية ما يجعله صالحاً لكل زمان، ولكل أمة، وفيه من مبادئ العقيدة ووضوحها، ما يحفظ الأفكار من الشطط والزلل، فلا يزيغ عنها إلا هالك، ومن الأحكام الشرعية ما يكفل حياة عادلة للفرد والمجتمع، ينال فيه كل منهم حقه، ويقوم بواجبه، وفيه من الأخلاق ما يربي الأجيال المؤمنة، ويجعلهم إخوة متحابين، يحافظون على أمن المجتمع ويندودون عن حياض الوطن.

المشكلات التي تواجه الإعلام الديني:

ضعف المنهج الإسلامي عند بعض العاملين في المؤسسات الإعلامية الإسلامية، وضعف الاختراق الإعلامي لغير المسلمين، وضمور جانب التخصص النوعي في الخطاب الإعلامي الإسلامي، والهجمة الشرسة الإعلامية الغربية على الإعلام الإسلامي، وسيطرة رؤوس الأموال المالكة للقنوات ومحاولة التدخل في شئونها. ومن المشكلات الأساسية التي تواجه الإعلام الديني، مشكلة الخلط بين الدين والعلم وادعاء القدرة على شفاء الأمراض وعلاج السحر والعين وإخراج الجن وتفسير الأحلام، كما أدى الخلط بين الإعلام الديني والدعوة الدينية إلى اختزال الإعلام في دوائر محدودة جعلته يقتصر على مخاطبة فئة محددة من الناس، فالإعلام الإسلامي يتطور يوماً بعد يوم، ويكتسب الخبرات، ولنتحدث على مستوى الفضائيات والإذاعات ، فقبل ثلاث عقود من الزمان الإذاعات الإسلامية تعد على الأصابع، وأما الفضائيات فلم يكن هنالك إعلام فضائي إسلامي.

الإذاعة الدينية:

تتنوع الإذاعات الدينية، يمكن تناول بعضها على النحو الآتي:

- **الإذاعات الإسلامية:** أنشئت عديد من الإذاعات الإسلامية من أكبرها مؤسسات منظمة إذاعة الدول الإسلامية ولها أهداف عديدة، وقد أنشئت بموافقة من المؤتمر السادس لوزراء خارجية الدول الإسلامية، ومن هذه الأهداف؛ نشر الدعوة الإسلامية، وإبراز أهمية التراث، العمل على نشر اللغة العربية لغير الناطقين بها، إبراز الصورة الصادقة المشرفة والحقيقية للأمة الإسلامية، تصحيح الصورة الخاطئة التي يحملها الغرب عن المسلمين. ومن نماذج الإذاعات الدينية الإسلامية: برنامج دنيا ودين، وبرنامج حقائق شبهات، وأحاديث الصباح الدينية، والتي كانت تُقدم من البرنامج العام، برنامج نور التلاوة والذي كان يقدم من صوت العرب، وكانت إذاعة الشعب تُقدم فقرة دينية كل مساء فيها القرآن الكريم والحديث النبوي.

- **الإذاعات المسيحية:** اللجنة الاعلامية التابعة للكنيسة مسؤولة عن الاعلام الديني المسيحي الذي بدأ مع بداية التسعينات، وكل المؤسسات الاعلامية الكاثوليكية تعمل تحت سقف مجلس الاساقفة الكاثوليك في لبنان، كما أن هناك اتفاق مع الدولة على إعطاء موجة من تلفزيون لبنان وإذاعة لبنان من أجل إذاعة وتلفزيون مسيحي، وهما: تبلي لوميار وإذاعة صوت المحبة. بالتالي العلاقة بين المؤسسات الاعلامية الدينية المسيحية والدولة قائمة على تدبير غير مقنن حتى اليوم، كما أن دور الإعلام المسيحي الذي يهدف ويساهم في نشر ثقافة السلام وتعزيز القيم الإنسانية والدينية والحوار بين الاديان. ومن الإذاعات الدينية المسيحية: راديو المحبة، وإذاعة صوت الرب، وإذاعة الكتاب المقدس، والراديو القبطي، وإذاعة صوت الغفران.

التلفزيون الديني:

ومع أن للتلفاز آثار إيجابية تتمثل في تدعيم ثقافة المشاهد بما يقدمه من مواد إخبارية وثقافية، إضافةً إلى البرامج الدينية والجهود التعليمية الارشادية. فقد شهد الإعلام الفضائي الديني العربي توسعاً هائلاً خلال بضع سنين، لا على صعيد عدد القنوات المتخصصة فيه والتي تجاوز عددها التسعين قناة فضائية فحسب، وإنما أيضاً على صعيد التطور المهني والأدائي في أساليب التقديم والإخراج وصيغ وأشكال التعبير عن المضمون الذي يتصف بخصوصية التناول للموضوعات المقدسة. واليوم لا تكاد دولة عربية واحدة مستثناء من حجم ونوع هذا الاهتمام من الفضائيات أو البرامج الدينية المتخصصة، فمعظم الدول العربية تقريباً لديها فضائيات تتخصص بتلاوة القرآن الكريم مثلما لديها فضائيات دينية تتوزع موضوعاتها على الأحاديث والبرامج والمحاضرات والأناشيد الدينية والبرامج الدينية والفتاوى وغيرها.

الفرق بين القنوات الجامعة والدينية المتخصصة:

توجد مجموعة من الفروق بين القنوات الجامعة والدينية المتخصصة، يمكن تناولها على النحو الآتي:

✓ معظم القنوات الجامعة تستهل إرسالها بآيات قرآنية كريمة، تتبعها أدعية وابتهالات أو أحاديث نبوية، ويختتم إرساله بنفس التراتبية، فيما يشبه العادة أو العرف في التلفزيونات الفضائية العربية، مشرقاً ومغرباً، قد لا تشذ على ذلك إلا بعض القنوات ذات الإرسال المستمر، والتي تضطر أحياناً إلى بعض التنويع للحيلولة دون بروز الملل في المضمون الواحد.

✓ كما أن معظم هذه القنوات تكون أسبوعية يوم الجمعة لتقديم بعض البرامج ذات الطبيعة الإرشادية، إضافةً إلى ذلك، نجد بها برامج خاصة بالإرشاد الديني والأخلاقي، تغذي الهدف الدعوي في الدين، وهي مساحات تلفزيونية، إما حوارية أو خطابية، يقع فيها التذكير بأهم سمات أخلاق المسلم الحميدة، والنهي عن المعاصي، استناداً إلى القرآن الكريم والسنة النبوية.

✓ وهذه القنوات تعتمد، في المناسبات الدينية الكبرى تحديداً، إلى بث أو إعادة بث أفلام تاريخية، ذات صبغة دينية أو تراثية أو تسجيلية، تُجسد لشخصيات دينية مهمة، أو لأحداث مفصلية كان لها وقع كبير على الإسلام وعلى المسلمين.

✓ أما القنوات الدينية المتخصصة، فإن بنية شبكتها البرمجية، غالباً ما تكون تشكيلة من مواد وبرامج دينية، معالجة بأساليب مختلفة، ومرتكزة حول جانب واحد أو جوانب عدة في الدين، حسب درجة التخصص.

وظائف الخطاب الديني في وسائل الإعلام:

تعدد وظائف الخطاب الديني في وسائل الإعلام، أبرزها الآتي:

وظيفة التعليم: أي تعليم أفراد المجتمع أمور دينهم، وهي وظيفة نبيلة حيثُ يسمح تأديته عبر وسائل الإعلام من توسيع نطاقه، وتمكين الجمهور من حفظه وإعادته في الوقت الذي يناسبهم.

وظيفة التوعية والإرشاد: تُساهم هذه الوظيفة في تحقيق التوازن للمسلم بين متطلبات الانغماس في الواقع المعيش والذي يندفع شيئاً فشيئاً نحو الماديات.

الوظيفة الاجتماعية: وذلك من خلال تعليم الفرد القيم الاجتماعية المنصوص عليها في الإسلام.

وظيفة بناء الاتجاهات وتعديلها أو تغييرها: تؤدي وسائل الإعلام دوراً بارزاً في تكوين اتجاهات الجمهور نحو مختلف القضايا، فهي منبر واسع لعرض مختلف القضايا ومناقشتها؛ مما يسمح بتكوين الآراء وتعديلها أو تغييرها.

سمات الخطاب الديني:

1. خطاب متشنج يضيق بالآخر ويتمحور حول الذات.
2. يتضح لمن يتتبع أنواع القنوات الفضائية الدينية في المشهد الفضائي العربي، يجد أنها والقنوات الغنائية والموسيقية تكاد تنقسمان المرتبة الأولى في عدد الفضائيات المتخصصة.
3. هذا الخطاب يأخذ أسلوب مهاجمة فقه الآخر والتقليل من أهميته، لذلك هو في غالبه هجوم ثم ردة فعل مع استثناءات قليلة في الفضائيات التي تعتمد بشكل رئيس على بث التلاوات القرآنية.

نماذج للخطاب الديني:

من نماذج الخطاب الديني، ما يلي:

خطبة الجمعة بالتلفزيون: حيث يقرأ القرآن أحد مشاهير القراء ثم يؤدي خطبة الجمعة وصلاتها أحد العلماء المختارين، ويستدعي ذلك أن يكون الخطيب محل ثقة وكفاءة عالية.

الأحاديث الدينية التلفزيونية: والتي تعتمد على استضافة بعض العلماء المتبحرين في الدين وي طرح أمامهم قضية أو موضوع معين يتحدثوا فيه. ومن أبرز هذه البرامج: نور على نور، في نور القرآن، أقوال الرسول، من هدي النبوة، ندوة العلماء، والدين والحياة.

وعلى الرغم من أن الجميع ينادي ليل نهار بتجديد الخطاب الديني، فإننا نجد الجرعة التي تُقدم في وسائل الإعلام من برامج دينية أقل بكثير من أن نقوم بهذا الدور، ما جعلها تحتاج إلى تجديد وتطوير في الشكل والمضمون وزيادة مساحة البث.

انتهى