دراسة تحليلية لآراء التربويين والإعلاميين حول طبيعة العلاقة بين الإعلام والتربية وسبل تدعيمها

د. محمد محمود العبدالغفور

- دكتوراة أصول التربية من جامعة «لوكس» المملكة المتحدة ١٩٨٨
- مدرس بقسم الأصول - كلية التربية/ جامعة الكويت.

دراسة تحليلية لآراء التربويين والإعلاميين حول طبيعة العلاقة بين الإعلام والتربية وسبل تدعيمها

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة وتحليل آراء القائمين على التربية والإعلام حول طبيعة وأهمية العلاقة بين التربية والإعلام وكيف السبيل إلى تدعيم هذه العلاقة. ولقد تكونت عينة الدراسة من مجموعة عشوائية من التربويين وأخرى من الإعلاميين داخل ميادين العمل، حيث تم استلام ٢٢٤ استجابة من ٢٥٠ استبانة تم توزيعها. وقد اشتملت الاستبانة على أربعة مجالات تمثل الأسس للإعلام التربوي وهي كالتالي:

المجال الأول: المفهوم والأهداف والتخطيط.

المجال الثاني: التدريب والتأهيل.

المجال الثالث: المدرسة وحاجتها إلى الإعلام.

المجال الرابع: التلفزيون والوسائل الإعلامية وحاجتها إلى التربية.

وقد أشارت النتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذه الدراسة إلى أن هناك اتفاقاً كبيراً من قبل العينة حول أهمية العلاقة ما بين الإعلام والتربية وذلك كان واضحا من خلال المتوسطات المرتفعة لاستجابة أفراد العينة.

ومن خلال المقارنة ما بين رأي الإعلاميين والتربويين اتضح أن هناك ٩ بنود حققت اختلافا ذا دلالة من مجموعة ٣٧ بندا مما يؤكد على أن مساحة الاتفاق بين الفريقين أكبر بكثير من مساحة الاختلاف.

وعلى ضوء النتائج تم التوصل إلى مجموعة من التوصيات التي من شأنها أن تدعم الإعلام التربوي في الكويت.

المقدمة:

التنشئة الاجتماعية كوظيفة تربوية كانت مسؤولية الآباء والمعلمين والكبار وذلك من خلال تحويل نتائج خبراتهم إلى قواعد وأنماط سلوكية تؤثر بشكل مناسب في نمو الطفل. إلا أننا اليوم نجد أن هناك وسائط تربوية أخرى تقوم بتلك الأدوار، بل ربما تفوق قدرة الوسائط التربوية التقليدية في التأثير على

شخصية الطفل. لقد أصبح مفهوم «تفتيت الخبرة» fragmentation of exerience من المفاهيم الشائعة في أدبيات اجتماعيات التربية، وهو المفهوم الذي يشير إلى تزاحم وتداخل وتنافس العديد من الأوساط التربوية وتفتت الخبرة التربوية فيما بينها، مما كان له أكبر الأثر في إضعاف الدور التقليدي للمدرسة، ومن ثم المناداة بضرورة التنسيق والتعاون والتناغم بين هذه الأوساط التربوية المختلفة. ومن أبرز هذه الوسائط أجهزة الإعلام التي تعد اليوم أقوى وسيط تربوي فعال يؤثر على كل من الصغار والكبار في مجال بث القيم وتغيير الاتجاهات بما ينعكس سلبيا أو إيجابيا على الأنماط السلوكية السائدة في المجتمع.

وقد ازدادت فعالية هذا الوسيط في عصرنا الحالي بعد الثورة التي حدثت في وسائل الإتصال والتكنولوجيا على نحو حوَّل عالمنا المعاصر إلى ما يشبه قرية إلكترونية صغيرة تتداخل فيها المؤثرات الثقافية العالمية على نحو لم يسبق له مثيل، مما أدى إلى تحقيق تقارب كبير بين الأفراد على هذه البسيطة.

إن هذا التطور في أجهزة الإتصال الجماهيرية أدى إلى سيطرة وسائل الإعلام وتمكنها من تشكيل الفرد والتأثير على قيمه ومعتقداته، الأمر الذي يتطلب منا المزيد من الاهتمام بتوجيهها والإطمئنان على سلامة مضامينها ومقاصدها. إننا نعيش اليوم مرحلة من التطور والتغيير تفرض علينا إعادة تشكيل تعليمنا وإعلامنا ليحفظ لنا قيمنا وهويتنا وثقافتنا ولا يأتي ذلك إلا من خلال إعداد التربوي الإعلامي، والإعلامي التربوي الذي يحقق في عمله التنسيق والتكامل بين المجالين لإيصال الرسالة التربوية وإبلاغها للمستقبل في الوقت والشكل الذي يحقق أهدافها.

مشكلة البحث:

نظراً لأهمية الدور الذي تقوم به كل من التربية والإعلام في بناء الفرد والمجتمع، فإن الضرورة تدعونا لإيجاد نوع من التكامل والتنسيق فيما بينهما

حتى نضمن إيجابية التأثير على الفرد والمجتمع. إلا أن الكثير من المفكرين والتربويين وحتى أولياء الأمور يشعرون بوجود فجوات بين التربية والإعلام من حيث الاتصال والتنسيق ومن حيث مدى الوعي بإمكانات التكامل والتعاون بينهما. ويتضح هذا في كثير من الكتابات المتخصصة* والندوات وكتابات الصحف وبرامج الإذاعة والتلفزيون بدولة الكويت.

وللتدليل على ذلك فإنه تجدر الإشارة إلى دراسة قام بها الباحث بعنوان «تحليل مضمون برامج الأطفال على القناتين الأولى والثانية لتلفزيون الكويت»** والتي كان من أبرز نتائجها أن برامج الأطفال في تلفزيون الكويت ليس من أهدافها غرس منظومة القيم التي تسعى وزارة التربية لغرسها في أطفال المدرسة، بل إنه في كثير من الأحيان تسعى تلك البرامج التلفزيونية إلى إظهار القيم السلبية أكثر من إظهارها للقيم الإيجابية، الأمر الذي يدعو إلى ضرورة إيجاد قنوات اتصال ما بين الإعلاميين والتربويين. وعليه فإن هذه الدراسة تمثل محاولة للتعرف على آراء وتصورات التربويين والإعلاميين حول الصورة المثلى لتحقيق إعلام تربوي يتم فيه التكامل والتنسيق بين المؤسسات التربوية والإعلامية المختلفة.

أهداف الدراسة وأسئلتها:

تهدف الدراسة إلى معرفة وتحليل آراء التربويين والإعلاميين حول طبيعة العلاقة ما بين الإعلام والتربية وسبل تدعيمها لتكوين شخصية مؤمنة بالله عز وجل وما شرعه لنا ومنتجة ومطورة لذاتها ولمجتمعها.

ولتحقيق مثل هذا الهدف تسعى الدراسة إلى الإجابة على الأسئلة التالية:

---

* انظر الدراسات السابقة.

** دراسة غير منشورة.

١ ـ ما مدى الحاجة إلى تحديد مفهوم وأهداف للإعلام التربوي عند أفراد العينة؟

٢ ـ ما مدى حاجة القائمين على العمل التربوي والإعلامي للتدريب لممارسة إعلام تربوي ناجح؟

٣ ـ ما حاجة المدرسة والتربية بشكل عام إلى الإعلام؟

٤ ـ ما حاجة التلفزيون والإعلام بشكل عام إلى التربية؟

٥ ـ ما مدى الاتفاق بين التربويين والإعلاميين حول الأسس التي يبنى عليها الإعلام التربوي؟

منهج الدراسة:

ستتبع الدراسة المنهج الوصفي القائم على وصف وتحليل واقع الإعلام التربوي وذلك من خلال إستجابات العينة، بالإضافة إلى ذلك سوف تحدد الاحتياجات الضرورية لتدعيم العلاقة ما بين الإعلام والتربية في المجتمع الكويتي.

تحديد المفاهيم:

التربية: ويقصد بها تلك العملية المقصودة التي يتم من خلالها تنمية الشخصية الفردية الإجتماعية إلى أقصى درجة تسمح بها إمكاناتها وقدراتها[١].

الإعلام: ويقصد به توجيه الأفراد عن طريق تزويدهم بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق المؤكدة التي تساعدهم في تكوين رأي صائب[٢].

الإعلام التربوي: ويقصد به الاستفادة من تقنيات الاتصال وعلومه من أجل تحقيق أهداف التربية[٣].

الأدبيات والدراسات السابقة:

يرتبط الإعلام بالتربية ارتباطا وثيقا حيث لا يمكن لأحدهما التخلي عن الآخر. ويمكن الإشارة إلى هذه العلاقة والإرتباط من خلال الأرضية المشتركة التي تجمع ما بين الاثنين فالتربية والإعلام، كل منهما، يهتم بسلوك الفرد وتوجيهه، وأن كلاً منهما يهدف إلى مساعدة الفرد على التكيف مع الحياة، بالإضافة إلى أن كل منهما يعتبر عملية تفاهم واتصال[٤].

ويرى كشك[٥] أن هناك تشابهاً كبيراً بين ما يحدث في التربية وفي الإعلام. فالتربية عملية اتصال يتوفر فيها المرسل (المدرس) والمستقبل (الطفل أو التلميذ) لنقل الرسالة (المنهج) ويتم استخدام أكثر من وسيلة لنقل هذه الرسالة مثل السبورة، اللوحة الورقية، المجسمات والأفلام.

ويشير Dominick[٦] أن الإعلام هو استخدام القنوات الإعلامية مثل التلفزيون والراديو والصحف والأفلام لنقل الرسالة (التربوية) والتي سيشترك في إنتاجها الأفراد والمنظمات والسياسات والتقنية.

وفي مناقشة أثارها Hodge وTripp[٧] في العلاقة ما بين الإعلام والتربية أكدا على أن التلفزيون والمدرسة ليسا متغيرين منفصلين عن بعضهما، كأن نقول بأن التلفزيون سيىء أو جيد للتعليم المدرسي، إنما هناك علاقة قوية ما بين الإثنين ولا بد من أن يلعب التلفزيون دوراً مكملاً لما يقوم به النظام المدرسي في المجتمع. فالتلفزيون لا يخرج عن كونه جهازا تربويا لكن السؤال هو ماذا يعلمنا هذا الجهاز؟

ويرى Good lad[٨] أن الإعلام والصحافة بالتحديد تساهم في عملية

التربية بشكل يفوق التصور، فهو يفتح آفاقاً جديدة عند الأطفال، ويقدم لهم بدائل تعليمية، ويثير ويحفز القدرة النقدية عندهم بالإضافة إلى أنه يجعلهم في اندماج مع أفكار المجتمع.

وينظر Graggs[٩] إلى الإعلام التربوي على أنها الأداة التي سوف يتعامل معها الطفل في المستقبل بعد انتهائه من التعليم النظامي، فالفرد في هذه المرحلة يعتمد في تربيته على التلفزيون والصحافة والراديو والأفلام ويجمع منها المعلومات أكثر من غيرها، فتدريب الطفل على كيفية توظيف المعلومة التي تخرج من الإعلام وفهم مغزاها يعتبر مهما جدا لتنمية فهمه وتوسيع مداركه في حاضره ومستقبله.

أما حسين[١٠] فقد أكد على أن الاهتمام بالبعد البشري هو هدف كل من الإعلام والتربية وذلك للرقي بعملية التنمية الشاملة في المجتمع. فالتربية تسعى إلى رفع مستوى التعليم والمهارات لدى العنصر البشري، والإعلام - من جانب آخر - هو تعجيل وتيسير التغير الاجتماعي البطيء (طويل الأمد) الذي يساهم في رفع معنويات الأفراد وتوجيه الطاقات البشرية اللازمة للتنمية الشاملة.

هذه الأرضية المشتركة ما بين الإعلام والتربية تؤكد على أن هناك أهدافا ومجالات عمل مشتركة والتي يتطلب تحقيقها تعاونا وتنسيقا وتكاملا بين كافة العملين في كل من الميدانين.

ويواجه الباحث في مجال الإعلام التربوي مشكلة «ندرة» الدراسات حيث أنه ليس من الميسور العثور على كتابات تحت هذا العنوان نظراً لحداثة الموضوع. وأفضل ما كتب في هذا المجال هو مجموعة من الأوراق التي قدمت في ندوة «ماذا يريد التربويون من الإعلاميين» والتي عقدت تحت إشراف مكتب التربية العربي ١٩٨٥، وسوف نعرض بعض هذه الدراسات وغيرها.

في دراسة الغنيم[١١] أكد على ضرورة أن يحدد التربويون ماذا يريدون من أنفسهم أولا ليتسنى لهم بعد ذلك مطالبة الآخرين بما فيهم الإعلاميين المساهمة

في عملية التربية. وقد أشار إلى أن محور عمل التربية هو الإنسان: قيمه وعاداته وسلوكه وتطلعاته وقدراته ومهاراته، وحيث أن الإنسان العربي يواجه تحديات كثيرة وكبيرة، فإنه مطلوب من التربية أن تزوده بما يضمن له المواجهة الناجحة في هذه المعركة.

ثم حدد المطالب التربوية من الإعلاميين على النحو التالي:

١ ـ توحيد الأفكار حول الإنسان العربي المسلم الذي تسعى التربية والإعلام لبنائه.

٢ ـ إشعار الإعلاميين أنهم تربويون في نفس الوقت، حيث إن كل إعلامي حريص على أن تحدث رسالته الأثر المنشود في سلوك المستقبل.

٣ ـ التأكيد على أن الإعلام سلاح ذو حدين إن لم يحقق المنفعة فقد يحقق المفسدة.

٤ ـ ترشيد اتجاهات الطلبة نحو التعليم الفني والمهني من خلال الإعلام.

٥ ـ الحاجة إلى تآزر الجهود بين التربية والإعلام تجاه الأطفال حيث إن الطفل سريع التأثر بالوسائل الإعلامية خاصة في المراحل المبكرة قبل دخوله المدرسة. أما الكبار وخاصة الأميون منهم فسيكون للإعلام دور كبير في إيجاد التقارب بينهم وبين مجتمعهم من خلال ربطهم بالأهداف والاتجاهات العامة للمجتمع.

وفي دراسة للغنام[١٢] أشار الباحث إلى أن النظام الإعلامي الدولي يعيش في مشكلة المفارقات بين أجزائه، مما يؤثر سلبا على حرية المعلومات وعلى عدالة توزيعها، وعلى سهولة تداولها والإفادة منها، وتوظيفها لخدمة أهداف التنمية وتعزيز الذاتية الثقافية للشعوب والأمم النامية، حيث إن النظام الإعلامي الدولي تحكمه اعتبارات دولية سياسية واقتصادية واجتماعية تجعله وجها آخر للنظام الاقتصادي الدولي، ثم قدمت الدراسة مقارنة بين علاقة الإعلام والتعليم في الدول المتقدمة وبين علاقة الإعلام والتعليم في العالم العربي.

وأوضح الباحث في هذا الصدد ثلاث مدارس فكرية:

المدرسة الأولى: تنادي بأسقاط دور المدرسة التقليدية وإحلال وسائل الإعلام محلها.

المدرسة الثانية: تنادي بتجديد المدرسة بنية وأسلوبا باستيعابها للتقنيات الجديدة المستخدمة في الإعلام.

المدرسة الثالثة: تنادي بتنمية التعاون والتكامل بين جهود الإعلام وجهود التعليم.

ثم تحدثت الدراسة عن واقع العلاقة بين نظم التعليم والإعلام في معظم الدول العربية، وأكدت على أن ما يقدمه الإعلام للتعليم ما زال قليلاً قياساً إلى إمكانات نظم الإعلام وإلى المطالب التربوية الملحة والكثيرة كما ونوعاً للأمة العربية بالإضافة إلى ذلك أكدت الدراسة أن المادة التعليمية والإعلامية الموجودة حالياً مشوبة بالنقل وعدم الملاءمة والحشو والسطحية التي تزيد الفرد سلبية واسترخاء بدلا من أن تنمي عقله وشخصيته على النحو الذي يجعله قادرا على مواجهة تحديات الحياة وتطويرها. وأوصت الدراسة بضرورة إيجاد عمل مشترك منظم ما بين التعليم والإعلام يحكمه دستور ويوجهه تنظيم ديمقراطي واحد.

في دراسة للباحث Hafiz[١٣] وهي بعنوان «الدور الممكن للتلفزيون التربوي في التعليم العالي وتنمية الموارد البشرية للمملكة العربية السعودية»، أشار إلى أن الاحتياج المتزايد للمملكة من الموارد البشرية المدربة لتحقيق تنمية اقتصادية شاملة يجعل الحاجة ماسة إلى التفكير في إيجاد مصادر أخرى بديلة. ومن أبرز هذه المصادر البديلة لتنمية هذه الموارد البشرية هو عن طريق الإعلام وبالتحديد التلفزيون.

وقد مسحت الدراسة العديد من تجارب الدول المتقدمة والنامية والتي تستخدم الإعلام كمورد للطاقات البشرية مثل اليابان وفرنسا وبريطانيا والولايات المتحدة وألمانيا وغيرها.

وقد تم التوصل في هذه الدراسة إلى إمكانية الاستفادة من هذه التجارب وتطوير برنامج للتعليم العالي بما يتناسب مع ظروف المملكة العربية السعودية وهو ما يسمى بالجامعة المفتوحة والتي يتلقى الطالب فيها منهجه من خلال التلفزيون وبعض الوسائل الإعلامية الأخرى.

وفي هذا المجال توصي اليونسكو UNESCO (١٤) بنشر التعليم الفني والتكنولوجي، وبجعل التعليم الجامعي ميسراً لمن يرغب فيه ليس فقط داخل الحرم الجامعي، بل كذلك للذين تمنعهم المسافة عن الدخول أو حتى هؤلاء الذين تم رفضهم لمجرد أن الجامعة قد اكتفت بأعداد المقبولين.

أما البدر(١٥) فقد قام بمسح لواقع «الإعلام التربوي في دول الخليج مفهومه، أهدافه، ممارسته» ومدى التنسيق ما بين وزارات التربية في تلك الدول لتحقيق أهداف الإعلام التربوي وجاءت النتائج كالتالي:

إن دول الخليج لم تتفق على هدف واحد من مجموعة الأهداف التي حددها الباحث. إلا أن أعلى هدف تم الإتفاق عليه (٢٠٪) هو تبسيط وتداول المفاهيم التربوية والتفاعل معها، ثم غرس القيم والمبادىء والمفاهيم الإسلامية في نفوس النشء (١٥٪) ونشر وتعميق الوعي التربوي الوطني والقومي بين الطلبة والمعلمين وأولياء الأمور (١٥٪) والتغطية الإعلامية المتوازنة لمختلف جوانب العملية التربوية والتعليمية (١٥٪) مما يؤكد على عدم وضوح مفهوم الإعلام التربوي لدى المخططين في وزارات التربية في دول الخليج العربية حيث ينظر إليه باعتباره نشاطا من أنشطة العلاقات العامة.

ويشير الباحث إلى أن ما يتم ممارسته في دول الخليج من الإعلام التربوي لا يتعدى في أحسن صوره ٣٠٪ من الجهود المبذولة وهذا غير كاف للإستفادة من إمكانات الإعلام لتعزيز الجهود التربوية والإستفادة من إمكانات التربية لترشيد محتوى الإعلام.

ثم أعطى الباحث صوراً من صور التكامل ما بين الإعلام والتعليم وساق

بعض الأمثلة العملية، فعن طريق الإستعانة بإمكانات الإعلام يمكن الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المواطنين داخل وخارج المدرسة. وعن طريق حيوية البرامج الإعلامية وجاذبيتها يمكن تقديم المواد الدراسية التي تتصف بالجمود، وعن طريق أساليب الديكور والإخراج يمكن قتل عامل الملل أثناء عرض بعض المناهج الدراسية في المدارس، وعن طريق الإستعانة بنجومية بعض رجال الأعمال وجاذبيتهم يمكن تقديم بعض المناهج التعليمية.

خلاصة الدراسات السابقة

من خلال ما تم عرضه في الدراسات السابقة يمكن أن نصل إلى الخلاصة التالية:

١ ـ أن التربية والإعلام مجالان يسعيان لخدمة الإنسان والإرتقاء بشخصيته.

٢ ـ من الضروري أن يحدد التربويون ماذا يريدون من أنفسهم أولا داخل العملية التربوية ثم تحديد ماذا يريدون من الإعلاميين.

٣ ـ القاسم المشترك بين الإعلام والتربية كبير ويتطلب من أعضاء الفريقين التعاون لتغطية هذا الجانب بنجاح.

٤ ـ التكامل ما بين التربية والإعلام مطلوب لبناء الإنسان، وفي حالة غياب مثل هذا التكامل سيكون له حتما آثاره السلبية.

٥ ـ ما يقدمه الإعلام العربي للتعليم ما زال قليلا قياسا إلى إمكانات نظم الإعلام.

٦ ـ المادة التعليمية الموجودة (رغم ندرتها) مشوبة بالنقل وعدم الملاءمة والسطحية التي تزيد الفرد سلبية.

٧ ـ البحث عن مصادر بديلة للموارد البشرية المدربة، وخير بديل لذلك هو الإعلام التربوي.

٨ ـ فيما يتعلق بدول الخليج، فإن ما يمارس من الإعلام التربوي لا يتعدى في أحسن صوره ٣٠٪ من الجهود المبذولة.

عينة الدراسة:

نظرا لكون الموضوع يجمع بين تخصصين هما التربية والإعلام، فقد اقتصرت العينة على التربويين والإعلاميين، وتم توزيع ٢٥٠ استبانة عشوائيا على عاملين بالتدريس والإدارة المدرسية والتربوية بوزارة التربية وعاملين بتلفزيون وإذاعة الكويت والصحافة والمسرح وأعضاء هيئة التدريس بكلية التربية - جامعة الكويت وكلية التربية الأساسية بالهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب وقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الكويت. وقد استلم الباحث ٢٢٤ استبانة بعد الإجابة عليها استبعد منها ١٣ استبانة، لتكون عينة البحث ٢١١ مفحوصا (١٠٥) من التربويين و(١٠٦) من الإعلاميين. انظر توزيع العينة في جدول (١).

جدول رقم (١)

يبين توزيع العينة حسب طبيعة الوظيفة والجنس والمؤهل والدرجة العلمية

طبيعة الوظيفة	تربوية		إعلامية		المجموع
	١٠٥		١٠٦		٢١١
الجنس	ذكر		أنثى		المجموع
	١٥٤		٥٧		٢١١
المؤهل	تربوي	إعلامي		غير ذلك	المجموع
	١٠٠	٥٨		٥٣	٢١١
الدرجة العلمية	ما دون الجامعي	جامعي		عليا	المجموع
	٣٧	١٤١		٣٣	٢١١

بناء الأداة:

قام الباحث بتصميم أداة البحث (الإستبانة) لقياس مدى وجود الحاجة إلى بعض العناصر التي يشكل مجموعها الإعلام التربوي وذلك بناء على واقع المجتمع الكويتي، واحتوت الإستبانة على المجالات الآتية:

- المجال الأول: المفهوم والأهداف والتخطيط: وقد تناول هذا المجال البنود التالية: (١-٥)، (٦-٩)، (١٠-١٥) على التوالي.
- المجال الثاني: التدريب والتأهيل: تناول هذا المجال البنود: (١٦-٢٠).
- المجال الثالث: المدرسة وحاجتها إلى الإعلام: تناول هذا المجال البنود من: (٢١-٢٧).
- المجال الرابع: التلفزيون والوسائل الإعلامية وحاجتها إلى التربية: تناول هذا المجال البنود من (٢٨-٣٧).

وقد تضمنت المجالات المذكورة مجموعة من العبارات للتعرف على آراء المستجيبين وذلك من خلال استخدام مقياس مدرج من ١-٥ يمثل الفئات التالية:

(أوافق بشدة)	(أوافق)	(لا أدري)	(غير موافق)	(غير موفق بشدة)
٥	٤	٣	٢	١

صدق الأداة:

بعد تصميم الإستبانة بشكلها الأولى، قام الباحث بعرض تلك الأداة على مجموعة من المحكمين* مجال التربية والإعلام وبالتحديد كلية التربية (قسم أصول التربية - قسم المناهج وطرق التدريس) كلية التربية الأساسية، وقسم الإعلام - كلية الآداب. طلب من المحكمين إبداء آرائهم وملاحظاتهم من منظورهم

* د.عبدالكريم الخياط، د.صالح الراشد، د.جاسم الكندري (كلية التربية - جامعة الكويت)، د.فكري شحاته، د.محمد المأمون (كلية التربية الأساسية)، د. محمد المنصف الشنوفي (قسم الإعلام - جامعة الكويت).

التخصصي تجاه مجالات وبنود الإستبانة ومدى ارتباطها بالإعلام التربوي. وفي ضوء استجابات وردود المحكمين قام الباحث بإعادة صياغة الإستبانة لتصبح بشكلها النهائي.

ثبات الأداة:

تم الحصول على ثبات الاستبانة باستخدام معادلة كودر رتشاردسون ٢١، وقد استخدمت البيانات المستمدة من رأي العينة الكلية وذلك في كل مجال من المجالات الأربعة، وكانت معاملات الثبات على النحو التالي:

المجال الأول: المفهوم والأهداف والتخطيط (٠,٧٩)
المجال الثاني: التدريب (٠,٦٥)
المجال الثالث: المدرسة وحاجتها إلى الإعلام (٠,٧٢)
المجال الرابع: التلفزيون وحاجته إلى التربية (٠,٦٩)

يتضح من معادلات الثبات التي حصلنا عليها أنها تمثل مستويات مناسبة للدراسة، خاصة إذا علمنا أن المعادلة المستخدمة من المعادلات المتشددة.

المعالجة الإحصائية:

ثم استخدام برنامج SPSS لمعالجة البيانات الإحصائية وقد تم عرض البيانات في جداول تبين المتوسطات والإنحرافات المعيارية. أما بالنسبة للمعلومات الشخصية فقد استخدمت الأرقام والنسب المئوية. كذلك تم استخدام اختبار (ت) (T.TEST) للتعرف على الدلالة الإحصائية لفرق الإستجابات ما بين التربويين والإعلاميين.

تحليل النتائج

تم تحليل استجابات العينة من خلال استخدام الأساليب الإحصائية التي تتناسب مع طبيعة المتغيرات المستخدمة (جدول رقم ٢)، وسوف يتم عرض النتائج تبعا لأسئلة البحث على النحو التالي:

جدول رقم (٢)
يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية لاستجابات العينة وترتيب البنود داخل كل مجال

العبارة المجال الأول: المفهوم والأهداف والتخطيط	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
١- هناك حاجة إلى تحديد مفهوم الإعلام التربوي في المجتمع الكويتي.	٤,٦٣٠	٠,٥٤٨	١
٢- الإعلام التربوي هو عبارة عن وضع الامكانيات الإعلامية في خدمة التربية.	٤,٢٠٠	٠,٨٠٥	٧
٣- الإعلام التربوي هو عبارة عن وضع التربية في خدمة الإعلام.	٢,٩٦٦	١,٢٥٩	١٣
٤- الإعلام التربوي هو عبارة عن تعاون المؤسستين الإعلامية والتربوية في بث الرسالة التربوية.	٤,٥٦٧	٠,٧٠٤	٢
٥- ليس هناك علاقة ما بين وظيفة الإعلام ووظيفة التربية.	١,٥٣٤	٠,٨٧٩	-
٦- هناك حاجة إلى تحديد أهداف للإعلام التربوي في المجتمع الكويتي.	٤,٤٢٧	٠,٦٩٦	٥
٧- أهداف الإعلام يجب أن تكون هي نفسها أهداف التربية.	٣,٠٥٧	١,٣١٤	١٢
٨- أهداف الإعلام يجب أن تكون مختلفة تماما عن أهداف التربية.	٢,٠٤٣	١,٠٩٧	١٤
٩- أهداف التربية وأهداف الإعلام يجب أن تكون متكاملة.	٤,٤٤٨	٠,٧٣٢	٤
١٠- هناك حاجة إلى تشكيل لجنة عليا للتخطيط للإعلام التربوي في المجتمع الكويتي.	٤,٢٨٦	٠,٩٠٩	٦
١١- هناك حاجة إلى وضع استراتيجية تربوية عامة للمجتمع توجه جميع المؤسسات الاجتماعية ذات الدور التربوي (مثل المسجد والنوادي والإعلام)	٤,٤٦٩	٠,٧٩٤	٣
١٢- هناك حاجة إلى تخصيص ميزانية مستقلة لهذه اللجنة.	٤,٠٥٢	٠,٨٩٨	١١
١٣- هناك حاجة إلى تحديد خطوات عمل إجرائية في ضوء أهداف يتفق عليها.	٤,١٨٢	٠,٨٠٠	٨
١٤- هناك حاجة إلى تحديد إدارة مختصة لتنفيذ خطوات العمل داخل وزارة الإعلام.	٤,١٠٠	٠,٨٤٤	١٠
١٥- هناك حاجة إلى تحديد إدارة مختصة لتنفيذ خطوات العمل داخل وزارة التربية والتعليم العالي.	٤,١٥٢	٠,٨٢٢	٩

العبارة المجال الثاني: التدريب والتأهيل	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
١٦- هناك حاجة إلى تنظيم برامج تدريبية لإعداد الإعلامي التربوي للعمل في وسائط الإعلام المختلفة.	٤,٤١٢	٠,٧٠١	٢
١٧- هناك حاجة إلى برامج تدريبية لإعداد التربوي الإعلامي للعمل في المؤسسات التربوية المختلفة.	٤,٢٩٤	٠,٧٣٦	٤
١٨- هناك حاجة إلى عقد لقاءات بين العاملين في مجال التربية لتحقيق مزيد من التعاون والتكامل.	٤,٤١٧	٠,٥٨٣	١
١٩- هناك حاجة إلى إيجاد مقرر دراسي تحت عناون (الإعلام التربوي) في جامعة الكويت يخدم طلبة التربية وقسم الإعلام فيها.	٤,٤٠٣	٠,٧٤٦	٣
٢٠- هناك حاجة إلى إنشاء شعبة للإعلام التربوي بكلية التربية - جامعة الكويت.	٤,١٣٣	٠,٩٧٢	٥

المجال الثالث: المدرسة والمؤسسات التعليمية

٢١- هناك حاجة إلى التعريف بالوسائل الإعلامية التي تعين التربويين على إيصال رسالتهم.	٤,١٥٦	٠,٧٨٠	٣
٢٢- هناك حاجة إلى إشراك الإعلاميين في وضع المنهج المدرسي.	٣,٤١١	١,٢٧٢	٥
٢٣- هناك حاجة إلى تحديد دور التربويين في تحقيق أهداف الإعلام التربوي.	٤,٠٨٥	٠,٨٢٩	٤
٢٤- هناك حاجة إلى إيجاد قناة تلفزيونية تعليمية تخدم المنهج أثناء الدوام المدرسي.	٣,٩٦٧	١,٢٧٠	٥
٢٥- هناك حاجة إلى إنشاء قناة تلفزيونية تعليمية تخدم المنهج خارج الدوام المدرسي.	٤,٢٩٢	٠,٩٠٧	٢
٢٦- هناك حاجة إلى إنشاء وسائل ءعلامية (خاصة بالمدرسة) مثل دائرة تلفزيونية مغلقة، إذاعة مدرسية، صحيفة مدرسية، مسرح.	٤,٤٠٣	٠,٨١٩	١
٢٧- هناك حاجة إلى إجراء دراسات وبحوث لمعرفة مدى استخدام المدرسة لوسائل الاتصال المختلفة لايصال المنهج المدرسي.	٣,٧١٨	١,١٩٠	٦

العبارة المجال الرابع: التلفزيون والوسائل الإعلامية	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
٢٨- هناك حاجة إلى تحديد الأولويات التربوية التي ينبغي التعبير عنها إعلاميا.	٤,١٧٥	٠,٨٨٠	٤
٢٩- هناك حاجة إلى إشراك التربويين في اختيار البرامج الإعلامية.	٤,١٥٦	٠,٨٦٧	٥
٣٠- هناك حاجة إلى تحديد دور الإعلاميين في تحقيق أهداف الإعلام التربوي.	٤,٠٩٠	٠,٦٨٩	٦
٣١- يمكن الاستفادة من البرامج التربوية القائمة في وسائل الإعلام في الدول العربية.	٣,٧٤٤	١,٠٣٣	٧
٣٢- هناك حاجة إلى إقامة مشاريع وبرامج تربوية من خلال مراكز إنتاج تعليمية وتربوية محلية.	٤,٢٧٨	٠,٧٢٠	٣
٣٣- هناك حاجة إلى زيادة البرامج التربوية العامة خارج نطاق المنهج المدرسي في تلفزيون الكويت.	٤,٢٨٤	٠,٧٢٧	٢
٣٤- هناك حاجة إلى إجراء بحوث ودراسات لمعرفة التأثير (الإيجابي والسلبي) لوسائل الإعلام على النشء في المجتمع الكويتي.	٤,٦١٦	٠,٥٦٩	١

المجال الخامس: تقويم دور الإعلام التربوي

٣٥- الإعلام الحالي يخدم التربية بشكل جيد.	٢,٣٢٩	١,٠١١٦	-
٣٦- الإعلام الحالي لا علاقة له بالتربية.	٣,٠٢٤	١,٤٣٣	-
٣٧- الإعلام الحالي يتناقض مع وظيفة التربية في المجتمع.	٢,٩٧٦	١,٣٣٦	-

١- الحاجة إلى تحديد مفهوم وأهداف للإعلام التربوي:

لمعرفة مدى الحاجة إلى تحديد مفهوم الإعلام التربوي تم تحليل استجابات أفراد العينة من خلال أخذ المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية. وقد وجه سؤال مباشر إلى أفراد العينة حول المفهوم، حيث أظهرت البيانات متوسطا حسابيا مقداره (٤,٦٣٠) ترى فيه العينة ضرورة تحديد مفهوم الإعلام التربوي وماذا يقصد به، وتعد هذه القيمة عالية بدرجة ملحوظة.

وللوصول إلى مفهوم يمكن أن نعتمد عليه من خلال هذه الدراسة طرحت الإستبانة بعض المفاهيم للإعلام التربوي والتي يتم تداولها بين الإعلاميين والتربويين فجاءت الاستجابات على النحو التالي:

- أجابت العينة بمتوسط (٤,٢٠٠) أن الإعلام التربوي هو عبارة عن وضع الإمكانيات الإعلامية في خدمة التربية.

- بينما انخفض المتوسط في العبارة التي تليها إلى (٢,٩٦٦) والتي يرى فيها المستجيبون بأن الإعلام التربوي هو وضع التربية في خدمة الإعلام.
- إلا أنه في العبارة الرابعة أصبح هناك شبه إتفاق ما بين أفراد العينة على أن الإعلام التربوي هو عبارة عن تعاون المؤسستين الإعلامية والتربوية في بث الرسالة التربوية وذلك بمتوسط (٤,٥٦٧)، حازت على الترتيب الثاني في المجال الأول.

ويشير هذا التباين إلى مدى الحاجة إلى تحديد دقيق لمفهوم الإعلام التربوي كخطوة أولى وأساسية لتضافر جهود كل من التربويين والإعلاميين في هذا المجال.

أما ما يتعلق بالأهداف؛ تؤكد العينة على أن هناك حاجة إلى تحديد أهداف للإعلام التربوي وذلك بمتوسط (٤,٤٢٧). أما بالنسبة لمحتوى هذه الأهداف، فقد أكدت العينة (متوسط ٣,٠٥٧) أن أهداف الإعلام يجب أن تكون هي نفسها أهداف التربية، في مقابل (متوسط ٢,٠٤٣) يرى بأن أهداف الإعلام يجب أن تكون مختلفة تماما عن أهداف التربية، وكان التأكيد الغالب (متوسط ٤,٤٤٨) أن أهداف التربية وأهداف الإعلام يجب أن تكون متكاملة، بمعنى أن يغطي الإعلام ما لا تستطيع التربية أن تغطيه نحو غاية واحدة.

أما ما يتعلق بالتخطيط للإعلام التربوي؛ فالنتائج تشير إلى تأكيد العينة على أن هناك حاجة له. حيث حازت جميع العبارات من (١٠-١٥) على متوسط أعلى من (-٤) وهي بالتحديد تشكيل لجنة عليا (٤,٢٨٦) ووضع استراتيجية توجه المؤسسات الاجتماعية (٤,٤٦٩) وميزانية مستقلة (٤,٠٥٢) وتحديد خطوات عمل إجرائية (٤,١٨٢) وتحديد إدارات عمل مختصة في وزارة الإعلام (٤,٠٠) ووزارة التربية (٤,١٥٢). وتشير هذه النتائج إلى وجود قناعة عالية لدى أفراد العينة بأهمية وحيوية الإعلام التربوي ومن ثم ضرورة اتخاذ العديد من التدابير التي من شأنها تدعيم رسالة ودور الإعلام التربوي.

٢ - حاجة العاملين في القطاعين التربوي والإعلامي إلى التدريب:

أظهرت النتائج أهمية الجانب التدريبي لدى أفراد العينة بشكل عام، حيث نالت جميع بنوده متوسطات عالية، ونالت العبارة التي تحث على عقد اللقاءات ما بين الإعلاميين والتربويين لتحقيق التعاون والتكامل على المرتبة الأولى من بين بنود

هذا الجزى (متوسط ٤,٤١٧). كذلك أظهرت العينة أهمية أكبر لتدريب الإعلامي لكي يكون تربويا (بمتوسط ٤,٤١٢)، بينما تدريب التربوي لكي يكون إعلاميا بمتوسط أقل (٤,٢٩٤)، وجاء ترتيب العبارات الأخرى على النحو التالي:

- إيجاد مقرر دراسي تحت عنوان (الإعلام التربوي) في جامعة الكويت يخدم طلبة كلية التربية وقسم الإعلام فيها (٤,٤٠٣).
- بينما الحاجة إلى إنشاء شعبة للإعلام التربوي متوسط (٤,١٣٣).

٣- حاجة المدرسة والتربية بشكل عام إلى الإعلام:

أظهرت النتائج إلى أن العينة ترى ضرورة إنشاء وسائل إعلامية خاصة بالمدرسة (مثل دائرة تلفزيونية مغلقة) وذلك بمتوسط (٤,٤٠٣) وهي قيمة عالية. كذلك ترى العينة أن هناك حاجة إلى إنشاء قناة تلفزيونية تعليمية تخدم المنهج المدرسي خارج أوقات الدوام المدرسي بمتوسط (٤,٢٩٢)، وبمتوسط أقل أظهرت العينة الحاجة إلى تعريف التربويين بالوسائل الإعلامية التي تعينهم داخل المدرسة (٤,١٥٦)، وجاء ترتيب بقية العبارات كالتالي:

٢٣- تحديد دور التربويين في تحقيق أهداف الإعلام التربوي (٤,٠٨٥)
٢٤- إيجاد قناة تلفزيونية تعليمية تخدم المنهج أثناء الدوام المدرسي (٣,٩٦٧)
٢٧- إجراء دراسات وبحوث لمعرفة مدى استخدام المدرسة لوسائل الاتصال المختلفة لإيصال المنهج المدرسي (٣,٧١٨)
٢٢- إشراك الإعلاميين في وضع المنهج المدرسي (٣,٤١١)

٤- حاجة التلفزيون والإعلام بشكل عام إلى التربية:

أظهرت النتائج إلى أن العينة ترى ضرورة إجراء بحوث ودراسات لمعرفة التأثير (الإيجابي أو السلبي) لوسائل الإعلام على النشء وذلك بمتوسط (٤,٦١٦) وهي قيمة تعد عالية وبشكل ملحوظ.

كذلك ترى العينة الحاجة إلى زيادة البرامج التربوية العامة خارج نطاق

المنهج المدرسي في التلفزيون بمتوسط (٤,٢٨٤)، والحاجة إلى إقامة مشاريع وبرامج تربوية من خلال مراكز إنتاج تعليمية وتربوية محلية بمتوسط متقارب (٤,٢٧٨). وجاء ترتيب البنود الأخرى على النحو التالي:

٢٨- تحديد الأولويات التربوية التي ينبغي التعبير عنها إعلاميا (٤,١٧٥)
٢٩- إشراك التربويين في اختيار البرامج الإعلامية (٤,١٥٦)
٣٠- تحديد دور الإعلاميين في تحقيق أهداف الإعلام التربوي (٤,٠٩٠)
٣١- الاستفادة من البرامج التربوية القائمة في وسائل الإعلام في الدول العربية (٣,٧٤٤)

الدور التربوي للإعلام الحالي:

طرحت الاستبانة في آخر بنودها ثلاثة أسئلة تهدف إلى تقويم دور الإعلام تربويا في المجتمع الكويتي. ولقد جاءت النتائج لتشير إلى أن هناك عدم رضا من قبل العينة عن ذلك الدور، حيث سجلت تلك العبارات أقل متوسط مقارنة مع باقي بنود الاستبانة، وهي كالتالي:

(٣٥) الإعلام الحالي يخدم التربية بشكل جيد (٢,٣٢٩)
(٣٦) الإعلام الحالي لا علاقة له بالتربية (٣,٠٢٤)
(٣٧) الإعلام الحالي يتناقض مع وظيفة التربية في المجتمع (٢,٩٧٦)

وهذه النتائج تشير إلى أن هناك قصورا وضعفا في العلاقة ما بين التربية والإعلام، الأمر الذي يؤكد الحاجة إلى دعم هذه العلاقة.

٥- مدى الاتفاق بين التربويين والإعلاميين حول الأسس التي يبنى عليها الإعلام التربوي:

أوضحت النتائج أن هناك فروقا في المتوسطات المعيارية بين التربويين والإعلاميين تجاه بنود الاستبانة، ولمعرفة ما إذا كانت تلك الفروق ذات دلالة إحصائية تم حساب قيم (ت) فكانت النتيجة كالتالي (جدول رقم ٣):

جدول رقم (٣)

يوضح الفروق ما بين آراء التربويين والإعلاميين تجاه بنود الاستبانة باستخدام اختبارات T-TEST

المجال الأول: المفهوم والأهداف والتخطيط

العبارة	التربويين		الإعلاميين		قيمة «ت»	مستوى الدلالة
	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري		
١- هناك حاجة إلى تحديد مفهوم الإعلام التربوي في المجتمع الكويتي.	١,٥٩٠٥	٠,٦٠٠	١,٦٦٩٨	٠,٤٩٢	١,٠٥	غير دال
٢- الإعلام التربوي هو عبارة عن وضع الامكانيات الاعلامية في خدمة التربية.	٤,٢١١٥	٠,٧٠٦	٤,١٨٨٧	٠,٨٩٦	١,٥٥	غ.د
٣- الإعلام التربوي هو عبارة عن وضع التربية في خدمة الإعلام.	٣,١٢٥٠	١,٢٢٠	٢,٨٠٥٨	١,٢٨٤	١,٨٢	غ.د
٤- الإعلام التربوي هو عبارة عن تعاون المؤسستين الإعلامية والتربوية في بث الرسالة التربوية.	٤,٦٤٧٦	٠,٥٨٨	٤,٤٨٥٧	٠,٦٩٨	١,٦٧	غ.د
٥- ليس عناك علاقة ما بين وظيفة الإعلام ووظيفة التربية.	١,٥٠٠٠	٠,٨٠٠	١,٥٦٧٢	٠,٩٥٢	٠,٥٥	غ.د
٦- هناك حاجة إلى تحديد أهداف للإعلام التربوي في المجتمع الكويتي.	١,١٠٩٥	٠,٦٦١	١,١١٢١	٠,٧٢١	٠,٢٥	غ.د
٧- أهداف الإعلام يجب أن تكون في نفسها أهداف التربية.	٢,٢٨١٠	١,٢٠٨	٢,١٢١٦	١,٢٢٢	,٨١	غ.د
٨- أهداف الإعلام يجب أن تكون مختلفة تماما عن أهداف التربية.	٢,٠٢٨٦	١,١٠٥	٢,٠٥٦٦	١,٠٩٤	٠,١٩	غ.د
٩- أهداف التربية وأهداف الإعلام يجب أن تكون متكاملة.	٤,٤٥٢٩	٠,٦٨١	٤,٤٤٢٤	٠,٧٨٢	٠,٠٨	غ.د
١٠- هناك حاجة إلى تشكيل لجنة عليا للتخطيط للإعلام التربوي في المجتمع الكويتي.	٤,٤١٢٥	٠,٦٤٨	٤,١٦٠٤	١,٠٩٧	٢,٠٢	٠,٠٥
١١- هناك حاجة إلى وضع استراتيجية تربوية عامة للمجتمع توجه جميع المؤسسات الاجتماعية ذات الدور التربوي (مثل المسجد والنوادي والإعلام)	٤,٥٤٢٩	٠,٧٧٢	٤,٢٩٦٢	٠,٨١٢	١,٢٤	غ.د

تابع المجال الأول: المفهوم والأهداف والتخطيط

العبارة	التربويين		الإعلاميين		قيمة «ت»	مستوى الدلالة
	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري		
١٢- هناك حاجة إلى تخصيص ميزانية مستقلة لهذه اللجنة.	٤,٧١٤	٠,٧٢٧	٢,٩٣٢٢	١,٠٢١	١,٩٢	٠,٠٥
١٣- هناك حاجة إلى تحديد خطوات عمل إجرائية في ضوء أهداف يتفق عليها.	٤,٢٠١٩	٠,٧١٦	٤,١٦١٩	٠,٨٧٨	٠,٢٦	غ.د
١٤- هناك حاجة إلى تحديد إدارة مختصة لتنفيذ خطوات العمل داخل وزارة الإعلام.	٤,١٠٥٨	٠,٦٨١	٤,٠٩٤٢	٠,٩٨١	٠,١٠	غ.د
١٥- هناك حاجة إلى تحديد إدارة مختصة لتنفيذ خطوات العمل داخل وزارة التربية والتعليم العالي.	٤,١٠٤٨	٠,٧٨٤	٤,٢٠٠٠	٠,٨٥٩	٠,٨٤	غ.د

المجال الثاني: التدريب والتأهيل

١٦- هناك حاجة إلى تنظيم برامج تدريبية لإعداد الإعلامي التربوي للعمل في وسائط الإعلام المختلفة.	٤,٤٤٧٦	٠,٦٢٠	٤,٢٧٧٤	٠,٧٧٤	٠,٧٢	غير دال
١٧- هناك حاجة إلى برامج تدريبية للإعداد التربوي الإعلامي للعمل في المؤسسات التربوية المختلفة.	٤,٢٠٤٨	٠,٦٢٧	٤,٢٨٢٠	٠,٨٢٥	٠,٢١	غ.د
١٨- هناك حاجة إلى عقد لقاءات بين العاملين في مجال التربية لتحقيق مزيد من التعاون والتكامل.	٤,٤٧٦٢	٠,٥٣٩	٤,٣٥٨٥	٠,٦٢٠	١,٤٧	غ.د
١٩- هناك حاجة إلى إيجاد مقرر دراسي تحت عنوان (الإعلام التربوي) في جامعة الكويت يخدم طلبة التربية وقسم الإعلام فيها.	٤,٣٥٢٤	٠,٨٠٨	٤,٤٥٢٨	٠,٦٧٨	٠,٩٨	غ.د
٢٠ - هناك حاجة إلى إنشاء شعبة للإعلام التربوي بكلية التربية - جامعة الكويت.	٤,٠٧٦٢	٠,٩٨٧	٤,١٨٨٧	٠,٩٥٧	٠,٨٤	غ.د

المجال الثالث: المدرسة والمؤسسات التعليمية

العبارة	التربويين		الإعلاميين		قيمة «ت»	مستوى الدلالة
	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري		
٢١- هناك حاجة إلى التعريف بالوسائل الإعلامية التي تعين التربويين على إيصال رسالتهم.	٤,٠٥٧١	٠,٩١٨	٤,٢٥٤٧	٠,٦٠٢	١,٨٥	غير دال
٢٢- هناك حاجة إلى إشراك الإعلاميين في وضع المنهج المدرسي.	٢,٢٨٥٧	١,٣٩٩	٣,٥٣٨٥	١,١٢٥	١,٤٤	غ.د
٢٣- هناك حاجة إلى تحديد دور التربويين في تحقيق أهداف الإعلام التربوي.	٤,٠٢٨٦	٠,٩٢٥	٤,١٤١٥	٠,٧٢٥	٠,٩٩	غ.د
٢٤- هناك حاجة إلى إيجاد قناة تلفزيونية تعليمية تخدم المنهج أثناء الدوام المدرسي.	٢,٩٤٢٩	١,٢٢٦	٢,٩٩٠٦	١,٢٠٧	٠,٢٧	غ.د
٢٥- هناك حاجة إلى إنشاء قناة تلفزيونية تعليمية تخدم المنهج خارج الدوام المدرسي.	٤,٢٢٦٥	٠,٨٠٨	٤,٢٤٧٦	٠,٩٩٨	٠,٧١	غ.د
٢٦- هناك حاجة إلى إنشاء رسائل إعلامية (خاصة بالمدرسة) مثل دائرة تلفزيونية مغلقة، إذاعة مدرسية، صحيفة مدرسية، مسرح.	٤,٢٨٥٧	٠,٩٨٨	٤,٥١٨٩	٠,٥٨٩	٢,٠٨	٠,٠٥
٢٧- هناك حاجة إلى إجراء دراسات وبحوث لمعرفة مدى استخدام المدرسة لوسائل الاتصال المختلفة لإيصال المنهج المدرسي.	٢,٤٧٥٧	١,٢٧٥	٣,٩٥٢٨	١,٠٥٥	٢,٩٥	٠,٠١

المجال الرابع: التلفزيون والوسائل الإعلامية

٢٨- هناك حاجة إلى تحديد الأولويات التربوية التي ينبغي التعبير عنها إعلاميا.	٤,٠٥٧١	٠,٩٨٩	٤,٢٩٢٥	٠,٧٤٣	١,٩٦	٠,٠٥
٢٩- هناك حاجة إلى إشراك التربويين في اختيار البرامج الإعلانية.	٤,٢٦٦٧	٠,٧١١	٤,٠٤٧٢	٠,٩٨٩	١,٨٥	غ.د
٣٠- هناك حاجة إلى تحديد دور الإعلاميين في تحقيق أهداف الإعلام التربوي.	٤,٠٨٥٧	٠,٦٦٧	٤,٠٩٥٢	٠,٧١٤	٠,١٠	غ.د
٣١- يمكن الاستفادة من البرامج التربوية القائمة في وسائل الإعلام في الدول العربية.	٣,٨٥٧١	٠,٩٨٥	٣,٦٣٢١	١,٠٧٢	١,٥٩	غ.د

تابع المجال الرابع: التلفزيون والوسائل الإعلامية

العبارة	التربويين		الإعلاميين		قيمة «ت»	مستوى الدلالة
	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري		
٣٢- هناك حاجة إلى إقامة مشاريع وبرامج تربوية من خلال مراكز إنتاج تعليمية وتربوية محلية.	٤,٢٥٩٦	٠,٨١٢	٤,٢٩٥٢	٠,٦١٩	٠,٢٦	غ.د
٣٣- هناك حاجة إلى زيادة البرامج التربوية العامة خارج نطاق المنهج المدرسي في تلفزيون الكويت.	٤,٢٠٩٥	٠,٧٥٦	٤,٣٥٨٥	٠,٦٩٣	١,٤٩	غ.د
٣٤- هناك حاجة إلى إجراء بحوث ودراسات لمعرفة التأثير (الإيجابي والسلبي) لوسائل الإعلام على النشء في المجتمع الكويتي.	٤,٥٢٢٨	٠,٦٢٢	٤,٧٠٧٥	٠,٤٩٧	٢,٢٧	غ.د

المجال الخامس: تقويم دور الإعلام التربوي

٣٥- الإعلام الحالي يخدم التربية بشكل جيد.	٢,١٦١٩	١,٠٨٤	٢,٤٩٥٢	١,١٢٨	٢,١٨	٠,٠٥
٣٦- الإعلام الحالي لا علاقة له بالتربية.	٣,٣٠٤٨	١,٤٣٥	٢,٧٢٧٩	١,٣٧٩	٢,٩٠	٠,٠١
٣٧- الإعلام الحالي يتناقض مع وظيفة التربية في المجتمع.	٣,٢٠٩٥	١,٢٩٩	٢,٧٤٢٩	١,٣٢٨	٢,٥٧	٠,٠١

سجلت ٩ بنود فقط إختلافاً ذا دلالة بين الإعلاميين والتربويين من مجموع بنود الاستبانة (٣٧) وهو عدد لا يشكل اختلافاً كبيراً مقارنة مع مجموع بنود الاستبانة، مما يجعلنا نصل إلى نتيجة أن نقاط الاتفاق والتقارب حول الأسس التي يبنى عليها الإعلام التربوي، بين الإعلاميين والتربويين أكثر وبفارق كبير من نقاط الاختلاف، والتي انحصرت في البنود التالية قرين أرقامها:

١٠ ـ تشكيل لجنة عليا للتخطيط للإعلام التربوي.

جاء الفارق لصالح التربويين الذين بدوا أكثر اهتماما لتشكيل هذه اللجنة من الإعلاميين.

١٢ ـ تخصيص ميزانية مستقلة للجنة.

جاء الفارق كذلك لصالح التربويين الذين بدوا أكثر اهتماما لإيجاد هذه الميزانية من الإعلاميين.

٢٦ ـ إنشاء وسائل إعلامية (خاصة بالمدارس).

جاء الفارق لصالح الإعلاميين الذين بدوا أكثر اهتماما لإنشاء الوسائل الإعلامية داخل المدرسة من التربويين.

٢٧ ـ إجراء دراسات وبحوث لمعرفة مدى استخدام المدرسة لوسائل الاتصال المختلفة لإيصال المنهج المدرسي. وقد جاء الفارق لصالح الإعلاميين الذين ظهروا أكثر اهتماما لإجراء البحوث والدراسات مقارنة مع التربويين.

٢٨ ـ تحديد الأولويات التي ينبغي التعبير عنها إعلاميا.

و

٣٤ ـ إجراء بحوث ودراسات لمعرفة التأثير (الإيجابي والسلبي) لوسائل الإعلام على النشء.

جاء الفارق لصالح الإعلاميين بينما أبدى التربويين تحفظا أكبر من الإعلاميين تجاه دور الإعلام في خدمة التربية.

٣٦ ـ الإعلام الحالي لا علاقة له بالتربية.

و

٣٧ ـ الإعلام الحالي يتناقض مع التربية.

في العبارتين جاء الفارق لصالح التربويين الذين ظهروا أكثر انتقادا من الإعلاميين الذين حاولوا الدفاع عن الدور الذي يقومون به في خدمة التربية.

مناقشة النتائج:

١- المفهوم والأهداف والتخطيط:

دلت نتائج الدراسة على أن هناك حاجة ماسة لتحديد مفهوم الإعلام

التربوي في الكويت بالإضافة إلى تحديد أهداف واضحة تبنى على ذلك المفهوم وخطة تفصيلية لتحقيق تلك الأهداف. وهذا ما أكدته الدراسات السابقة وخاصة دراسة البدر(٦)، وقد يرجع ذلك إلى الإفتقار أصلاً إلى فلسفة وأهداف تربوية عربية واضحة المعالم (١٠) والإفتقار العام أيضا إلى فلسفة وأهداف إعلامية عربية واضحة المعالم (١١) الأمر الذي أدى إلى عدم وجود مفهوم واضح وأهداف محددة للإعلام التربوي.

وهذا الجزء من الإستبانة (المفهوم، الأهداف، التخطيط) يمثل الأساس العام لموضوع الإعلام التربوي، والإجابة عليه تأتي بمثابة المقترح الذي يمكن أن يرقى بالإعلام التربوي في المجتمع الكويتي. فقد أجمع المستجيبون على أن الإعلام التربوي هو عبارة عن تعاون المؤسستين الإعلامية والتربوية في بث الرسالة الإعلامية (٤,٥٦) وقد أكد على هذه العبارة كلا الفريقين من التربويين (٤,٦٤٧) والإعلاميين (٤,٤٨٥) وهذا الاتفاق من شأنه أن يختصر الطريق في تحقيق التكامل والتنسيق فيما بينهم. وقد تكرر هذا الإتفاق حول أهداف «الإعلام التربوي» حيث رأى الفريقان على أنها يجب أن تحقق التكامل ما بين الإعلام والتربية؛ التربويون (٤,٤٥١) الإعلاميون (٤,٤٤٣). ثم الإتفاق في طريق تحقيق هذه الأهداف في المجتمع الكويتي من خلال العبارة -١١- والتي ترى بأهمية وضع استراتيجية تربوية عامة للمجتمع تدخل معها جميع المؤسسات التي لها علاقة بالتربية والإعلام معا بما في ذلك النوادي وجمعيات النفع العام والمسجد.

والمسجد، بشكل خاص، يعتبر بيئة تربوية هامة في المجتمع المسلم باعتبار أنها تنمي الجانب الروحي والعقلي والبدني والإجتماعي والنفسي وغيرها من الجوانب المهمة للشخصية المسلمة. بالإضافة إلى ذلك فهو مؤسسة إعلامية لها منبرها الإعلامي وخاصة من خلال خطبة الجمعة، فالمسجد إذا مثال مصغر لمكان يتم فيه التنسيق ما بين الإعلام والتربية.

٢- التدريب:

ولضمان نجاح عملية التنسيق ما بين الإعلام والتربية تأتي الحاجة إلى التدريب في مجال التربية والإعلام معا. وقد أكدت العينة على أهمية هذا الجانب والحاجة له، وخاصة فيما يتعلق باللقاءات بين التربويين والإعلاميين (٤,٤١٧) لتبادل وجهات النظر ونقل خبرات كل طرف إلى الآخر خاصة وأن مثل هذه اللقاءات ليست بحاجة إلى إمكانيات كبيرة أو استعدادات مكلفة لكنها كفيلة بتحقيق نوع من التقارب لإنجاح عملية التنسيق بين الإعلام والتربية.

والتدريب نوعان، الأول قبل الدخول في الخدمة أي قبل الحصول على شهادة التخرج، والثاني بعد الدخول في الخدمة لضمان الوقوف على كل ما هو جديد في مجال الإعلام التربوي للخريجين وهو يمثل استمرارية التعليم. وتأكيدا لذلك يرى العويني (١٢) أن الكوادر الإعلامية تعد عنصرا أساسيا في زيادة فاعلية العمل الإعلامي من عدمه، ولذلك كلما جمعت الكوادر الإعلامية بين درجة عالية من التعليم والتدريب في مجال عملها ودرجة عالية من الخبرة من خلال الممارسة كلما ساهم ذلك في زيادة كفاءة العمل الإعلامي.

وقد طرحت الاستبانة اقتراحا محددا لتحقيق جانب التدريب أثناء الإعداد (قبل الدخول في الخدمة) وهو إيجاد مقرر دراسي تحت عنوان «الإعلام التربوي» في جامعة الكويت يخدم طلبة التربية والإعلام معا. وقد نال الاقتراح استحسان المستجيبين (٤,٤٠٣).

وتشير لقاءات المسؤولين في دول مجلس التعاون في المؤتمر الخاص بالإعلام التربوي إلى أهمية وجود مثل هذا المقرر في جامعات دول الخليج، حيث أنها جميعا تفتقد هذا المقرر(١٤).

٣- حاجة المدرسة والتربية إلى الإعلام:

استطاعت الوسائل الإعلامية المختلفة أن تصبح عنصر جذب لمستقبليها

على مختلف الأعمار وخاصة الأطفال منهم، مما جعل المشاهد - وخاصة الطفل - يجلس أمام التلفزيون الساعات الطوال دون ملل أو كلل يتلقى ما يغرس به من قيم واتجاهات يريدها القائمون على التلفزيون. وفي المقابل فإن الأسرة تعاني كل صباح من إيقاظ طفلها للذهاب إلى المدرسة التي أصبحت تمارس نوعا من الروتين الممل مع الأطفال مما يجعل دورها محدودا في التأثير على شخصيته. يشير شيكرام وآخرون(١٥) في أن الطفل يقضي طوال الست عشرة سنة الأولى من حياته في مشاهدة التلفزيون وقتا يوازي ذلك الوقت الذي يقضيه في المدرسة، ويدعم ذلك ما جاء في تقرير المركز القومي للإحصاءات التربوية في الولايات المتحدة(١٦) وذلك من خلال دراسة علمية اعتمدت على مجموعة من البيانات كان مصدرها أولياء الأمور. إن معدل مشاهدة التلفزيون للأطفال ما دون السن المدرسي (٣-٥ سنوات) هو ٣,١ ساعة في اليوم، بينما تقل كلما تقدم عمر الطفل. مما يؤكد لنا أهمية دخول عنصر الجذب الذي تتمتع به وسائل الإعلام إلى المدرسة التي أصبحت تقليدية بكل ما تحمله الكلمة من معنى.

أكد المستجيبون على أهمية وحاجة المدرسة إلى إدخال الوسائل الإعلامية مثل الدائرة التلفزيونية المغلقة، والاذاعة، والصحيفة، والمسرح إلى المدرسة (٤,٤٠٣) (الترتيب ١٠) حيث من الضروري أن يتم من خلال هذه الوسائل نقل أجزاء من المنهج المدرسي إلى التلاميذ، فالتعليم عن طريق وسائل الإعلام أصبح اليوم ضرورة حياتية لما لها من انتشار وجذب للاهتمام في المجتمع.(٢٣).

وقد كانت هناك بعض التجارب لبعض الدول العربية في تحويل بعض من أجزاء المنهج المدرسي إلى أعمال مسرحية، في مصر على سبيل المثال تم تحويل رواية (أوقات عصيبة) المقررة على طلبة الثانوية إلى مسرحية استخدمت العديد من الشخصيات الإعلامية بل إن هناك اتجاها الآن نحو ما يطلق عليه «مسرحة المناهج»، وقد اتخذت وزارة التعليم في مصر خطوات إجرائية نحو تنفيذ هذه الفكرة وتم ذلك بالفعل في بعض المقررات الدراسية وتجدر الإشارة هنا، أنه لضمان تحقق الأهداف التربوية من هذا العمل المسرحي يتحتم علينا استخدام شخصيات يمكن أن تكون قدوة للأطفال، شخصيات ذات أخلاق بعيدة عن كل ما ينافي القيم والأعراف، لا

أن تكون شخصية تتعاطى المسكرات أو المخدرات أو واقعة في المحرمات، وليس للوسائل الإعلامية داخل المدرسة (تلفزيون، اذاعة، صحافة، مسرح) دور في المنهج المدرسي فحسب، بل هناك دوراً آخر لهذه الوسائل داخل المدرسة وهو اكتشاف مواهب وميول وقدرات الطلبة الذين سيشاركون في تلك الوسائل، وهذا أمر بالغ الأهمية في العملية التربوية (٢٤).

والقنوات التلفزيونية التعليمية سواء خارج المدرسة (٤,٢٩٢) أم داخلها (٣,٩٦٧) لها دور في تغطية القصور الذي نراه داخل المدرسة وخاصة فيما يتعلق بالمدرس القادر على توصيل المعلومة ببساطة ويسر(٢٥).

٤- حاجة التلفزيون والإعلام إلى التربية:

إن غياب التنسيق والتعاون ما بين الإعلام والتربية له تأثيره على الجانبين فيما يتعلق بدورهما تجاه الأفراد ونخص منهم الأطفال. فغياب الإعلام عن التربية يجعل تقدم التربية بطيئاً وتأثيرها محدود في الطلبة. أما غياب التربية عن الإعلام فهو الأخطر، والذي من شأنه أن يجعل للإعلام تأثيرا سلبيا على الأفراد. لذلك فإن التربوي بحاجة أكبر إلى الإعلامي في سبيل أن لا يهدم البناء الذي بدأه ولا يتأثر بما يقدمه الإعلام من عروض سلبية في حال غياب التنسيق.

لذلك كانت هناك حاجة ماسة وأكيدة من قبل المستجيبين في تقويم دور الإعلام وتأثيره (الإيجابي والسلبي) من خلال إجراء البحوث والدراسات (٤,٦١٦) الترتيب (١).

وهذا ما دعت إليه الدراسات السابقة، حيث أشارت إلى أن ما يقدمه الإعلام لدعم التعليم ما زال قليلاً قياسا مع الامكانات التي يتمتع بها الإعلام(٢١). وقد نجحت بعض المجتمعات في استخدام الإعلام في حل بعض مشاكلها القومية المتعلقة بالتعليم مثل الأمية، حيث قللت من نسبتها من خلال البرامج التعليمية التي تعرض في التلفزيون وتوجه إلى فئات مختلفة من أبناء المجتمع(٢٢). وفي هذا المجال أكدت العينة على ضرورة إقامة مشاريع لبرامج تربوية من خلال مراكز إنتاج تعليمية وتربوية محلية (٤,٢٧٨) (الترتيب ٣).

وسعت الدراسة من ضمن أهدافها إلى معرفة الدور التربوي الذي يقدمه الإعلام، وذلك من خلال ثلاث عبارات وبشكل عام دلت الاستجابات على أن هناك عدم رضا من قبل العينة نحو هذا الدور. ومثال على ذلك العبارة الأولى في هذا الجزء (الإعلام الحالي يخدم التربية بشكل جيد) جاء المتوسط متدنياً (٢,٣٢٩) رغم أن التربويين هم الأكثر اعتراضا (٢,١٦١) من الإعلاميين (٢,٤٩٥).

ورغم أن الدراسة ليس هدفها الرئيسي تقويم دور الإعلام تربويا، إلا أن تلك الإجابة أعطت مؤشرا على طبيعة المادة الإعلامية التي تقدم للمستقبل والتي غالبا ما يساورها الضعف والسطحية وغلبة الجانب السلبي على الجانب الإيجابي.

ويرجع مصالحه (٢٣) ذلك إلى عدة أسباب من أبرزها هو هيمنة الإنتاج الأجنبي وكون إعلامنا يسير في اتجاه واحد، بمعنى أن السلطة السياسية هي التي تقرر ماذا يعرض في الإعلام بغض النظر عن رأي المتخصصين بما في ذلك التربويين. ويرى عزت(٢٤) أنه رغم حرص بعض المسؤولين على غرس بعض القيم الإيجابية من خلال المادة الإعلامية، إلا أن المحصلة النهائية لهذه المادة الإعلامية هو غرس الجانب العكسي للقيمة بسبب الطريقة المشوقة التي عرضت من خلالها.

٦- المقارنة بين رأي الإعلاميين والتربويين:

رغم أن مساحة الاتفاق ما بين الفئتين (الإعلامية والتربوية) أكبر من مساحة الاختلاف كما أظهرتها النتائج، حيث حققت فقط تسعة بنود من بين سبعة وثلاثون بندا، اختلافا ذا قيمة.

إلا أنه ما زالت بعض الأمور هي محل خلاف بين الفريقين، والخلاف لم يمس المفهوم والأهداف، إنما في غالبه أخذ جانب التنفيذ ومجالات الإعلام التربوي المختلفة، مما يؤكد على ضرورة إيجاد نوع من الالتقاء والتنسيق بما يتضمن ذلك من اتفاق حول وضع إطار محكم ينظم ويضبط شكل وطبيعة العلاقة فيما بينهما وكذا أولويات العمل الإعلامي التربوي والإجراءات التي يتعين اتخاذها لبلوغ أهدافه.

توصيات الدراسة:

من خلال ما تقدم من تحليل ومناقشة لنتائج الدراسة، يمكن التوصية بالآلية التالية لتحقيق إعلام تربوي أفضل:

١ ـ السعي نحو تكوين لجنة عليا للتخطيط للإعلام التربوي في الكويت تكون مهمتها تحديد مفهوم واضح وشامل للإعلام التربوي وتحدد في ضوئه أهداف الإعلام التربوي وتضع استراتيجية تربوية عامة توجه من خلالها جميع المؤسسات الاجتماعية ذات الدور التربوي بما في ذلك المسجد والنوادي.

٢ ـ إعداد دورات تدريبية للاعلاميين والتربويين لشرح مفهوم الإعلام التربوي وكيفية تنفيذه من خلال المؤسستين الإعلامية والتربوية.

٣ ـ الإسراع في إيجاد مقرر دراسي بعنوان (الإعلام التربوي) في جامعة الكويت يكون إلزاميا لطلبة التربية وطلبة قسم الإعلام.

٤ ـ إنشاء مكتب إعلامي يقوم عليه إعلاميون داخل المدرسة يساهم في عرض المنهج المدرسي بصورة شيقة وجذابة من خلال الوسائل الإعلامية المتنوعة.

٥ ـ إنشاء إدارة تربوية داخل وزارة الإعلام لتحديد الأولويات التربوية التي ينبغي التعبير عنها إعلاميا والعمل على تقويم البرامج تربويا، بحيث لا تكون معاول هدم لما تبنيه المؤسسات التربوية الأخرى في المجتمع.

٦ ـ عمل البحوث والدراسات الهادفة إلى معرفة التأثير الإيجابي والتأثير السلبي لوسائل الإعلام المختلفة على الفرد الكويتي وخاصة الأطفال منهم، في سبيل وضع الحلول المناسبة، في حالة ظهور نتائج تشير إلى الآثار السلبية.

الهوامش والمراجع

١ ـ سلطان، محمد السيد (١٩٧٩). مقدمة في التربية، دار القلم - الكويت، ص٧١.

٢ ـ إمام، إبراهيم (١٩٦٩). الإعلام والاتصال بالجماهير، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ص١٢.

٣ ـ البدر، حمود (١٩٩١). الإعلام التربوي في دول الخليج العربي، بحث مقدم إلى اجتماع مسئولي الإعلام التربوي في دول الخليج العربي - الدوحة.

٤ ـ سيد، فتح الباب عبدالحليم، وحفظ الله، ابراهيم (١٩٧٦). وسائل التعليم والإعلام، عالم الكتب، القاهرة.

٥ ـ كشك، محمد بهجت (١٩٨٤). الاتصال ووسائله في الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، ط٢.

٦ ـ Dominick, Joseph (1995). The Dynamics of Mass Communication. N.y.: Mc Graw Hill, 4th edition p.28.

٧ ـ Hodge, B. and Tripp, D (1986). Children and Television. Polity Press, p.159.

٨ ـ Goodlad, John l. (1983). [lace called school. N.Y: Mc Graw Hill, p.40.

٩ ـ Craggs, C.E.(1992), Media Education in the Primary School. Routledge, p.142.

١٠ ـ حسين، سمير محمد (١٩٨٨). الإعلام التلفزيوني الخليجي والتنمية الشاملة. جهاز تلفزيون الخليج - الرياض.

١١ ـ الغنيم، يعقوب (١٩٨٥). ماذا يريد التربويون من الإعلاميين؟. بحث مقدم إلى ندوة «ماذا يريد التربويون من الإعلاميين» - مكتب التربية العربي، الرياض.

١٢ ـ الغنام، محمد (١٩٨٥). التعليم والإعلام من أجل تربية أفضل للمواطن العربي. بحث مقدم إلى ندوة «ماذا يريد التربويين من الإعلاميين» - مكتب التربية العربي، الرياض.

١٣ ـ Hafiz, Talal K. (1976). The Potential Role of Education Instructional Television in Higher Education and Human Resources Development for the Kingdom of Saudi Arabia, Unpublished Dissertation, UMI Dissertation Services.

١٤ ـ UNESCO (1975). World Communication: A 200 Country of Press, Radio, Television and Film. Cambridge: England Gower Press.

١٥ ـ البدر، حمود، مرجع سابق، ١٩٩١.

١٦ ـ يوسف، عبدالقادر (١٩٨٥). نقد التعليم العربي المعاصر، مجلة البيان العدد ٢٣٤ سبتمبر - الكويت، (ص٤ - ص٢٩).

١٧ ـ سيف الإسلام، الزبير (١٩٨١). البحوث الإعلامية في الوطن العربي - مطبوعات المركز العربي للدراسات الإعلامية ص١٣٧.

١٨ ـ قادري، عبدالله بن أحمد (١٩٨٧). دور المسجد في التربية، دار المجتمع للنشر والتوزيع، ص٦١.

١٩ ـ العويني، محمد (١٩٧٩). الإعلام العربي - عالم الكتب - القاهرة، ص٣٦.

٢٠ ـ مكتب التربية العربي، التقرير النهائي لإجتماع مسئولي الإعلام التربوي في دول الخليج العربية المنعقد في أبوظبي في الفترة من ٣٠-٣١/ ١/ ١٩٩٤.

٢١ ـ شيكرام، ويلبور، ليل، جاك، باركر، أدوين (١٩٩٠). التلفزيون وأثره في حياة أطفالنا، ترجمة زكريا سيد حسن، الدار المصرية للتأليف والترجمة.

٢٢ ـ National Center for Educational Statistics (1992). what Young Children do At Home, Principal:, 72 (2), p21-25.

٢٣ ـ عمر، نوال محمد (١٩٨٦). الإعلام التربوي: دراسة نظرية وميدانية، مكتبة الأنجلو المصرية - القاهرة، ص٥.

AN ANALYTICAL STUDY OF OPINIONS OF EDUCATORS AND MASS MEDIA MEN CONCERNING THE RELATIONSHIP BETWEEN MASS MEDIA AND EDUCATION AND THE MEANS TO STRENGTHEN THIS RELATIONSHIP.

Dr. Mohamed Al-Abdul Ghafoor

The study aimed to analyze the opinions of those who work in the fields of education and mass-media regarding the nature and importance of the relationship between education and mass-media and how to strengthen this relationship.

The sample of the study was a group of both educators and mass-media men, 224 completed questionnaires were received from the 250 delivered to the sample.

The questionnaire included four domains to educational mass-media as follows:-

1 - Concept, aims, and planning;

2 - Training and relationship;

3 - The school and its need for mass-media;

4 - Television and mass-media means and their need for education.

Results of the study showed that there was agreement from the respondents about the importance of the relationship between education and mass-media. This was very clear from the high averages of the responses of the study sample toward the items related to this subject. Moreover, the comparison between educators' and mass-media men's opinions showed that there were just 9 items out of 37 showing significant differences. This demonstrated that the respondents agreed more than they disagreed.

From these results, the research arrived at a group of recommendations which could contribute to support and strengthen the educational mass-media system in Kuwait.