

الإعلام المدرسي في مؤسسات التعليم بين الواقع وحتمية تطوير وسائل وطرق ممارساته

د. قنيفة نورة د. روفية سعدي

جامعة أم البواقي

مقدمة:

تعد قضية التوجيه المدرسي والمهني من أهم القضايا التربوية التي تطرح ليس فقط على رجال التربية، وإنما أيضا على الإداريين ورجال السياسة، باعتبار أن التوجيه المدرسي مجموع خدمات وقائية وبنائية متنوعة تُقدم للمتمدرس بهدف الوصول به إلى تحقيق ذاته ضمن قدراته وإمكانات بيئته واعتمادا على وسائل وتقنيات موضوعية وإرشاد صحيح. كما أن عملية التوجيه أيضا تعني وضع الفرد في المكان الملائم له وسط جماعته، وبالتالي ضمان السير الجيد للعمليات الاجتماعية-الاقتصادية.

لكن عملية التوجيه المدرسي، ولكي تحقق الأهداف المسطرة لها، فهي تقوم على نشاط تربوي آخر أساسي جدا وهو الإعلام المدرسي، فلا يمكن القيام بعملية التوجيه دون إعلام إذ أنه يسبقه ويمهد لها. كما أن الإعلام المدرسي باعتباره نشاط تربوي له مصادر عديدة ومتدخلون كثرون، فإن المسؤول الأول والمباشر على النشاط بصفة رسمية هو مستشار التوجيه والإرشاد المدرسي الذي توكل له مهمة إعلام التلاميذ والأولياء ومختلف الفاعلين التربويين حول المسارات الدراسية والمهنية والتكوينات ...

تهدف عملية الإعلام المدرسي إلى تقديم رصيد إعلامي معرفي متنوع للتلميذ خاصة ليتماشى مع متطلباته وحاجاته ويساعده في اختياراته على ضوء معرفة موضوعية ودقيقة لقدراته ومحاولة التوفيق مع رغباته. كما يهدف إلى ربط التلميذ بالواقع اليومي الذي يعيش فيه ومعرفة كل مستجداته، حيث أضخى هذا الواقع يتسم بالتغيير المتسارع جدا في عصر العولمة المعرفية والجامعة الافتراضية والتقدم التكنولوجي، الذي تعرفه المجتمعات المتقدمة مما يستلزم ضرورة إعادة النظر في طرق ووسائل الإعلام المدرسي في مؤسساتنا التربوية والتعليمية لتفعيل دورها، وبالتالي ضمان توجيه سليم يحقق أهداف التربية وغاياتها لاسيما ما ارتبط بمحاولة التقليل من الهدر الاجتماعي للطاقات الفردية.

إن طرح إشكالية الإعلام المدرسي يعني الإجابة على الأسئلة المحورية التالية نظريا وواقعا

والمتمثلة في:

- ✓ ما هو واقع الإعلام المدرسي في المدرسة الجزائرية؟
- ✓ ما هي الوسائل المعتمدة في الإعلام المدرسي؟
- ✓ ما مدى فعالية الأساليب الحالية المعتمدة في الإعلام المدرسي؟
- ✓ ما هي المصادر الأساسية للإعلام المدرسي والمتدخلون فيه؟
- ✓ ما هي معوقات عملية الإعلام المدرسي؟

لنحاول تقديم اقتراحات مبدئية لمعالجة الوضع السليبي الخاص بعملية الإعلام المدرسي، ليس لكونه نشاط مستقل يقوم به المستشار فقط تقيّداً بالبرنامج السنوي المحدد لنشاطاته، ولكن كمنشأ أساسي له أبعاد وآثار كبيرة خاصة على عملية التوجيه المدرسي وإفرازاتها من تسرب ورسوب وعنف.

1- المقاربة النظرية للإعلام التربوي:

الإعلام يختلف تعاريفه يدل عموماً على نشر الحقائق والأخبار والآراء بكل موضوعية عن طريق وسائل عديدة: الإذاعة، التلفزيون، الصحافة، السينما، المحاضرات والمعارض وغيرها من الوسائل التي تجعل الإعلام ضرورياً في المجتمعات المعاصرة "كونه يهدف إلى جعل الإنسان في وضع إيصال مستمر مع البيئة والمجتمع، فعن طريق المعرفة التي يحصل عليها الإنسان ينشأ الوعي بما ينبغي عليه أن يفعل ومن ثم: يحاول تعديل سلوكه كلما زاد وعليه بالمتغيرات الواقعة حوله" (1) ولقد عدّ الإعلام لدي بعض الباحثين والشاغلين بالميدان علم لدراسة اتصال الأفراد بين بعضهم البعض، أو العملة التي يترتب عليها نشر الأخبار، والتي يشترط فيها خصائص عديدة أهمها: الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم والارتقاء بمستوى الرأي لديهم. وعليه يتضح لنا بأن الإعلام نشاط ذا أهمية كبرى في مجتمعاتنا اليوم، وذلك في شتى مجالات وميادين الحياة المختلفة وهو يسعى إلى "الرقى بالعقل الإنساني وتقديم ثقافة متميزة ومحاربة الشائعات الخرافات" (2) عن طريق استعمال مجموعة من الوسائل التي تعتمد على الصدق والصراحة في عرض الحقائق دون تحريف من خلال شرح وتبسيط المعلومات المقدمة تناسب بدورها مع كل الفئات المتلقية للإعلام...

إن التطور الهائل الذي يشهده العالم في مجال التكنولوجيا والاتصالات وفي مختلف المجالات الأخرى خلال الربع الأخير من القرن العشرين وبدايات القرن الحادي والعشرين يفرض علينا

مراجعة بعض الجوانب المتعلقة بالتربية وتصحيحها لخلق مسار نستطيع من خلاله الولوج إلى مصاف العالم المتقدم، ومن هنا ينبع دور الإعلام التربوي كهيئة تعنى توصيل الرسالة التربوية في عصر فيه الإعلام هو الوسيلة الفعالة لنشر المعرفة وتوعية الناس، إن التطوير في مجال التربية يجب أن يرافقه إعلام تربوي متميز وفعال

2-الإعلام وبعض المصطلحات المشابهة:

أدى التطور السريع في العلوم والتكنولوجيا إلى استحداث مصطلحات ومفاهيم عديدة، قد تكون متقاربة ولكنها لا تحمل نفس المعنى والمدلول، فهناك مصطلحات كثيرة متداخلة مع مصطلح "الإعلام" كونها جزء متضمن فيه أو مجال من مجالاته...وفي هذا العنصر نتطرق إلى الفرق بين الإعلام وبعض المصطلحات المشابهة له.

2-1.الاتصال:

الاتصال من أقدم أوجه النشاط الإنساني كونه سمة أساسية في هذا النشاط، وقد عرفه "كارل هولاند" إن الاتصال هو العملية التي يقدم من خلالها القائم بالاتصال منبهات لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين مستقبلي الرسالة.⁽³⁾

فالاتصال آلية من خلالها من خلالها تبني العلاقات الإنسانية وهو أشمل من الإعلام، كون الإعلام أساسا يعتمد ويقوم على عملية الاتصال والذي يشبع من خلاله الإنسان حاجات عدة: نفسية، اجتماعية ...

الإعلام هو عملية إيصال المعلومات إلى الغير عن طريق واسطة أو وسيلة مما يؤكد قولنا بأن العملية الإعلامية تقوم على الاتصال بحيث تبدأ بمعرفة الخبر ثم جمع المعلومات ثم نقلها وتحديدتها ونشرها.⁽⁴⁾

2 - 2: الإعلان:

يختلف الإعلان تماما عن مفهوم الإعلام حتى وإن كانا يستخدمان نفس الوسائل، فالإعلان هدفه تجاري من خلال الترويج عن سلع أو خدمات معينة، والمعلومة من التي يتم إعلانها قد لا تكون بالضرورة حقيقية وصادقة بالفعل لأن الهدف منها هو التأثير على سلوك المستهلكين من خلال إبراز الجانب الإيجابي والمثير للسلعة أو الخدمة في حين الإعلام لا ينشر إلا المعلومات الحقيقية والصادقة والحديثة، كونه لا يسعى إلى التأثير على سلوك المستعلم بقدر ما يرمي إلى الارتقاء به.

2- 3: الدعاية:

قد تمثل الدعاية جزء من الإعلام، ولكنها لا تدل على كلية عملية الإعلام نفسها فالدعاية بمفهومها العادي تعني نشر الأفكار والعقائد والمواقف السياسية على أوسع نطاق، بهدف إيصالها إلى أكبر عدد، ويستخدم الدعاة أفضل وسائل الاتصال والإعلام، وأكثرها قدرة على التأثير في الناس، وتمثل الدعاية إلى أبرز الوجه الجميل وإخفاء العيوب والأخطاء.⁽⁵⁾

ويستعمل الإعلام والدعاية نفس الوسائل، لكن بمختلفات في الأهداف، فلكل منها أهدافه الخاصة فالدعاية تهدف إلى التأثير الإيجابي أو السلبي على الأفراد لأغراض سياسية أو دينية أو غيرها، في حيث الإعلام له أهداف سامية وراقية لمساعدة الأفراد وإيصال المعلومات لهم.

2- علاقة الإعلام بالتربية والتعليم:

ساهم تطور الإعلام والاتصال في فتح آفاق جديدة ومضاعفة الروابط بين التعليم والإعلام، فالإعلام اليوم هو وسيلة وموضوع متضمن في التعليم في الوقت ذاته تعتبر التربية أداة لا غنى عنها لتعليم الناس كيف يتصلون على نحو أفضل وكيف يحصلون على منافع أكبر.

فالتربية لها وظائف عديدة منها الوظيفة الاجتماعية فهي وسيلة أساسية لدمج الأجيال الجديدة في المجتمع وإدخالها إليه وتكاملها مع باقي أفرادها، ولتحقيق أهداف التربية فهي أصبحت تستعين أكثر بوسائل الإعلام التي أضحت في واقع الأمر أدوات هامة في مجالي التربية والتعليم، إلى غاية أن أصبح الإعلام نفسه نظام تربوي يستجيب لمطالب التربية التي لا تقتصر على مرحلة زمنية معينة من عمر الإنسان وإنما تمتد من الطفولة إلى الكبر، ووسائل الإعلام المختلفة تعمل على نشر المعرفة الإنسانية وزيادة قدرات الإنسان على مواجهة مشكلاته ومعالجتها، فضلا عن التحقيق والتوجيه والتعارف الاجتماعي والتنشئة الاجتماعية.⁽⁶⁾

مهمة المؤسسة التربوية واسعة ومتنوعة، مما زاد في الحاجة إلى الإعلام التربوي عموما والإعلام المدرسي خصوصا، حيث المخاطبة جمهور متنوع ينحدر من بيئات متنوعة من حيث المستوى الاقتصادي والتعليمي والاجتماعي، يقصد نشر الوعي ببرامجها وتوجيهاتها وتعريف جمهورها من طلبة ومعلمين وأولياء التلاميذ وغيرهم بما يتوجب نشره ومعرفته من معلومات تربوي⁽⁷⁾.

تبدو علاقة الإعلام بالتربية والتعليم علاقة وثيقة بحيث أخذ أي نظام تربوي حالياً-لا يستطيع الاستغناء عن الخدمات التي يقدمها الإعلام لميدان التربية لتسهيل بعض الأنشطة أو سرعة إيصال المعلومات وذلك بصورة دقيقة ومبسطة.

وقد انتشر استعمال وسائل الإعلام من صحافة مدرسية ومسارح ومعارض وندوات ومحاضرات وغيرها من الوسائل التي تسعى إلى تحقيق أهداف التربية ومنفعة للفرد والمجتمع ولكن من خلال توجيه وسائل الإعلام الوجهة السليمة واستعمالها الاستعمال الأمثل، مما يلقي مسؤولية جديدة على النظم التربوية وهي مسؤولية الاستخدام الصحيح لوسائل الاتصال والإعلام في وقت توضح أخطار استعجال المعرفة السطحية المستمدة من الوسائل السمعية البصرية ومن قدرة المعالجة الآلية للمعلومات. (8)

2- مفهوم الإعلام المدرسي:

للإعلام المدرسي تعريفات عديدة نذكر منها تعريف عارف الضبع الذي عرف الإعلام المدرسي على أنه: "عملية نقل المعلومات التقنية التي تفيد التلاميذ من خلال صحف الحائط أو المجلات المدرسية... المناظرات والزيارات الميدانية والرحلات والمصنقات لتحقيق الأهداف التربوية" (9) هذا التعريف ركز أكثر على الوسائل المستعملة في الإعلام المدرسي، دون ذكر المتدخلين أو القائمين عليها، وجعل الهدف منه عام وسطحي فقد ربط هدفه بتحقيق الأهداف التربوية بصفة عامة. كما عرف الإعلام المدرسي أيضاً على أنه: "إعلام التلاميذ وكذلك المعلمين، فيما يخص نقاط القوة والضعف التي تؤثر على عملية التعلم" (10).

حسب هذا التعريف، الهدف من الإعلام المدرسي هو تقويم عملية التعلم، من خلال تحليلها وتدعيم نقاط القوة فيها ومعالجة نقاط الضعف فيما وإيجاد حلول لها، بإشراك كل من المعلمين والتلاميذ في العملية. ما يمكن قوله أيضاً عن الإعلام المدرسي بأنه يشمل كل المعلومات الخاصة بالواقع المدرسي والمهني، ويهدف إلى تنظيم وتفعيل المسار الدراسي للتلميذ بتحقيق توافق بين طموحاته ونتائج الدراسية، وتكوينه في مجال البحث الفردي والجماعي (11).

مما ذكر، نستخلص بأن الإعلام المدرسي هو نشاط تربوي يهدف إلى تزويد التلميذ بمختلف المعلومات التي يحتاجها حتى يتمكن من اختيار ما يناسبه، بناء على معطيات صادقة ودقيقة، إلا أن بعض المربين وخاصة الأولياء "يعتقدون بأن الإعلام المدرسي عبارة عن نوع من الدعاية الإشهار

لتخصصات ومهن على حساب أخرى، لذلك وجب نصحه بما يجب أن يختاره من نمط دراسي أو مهني معين دون آخر، باعتبار التلميذ مازال قاصرا ليس له القدرة والخبرة على التمييز بين ما ينفعه وما يضره". (12)

غير أن الإعلام المدرسي كما عرفنا هو عكس ذلك، فهذا الاعتقاد خاطئ، فالإعلام المدرسي نشاط تربوي منظم وممنهج يستخدم جملة من الوسائل لتحقيق الأهداف التربوية، أهمها مساعدة التلميذ على اختيار ما يناسبه من دراسة أو مهنة والوصول به إلى بناء مشروعه المستقبلي، وتمكينه من الإطلاع على كل المعلومات التي يحتاجها في أي وقت فالإعلام المدرسي إذن "يساوي تقديم المعارف الضرورية للتلميذ التي تعطي معنى لتصوراته حول نفسه، كما يكون له الإرادة على تكوين مشاريعه المستقبلية". (13)

2- أهداف الإعلام المدرسي:

يرتكز الدور التربوي للإعلام المدرسي على تحقيق الأهداف التالية:

✓ الاتصال بالتلميذ والعمل على مساهمتهم وتنمية مهاراتهم ومساعدتهم على أن يضعوا لأنفسهم أهداف تتفق مع قدراتهم واستعدادهم وميولهم، واكتشاف التلاميذ الموهوبين وقدراتهم الكامنة والعمل على تنميتها وتشجيعها، وتوجيهها الوجهة السليمة، واكتشاف ذوي الاحتياجات الخاصة والتكفل بهم.

✓ يساعد أولياء أمور الطلاب على تنمية فهمهم وإدراكهم لحاجات أبنائهم، والرد على استفساراتهم المتعلقة بالأنشطة الإعلامية وغيرها (14)

✓ الوصول بالتلميذ إلى بناء تصوره لمشروعه الخاص - المستقبلي - سواء فيما يتعلق بالدراسة أو المهنة التي يرغب في مزاومتها، من خلال تزويده بكافة المعلومات التي يحتاجها وتمكينه من اتخاذ واختيار أنسب القرارات له، في ضوء معرفته الجيدة لقدراته وإمكانياته

6- الإعلام: المدرسي في مؤسسات التعليم الجزائرية:

يعد الإعلام المدرسي وسيلة تربوية وأداة تسهم في مساعدة التلميذ على اختيار أحسن التخصصات الدراسية والمهن لبناء مشروعه الخاص.

إن عملية الإعلام المدرسي في مؤسسات التعليم الجزائرية يسهر على القيام بها بالدرجة الأولى مستشار والتوجيه والإرشاد المدرسي والمهني والمكلفون بالقيام بحصص إعلامية سواء للتلميذ أو أوليائهم في الطورين المتوسط والثانوي.

ونظرا لأهمية الإعلام المدرسي، فقد أولت الوزارة اهتمامها، وكلفة بها مستشار التوجيه من خلال من خلال مجموعة من النصوص التنظيمية والقرارات، وعلى رأسها المنشور الوزاري رقم 127 الصادر بتاريخ 13 نوفمبر 1991، وقد جاء في المادة رقم 14 منه بخصوص محور الإعلام المدرسي مايلي:

• ضمان سيولة الإعلام وتنمية الاتصال داخل المؤسسات التعليمية، وإقامة

مناوبات بغرض استقبال التلاميذ والأولياء والأساتذة

- تنشيط حصص إعلامية وتنظيم لقاءات بين التلاميذ والأولياء والمتعاملين المهنيين، وطبقا لبرنامجهم بالتعاون مع مدير المؤسسة المعنية.

- تنظيم حملات إعلامية حول الدراسة والحرف والمنافذ المهنية المتوفرة في عالم الشغل

- تنشيط مكتب الإعلام والتوثيق في المؤسسة التعليمية بالاستعانة بالأساتذة ومساعدتي التربية

وتزويده بالوثائق الإعلامية قصد توفير الإعلام الكافي للتلميذ.

من خلال المادة رقم 14 من المنشور 127 نين أهمية عملية الإعلام المدرسي بالنسبة للتلميذ وحتى الأساتذة والأولياء، من خلال المعلومات التي يوفرها في مجالات متعددة خاصة المجال المدرسي فيما يتعلق بالمواد الدراسية، مواقيتها ومعاملتها، والشعب الدراسي الجامعية فيما يتعلق بالمسار المهني ومتطلبات الالتحاق بالشعب والتخصصات في التعليم والتكوين المهني.

الإعلام المدرسي في مؤسسات التعليم الجزائرية كان يشمل الأطوال الثلاثة، الابتدائي، المتوسط والثانوي ولكن حاليا وبعض التعديلات التي شهدتها قطاع التربية ودور مستشار التوجيه يقتصر في محور الإعلام - على إعلام التلاميذ في الطورين المتوسط والثانوي فقط.

إن عملية الإعلام المدرسي في مرحلة التعليم المتوسط بدوره فئتين وهما: التلاميذ والأولياء. يقوم مستشار التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني بإعداد برنامج كل الحصص الإعلامية وفق ما تم التخطيط له في البرنامج السنوي مراعيًا في ذلك حجم المقاطعة المسندة إليه وكذلك تعداد الأفواج

التربوية في كل متوسطة هذا كله بالتنسيق مع مدير المتوسطة. وتستهدف الحصص الإعلامية في الطور المتوسط وتلاميذ السنة الرابعة متوسط.

أما فيما يخص للإعلام الموجه لتلاميذ السنة الأولى متوسط فيبرمج في الأسابيع الأولى من الدخول المدرسي كونه يهدف إلى تزويد التلاميذ بالمعلومات اللازمة حول هذا المستوى ومساعدته على التعرف على والوسط المدرسي الجديد بكل العناصر المادية والبشرية والتكيف معه.

أما الإعلام الموجه لتلاميذ السنة الثانية متوسط فهو مبرمج خلال الثلاثي الثالث ويهدف إلى تعريف التلميذ لأهمية نتائج السنة الثالثة متوسط في عملية التوجيه إلى السنة الأولى ثانوي وكذلك التعرف على الجذوع المشتركة وإجراء عملية القبول والتوجيه إلى السنة الأولى من التعليم الثانوي العام والتكنولوجي مع تنصيب بطاقة الرغبات للتلميذ وما يمكن قوله هنا بأن الحصص الإعلامية لهذا المستوى مهمة جدا في تحضير التلميذ لبناء مشروعه المستقبلي إلا أن توقيت إجراءاتها لا يتماشى و الأهداف المسطرة لها وفيما يخص إعلام تلاميذ السنة الرابعة متوسط فيكون على مرحلتين، ففي المرحلة الأولى يكون الهدف من الحصص الإعلامية هو تزويد التلميذ برصيد إعلامي ومساعدة التلميذ على التحضير النفسي والتربوي لاجتياز امتحان شهادة التعليم المتوسط وتعريفه بالتعليم الثانوي وبإجراءات القبول والتوجيه إلى التعليم ما بعد الإلزامي، وتكون هذه الحصص تذكير فقط لما يتم تقديمه في نهاية السنة الثالثة متوسط

وتبرمج هذه الحصص خلال الفصل الأول، أما الحصص الثانية فتكون خلال الثلاثي الثالث ومحورها هو التكوينات المهنية وشروط وكيفية الالتحاق بمختلف التخصصات. كما لا ننسى إعلام أولياء تلاميذ السنة الرابعة متوسط والذي يدور موضوعها حول نظام القبول والتوجيه إلى السنة الأولى ثانوي وإجراءاته ومعاييرها، كما تهدف أيضا إلى حث الأولياء على ضرورة مرافقة أبنائهم ومساعدتهم على اختيار الجذع المشترك الذي مع قدراتهم وميولهم. ورغم أهمية الحصص الإعلامية إلا أن هذا النشاط لم يلقى بعد تجاوبا كبيرا من قبل الأولياء.

7- وسائل الإعلام المدرسي:

يستخدم مستشار التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني في أداء مهمته الإعلامية مجموعة من الوسائل، وهي:

الحصص الإعلامية:

تكون هذه الحصص الإعلامية بشكل جماعي، وتقدم داخل القسم، وتكون موجهة لفوج تربوي واحد، كما يمكن أن تشمل عدة أفواج تربوية لمستوى واحد أو عدة مستويات وذلك حسب موضوع وهدف الحصة الإعلامية. وهذه الطريقة في تقديم الإعلام المدرسي، يستخدم المستشار في تنشيطها عدة وسائل مادة وبشرية، وتمثل الوسائل المادية في السبورة، الملصقات الإعلامية، والدلائل الإعلامية، المناشير الوزارية، الوسائل السمعية البصرية، أما الوسائل البشرية فتتمثل في إشراك خبراء أو مختصين في مجال معين مثلاً أساتذة جامعيين لشرح المنافذ الجامعية للشعب الدراسية، أو الاستعانة بمستشار التوجيه والاتصال لتعرف التلاميذ بمنافذ التكوين المهني.

تقديم الحصص الإعلامية لفائدة تلاميذ الثانوية أو أوليائهم يكون وفق رزنامة معدة مسبقاً تدخل ضمن البرنامج السنوي لنشاطات المستشار، ويعلم بها مدير الثانوية قبل عملية الشروع في الإعلام، وتكون أوقاتها عادة في الساعات الشاغرة للأفواج أو أمسية الثلاثاء إذا أمكن ذلك. أما بالنسبة لتلاميذ الطور المتوسط، فتعد رزنامة من قبل مستشار التوجيه بالتنسيق مع مدير المتوسطة المعنية لاختيار تاريخ مناسب لتقديم الإعلام.

كما أن الحصص الإعلامية تستهدف فئة مهمة وهي أولياء أمور التلاميذ (تلاميذ السنة أولى ثانوي، السنة الرابعة متوسط) حول المسار الدراسي للتلاميذ وإجراءات عمليتي التوجيه والظعن وإجراءاتها التنظيمية.

المقابلات الفردية:

تسمح هذه الوسيلة بتفعيل وترسيخ العلاقة بين مستشار التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني والتلاميذ وكذلك أوليائهم وحتى الطاقم التربوي الإداري. هدف المقابلات الفردية إلى دعم وإرشاد التلاميذ، والتكفل بحاجياتهم الفردية وانشغالهم الخاصة.

كما تهدف إلى إعلام أولياء التلاميذ وحثهم على مساعدة أبنائهم فيما يتعلق بأمور تدرسيهم والتي تتركز في غالبيتها على توحيد للتسجيل في الجامعة، الإرشاد البيداغوجي، الدعم النفسي، وإنشاء خلايا لاستقبالهم تتكفل بمرافقة التلاميذ والأولياء وتوجههم إلى الحلول المثلى الممكنة لكل حالة (15)

خلية التوثيق والإعلام:

كما أن الإعلام المدرسي يهدف إلى تمكين التلميذ من اكتساب مجموعة من المعارف والمعلومات التي تنمي قدراته ومهاراته وتساعد على اتخاذ قرارات سليمة لبناء مشروعه المستقبلي. ولبلوغ هذا الهدف ينبغي إعداد خطط إعلامية كفيلة بتحسين المتمدرسين عبر قنوات منها خلية التوثيق والإعلام، التي تعد مرجع توثيقي وإعلام طوال السنة في إطار الإعلام المستقر، كون هذه الخلية تعرض عليهم مختلف الوثائق الإعلامية. كما تسهل الوصول إلى مصادر الإعلام المختلفة من أجل تحسيسهم بنظام التوثيق الذاتي وتوسيع دائرة إعلامهم قصد تمكينهم من بناء مشروعاتهم المدرسي والمهني. (16)

تكون خلية التوثيق والإعلام جزء من مكتبة فيخصص لها زاوية فيه أو يتم تخصيص جناح لها في المكتبة لكي يتردد عليها التلاميذ وتكون في متناول المستعلم كلما طلبها تدعم خلية التوثيق والإعلام وتجدد من طرف إدارة المؤسسة وكذلك مركز التوجيه المدرسي والمهني، وكذلك المؤسسات الجامعية والمتعلمين المهنيين وديوان مؤسسات الشباب...

ويسهر مستشار التوجيه على حسن تنظيم الخلية وعلى عملية تجديدها من حين لآخر.

الأسبوع الولائي للإعلام:

ينظم الأسبوع الولائي للإعلام على شكل التظاهرة إعلامية تتزامن والاحتفال بيوم العلم: "16 أفريل" وهو يهدف إلى:

✓ تعريف التلاميذ والأولياء والأساتذة بمختلف الإجراءات المتعلقة بالقبول والتوجيه

✓ دعم الصلة المباشرة بين مراكز والعائلات والشباب

✓ تعريف الجمهور الواسع بنشاطات مركز التوجيه المدرسي والمهني (17)

إيصال المعلومات إلى الشباب خارج المنظومة التربوية.

ثانياً- الجانب الميداني:

1- المنهج المستخدم:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي المناسب لموضوع الدراسة، كونه يهتم بوصف الظاهرة موضوع البحث كما هي في الواقع من جميع أبعادها وصفا علميا دقيقا، ومحاولة استقصاء الحلول والتفسيرات استنادا إلى ما تتمخض عنه البيانات من نتائج.

2- عينة الدراسة:

تمثلت عينة الدراسة في جميع مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني المعينين بولاية أم البواقي، والذين بلغ عددهم 52 مستشارا ومستشارة، تم استثناء مستشارتين لانهما في عطلة أمومة.

3- أداة الدراسة:

قنا باستخدام الاستمارة كوسيلة لجمع البيانات حول الموضوع، وتعرف الاستمارة على أنها أداة بحثية شائعة الاستعمال في شتى المجالات العلمية، وتستهدف هذه الأداة جمع استجابات أفراد العينة على عباراتها أو بنودها، وهي عادة ما تستعمل في الدراسات المسحية وقياس الآراء والاتجاهات" (حسن شحاته وآخرون، 2003، ص،35). وتم تقسيم بنودها إلى المحاور التالية:

- المحور الأول: أهداف الإعلام المدرسي.
 - المحور الثاني: الوسائل المعتمدة في الإعلام المدرسي.
 - المحور الثالث: معوقات عملية الإعلام المدرسي.
- وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

الجدول الأول-أهداف الإعلام المدرسي:

النسبة	التكرار	الأهداف
20%	10	تنمية قدرة التلميذ على اتخاذ القرارات
12%	06	ربط التلميذ بالمحيط الخارجي وإعلامه بكل جديد على الصعيد المحلي والعالمي
30%	15	تعريف التلميذ بمختلف المسارات الدراسية والمهنية ومميزاتها وشروطها
06%	03	العمل على إنضاج شخصية التلميذ
14%	07	تنمية الرغبات والميول الدراسية والمهنية لدى التلميذ
10%	05	العمل على إثارة مختلف القدرات الفكرية لدى التلميذ
08%	04	مساعدة التلميذ على تمثل مشروعه الشخصي الذي بلوره
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أهداف الإعلام المدرسي تنصب أساسا على تعريف التلميذ بمختلف المسارات الدراسية والمهنية وذلك بنسبة 30 %، ومساعدته على اتخاذ أنسب

القرارات في ظل مجموعة المعلومات المقدمة له وذلك بنسبة 20 %، كما أنه يهدف إلى تنمية الرغبات والميول لدى التلميذ وتهديتها للتوفيق بينها وبين امكانياته الفعلية، ويعمل الإعلام في الوسط المدرسي على ربط التلميذ بمحيطه الخارجي بمختلف مكوناته ومجالاته: الاجتماعية، التربوية، الاقتصادية، العلمية والفكرية والاطلاع على جديدها، مما يسهم في تمثل التلميذ لمشروعه الشخصي والوصول به إلى تكوين شخصية ناضجة، غير أن هذه الأهداف في الواقع تقتصر على تعريف التلميذ بالمسارين الدراسي والمهني لتنمية قدرته على الاختيار في ظل مجموعة البدائل والاقتراحات الموضوعية أمامه.

إلا أن باقي الأهداف كما هو ملاحظ في الجدول غير محققة بنسب عالية وخاصة أن الإعلام يسعى إلى تقديم تربية إعلامية للتلميذ وتنمية حب الاستعلام لديه وقدرته على تفصي المعلومات من مصادرها وسبل تصنيفها وتنظيمها، وتحليلها للخروج بنتائج وإصدار الحكم عليها، كما أنه يهدف إلى تحصيل التلاميذ من المؤثرات الثقافية والحضارية التي تحمل معان سلبية تضر بالقيم والمعتقدات والثقافة المحلية، وتدريب التلاميذ على التفكير العلمي وحب المعرفة والقدرة على التحليل والتركيب والاستنتاج والقدرة على مواجهة الآخر واكتساب مهارات إعلامية وهذا ما يفتقر إليه الإعلام الممارس حالياً في مدارسنا.

الجدول الثاني-وسائل الإعلام المدرسي:

النسبة	التكرار	الوسائل
54 %	27	الإعلام المباشر
16 %	08	المجلات
14 %	07	المطويات والدلائل الإعلامية
00 %	00	الإذاعة المدرسية
04 %	02	شبكات الحاسب الآلي
08 %	04	الفاعلين والخبراء المهنيين والتربويين
04 %	02	المرجات الميدانية
100 %	50	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أن الإعلام المباشر أو اللقاء المباشر ه الوسيلة الأكثر استخداما في تقديم الإعلام المدرسي، وذلك بنسبة 54 %، ثم تليها المجلات بنسبة 16% ثم المطويات والدلائل الإعلامية بنسبة 14 %، أما باقي الوسائل فنسب استعمالها ضئيلة جدا بالنسبة لكل من استدعاء الفاعلين والخبراء المهنيين والتربويين والمدرسين من شتى الاختصاصات لتنظيم لقاءات إعلامية مع التلاميذ وتدعيم ما يقدمه مستشار التوجيه من معلومات تكون في الأغلب نظرية، الخرجات الميدانية للمؤسسات الاقتصادية والاجتماعية ومراكز التكوين المهني والتمهين والمعاهد، فنسبتها 04 % أما الاعتماد على خدمات الحاسب الآلي فنسبتها 04 والإذاعة المدرسية منعقدة تماما في مدارسنا. وعليه يمكن القول إن الوسائل التي تستعمل في الإعلام المدرسي في مدارسنا لازالت تنصف بالبساطة الشديدة فرغم التطور التكنولوجي وتوفر وسائل المعلوماتية الحديثة على مستوى اغلب المؤسسات التربوية إلا أن الإعلام المدرسي لا يزال يقتصر على تقديم المعلومات من خلال اللقاء المباشر أو المجلات الحائطية، كما أننا نلاحظ تراجع دور الزيارات الميدانية.

المحور الثالث-معيقات الإعلام المدرسي:

النسبة	التكرار	معيقات الإعلام المدرسي
14	07	معيقات لها علاقة بالتلاميذ
42	21	معيقات لها علاقة بظروف العمل
34	17	معيقات لها علاقة بالفريق الإداري للثانوية
10	05	معيقات لها علاقة بمستشار التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني
% 100	50	المجموع

من خلال الجدول نستنتج أن الإعلام المدرسي يواجه جملة من المعوقات متعددة المصدر، وتأتي المعوقات التي لها علاقة بظروف العمل في المرتبة الأولى بنسبة 42 %، وتمثل هذه الظروف عامة في اتساع مقاطعة التدخل المسندة لمستشار التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني فتصل أحيانا إلى 06 متوسطات مع ثانوية الإقامة أي 07 مؤسسات تعليمية، كما أن إزدواجية الإشراف المهني الذي يعاني منه مستشار التوجيه يقع عائقا أمام سير وتنظيم نشاطاته من حيث التزامه بآجال محددة من

طرف مركز التوجيه ومن جهة ثانية ارتباطه بأعمال إدارية داخل الثانوية، إضافة إلى ذلك نقص الإمكانيات والوسائل المادية وافتقار مكتب المستشار للوسائل الإعلامية التي يحتاجها وعدم تدعيمه بها، عدم وجود ساعات للحصص الإعلامية ضمن البرنامج الأسبوعي للتلاميذ، هذا وتأتي المعوقات التي لها صلة بالفريق الإداري للثانوي في المرتبة الثانية بنسبة 34 % وتشمل أساسا التدخل المستمر من طرف الإدارة في نشاطات مستشار التوجيه وتكليفه بمهام إدارية لا تدخل ضمن مهامه الفعلية، والانتقاص من قيمته ودوره في المؤسسة، نتيجة لجهل البعض لمهام المستشار.

أما في المرتبة الثالثة نجد المعوقات التي لها صلة بالتلاميذ بنسبة 14 % والتي تتمثل أساسا في عدم اكتراث التلاميذ بأمور دراستهم، وجهل بعض التلاميذ لمهام مستشار التوجيه وما يمكن أن يقدمه للتلميذ. أما في المرتبة الأخيرة نجد المعوقات التي نتصل بالمستشار في حد ذاته حيث نجد أن نسبتها 10 %، والتي تشمل قلة خبرة المستشار في مجال الإعلام وكثرة الأعمال الإدارية التي تأخذ الكثير من وقت المستشار، كما أن بعض المستشارين لا يمتلكون قدرات إعلامية كالإقناع والقدرة على إدارة الحوار والمناقشة وإيصال المعلومات للتلاميذ.

الاستنتاج:

من خلال هذه الدراسة البسيطة لواقع الإعلام المدرسي من حيث أهدافه والوسائل المستعملة فيه، ومعيقات هذا النشاط من خلال استطلاع آراء القائمين عليه وهم مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني، آخذين مدينة أم البواقي كعينة للدراسة، وبعد تحليل الاستجابات توصلنا إلى النتائج التالية:

• الإعلام المدرسي لا يعكس حقيقة أهداف الإعلام العامة لتكوين تلميذ له قدرات إعلامية والقدرة على المواجهة والعمل الجماعي، وتنمية الحس الاستعلامي لديهم من خلال عمليات التقصي والتصنيف وتحليل المعلومات.

• الوسائل المعتمدة في الإعلام المدرسي تنسم بالبساطة الشديدة والاقتصار على اللقاءات المباشرة والدلائل والمطويات الإعلامية والمجلات، خاصة أن التلاميذ لا تشدهم كثيرا الوسائل المقروءة. مع تراجع تنظيم الزيارات الميدانية إلى المؤسسات التربوية والتعليمية (الثانويات، المتاقن، الجامعات، مراكز ومعاهد التكوين المهني) والمؤسسات الاقتصادية والصناعية أي الاقتصار على تقديم المعلومات النظرية للتلاميذ.

- يواجه الإعلام المدرسي عدة معيقات، والتي نتصل بالدرجة الأولى بالظروف العامة لعمل المستشارين وعلاقتهم بالفريق الإداري للثانوية.

الاقتراحات:

- ✓ تكوين أخصائيين في مجال الإعلام المدرسي، أو بإدراج الإعلام كمحور أساسي لتكوين مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي والمهني نظريا وتطبيقيا.
- ✓ إدراج الإعلام المدرسي كنشاط ضمن التوقيت الأسبوعي للتلاميذ، مع مراعاة حجم الأعمال التي يقوم بها المستشار ومدى ثقل البرنامج السنوي له خاصة إذا كانت مقاطعة تدخله واسعة بمعنى تحقيق التوازن بين مختلف المحاور التي يقوم بها المستشار.
- ✓ إعادة النظر في أهداف الإعلام المدرسي والرفع من مستواها لترقى بمستوى التلميذ الفكري والشخصي والتربوي.
- ✓ توفير الإمكانيات المادية والتقنية لتنفيذ برامج الإعلام المدرسي لتكون فعالة أكثر وتتماشى مع التطورات المعلوماتية الجديدة وتكون في متناول التلميذ.
- ✓ عصنة وسائل الإعلام المدرسي وتويعها لتتماشى مع الممارسات العالمية للإعلام المدرسي.

المراجع:

- 1- ابن منظور: لسان العرب، دار صادر للطباعة والنشر، بيروت (لبنان)، ص 871 2- رحيمة الطيب 2- عيساني: مدخل إلى الإعلام والاتصال، ط1، جدار للكتاب العالمي وعالم الكتب الحديث، الجزائر، 2008، ص 346
- 3- إبراهيم عبد الله: مرجع سابق، ص 13
- 4- محمد أبو سمرة: الإعلام المهني، دار الراية، الأردن، 2009، ص 16
- 5- محمد الصيرفي: الإعلام التربوي تأصيله وتحصيله، دار الفكر، الأردن، 2009، ص 15
- 6- حسن عماد المكاوي: الإعلام ومعالجة المشكلات، دار الفكر الجامعي، مصر، 2009، ص 22
- 7- فارس جميل أبو خليل: وسائط الإعلام بين الكبت وحرية التعبير، دار أسامة، الأردن، 2011، ص 20
- 8- حسن طوالة: في الإعلام والدعاية والحرب النفسية، جدار للكتاب العالمي وعالم الكتب الحديث، 2006، ص 25
- 9- محمد نصر منها: فن تنظيم الإعلام، مؤسسة شباب الجامعة، القاهرة (مصر)، 2009، ص 261
- 10- نرجس حمدي وحارث عبود: الاتصال التربوي: دار وائل للنشر، الأردن، 2009، ص 156
- 11- محمد محمود ذهبية: الإعلام المعاصر، مكتبة المجتمع العربي للنشر، الأردن، 2010، ص 65
- 12- رفعت عارف الضبع: الإعلام التربوي، تأصيله وتحصيله، دار الفكر، 2009، ص 17

- 14- مديرية التقييم والتوجيه والاتصال، المديرية الفرعية للتوجيه والاتصال، دليل منهجي في الإعلام المدرسي، جانفي 2000، ص 05.
- 15- D.pemartin G.legres : les projet chez les jeunes, edi EAP, France, 1982, p 36.
- 16-مصطفى نمر دعمس: الإعلام المدرسي، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر، الأردن، 2010، ص 17
- 17- رفعت عارف الضبع: مرجع سابق، ص 93.