

البحث الحادي عشر:

سياسات الإعلام من أجل تعليم كبار هادف

إعداد:

أ / ندى بنت عبد الله بن سعود التميمي

مشرفة تربوية وباحثة دكتوراه بقسم السياسات التربوية
بكلية التربية جامعة الملك سعود بالملكة العربية السعودية

أ.د/ خليل بن إبراهيم السعادات

أستاذ بقسم السياسات التربوية بكلية التربية جامعة الملك سعود

سياسات الإعلام من أجل تعليم كبار هادف

أ / ندى بنت عبد الله بن سعود التميمي

مشرفة تربوية، وباحثة دكتوراه بقسم السياسات التربوية

بكلية التربية جامعة الملك سعود

أ.د/ خليل بن إبراهيم السعادات

أستاذ بقسم السياسات التربوية بكلية التربية جامعة الملك سعود

• المستخلص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور سياسات الإعلام وربطها بمجال تعليم الكبار، إيماناً بالدور الفاعل للإعلام في تطويع تلك السياسات لصالح تعليم الكبار والمتعلمين بما يتناسب مع احتياجاتهم وميولهم. وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها: أن تكون السياسات والتدابير التشريعية المطبقة في مجال الإعلام شاملة ومتكاملة وتكون جزء من منظومة التعلم مدى الحياة، والحرص على تعزيز التعاون بين قطاعي الإعلام والتعليم بشكل خاص وبقيّة الجهات الأخرى بالدولة، وزيادة الانضاق على البرامج التي تتعلق بتنمية القوى البشرية وتحسين مستويات الأفراد المعرفية والعملية، وتطوير مواد البرامج والأنشطة التي تحسن سبل الانتفاع للأفراد، وتعزيز ثقافة الجودة في البرامج والمواد الإعلامية المقدمة والتي تخدم مجال تعليم الكبار والتعلم مدى الحياة.

الكلمات المفتاحية: سياسات - الإعلام - تعليم كبار.

Media policies for meaningful adult education

Nada Abdullah Saud Al-Tamimi

Prof/ Khalil Ibrahim Saadat

Abstract:

The study aimed to identify the role of media policies and its relationship to adult education, believing in the effective role of the media in adapting those policies in favor of adult education and learners in proportion to their needs and tendencies. The study used an analytical descriptive approach, and indicated a number of results, including: The legislative policies and measures applied in the field of media are comprehensive and integrated and a part of the lifelong education system, enhance cooperation between the media and education sectors in particular and the other of the state, increase spending on programs that relate to the development of manpower and improve the levels of individuals cognitive and practical, development of Program materials and activities that improve the individuals benefit and promote a culture of quality in the mediaprograms and articles that serve adult and lifelong education.

Key words: politics - media - adult education

• مقدمة:

يرتبط الإعلام بحياتنا اليومية ارتباطاً وثيقاً، وغالباً ما تستخدمه الدول لتعميق أفكار معينة حول سياساتها وتشجيعها على الانتشار؛ إذا ما كان الهدف من تلك السياسات إحداث تغيير ونهضة بالبلد وتطويره. كما أن له دور كبير في تنمية كافة المستويات والقطاعات، ومن أهمها والتي تُحدث بها وسائل الإعلام دوراً كبيراً مجال التعليم بشكل عام وتعليم الكبار ومحو الأمية بشكل خاص؛ لقدرتة على الوصول لكل شرائح المجتمع وكافة أطيافه من صناع القرار إلى المتعلمين، وتفاعلهم معه ومع ما يطرح فيه من قضايا ومشكلات.

تعليم الكبار يستوعب جميع أشكال التعليم سواء الرسمية أو غير الرسمية، وقد ينظر إليه على أنه احتضان جميع قاعدة الأنشطة المحددة تبعاً لاحتياجات المجتمع، وهدفه النهائي هو تطوير العملية التي من خلالها يتعلم أعضاء المجتمع العمل معاً لتحديد المشاكل والبحث عن حلول لمثل هذه المشاكل. فتعليم الكبار يعزز تمديد تقديم الخدمات التعليمية للطلاب؛ وهذا يعني أنه يعزز توسيع فرص التعليم وتدريب الشباب والكبار بعد الانتهاء من برامجهم بدوام كامل، أو بعد انسحابهم من مثل هذه البرامج، ويركز على المرونة بدلاً من التركيز على الإجراء التقليدي لتوفير التعليم؛ من خلال هذا الحكم، يجوز للأفراد ترقية أنفسهم، وإعادة تدريب أنفسهم، أو اكتساب المعرفة في مهنة محددة (Oyebamiji, 2012).

ولكون وسائل الاتصال والإعلام أصبحت جزءاً من حياتنا اليومية، وتعليم الكبار ضرورة ملحة في مجتمعات التنمية؛ فإن العلاقة بين تعليم الكبار والإعلام يجب أن تكون علاقة تكامل، فكل منهما له دور كبير في صناعة رأي وثقافة المجتمع. كما أنه لا بد على الإعلام أن يكون تربوياً موجهاً لأفراد المجتمع يعكس منجزات التعليم ودوره الريادي في تحقيق النهضة الشاملة للأفراد وأن يكون نقده إيجابياً هادفاً لأنه مسؤولاً عن تحقيق التوعية الشاملة لأفراد المجتمع؛ وهذا ما يفسر الدور الفاعل والكبير للإعلام في تعليم الكبار من خلال تعزيز منهجيات مرنة لتوفير التعليم، ومن هذا المنطلق يتناول البحث سياسات الإعلام من أجل تعليم كبار هادف وبناء.

• مشكلة الدراسة:

يعد الإعلام أحد أبرز مؤسسات المجتمع المسؤولة عن التنشئة الاجتماعية وخدمة قضايا أفرادها، ويقع عليه دور كبير تجاه متطلبات الحياة واحتياجات الأفراد ومعالجتها بطريقة إيجابية. ولأن الإعلام بأشكاله المتعددة (التلفزيون، الإذاعة، الصحافة، مواقع التواصل الاجتماعي) قد بلغ غايات بعيدة وأصبح أكثر قوة وانتشاراً فيترتب عليه سياسات وتشريعات أكبر ومسؤوليات أكثر عمقا.

وكذلك الأفراد بحاجة إلى تعليم مستمر وارتقاء متواصل بمستوى أدائهم ليتمكنوا من مواكبة التطور السريع في عالم اليوم؛ لذا فإن تعليم الكبار بصفة خاصة بحاجة ماسة إلى سياسات إعلامية تعزز من دوره الفاعل في تحقيق التنمية المجتمعية؛ من ذلك تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة عن السؤال التالي: ما أبرز سياسات الإعلام التي تحقق تعليماً هادفاً للكبار؟

وتتفرع من هذا السؤال الأسئلة التالية:

- ◀◀ ما مفهوم سياسات الإعلام وأدوارها؟
- ◀◀ ما علاقة الإعلام بتعليم الكبار؟
- ◀◀ ما أبرز التجارب الإعلامية لتعزيز تعليم الكبار ودعمه؟
- ◀◀ كيف يمكن صياغة سياسات الإعلام من أجل تحقيق تعليم كبار هادف؟

• أهمية الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى التحدث عن دور سياسات الإعلام وربطها بمجال تعليم الكبار، حيث أن للإعلام دور إيجابي وفاعل ينعكس على هذا المجال. وتوضح الدراسة إمكانية تطويع تلك السياسات لصالح تعليم الكبار والمتعلمين لئلا تتناسب مع احتياجاتهم وميولهم، مع التركيز على آلية استخدام وسائل الإعلام لتأمين التعليم للأفراد من أجل حياة أفضل.

• منهج الدراسة:

توظف الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باستعراض أدبيات الدراسة والتي تتحدث عن سياسات الإعلام ومدى الاستفادة منها في مجال تعليم الكبار، حيث ذكرت بسيوني (٢٠٠٦) عن هذا المنهج "قدرته على وصف الجوانب المختلفة للظاهرة كما توجد في الواقع، ووصف وجمع البيانات عنها، مع تصنيفها وتنظيمها، لفهم العلاقات بينها".

• مفهوم سياسات الإعلام-أدوارها:

أضاف التطور الذي يشهده العالم اليوم مع الثورة العلمية والتكنولوجيا المعاصرة أهمية لدور الإعلام والاتصال، حيث ازدادت فعالية تلك الوسائل في حياة الأفراد والمجتمعات، وأصبح الإعلام مسؤولاً عن تحريك الاقتصاد وتشكيل الثقافة وممارسة الديمقراطية وتوجيه التنمية وتحقيق التوعية السياسية (بديع وحمزة، ٢٠٠٤).

وأكد إدريس ونور الدين (٢٠١٤) أن عصر الثورة والاتصال شمل كل ميادين وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري وحمل أبعاداً علمية، فأصبح الإعلام علماً متخصصاً بنظرياته، حيث لا يمكن القيام بأي نشاط إعلامي فاعل بدون قواعد وأسس علمية، بل من الخطأ ممارسة أي عمل إعلامي بصورة ارتجالية وعشوائية؛ من ذلك ظهر ما يسمى سياسات الإعلام والتي يتم بناءها وتحديثها تبعاً لسياسات الدول ورؤيتها.

وقد عرفت اليونسكو (UNESCO) (٢٠١٣) تبعاً لذلك السياسة الإعلامية والاتصالية بأنها مجموع المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم ومواءمة نظم وأشكال الاتصال المختلفة، على الأخص منها وسائل الاتصال الجماهيري، والأجهزة الرئيسية للمعلومات، وذلك لتحقيق أفضل النتائج الاجتماعية الممكنة في إطار النموذج السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي تأخذ به الدولة. كما تطلق السياسة الإعلامية على الإطار العام الرسمي الذي يحدد أهداف ومبادئ الإعلام في المجتمع وطرق رقابته وتقييمه، وهي جزء من السياسة العامة للدولة (وزارة الثقافة والإعلام).

وبناء على ما ذكر فإن السياسات الإعلامية لا بد أن ترتبط بعدد من الأمور، منها:

« الأهداف والمضمون والذي تتفق عليه أغلب الدول بضرورة تناولها للمشكلات الاجتماعية سواء الثقافية أو الفكرية أو السياسية أو البيئية، وكل ما يمس حياة المواطن كفرد.

« ملاءمتها لسياسات الدولة وتشريعاتها .

« تلمس حاجات الأفراد وتقديم التوعية الملائمة لهم.

« تحديد الأداء والكفاءات المناسبة لمعالجة المشكلات والقضايا وفقا للأفراد المستفيدين والمكان .

« اختيار نوع الوسيلة الإعلامية وحدودها وفق أسس علمية سليمة.

ووفقا لما سبق يمكن القول أن سياسات الإعلام هي العملية التي تترجم من خلالها الحكومات رؤيتها السياسية إلى مجموعة من القوانين والمبادرات بشكل يساهم في نقل ونشر المعرفة والأفكار والمعلومات سواء كانت مطبوعة أو مرئية، تقليدية أو إلكترونية لتحقيق الهدف المنشود.

وفي عصرنا الحديث ومع التطور العلمي والتكنولوجي اتسعت أدوار وسائل الإعلام تبعا لتعدددها، ومن أبرز تلك الأدوار كما أشارت لها محمود (٢٠١٦):

« إخبارية: تسعى إلى نقل الأخبار والأحداث والقضايا الهامة ومتابعة انعكاساتها على المجتمع.

« تثقيفية: تهدف إلى زيادة ثقافة الفرد في الإطار المجتمعي الذي يعيش فيه والمساهمة في تكوين اتجاهات الفرد حول قضايا المجتمع.

« إعلانية "تسويقية": تهتم بالإعلان عن كل ما يتعلق بالفرد من سلع وأفكار وما هو مهم في مجال العمل والتنمية والاقتصاد.

« تنموية: من خلال المشاركة في تنمية المجتمع في شتى المجالات كمحو الأمية والتوعية المجتمعية والبحث على الاجتهاد والبحث عن البدائل المتاحة لدفع عجلة التنمية وتحقيق مفهوم الإعلام التنموي.

« مجتمعية: تهتم بالقضايا المجتمعية المختلفة وتسعى إلى إيجاد حلول فاعلة لها

• علاقة الإعلام بتعليم الكبار:

للإعلام طبيعة مزدوجة تساعد على نشر وترويج الأفكار والقيم المتناقضة في آن واحد، كما أن له دور فاعل في التأثير على المتلقي؛ فهو قد يساعد على تغيير القيم والعادات والمفاهيم التقليدية. لذا فإن دوره الهام يرتبط بقدرته على تشكيل الوعي الثقافي والقيمي في المجتمع؛ ويعود ذلك للإمكانيات المتاحة أمام وسائل الإعلام لتوصيل الرسالة الإعلامية للرأي العام من مختلف الفئات الاجتماعية (حبيب، ٢٠١١). كما يقع على عاتقه دور كبير في حفز الكبار وإثارة إدراكهم حول أهمية تعليمهم من خلال تعبئة الرأي العام، والذي يعد نقطة هامة لدعم القرارات الخاصة والتقنيات المتخذة لتحقيق الهدف المنشود؛ فهو الذي يهيئ المناخ المناسب لتحويل المجتمع ويقوده نحو التقدم. وتعد التعبئة الاجتماعية أمر مهمًا للكبار خصوصًا للمستبعدين والمهمشين منهم؛ لحفزهم على التعلم وإثارة دافعيتهم والإفادة من الفرص المتاحة لهم. فقد أكد غضبان (٢٠١٥) أن التعبئة

تقوم على توظيف الموارد المالية والتقنية والعملية والإنسانية لتحقيق مصلحة جماعية، وأن تطور المجتمعات ساهم بتعبئة الجماهير بفضل وسائل الاتصال والإعلام الجديد وغيرها؛ حيث يعد مستوى الاتصال التكنولوجي فاعلاً في تغيير أساليب الإنتاج والنقل والاتصال والتوزيع وبالتالي إحداث حراك ووعي مجتمعي. كما عولجت هذه المسألة في المؤتمرات الدولية لتعليم الكبار التي رعتها اليونسكو والتي أكد أغلبها على أسلوب الحملات الإعلامية لتعزيز العمل ومحو الأمية واستغلال الموارد التعليمية المحلية بما يتلاءم مع النهج البيئي، ومن الأدوار التي قامت بها تلك المؤتمرات ما يلي (بول، ١٩٩٣):

« مؤتمر السينور ١٩٤٩: اهتم هذا المؤتمر بالتأكيد على دور الراديو والسينما والصحافة في حفز الكبار على التعليم وتقديم برامج لهم من خلال تلك الوسائل، وأكد كذلك على دور الوسائل السمعية والبصرية مثل التلفاز والأفلام السينمائية والشرائح، والملصقات والجداول التوضيحية وجهاز عرض الصور المعتمة، والمعارض وغيرها.

« مؤتمر مونتريال ١٩٦٠: كما في مؤتمر السينور اهتم المؤتمر بالوسائل الحديثة لحفز الكبار على التعلم ونحوه، لكنهم أيضاً كانوا مهتمين جداً بالمحافظة على الوسائل التقليدية والشعبية كالمرح ومسرح الدمى والدراما وغيرها لتعليم الكبار واكتساب المعارف لإمكانية وصولها لفئات عدة وبطرق بسيطة، كما عبروا في المؤتمر عن قلقهم من الاختفاء السريع للأشكال التقليدية في فترة قصيرة جداً.

« مؤتمر طوكيو ١٩٧٢: اهتم مؤتمر طوكيو بالتأكيد على أهمية التقنية مثل الراديو والتلفزيون والأشرطة في تعليم الكبار وحفزهم، إلا أن المؤتمرين أعربوا عن قلقهم الشديد من انتشار قيم هدامة من هذه الوسائل كالعنف والإباحية من خلال هذه الوسائل وبالذات التلفزيون والذي اعتبروه تحدي ثقافي. كذلك أكدوا على الأهمية الكبرى والقدرة الكامنة للراديو كوسيلة تعليمية في تعليم الكبار لوصوله لغالبية الفئات والطبقات، وتناقشوا في إمكانية إنتاج مواد إعلامية للكبار تساعد على تحفيز وزيادة التفاهم بين الدول.

« مؤتمر باريس ١٩٨٥: اهتم المؤتمرين بإضفاء صفة الاحتراف على مؤسسات تعليم الكبار، وطالبوا بإلحاح بضرورة الاهتمام بالوسائل التي تحفزهم على التعلم، وأن على هذه الوسائل والمواد الإعلامية أن تكون منسجمة مع واقع الميدان ومتطلباته، وكذلك تمت التوصية بالاهتمام باستخدام السينما والمسرح الريفي. أيضاً من القضايا المهمة التي نوقشت قضية الحاجة لتشجيع التعاون بين المؤسسات الإعلامية ومنظمات تعليم الكبار من أجل الاستفادة من معطيات الوسائل الإعلامية الإيجابية ومساهمتها في عملية تعليم الكبار والتنشئة الاجتماعية؛ وذلك لما لهذه الوسائل الإعلامية من فوائد في جوانب التنمية لتعليم الكبار مثل نشر التعليم والمعرفة والتمكين من القيام بالأدوار الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والحياة العامة. وحذر المؤتمر من النمو غير المنضبط لوسائل الإعلام وغيرها من التقنيات، وأن على قيادات تعليم الكبار

التأكد من أن هذه الوسائل لا تقوم بتحطيم الهوية الثقافية المحلية أو الإقليمية.

« مؤتمر هامبورغ ١٩٩٧: دعا إلى الاسهام في تعزيز الوظيفة التعليمية التي تؤديها وسائل الإعلام، وأكد على ضرورة جعل وسائل الإعلام أكثر ملائمة لتعليم الكبار وشجع المشاركة في تطويرها وتقييمها. واعترف المؤتمر بالدور الرئيسي الذي تؤديه في إتاحة الفرص للتعلم من أبناء الفئات المحرومة عن طريق حملات ترويجية لتشجيع مشاركتهم ولضمان تكافؤ واستدامة فرص الانتفاع بنظم التعلم المفتوحة، والانتفاع بوسائط الإعلام والتكنولوجيات الجديدة للمعلومات والاتصال من جانب جميع المواطنين واستخدامها في استكشاف سبل تعلم بديلة (اليونسكو، ١٩٩٧).

مما سبق تتضح الجهود الدولية المبذولة لتعزيز دور الإعلام في تعبئة الجماهير وحفزهم نحو تعليم الكبار وأهميته، حيث تم التنبيه إلى الدور الإيجابي الذي يلعبه حال تم استغلاله بالشكل المناسب؛ إلا أنه من الملاحظ أن أغلب تلك الجهود انصبت على استخدام أجهزة الإعلام كوسيلة لتعليم الكبار فقط دون الاستفادة من الأدوار الأخرى التي يقدمها كالنتمية والتسويق والتثقيف وغيره.

ويعتبر التعليم همًّا مجتمعيًّا يشارك فيه الجميع، والمجتمعات الإنسانية قد تعقدت إلى درجة أصبح من غير الممكن معها ترك أمر مهم وحاسم في مستقبل المجتمعات كالتعليم دون مشاركة وتخطيط ليكون إلزامياً وشاملاً وموجهاً لكل الأفراد والطبقات (مدكور، ٢٠٠٩)؛ لذا أصبحت وسائل الإعلام المتنوعة، مثل: الراديو والتلفزيون والسينما والصحف ووسائل تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الحديثة (وسائل التواصل الاجتماعي) حيوية للغاية وأداة للعملية الاجتماعية الحديثة تساهم في تعبئة الجماهير وتوسيع معرفة الأفراد وفهمهم للعالم من حولهم، كما أنها تساعد على تحفيز الفرد والجماعة حيث تخاطب جميع الفئات دون شروط أو قيود. وقد ذكرت محمود (٢٠١٦) أن الإعلام بمثابة نظام اجتماعي تربوي يزود الأفراد بالحقائق الهامة، وهو المجال الأوسع لتلبية حق المواطن في استقاء الأخبار والمعلومات في عصر المعلومات والاتصالات؛ لما يتميز به من أدوات الاتصال التقنية وقدرته على تغطية جميع الأماكن، ما يجعل رسالته أسهل وأقرب للاستيعاب عند جميع الطبقات وذات تأثير مباشر على الجمهور.

ويتتبع النظريات والدراسات الإعلامية نجدها قدمت الكثير من الاجتهادات حول مفهوم الإعلام ودائرة التأثير على الأفراد، ومنها نظرية التسويق الاجتماعي التي تتناول كيفية ترويج الأفكار التي تعتنقها النخبة في المجتمع، لتصبح ذات قيمة اجتماعية معترف بها، حيث تقوم وسائل الإعلام وفق نظرية التسويق الاجتماعي بإثارة وعي الجمهور من خلال الحملات الإعلامية التي تستهدف تكثيف المعرفة لتعديل السلوك بزيادة المعلومات المرسله للتأثير على القطاعات المستهدفة من الجمهور، عندها يصبح الجمهور مهتماً بتكوين صورة ذهنية حول تلك المعلومات والأفكار، وهنا تسعى الجهة القائمة بالاتصال إلى

تكوين الصورة الذهنية لربط الموضوع بمصالح الجمهور وتطلعاته (النيرب، ٢٠١١). وتعد هذه النظرية الإعلامية مهمة في مجال تعليم الكبار من خلال إكسابهم الأفكار المرغوبة، وتنمية اتجاهاتهم، ورفع الوعي والمسؤولية الاجتماعية لديهم؛ لذا فالعلاقة بين الإعلام وسياساته وتعليم الكبار علاقة تكاملية تساهم في إحداث التغيير المنشود من خلال جهود تكاملية مترابطة.

وعادة، ما تسعى وسائل الإعلام إلى جذب أكبر جمهور ممكن من خلال جودة المعلومات والتعليم والترفيه الذي تنشره. ولتكون الخدمات مقبولة، يجب أن يكون المحتوى وثيق الصلة بالمجتمع، ويجب أن يكون كذلك مرتبط بحياة المستمعين / المشاهدين، وتظهر فهماً كبيراً لأمالهم ومخاوفهم، وظروف معيشتهم، وبيئتهم السياسية والاجتماعية والثقافية. من ذلك يمكن القول أنه يجب على وسائل الإعلام باعتبارها أكثر الوسائل فعالية للمعلومات أن تخدم قطاعات متعددة حيث تحتل وسائل الإعلام خط المواجهة في مهمة بناء الأمة، ولعل الجهود المبذولة من قبل الإعلام في تعليم الكبار والتعليم غير الرسمي تهدف إلى توفير التعليم للجميع بغض النظر عن العمر والجنس والعرق والدين، الاحتلال، والموقع. (Oyebamiji, 2012).

كما أكد تقرير الأهداف الإنمائية للألفية للأمم المتحدة (٢٠١٥) أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تتيح فرصاً غير مسبوقة لجمع المعلومات ونشرها، فقد أظهر التقرير الحاجة إلى ضرورة استغلال إمكانات وسائل الإعلام لتعليم كبار فعال؛ حيث تعد الاستثمار الأمثل في تعليم الكبار لتعزيز فعاليتها، وأن استخدامها في تعليم الكبار يشجع على اعتماد مناهج واستراتيجيات مبتكرة في التعليم، ومثل هذه الاستراتيجيات المبتكرة لاتنفذ بشكل هادف بنجاح دون توفير ما يكفي من استخدام مجموعة واسعة متنوعة من وسائل الإعلام التعليمية والحديثة.

وعند الحديث عن الإعلام وعلاقته بتعليم الكبار، تجدر الإشارة إلى أكثر الوسائل فاعلية في هذا المجال وهي الإذاعة والتلفزيون، حيث لهما دور مباشر من خلال برامج تلقينيه، تعرف الجمهور بكل طبقاته المتعلمة أو غير المتعلمة بالأسس والمهارات المهمة للأفراد وتسير معهم أشواطاً عدة، إما من خلال برامج تثقيفية أو تعليمية أو تطويرية، كما تقدم دور مساعد للمبادرات التي يفرزها المجتمع من خلال الجمعيات والأحزاب والهيئات الرسمية وغيرها (المساري، ٢٠٠٠). فقد أكدت دراسة أبو المسعود (٢٠١١) أنها تعد من أقصر الطرق الإعلامية وأسهلها للوصول إلى عدد من الأفراد من شرائح المجتمع وطبقاته؛ حيث تستقطب قطاع عريض لما تقوم به من التعبير عن كافة التوجهات في المجتمع ومن تنوع في الفقرات التي تقدمها. إلا أن العالم يشهد اليوم جملة من التحديات المعلوماتية التي تشكل منطلقاً لدعوات ترتبط بإصلاح النظام التربوي بجميع مدخلاته وعملياته ومخرجاته؛ لذا تتسابق كثير من الأمم لإصلاح نظمها التربوية من خلال الاستفادة مما يعرف اليوم بأجهزة الإعلام الاجتماعي وتوظيفها في التربية

والتعليم للتكيف مع متغيرات الثورة المعلوماتية والمعرفية لإحداث تعليم أفضل (مهدي والعاصي، ٢٠٠٨). فقد ذكر التركي (٢٠١٤) أن شعبية وسائل الإعلام الاجتماعي أخذت تتزايد خلال العام ٢٠١١، حيث شهد موقع تويتر نمواً كبيراً بين الشباب ليصبح أداة قوية تستخدم في أغراض تتنوع بين التسويق الاجتماعي وتأبيد المشاهير، وتجميع الأخبار ونشرها، وحتى الإغاثة في حالات الكوارث، بالإضافة لأغراض أخرى. وأكدت دراسة همشري (٢٠١٨) أن الإعلام الجديد المرتبط بمواقع التواصل الاجتماعي كالتويتر والفيسبوك ونحوه يعد من أهم الأدوات التي تقوم بدور مهم في العملية التعليمية، إذ تعمل على إكساب الأفراد عادات وسلوكيات جديدة من خلال اشتراكهم في شبكات تعليمية تتيح لهم إمكانيات واسعة للحصول على المعلومات، وتبادل الأفكار، ومناقشة القضايا المجتمعية والأكاديمية والتعليمية التي تهتمهم، كما تعد هذه الأماكن فضاء لكل أطراف العملية التعليمية تساهم في تحسين التواصل بينهم من أجل تعليم أفضل بعيداً عن التقليدية.

من ذلك يتضح أن وسائل الإعلام الاجتماعي الجديدة قد تكون فعالة بوقتنا الحاضر مع تعليم الكبار أكثر من غيرها لقدرتها على الوصول للجماهير، وتسويق الأفكار، وتعزيز اهتمامات وتوجهات وأهداف محددة، وملائمة احتياجات الأفراد بشكل أسرع. أيضاً قد تكون خاصية سهولة الاستخدام والمشاركة فيها والوصول لمحتواها هو ما ساهم في زيادة فاعليتها بشكل أكبر.

• أبرز التجارب الإعلامية لتعزيز تعليم الكبار:

تبنت دولاً عدة تجارب فاعلة وناجحة في سياق تعليم الكبار والتي ساهمت في دمجها ضمن إطار سياسة اعلامية مفصلة، باعتبار الإعلام وسيلة هادفة تساهم في مضاعفة الفرص التعليمية وتدعم أشكال التعليم الغير نظامي ومكمل للتعليم الأساسي، من تلك التجارب ما يلي:

• تجربة كولومبيا :

ساهم العمل الثقافي الشعبي "أكبو" في كولومبيا في تعبئة الموارد المالية والمحلية وتقديم العون المالي للدولة في تعليم الكبار ومحو أميتهم، وتوظيف ذلك الاستثمار في ميادين متخصصة كدور النشر ومراكز انتاج الأسطوانات، وإضافة لذلك قدمت الحركة عوناً ذاتياً بشرياً من خلال مساهمات المتطوعين. وكان للحملات الإعلامية في تلك التجارب دور فاعل؛ حيث أن المؤسسات الصحفية الكبرى طبعت الكتب والمواد التعليمية المستخدمة في تعليم الكبار ومحو الأمية (زاهر، ١٩٩٣).

في هذه التجربة نجد أن مساهمات الإعلام أتت مختلفة، حيث قدمت العونات في هذا الجانب من خلال الاستفادة من مراكزها ونشر الوعي من خلال المطبوعات التي تقدمها وطباعة المواد التي تحتاجها الدولة لمعالجة هذه القضية حسب قدراتها. وتلك نقطة إيجابية؛ فليس كل العون أو التوعية تقدم من خلال

جوانب مالية أو برامج وإنما من الجيد استغلال الإمكانيات بشكل يتناسب مع حاجات البلد ومتطلباته، وبذلك يكون لها دور ومشاركة مجتمعية إيجابية.

• تجربة كوبا:

تبنت كوبا حملة للقضاء على الأمية خلال عام واحد، ومن العلامات البارزة في التجربة الكوبية أنها ابتكرت عدة أساليب منظمة للدعاية والإعلان على المستوى القومي والمحلي لتوعية الأميين وإقناعهم بأهداف الحملة بمختلف الوسائل مثل: (الطباعة، الراديو، التلفزيون، الاحتفالات، الاجتماعات العامة، المنشورات، الأغاني الشعبية) والتعهد بالحصول على شهادات بعد محو أميتهم. واستخدمت المنظمات الرسمية في الإعلان عن حملتها الوطنية كالأمم المتحدة. واستخدمت الشعارات التي تبناها الإعلاميون مثل: (سنة التعليم، إذا كنت متعلماً فعلم غيرك)؛ وساهمت تلك الفنون والوسائل المختلفة بخفض نسبة الأمية وزاد عدد المتعلمين بنسبة ٧٢٪ (مهدي، ٢٠٠٩).

بالنظر للحملة الكوبية نجد الدور الفاعل لسياسات الإعلام وتكاتف جهوده مع تطلعات الدولة في تصحيح عدد الأميين، حيث لم تعتمد على الإعلام بشكل أساسي في تقديم التعليم بقدر استغلالها له في تعزيز ودعم الحملة اعلانياً والمساهمة في إحداث تطوير جذري للوضع التعليمي الراهن وقتها.

• تجربة باكستان وبنجلاديش:

لا زالت هيئة الإذاعة الباكستانية حتى وقتنا الحاضر تُستخدم كأداة لبث برامج تعليمية لمستويات مختلفة وبأوقات متنوعة ليتمكن الأفراد الاستفادة منها، كما تُعد برامجها بواسطة فريق مختص لإعداد المناهج، وتستهدف تلك البرامج سكان المناطق الريفية الذين يصعب عليهم الوصول للمدارس للتعلم أو إكمال دراستهم، وهذه البرامج موجهة في غالبها لمن لا يعرفون القراءة والكتابة أو يجيدون القراءة ولكنهم لم يكملوا دراستهم للرفع من قدراتهم ومهاراتهم (Jumani, 2009).

أما في بنجلاديش تم تبني برنامج جانالا - الذي تبثه محطة إذاعة بي بي سي في بنجلاديش (٢٠١٣) ويهدف إلى تعليم مهارات الاستماع والقراءة في اللغة الانجليزية باستخدام مجموعة من التقنيات السمعية والمحمولة، وبعض المواد الأخرى المشتقة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. ويتم عن طريق استخدام الهاتف الخليوي لمدة ثلاث دقائق تعليم دروس اللغة الانجليزية والاختبارات الموجزة، وكذلك عن طريق برامج تليفزيونية، وصحف، ومراجع، وشرائط مسجلة (فانجر، مورفي؛ كاستيللو؛ كروفوتون؛ كيلاني؛ وتمام، ٢٠١٤).

ويظهر من تجربتي بنجلاديش وباكستان أنه بالرغم من التطور الحديث والحاصل في العصر الحالي والاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلا أن التلفاز والإذاعة يعدان من أكثر الوسائل استخداماً وفاعلية في برامج تعليم الكبار وخصوصاً في الدول التي تعاني من مشكلات تتعلق بالجوانب المالية، سواء في عرض البرامج أو الإعلان عنها وتقديم توعية للأفراد.

• تجربة مصر:

يعد التلفاز وسيلة للتعليم المستمر للكبار وللأميين بصفة خاصة، كما يعد من أهم أساليب الضغط الاجتماعي. وفي مصر بصفة خاصة هو المساهم الأكبر في تشكيل وعي الجماهير العريضة إزاء العديد من النواحي السياسية والاقتصادية والثقافية، وهذا يؤكد ما تتمتع به المضامين التلفزيونية من تخفي في حالات كثيرة مما يضمن وصول الفكرة بأقل قدر من المقاومة من قبل المتلقي. وفي ظل التطورات الهائلة يجب أن يتواءم التلفاز وما يقدمه مع ما يحيط به من تحديات في الواقع، وأن يحقق التكامل مع المجتمع ومتطلباته؛ وهذا ما تنبعت له مصر في أهدافها الاستراتيجية لاتحاد الإذاعة والتلفزيون من أجل اللحاق بالركب وتحقيق التنمية، حيث حرص التلفزيون المصري على تقديم برامج تعليمية متنوعة تشمل: (برامج مدرسية، برامج الجامعة المفتوحة، محو الأمية، والقراءة للجميع)، وكان للتلفاز والإذاعة المصرية دوراً بارزاً في جانب تعليم الكبار ومحو الأمية حتى لو لم يكن بدرجة عالية (القاضي وعبد الستار وعبد السميع وعبد الحميد وهلال ودرويش، ٢٠٠٤).

وفيما يخص جانب الصحافة المصرية فقد هدفت أحد المبادرات إلى تعزيز اتجاهات أجهزة الإعلام الصحفية في معالجة قضية الأمية بمصر، وبالرغم من الدور المتميز الذي قدمه الإعلام بوجه عام في معالجة المشكلة إلا أن الصحافة المصرية كانت مساهمتها متواضعة الجهود في التوعية وتوجيه الرأي العام نحو مشكلة الأمية ولم تقدم دوراً كافياً حسب ما خططت له المبادرة؛ ويعزى السبب إلى عدم وجود تشريعات رسمية أو رقابة برلمانية بضرورة تناول هذه القضية ومعالجتها من قبل الإعلام بالرغم من آثارها الواضحة على البلاد (عبدالشافى وعمار، ٢٠٠٨).

وبمقارنة التجربة المصرية من الجانب الصحفي والمرئي/ المسموع نلاحظ الأثر البارز للمرئي/ المسموع بشكل أكبر لوصوله إلى شرائح الفقراء والمحرومين وكل الأفراد باختلاف مستوياتها التعليمية واعتباره الوسيلة الرئيسية لقضاء أوقات فراغهم. كذلك يظهر دور السياسات بشكل كبير في الجانب المرئي/ المسموع وقدرته على صياغة رؤية واضحة ومتكاملة بهدف تعليم الكبار والأميين والرفع من مستواهم وقدراتهم، بخلاف الصحفي والذي كان جانب التعليم للكبار وتوعيتهم وبناء فكرهم شبه مغيب؛ فالسياسات الإعلامية وربطها بالتنمية المجتمعية للأفراد عنصر رئيس للارتقاء بالبلد وتطويره يجب على الحكومات الالتفات له.

وفيما يتعلق بالإعلام الاجتماعي الجديد قامت تجربة بمصر للتعرف على مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في اكساب الشباب مهارات التعلم الذاتي، وقد بينت التجربة أن ٦٥.٥٪ من الأفراد أبدوا موافقتهم نحو استخدام الشبكات الاجتماعية في العملية التعليمية حيث تساعدهم بشكل أكبر من خلال التواصل مع الآخرين، ويرى الشباب أنه على المؤسسات التعليمية أن تستفيد من

ذلك في مجال التعليم حيث أن محتوى تلك الشبكات قد يؤثر على اكتساب الشباب مهارات التعلم الذاتي والمشاركة المدنية والبحث عن الجديد في مجال المعرفة واكتساب الأفكار. وأكدت التجربة أنه كلما زاد التواصل البناء مع الأصدقاء في مواقع شبكات التواصل الاجتماعي زادت المشاركة المدنية وتطوير الذات لديهم، كما أثبتت أنه لا توجد فروق جوهرية بين الشباب حسب خصائصهم الديموغرافية التي تتعلق (السن والنوع والتعلم سواء جامعة خاصة أو حكومية) (عبدالرزاق، ٢٠١١).

ونستنتج مما سبق أنه عند بناء سياسات الإعلام الاجتماعي الجديد ووضعها ضمن البرامج والسياسات في تعليم الكبار فإنها ستساهم بنهضة الفرد وتنمي شخصيته وترفع من مهاراته ومعارفه ليكون فاعلاً في مجتمعه حيث يظهر الاستخدام الفاعل لها بين أفراد المجتمع وخصوصاً الفيسبوك سواء للترويج للأفكار أو البرامج التعليمية، أو نشر محتوى تعليمي ليتمكن الأفراد من الوصول له بكل يسر وسهولة.

• صياغة سياسات الإعلام من أجل تحقيق تعليم كبار هاداف:

يعتبر تعليم الكبار مجالاً للاستثمار يرتبط بالتنمية الاجتماعية والاقتصادية، فضلاً عن الحق الإنساني الأساسي في التزود بالمعرفة وما يطلبه ذلك من ضرورة امتلاك أدوات الحصول عليها، كما يساهم الاهتمام بهذا المجال في تنمية الموارد البشرية من خلال النهوض بمهارات ومعارف الكبار لتحقيق أهداف التقدم والتنمية؛ لذلك من الواجب وضعه في مركز الاهتمام من السياسات والاستراتيجيات على مستوى الدولة بشكل عام والتربية والإعلام بشكل خاص من خلال تنظيم برامج متنوعة يتم اعدادها بعناية فائقة بمشاركة من جهات عدة ويتلقاها الطالب من خلال وسائل الإعلام الفاعلة (علي، ٢٠٠٩).

وقد أشار بولا (١٩٩٣) أن التطور الهائل في أجهزة الإعلام والاتصال أحدث تأثيراً كبيراً على وسائل الاتصال المستخدمة في تعليم الكبار، وبالرغم من أن لكل وسيلة مزاياها وخصوصيتها وطبيعتها إلا أن التخطيط لاستخدام تلك الوسائل ضرورة ملحة وعملية اجتماعية تقنية في الوقت ذاته، وعلى رجال التربية والإعلام التنبيه لهذا الأمر من أجل توظيف تلك الأجهزة والوسائل بشكل فاعل.

من ذلك ندرك ضرورة التخطيط الاستراتيجي والسليم لسياسات الإعلام على اختلاف أنواعها للتفاعل مع تعليم الكبار، لتكون الرسائل والأفكار المنشودة متماسكة ومنظمة لتحقيق تنمية شاملة وترجم الأفكار إلى وقائع، حيث أن هناك بعض الأسباب التي قد تحول دون تحقيق وسائل الاتصال والإعلام دوراً فاعلاً في مجال تعليم الكبار. فقد أورد قسايمه (٢٠١١) أن من أبرز العوائق لهذا الدور في تعليم الكبار هو ما يتعلق بغياب الدور الإعلامي الفاعل والآليات والاستراتيجيات لتفعيل البرامج التي تصب في هذا الاتجاه، والاعتقاد الخاطئ بإمكانية بناء مجتمع المعرفة من خلال استيراد نتائج العلم وبرامجه دون الاستثمار في إنتاج المعرفة محلياً مما يخلق فجوة في توطئ المعرفة والتكنولوجيا والنهضة المرجوة.

ولعل تلك المشكلة قد أشار لها بعض الكتاب أمثال بولا (١٩٩٣) حين نادى بضرورة تشجيع الإنتاج المحلي لأنه غالباً ما يعكس واقع الفرد وسياقه الحضاري بدل الاعتماد على البرامج الأجنبية المستوردة.

وتلك الأمور على بساطتها إلا أن لها انعكاسات سلبية على واقع الحياة مع تغير الظروف الراهنة وفقاً للثورة المعرفية والعلمية والتكنولوجية ووسائل الاتصال الحديثة، وخصوصاً في الدول النامية والتي تعتمد على البرامج الجاهزة لتعبئة أفرادها دون بذل الجهود المحلية وتكاتفها للرفع من مستوى المعيشة وتحسينه.

واعترافاً بالنتائج الإيجابية التي وردت في المؤتمرات الدولية للدور الحاسم الذي قد تحدثه السياسات الإعلامية في مجال تعليم الكبار للتصدي للقضايا والتحديات العالمية والتعليمية، يمكن الوصول لتوصيات تعمل ضمن إطار المؤتمرات الدولية وتسهم في رفع وتطوير سياسات الإعلام من أجل تعليم كبار هادف، تتعلق بعدة أطر كما يلي:

• السياسات:

◀◀ ضرورة إعادة بناء الإعلام بصفة عامة وتدعيم مختلف البنى الأساسية والتوسع فيها بالشكل الذي يساعد على خدمة أهداف الدولة، في مقدمتها القضاء على التخلف وتحقيق التنمية الشاملة للأفراد.

◀◀ أن تكون السياسات والتدابير التشريعية المطبقة في مجال الإعلام شاملة ومتكاملة وتكون جزء من منظومة التعلم مدى الحياة.

◀◀ تصميم خطط عمل محددة وملائمة تتكامل مع مبدأ التعلم مدى الحياة، ومع الأنشطة والبرامج التي تساهم في تعزيز قدرات الأفراد وتحسين المستوى المعيشي لهم.

◀◀ تطبيق آليات شراكة مناسبة ومتكاملة وفاعلة يشارك فيها أطراف عدة من مؤسسات الدولة لتحديد البرامج وفق الأطر المنشودة.

• الحكمة:

◀◀ الحرص على تعزيز التعاون بين قطاعي الإعلام والتعليم بشكل خاص وبقية الجهات الأخرى بالدولة.

◀◀ ضرورة تكييف القطاع الإعلامي مع ما يشهده البلد والعالم من تغيرات سواء على مستوى النصوص التشريعية أو على مستوى الخدمات المقدمة من قبل وسائل الإعلام.

• التمويل:

◀◀ زيادة الانفاق على البرامج التي تتعلق بتنمية القوى البشرية وتحسين مستويات الأفراد المعرفية والعملية.

◀◀ تعزيز أولوية الاستثمار في البرامج التي تعلق بمنظومة التعلم مدى الحياة.

• المشاركة:

◀◀ ضرورة تلبية الإعلام لاحتياجات الأفراد المختلفة ومتطلباتهم المجتمعية، وإتاحة الفرصة لهم للمشاركة في تحديد احتياجاتهم.

« تطوير مواد البرامج والأنشطة التي تحسن سبل الانتفاع للأفراد.

• الجودة:

- « تعزيز ثقافة الجودة في البرامج والمواد الإعلامية المقدمة والتي تخدم مجال تعليم الكبار والتعلم مدى الحياة.
- « إعادة هيكلة مختلف مؤسسات الإعلام بالشكل الذي يسمح لها بالانخراط في تحقيق الرؤى الوطنية، وتحقيق أهداف المجتمع.
- « اعداد معايير ومقاييس للجودة في مختلف البرامج الإعلامية الموجهة للكبار تتوافق مع مبادئ تعليم الكبار وتحقيق التنمية الشاملة لهم.
- « تعزيز مبدأ المتابعة ومستوى الإنجاز للتمكن من قياس مخرجات البرامج الإعلامية المتنوعة التي تتعلق بتعليم الكبار.

ختاماً تسعى دول العالم على اختلاف مستوياتها إلى تحقيق التنمية الشاملة من خلال الاستخدام الأمثل لإمكاناتها ومواردها المتاحة لتمكين من الوصول للمنفعة المنشودة، كما أن أفرادها بحاجة إلى تربية مستمرة وتعليم دائم يمكنهم من مواكبة التغيرات الحاصلة وتحسين مستوياتهم المعرفية والمهنية والحياتية. ولتقارب الصلة بين الإعلام والتعليم حيث بدأ دور الإعلام يتنامى في كل المجتمعات، وأصبح يتعامل مع كل الأفراد من خلال وسائله المتنوعة والمتمثلة في: الصحف، التلفاز، الإذاعة، ووسائل التواصل الاجتماعي الحديثة، وإمكانية الاستفادة منه في خدمة أهداف الدولة وتمكين الأفراد واعدادهم؛ نجد أنه من الواجب على الدول الاهتمام بالتعليم والإعلام كعناصر أساسية لبناء مستقبل هادف وبناء، والتنبيه إلى ضرورة إعادة بناء سياساتها الإعلامية واستغلالها الاستغلال الأمثل للعمل بشكل تكاملي مع تعليم الكبار ومنظومة التعلم مدى الحياة من أجل خدمة المجتمع وتحقيق أهدافه.

• المراجع:

- الأمم المتحدة. (٢٠١٥). تقرير الأهداف الإنمائية للألفية ٢٠١٥. نيويورك
- أبو السعود، مي. (٢٠١١). تأثير البرامج الحوارية على زيادة الوعي العربي لدى الجمهور المتلقي. (رسالة ماجستير). الإسكندرية: كلية الآداب
- ادريس، صالح؛ نور الدين عبدالعظيم. (٢٠١٤). استراتيجيات توظيف الإعلام الجديد في تعزيز الأمن الفكري الإسلامي: دراسة حالة السودان في الفترة ٢٠١٢-٢٠١٤. (رسالة دكتوراه)، ١-٢٥٦.
- أم درمان: معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية بجامعة أم درمان
- بديع، زينب؛ حمزة، عبدالرؤوف. (٢٠٠٤). جهود الإذاعة التعليمية المتخصصة في تعليم الكبار. ورقة علمية مقدمة في المؤتمر السنوي الثاني لمركز تعليم الكبار: تقويم التجارب بالجهود العربية في مجال محو الأمية وتعليم الكبار، ٢٤٧-٣٥٧. مصر: مركز تعليم الكبار بجامعة عين شمس
- بسيوني، إسماعيل. (٢٠٠٦). طرق البحث في الإدارة: مدخل لبناء المهارات البحثية. الرياض: دار المريخ
- بولا، ه.س. (١٩٩٣). تعليم الكبار اتجاهات وقضايا علمية (ترجمة عبدالعزيز السنبل، وصالح عزب). تونس: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم
- التركي، عثمان. (٢٠١٤). دوافع استخدام طلبية وطالبات جامعة الملك سعود للتويتر وأثاره على العملية التعليمية. دراسات عربية في التربية وعلم النفس ٢ (٤٦)، ١٢-٣٥. رابطة التربويين العرب

- حبيب، زينب. (٢٠٠١). الإعلام وقضايا المرأة. الأردن: دار أسامة للنشر
- زاهر، ضياء. (١٩٩٣). تعليم الكبار منظور استراتيجي. الكويت: دار سعاد الصباح
- عبد الرزاق، جيلان. (٢٠١١). مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كوسائل لإكساب الشباب مهارات التعلم الذاتي وسلوك المشاركة المدنية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ١٠ (٤).
- القاهرة: كلية الإعلام بجامعة القاهرة
- عبد الشافي، دينا حسن؛ عمار، عبد العزيز. (٢٠٠٨). إطرار تعليم الكبار: رؤية مستقبلية. الدار المصرية اللبنانية
- علي، إسماعيل. (٢٠٠٩). مستقبل تعليم الأمة العربية. القاهرة: دار الفكر العربي
- غضبان، فؤاد. (٢٠١٥). علم اجتماع التنمية. الأردن: الرضوان للنشر
- فانجر، دانييل؛ مورفي، كاتي؛ كاستيلو، ناثان؛ كروفتون، فاطمة الزهراء؛ مولي، كيلاني؛ تمام، أمال. (٢٠١٤). استخدام الهواتف المحمولة في تعليم القراءة والكتابة في الدول النامية: إطار عملي تميز بالفاعلية. مستقبليات ١ (٤٤)، ١٩١-٢١٢. باريس: مركز مطبوعات اليونسكو
- القاضي، ياسر؛ عبد الستار، رضا؛ عبد السميع، مصطفى؛ عبد الحميد، طلعت؛ هلال، عصام الدين؛ درويش، نولته. (٢٠٠٤). إشكاليات التعليم المستمر والتدريب العاود. المنيا: دار فرحة
- قسايمه، محمد. (٢٠١١). محو الأمية وتعليم الكبار. الرياض: خوارزم العلمية
- محمود، نجلاء. (٢٠١٦). دور الإعلام المرئي في مواجهة قضية الأمية. ورقة علمية مقدمة في المؤتمر الدولي: الإعلام ورهان التنمية، ٢٠-٥٢. فاس: مختبر التواصل وتقنيات التعبير بكلية الآداب والعلوم الإنسانية ظهر المهرز
- مدكور، علي. (٢٠٠٩). الاستثمار في التعليم: بين خبرات الماضي ومشكلات الحاضر وتصورات المستقبل. القاهرة: دار الفكر العربي
- المساري، محمد. (٢٠٠٠). الإعلام ومحاربة الأمية. عالم التربية (٨)، ١١٩-١٢٣
- مهدي، حسن؛ العاصي، وائل. (٢٠٠٨). توظيف التكنولوجيا الحديثة في تعليم الكبار كمدخل لضمان الجودة: أنموذج مقترح. ورقة مقدمة في المؤتمر السنوي الخامس: اقتصاديات تعليم الكبار (مركز تعليم الكبار بجامعة عين شمس). القاهرة: دار الفكر العربي
- مهدي، أمال. (٢٠٠٩). دراسات في تعليم الكبار. المنيا: دار فرحة
- النيرب، باسل. (٢٠١١). الإعلام الاجتماعي إعلام التغيير. مجلة البيان ٢٨٤، ٥٢-٥٥. المنتدى الإسلامي
- همشري، عمر. (٢٠١٨). واقع استخدام طلبة كلية العلوم التربوية في جامعة الزرقاء لمواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات واتجاهاتهم نحوها. مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية ١٨ (٣)، ٢٨٦-٤٠٣. الأردن: عمادة البحث العلمي بجامعة الزرقاء
- وزارة الثقافة والإعلام. (د.ت). السياسة الإعلامية في المملكة العربية السعودية. الرياض: وزارة الإعلام
- اليونسكو. (١٩٩٧). التقرير النهائي للمؤتمر الدولي الخامس لتعليم الكبار. هامبورغ: معهد اليونسكو للتربية في هامبورغ
- Jumani, N. B. (2009). Study on Role of Radio for Rural Education in Pakistan. Turkish Online Journal of Distance Education, 10(1302-6488)
- Oyebamiji, M. A. (2012). The Role of Mass Media in the Delivery of Adult Education for National Development. Global Journal of Educational Research Vol. 11, no. 1: 57-63. Nigeria .
- UNESCO.(2013). UNESCO Access to Information Policy. Retrieved 20Nov 2019.<https://2u.pw/vI6ol>

