



العدد (٢)، سبتمبر ٢٠٢٠، ص ١ - ٢١

رؤية حول التربية الاعلامية المفاهيم والمبادئ

إعداد

أ.د / محمود منصور هيبه

أستاذ الإعلام بكلية المجتمع برفحاء
جامعة الحدود الشماليه - المملكة العربية السعودية
أستاذ الإعلام بكلية التربية النوعية
جامعة بنها - جمهورية مصر العربية

رؤية حول التربية الإعلامية المفاهيم والمبادئ

أ.د/ محمود منصور هيبية (*)

ملخص

تتناول الورقة البحثية بعض المفاهيم و الرؤية حول مفهوم التربية الإعلامية ونشأتها وتطورها واهم أهدافها ومبادئها. وكان من بينها أن التربية الإعلامية تقوم على مجموعة من المحاور العملية من بينها عملية تكنولوجيا المعلومات، والاطلاع والتعامل بسهولة مع وسائل الإعلام المختلفة، والوعي الإعلامي القائم على التواصل، واكتساب المعلومات الحيوية والاستراتيجية الخاصة بالإعلام، والاستخدام الآمن له. التربية الإعلامية بأنها " تختص بالتعامل مع كل وسائل الإعلام، وتمكن أفراد المجتمع من اكتساب الفهم المتقدم لوسائل الاتصال الإعلامي التي تستخدم في بيئتهم، وكذلك فهم الطريقة التي تعمل بها، واكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام في الاتصال بالآخرين، ويجب أن تحدث عن طريق الأنظمة التربوية الرسمية وغير الرسمية.

وتتشابه التربية الإعلامية التقليدية والحديثة في كل من فهم الإعلام، ودوره في المجتمع، والأهداف المتوقعة من التربية الإعلامية. وتشير البحوث والدراسات التي أجريت حول التربية الإعلامية تطور المفهوم من المفهوم الكلاسيكي (القراءة والكتابة) إلى المفهوم السمعي بصري (المتعلق بالإعلام الإلكتروني) إلى التربية الرقمية (المرتبطة بالإعلام الرقمي) وأخيراً إلى الإعلام الجديد (المرتبط بالإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي).

وترجع أهمية التربية الإعلامية الي أنها واعدة وتحمل أملاً للأطفال والمراهقين والشباب بصفة خاصة ولأفراد المجتمع بصفة عامة بتوعيتهم وتحصينهم ضد التأثيرات الضارة لوسائل الإعلام، و هناك اتفاقاً على أهميتها فهي ليست قضية خلافية بل تؤيدها مؤسسات ووسائل الإعلام كما يؤيدها مناصرو الصحة العامة.

(*) أستاذ الإعلام بكلية المجتمع برفحاء - جامعة الحدود الشمالية- المملكة العربية السعودية، أستاذ الإعلام بكلية التربية النوعية - جامعة بنها - جمهورية مصر العربية.

A vision of media education, concepts and principles

Prof. Dr. Mahmoud Mansour Heiba (*)

Abstract

This research paper deals with some concepts and visions of the concept of media education; its origins and development; and the most important objectives and principles. Among these concepts and visions was that the media education is based on a number of practical pivots, including the process of information technology; easy access to and interaction with various means of the media; media awareness based on communication; and acquisition of vital strategic information related to the media and its safe use. These concepts and visions show that media education is “concerned with dealing with all the means of the media and enabling the community members to acquire an advanced understanding of the means of media communication which are used in their environment, as well as understand the way in which these means operate, and acquire skills in using the media in communicating with the others, which must take place through formal and informal educational systems.

The traditional and modern media educations are similar in terms of understanding the media, its role in the society, and the expected objectives of media education. Research and studies conducted on media education show the evolution of the concept from the classical concept (reading and writing) into the audiovisual concept (related to electronic media) into the digital education (linked to digital media) and finally into the new media (linked to the Internet and social media).

The importance of media education stems from the fact that it is promising and carries hope for the children, the adolescents, and the youths in particular, as well as the members of the society in general: by educating and fortifying them against the harmful effects of the media. There is a consensus on its importance as it is not a controversial issue, but rather is supported by the media institutions as well as by the public health advocates.

(*) A professor of media, Community College in Rafha, Northern Border University, KSA.
A professor of media, Faculty of Specific Education, Benha university, Egypt.

تمهيد:

لقد فرض التطور المتسارع لوسائل الاتصال على المؤسسات التربوية والاجتماعية البحث عن الطرق والوسائل المناسبة للتعامل مع هذا الواقع الجديد نظرياً وتطبيقياً من خلال تنمية مهارات الشباب والنشء في التعامل مع وسائل الإعلام، وتنمية التفكير الناقد لديهم تجاه ما يطرح في هذه الوسائل، فالتربية الإعلامية تمثل أهمية خاصة للأطفال التي لا تساعدها قدراتها الذهنية على الاختيار والاستيعاب والفهم والتحليل للمواد الإعلامية، فكثرة البدائل الاتصالية والتقنية العالية في شبكة الإنترنت وما يتبعها من خدمات تفرض على المجتمع والمهتمين بالنشء والشباب تربيتهم إعلامياً؛ لفهم الرسائل الإعلامية والتفاعل معها بشكل إيجابي، فالتربية الإعلامية مثل استراتيجية تربوية لتفادي الأثر السلبي الذي قد يحدثه الإعلام بوسائله المختلفة المرئية والمقروءة والمسموعة، فالتربية الإعلامية تحاول توجيه الإعلام للوجهة التربوية الإيجابية والبناءة، فالتربية الإعلامية توجه سلوك الفرد بشكل مباشر او غير مباشر لمواجهة قوة وسائل الإعلام⁽¹⁾. وفي هذا الاطار تتناول الورقة البحثية بعض المفاهيم و الرؤي حول مفهوم التربية الإعلامية و نشأتها وتطورها و اهم أهدافها ومبادئها.

أولاً: مفهوم التربية الإعلامية:

تعتمد التربية الإعلامية على الاتصال اعتماداً كلياً من أجل تحقيق أهداف إعلامية تربوية بناءً على مُعطيات ما يُقدم لخدمة الطالب وإعطائه كماً من المعلومات والمهارات للتعامل مع الإعلام وما يبثه من رسائل مختلفة ذات مضامين ظاهرة أو خفية.

تمثل التربية الإعلامية مفهوماً شاملاً يُعنى بطريقة التعبير والوصول إلى الإعلام والفهم الإعلامي سواء السلبي أو النشط، وتقييم الإعلام تقييماً ناقداً والوعي بإمكانيات ومخاطر الإعلام الجديد⁽²⁾.

وتجدر الإشارة إلى أن التربية الإعلامية تقوم على مجموعة من المحاور العملية من بينها عملية تكنولوجيا المعلومات، والاطلاع والتعامل بسهولة مع وسائل الإعلام المختلفة، والوعي الإعلامي القائم على التواصل، واكتساب المعلومات الحيوية والاستراتيجية الخاصة بالإعلام، والاستخدام الآمن له⁽³⁾، من أجل تحقيق النتائج المرجوة عند تعرض طلاب الجامعة للرسائل الإعلامية المُقدمة.

والتربية الإعلامية مصطلح مركب من كلمتين هما: التربية والإعلام، فهو ترجمة للكلمة الإنجليزية Media Education ويعني التربية الإعلامية أو التعليم الإعلامي، وهناك من يرى أنها ترجمة للمصطلح الانجليزي Media Literacy وهو ما يسمى بمحو الأمية الإعلامية^(٤). ولقد برزت عدة تعريفات للتربية الإعلامية في الدراسات والأبحاث الغربية والعربية تفاوتت وتباينت في مضامينها وتطورت في استخداماتها تبعاً للتطورات المتسارعة للثورة الإعلامية والمعلوماتية التي تُعد السمة البارزة للقرن الحادي والعشرين، ومن أبرز المفاهيم التي تناولت التربية الإعلامية ما يلي:

يرى سلفبلات " Silveblatt.A. 2001 " أن التربية الإعلامية هي "الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع، وفهم عملية الاتصال الجماهيري، وتطوير إستراتيجيات تمكننا من فهم وتحليل ومناقشة الرسائل الإعلامية، وتنمية الاستمتاع الجمالي، والتقدير لمضمون وسائل الإعلام"^(٥).

ووفقاً لهذا المفهوم فإن العناصر الأساسية للتربية الإعلامية يمكن أن تتمثل في:

١- الوعي بتأثير تلك الوسائل على المجتمع ودفع أفرادها لاتخاذ مواقف معينة من التجارب التي يمرون بها.

٢- فهم عملية الاتصال الجماهيري فهماً واعياً وشاملاً مبنياً على التربية الإعلامية بمقوماتها المختلفة.

٣- استخدام أساليب واستراتيجيات مناسبة؛ لتفسير المضامين الإعلامية وتقييمها.

٤- مراعاة الجوانب الجمالية عند فهم وتقدير تلك المضامين، في ضوء ما يتمتع به الأفراد من تذوق.

٥- الفهم العميق للمعاني الخفية التي تحتويها الرسالة الإعلامية، وترجمة المناسب منها في حياتنا اليومية.

ويعرفها " Terikwal Gamble & Michael Gamble, (2002) " بأنها (القدرة على

أن نفسر بوعي كامل وانتباه الأفكار والمعاني، والتأثيرات الإيجابية والسلبية لرسائل وسائل الإعلام التي تواجهنا)^(٦).

وعرفت المنظمة الدولية للثقافة والتربية والعلوم (٢٠٠٢) التربية الإعلامية بأنها "تختص بالتعامل مع كل وسائل الإعلام، وتمكن أفراد المجتمع من اكتساب الفهم المتقدم لوسائل الاتصال الإعلامي التي تستخدم في بيئتهم، وكذلك فهم الطريقة التي تعمل بها، واكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام في الاتصال بالآخرين، ويجب أن تحدث عن طريق الأنظمة التربوية الرسمية وغير الرسمية"^(٧).

وطبقاً لهذا المفهوم فإن التربية الإعلامية تُنمي لدى طلاب الجامعات كيفية التعامل مع وسائل الإعلام، وفهم الرسائل الاتصالية لها وتكسبهم فنيات استخدام تلك الوسائل لخدمة معتقداتهم بطريقة تربوية ملائمة.

واوضح (Turow Joseph. (2003) بأنها "تطبيق مهارات التفكير الناقد في التعامل مع وسائل الإعلام لإيجاد المعاني الضمنية في المضامين الإعلامية المختلفة"^(٨).

وأضاف (Terikwal Gamble & Michael Gamble, Silveblatt. A. 2001)، 2002، المنظمة الدولية للثقافة والتربية والعلوم (٢٠٠٢) أن التربية الإعلامية هي تكوين التفكير الناقد؛ لفهم المعاني واكتساب فنيات التعامل مع كل وسائل الإعلام للوصول إلى المشاهدة البناءة. وعرف (Court, S., And Molesworth, M. (2015) "التربية الإعلامية بأنها إطار عمل تعليمي يتم استخدامه في دراسة وتشجيع المتعلم حول الإعلام عبر العديد من المواد والمقررات"^(٩).

وقد حدد الملتقى بعض المفاهيم المرتبطة بالتربية الإعلامية (٢٠١٤) وهي: الإعلام وهو عبارة عن عمليات بنائية، وأيضاً جمهور المتلقين يبحثون عن المضامين الظاهرة والخفية، فالإعلام له تأثيرات تجارية، وجميع وسائل الإعلام تحمل رسائل أيديولوجية"^(١٠).

ويتشابه مفهوم التربية الإعلامية في محتواه مع الدراسات الإعلامية، فالدراسات الإعلامية عبارة عن نظام أكاديمي يتعامل مع نظريات معرفية حول الإعلام الجماهيري"^(١١)، وتتكون الدراسات الإعلامية من ثلاث مراحل تشكل عملية الاتصال"^(١٢) وهي:

▪ النظام المصدري: إنتاج الإعلام.

- نظام الرسالة: شكل ومحتوى الإعلام.
- نظام الاستقبال: التأثيرات الإعلامية والدراسات حول الجمهور.

والتربية الإعلامية عملية شاملة لكل ما يتعلق بوسائل الإعلام من رسائل اتصالية ذات مضامين متنوعة لها تأثيرات إيجابية وسلبية، وبطلاب الجامعات كمتلقين من فهم لتلك الوسائل، واكتساب مهارات لاستخدامها في التواصل مع الآخرين، وتفسير لما نُقدمه؛ للارتقاء بالمجتمع إلى مستويات المعرفة والثقافة الإعلامية.

ثانياً: نشأة وتطور التربية الإعلامية:

ترجع بداية التربية الإعلامية إلى النصف الأول من القرن العشرين، عندما اقترح كل من ليفيس وطومسون (١٩٣٣) تعليم الشباب كيفية التمييز بين الثقافتين العليا والشعبية في بريطانيا خلال الخمسينيات، وظهر مفهوم التربية الإعلامية في الولايات المتحدة؛ ليوكب زيادة تأثير وسائل الإعلام مثل الراديو والتلفاز على حياة الناس وبخاصةً في مجال التعليم^(١٣). وهذا يدل على قدم النشأة التاريخية للتربية الإعلامية؛ لأهميتها في حياة الدول وتأثيرها على مستقبلها من خلال أجيالها.

ومنذ ستينات القرن الماضي، ظهر مفهوم التربية الإعلامية في النظريات والمناقشات حول وسائل الإعلام بهدف تنمية الثقافة والوعي الإعلامي^(١٤). وفي عام ١٩٧٣، عرفت "منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة" التربية الإعلامية" على أنها الدراسة والتعلم والتعليم حول وسائل الاتصال والتعبير الحديثة كمجال مستقل وخاص للمعرفة والممارسة التربوية^(١٥).

وخلال السنوات الأربعين الماضية، تطورت التربية الإعلامية من اهتمام هامشي إلى حركة عالمية، وسرعان ما تم تضمين التعليم والتعلم حول وسائل الإعلام في مناهج التدريس بالجامعات في الكثير من دول العالم، وأصبحت التربية الإعلامية مقترنة بالتساؤل: "ما الذي يتعلمه الناس وبخاصةً الشباب والمراهقين والأطفال من وسائل الإعلام؟"^(١٦).

ومع الدخول في عصر الإنترنت، أصبح الشباب يعيشون في عالم التواصل الاجتماعي والثقافي والفكري، ويقضون الكثير من الوقت في التعامل مع وسائل الإعلام، وأصبحت القيم

والعلاقات الاجتماعية تتأثر بدرجة كبيرة بالإعلام. ومع الازدهار في استخدام التكنولوجيا، أصبح المحتوى الإعلامي يتم إنتاجه ليس فقط عن طريق المتخصصين في المجال الإعلامي ولكن أيضاً عبر الأشخاص العاديين، وأصبحت المعلومات يتم تداولها عبر مواقع مثل اليوتيوب والمدونات بدون فترة أو تدقيق. من هنا، يعد الاهتمام بزيادة وعي الشباب بالتربية الإعلامية مسألة حيوية من أجل التعامل بحكمة مع المجتمع الإعلامي المتغير، وقد شهد مجال التربية الإعلامية تحول جذري نحو استخدام تكنولوجيا الاتصالات الحديثة^(١٧).

ولو نظرنا حول العالم، يمكن أن نجد أن تطور مجال التربية الإعلامية مشجعاً، حيث يسود الاتفاق على أهمية الوعي بالتربية والثقافة الإعلامية في عصر الإعلام الجديد، وأن الهدف المطلق من التربية الإعلامية هو غرس الثقافة الإعلامية؛ لتنشئة جيل جديد قادر على التعامل مع الإعلام بطريقة مسئولة^(١٨).

وتختلف دول العالم في تعاملها مع التربية الإعلامية كما يأتي^(١٩):

- ١- دول متقدمة في هذا المجال فيها رسوخ ونظامية في التربية الإعلامية، حيث وضعت أسس التربية الإعلامية وموجهاتها العامة ومناهجها، وأعدت المعلمين ودربتهم، ووفرت المصادر التربوية لتعليم التربية الإعلامية، مثل كندا، وأغلب دول أوروبا.
- ٢- دول فيها تربية إعلامية مدرسية، لكنها غير منتظمة وغير مكتملة مثل إيطاليا وإيرلندا.
- ٣- دول ما تزال التربية الإعلامية بها في مرتبة التعليم غير المدرسي، حيث تقدم في برامج الشباب، والجماعات النسائية، ودور العبادة، مثل الولايات المتحدة الأمريكية، ودول العالم الثالث.

وتتشابه التربية الإعلامية التقليدية والحديثة في كل من فهم الإعلام، ودوره في المجتمع، والأهداف المتوقعة من التربية الإعلامية^(٢٠). وتشير البحوث والدراسات التي أجريت حول التربية الإعلامية تطور المفهوم من المفهوم الكلاسيكي (القراءة والكتابة) إلى المفهوم السمعي بصري (المتعلق بالإعلام الإلكتروني) إلى التربية الرقمية (المرتبطة بالإعلام الرقمي) وأخيراً إلى الإعلام الجديد (المرتبط بالإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي)^(٢١).

وفي بداية التسعينات من القرن العشرين تبنت اليونسكو بدعم من وزارات التربية والتعليم في الاتحاد الأوروبي مشروع (مينتور) لنشر التربية الإعلامية في أوروبا ودول حوض البحر المتوسط، وبانتهاء المشروع قرر عدد من الخبراء والمستشارين فيه تأسيس منظمة دولية تتولى نشرها على مستوى العالم وتحقق ذلك في مايو ٢٠٠٢م من خلال تأسيس المنظمة الدولية للتربية الإعلامية^(٢٢). ويؤكد مشروع مينتور من خلال المنظمة الدولية للتربية الإعلامية ٢٠٠٧ على أهمية وجود ميثاق شرف للمهنة في مجال التربية الإعلامية؛ حيث ينص المشروع في هذا الميثاق على ضرورة^(٢٣):

- تكوين نظرة نقدية لدى صغار السن في تعاملهم مع وسائل الإعلام المعنية ببرامج الأطفال.
- إكساب الجمهور المتلقي الوعي الكامل في تعاملهم مع وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة.
- المشاركة الفعالة في إنتاج البرامج أو المساهمة في إنتاجها وفقا لاهتمام أفراد المجتمع لتقليل الهوة الواسعة بين وسائل الإعلام من جهة والجمهور من جهة أخرى.
- التزام القائمين بالاتصال في كافة وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة بأخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف المهنية.
- الحد من التأثيرات السلبية للمواد الإعلامية الرخيصة والغثة، والتي تتعارض مع الذاتية الثقافية والقيم والمبادئ السائدة بالمجتمع.

ثالثا: أهداف ومبادئ التربية الإعلامية:

إن التربية الإعلامية مجال حديث للدراسة يركز على تطبيق المعرفة، ويهتم بتوجيه الجمهور لفهم وتحليل الرسالة الإعلامية وأيضًا أفضل طرق الاستخدام والتأثير في وسائل الإعلام^(٢٤). وتتعدد أهداف التربية الإعلامية نتيجة لتنوع معاييرها ونظرياتها وارتباطها بمفاهيم أخرى: كالوعي الإعلامي، والثقافة الإعلامية وتركيزها على المضامين والمعلومات التي يتلقاها طلاب الجامعات؛ إلا أنها تجتمع في ضرورة إكساب الجمهور المتلقي الفهم الناقد، والتحليل،

والاستنتاج، والاختيار لكل ما يتفق مع مبادئ الفرد وقيمه، والاستبعاد لكل ما يخالف ذلك، سواء على المستوى المسموع، أو المقروء، أو المكتوب، أو المرئي.

فلقد بدأت التربية الإعلامية بهدف أساسي يتمثل في حماية المواطنين من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية، وتطور هذا الهدف عندما أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية جزءاً من الثقافة اليومية للفرد، فاتسعت أهداف التربية الإعلامية؛ لتشمل تحويل الجمهور من الاستهلاك السلبي لوسائل الإعلام وفهم دورها في بناء وجهات النظر تجاه الواقع الذي يعيشه^(٢٥)، أي تمكن الفرد؛ ليكون ناقداً يتحكم بتفسير ما يتلقاه، وهو ما يعرف بـ (نموذج المتلقي النشط) (Critical autonomy)^(٢٦).

وتعود جذور مصطلح "الجمهور النشط" إلى عالم الاتصال ولبور سشرام " Wilbur schram " عام ١٩٥٤ عندما حاول ربط الجهد المطلوب بذله من الجمهور بما يُتوقع لهم من وسائل الإعلام، في بحثه "العملية الاتصالية لوسائل الإعلام وتأثيراتها"^(٢٧).

يؤكد نموذج المتلقي النشط أن الجمهور (طلاب الجامعات) إيجابي نشط تتوفر لديه النية أو القصد مسبقاً عند التعرض للمضامين الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة للتفكير في فحواها بناءً على مدى توقعه بأن هذه الوسيلة ستشبع رغباته وأن هذا هو نشاط عقلائي وموجه لهدف وسلوك مقصود^(٢٨).

فالتربية الإعلامية لا تستهدف النظر إلى وسائل الإعلام من منظور واحد، وإنما تشجع وجهات النظر المختلفة، كما أنها لا تتجه إلى محاصرة وسائل الإعلام وتقييد دورها بل تتجه إلى تشجيعها بشكل جيد من حيث المستوى وعمق المضمون الإعلامي، كما أنها لا تهدف إلى التعلم عن طريق استعمال الفيديو أو الإنترنت أو التكنولوجيا الحديثة فقط، وإنما تهدف أيضاً إلى تعلم كيفية التعامل النقدي مع هذه الوسائل وإدراك تأثيراتها ودورها في المجتمع^(٢٩)، وتوعيته إلى معرفة هذا الدور والانتباه إلى ما تبثه الوسائل من رسائل سلبية تؤثر عليه.

كما تهدف التربية الإعلامية إلى غرس المبادئ الأساسية للإعلام في الطلاب من خلال تزويدهم بالمشاركة الحيوية والخبرات الفعالة؛ للتعامل مع وسائل الإعلام التقليدية

والرقمية، وتساعد التربية الإعلامية الطلاب على استكشاف شكل ومحتوى الإعلام، وفهم الأيدولوجيات المتضمنة في الإعلام، وبناء السياق اللازم للفهم الشخصي لأشكال الإعلام، وتعلم صنع القرارات المتعلقة بالاستهلاك والابتكار الإعلامي^(٣٠).

ولذا فإن الثورة التكنولوجية وما تبعها من تطورات في كافة مجالات الاتصالات والمعلومات، جعلت من مفهوم التربية الإعلامية أكثر ضرورة، وهذا يتطلب من المؤسسات المعنية بالتعليم أن تأخذ خطوات إيجابية نحو تطبيق هذا المفهوم بشكل عملي، وبخاصة بعد أن ساعدت شبكة الإنترنت على الغزو الثقافي، وباتت تشكل تهديداً للثقافات الوطنية، وما ترتب على ذلك من تفاعل الجمهور وخاصة فئة الشباب مع هذه التيارات الثقافية المتعددة، بالتالي باتت الإشكالية التي تواجه المهتمين بالشأن الاجتماعي والتربوي تتمثل في كيفية التعامل مع هذا الواقع الجديد، وبذلك يمكن تحديد أهداف التربية الإعلامية على النحو التالي^(٣١):

١- تمكين المتلقي من مناقشة معاني الرسالة الإعلامية طبقاً لعوامل فردية وحاجات شخصية وخلفية ثقافية ومنظومة القيم التي توجه سلوكه، وهذا يعني أن الرسالة الإعلامية الواحدة تتكون نحوها خبرات وانطباعات مختلفة من الأفراد.

٢- مساعدة النشء والشباب على فهم حقوقهم وواجباتهم، علاوة على فهم بعض المفاهيم الدارجة مثل مفهوم الشوري، والديمقراطية وحقوق الإنسان، ومفهوم الحرية.

٣- تيسير وصول الأفراد إلى المهارات والخبرات التي يحتاجونها لفهم الكيفية التي يشكل بها الإعلام إدراكهم، وتهيئتهم للمشاركة كصانعي قرار ومشاركين في مجتمعات إفتراضية ضمن أخلاقيات المجتمع وضوابط حرية الكلمة.

٤- تشجيع الطلاب على التأمل في القيم الشخصية، ودمج التقنيات الحديثة في التعلم، وتشجيع الحوار في قاعات الدراسة الذي بدوره يشجع على الحوار خارج نطاق المدرسة مع أفراد أسرته.

٥- تمكين الشباب والنشء من أن يصبحوا مستهلكين بوعي للرسائل الإعلامية، وتطوير قدراتهم على الاتصال والتعبير، وتدريبهم على التعامل مع ثقافات متنوعة مشبعة بالمضامين الإعلامية، وبناء مهارات المواطنة المطلوبة للمشاركة في الحوار العام.

٦- الاهتمام بتنشئة المواطنة المسؤولة، والعمل الجماعي، وربط المنهج الدراسي بالحياة الواقعية، وتنمية مهارات التفكير.

ويتعرف طلاب الجامعات من خلال التربية الإعلامية على المفاهيم الإعلامية، ويدرسون تقنياتها بالإضافة إلى المشاركة في العديد من المشروعات الإعلامية. وأيضاً تهتم التربية الإعلامية بمساعدة الطلاب على اكتساب المهارات اللازمة لتحليل وتقويم الرسائل بأساليب متنوعة^(٣٢).

ووضع " لين " (٢٠١١) الأهداف التالية لتنفيذ التربية الإعلامية^(٣٣):

- تحقيق المشاركة والمواطنة النشطة للشباب.
- مواكبة اقتصاد المعرفة والتنافسية.
- تحقيق أهداف التعلم مدى الحياة، والتعبير الثقافي.

ويرى " عبد الرحيم درويش " (٢٠١٢) أن أهداف التربية الإعلامية تكمن في عدة نقاط ومنها^(٣٤):

١- تعتبر التربية الإعلامية وسيلة ذات تأثير طويل المدى لإحداث تغير سياسي وإجتماعي في المجتمع، تساعد الأفراد على معرفة دور وسائل الإعلام في المجتمع، كما تساعد الشباب على تكوين النظرة النقدية؛ لتوعيتهم بما تقدمه بعض وسائل الإعلام من مضامين سلبية، وخصوصاً إذا تم إدماجها أو تكاملت مع المناهج الدراسية، أو ضمن ممارسات الطلاب في الأنشطة اللاصفية.

٢- أن الغرض الأساسي من التربية الإعلامية ليس تكوين الوعي الناقد فقط، بل تكوين الحكم الذاتي المستقل بشأن الرسائل المختلفة لوسائل الإعلام، لذا فجوهر التربية الإعلامية هو وقاية الطلاب من الآثار السلبية الناتجة عن تعرضهم لبعض وسائل الإعلام، وإرشادهم إلى الانتقائية في التعرض.

٣- مساعدة الطلاب في إثراء تجاربهم الاتصالية بزيادة فهمهم للجماليات الخاصة بوسائل الإعلام، وتقييم مضمونها، ولهذا نجد أن برامج التربية الإعلامية في المملكة المتحدة

ودول أمريكا اللاتينية تؤكد على أهمية تحسين الحياة الاجتماعية؛ لأن الطلاب يتعلمون كيفية التأثير على وسائل الإعلام عن طريق تفاعلهم معها، وردود أفعالهم تجاهها. ومما يؤكد على اعتماد التربية الإعلامية على تنمية الاتصال الفعال بين الشباب والوسائل الإعلامية؛ لفهم مضامينها المُقدمة وكيفية تقييمهم لها. وقد حدد مؤتمر فيينا (١٩٩٩) أهداف التربية الإعلامية والمتمثلة بشكل أساسي في تمكن الجمهور من الآتي^(٣٥):

- ١- التعرف على مصادر النصوص الإعلامية ومقاصدها.
- ٢- فهم الرسائل الإعلامية وتفسيرها وما تحمله من قيم.
- ٣- اختيار وسائل الإعلام المناسبة للتعبير عن الرأي وتوصيل الرسائل للجمهور المستهدف.
- ٤- إنتاج المضامين الإعلامية المناسبة للفرد والمجتمع.

وتشير (رشا عبد اللطيف، ٢٠١١) أن للتربية الإعلامية أهدافاً أخرى هي^(٣٦):

- ١- التربية الإعلامية تمكن الشباب من التعامل مع الجيد من وسائل الإعلام، وفهم أبعاد الإعلام الأيديولوجية، وقيمه المهنية، ومعرفة كيف ينبغي للإعلام أن يؤدي رسالته، ومتى يكون الإعلام راقياً ومتى يكون منحطاً، ومن ثم تمكنهم من الضغط على الإعلام للاستثمار في المعلومة، والدقة المهنية بدلاً من الابتذال والزيف.
- ٢- تساعد التربية الإعلامية الطلاب على اكتساب بعض القدرات التي تساعدهم في الحياة اليومية (كالقدرة على التحديث والكتابة وحل المشاكل)، كما أنها تساعد الأطفال والصغار في أن يكونوا أكثر انتقاداً وإيجابية نحو ما يتعرضون له من مواد إعلامية مما يقلل من حجم التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام، كما أنها ترسي مبدأ "التعلم عن طريق الفعل، Learning by doing" إذ يتعلمون كيف ينتجون ويديرون صحيفة أو برنامجاً إذاعياً وتلفزيونياً؟
- ٣- فالتربية الإعلامية تشجع الجمهور على التوقف عند ورود الرسائل الإعلامية لتحليلها وتحديد هدفها ولمن هي موجهة؟ ولماذا صيغت في إطار معين؟ وماهي الحقائق الموجودة فيها أو المفقودة فيها؟.

٤- كما أن التربية الإعلامية تدرب الطفل على حرية اختيار المضمون الذي يناسبه، وتنمي قدراته العقلية والمعرفية مثل: حسن الإدراك والانتباه وتعلم اللغة السليمة للحوار، وحسن التنظيم في استخدام وسائل الإعلام، وحسن التقييم لما ينفعه وما يضره مما يترتب عليه تنمية المسؤولية لديه في الاستخدام، ويصبح دليلاً مفيداً لبقية أفراد الأسرة.

٥- فالتربية الإعلامية تساعد الجمهور بأن يكون أكثر إيجابية من خلال تفاعله مع الوسيلة الإعلامية بدلاً من السلبية والاستسلام للصور الذهنية والقيم التي يقدمها القائم بالاتصال في اتجاه أحادي دون دور إيجابي من قبل الجمهور، وتمكينه من انتقاء المضامين الإعلامية بعناية ودقة وبشكل نقدي ومسئول وليس عفواً؛ مما يحقق أعلي معدلات استفادة ممكنة من المضمون الإعلامي، كما تنمي التربية الإعلامية في الجمهور إحساس مرهف للقيم الجمالية والفنية في المضامين الإعلامية مما يجعله أكثر تذوقاً لها خاصة المضامين التلفزيونية الجيدة.

وتؤدي التربية الإعلامية إلى نوع من التكامل غير المسبوق بين ما يتعلمه الطالب، وما يحتاجه في الحياة اليومية، فالتربية الإعلامية تنقل الطالب من المتلقي السلبي إلى المتلقي الإيجابي، وترفع من مستوى فهمه للقضايا الحياتية المختلفة، ويتم تصنيف أهداف التربية الإعلامية إلى^(٣٧):

- التوعية بالتطورات التكنولوجية والمساعدة على فهم المصطلحات الإعلامية.
- تشجيع الطلاب على التعرف على أحدث تكنولوجيا وخدمات الإعلام، وفهم طبيعة البيئة الإعلامية.
- تشجيع الطلاب على تجربة أدوات الإعلام الرقمي.

وُسهمُ التربية الإعلامية في تحقيق مجموعة من الأهداف في المجالات التالية:

مجال المعرفة والتفكير، وتحقق فيه التربية الإعلامية ما يأتي:

- تنمية التفكير الإبداعي والناقد والاستفسار حول ما يُقدم من مضامين إعلامية.
- تنمية مهارات النقد والتقويم والتحليل وحل المشكلات المتصلة بحياة طلاب الجامعة.
- فهم متطلبات العصر الحديث وآليات التفاعل مع مخاطر العولمة الإعلامية.

المجال الأدائي والسلوكي ويشمل الأهداف الآتية:

- تعزيز القدرة على استخدام وسائل الإعلام استخداماً آمناً ومفيداً.
- إكساب طالب الجامعة ما يلزمه من مهارات اجتماعية وثقافية لتحقيق الاتصال الفعال مع أفراد المجتمع.
- تمكين طالب الجامعة من المهارات اللازمة لمواجهة المواقف الحياتية والقدرة على التعبير المناسب.

المجال النفسي ويشمل الأهداف:

- الكشف عن الميول والاهتمامات الإعلامية.
- زيادة دافعية الطلاب نحو ما يُعرف بجودة الحياة.
- مساعدة الطالب على معالجة المشكلات النفسية مثل القلق والتوتر النفسي.

المجال الاجتماعي ويشمل:

- مساعدة الطالب على الوفاء بالحقوق والواجبات تجاه المجتمع الذي يعيش فيه.
- تنمية الوعي بثقافة المجتمع وقيمه ومبادئه.
- تكوين الاتجاهات الإيجابية لدى الطلاب نحو المجتمع.

ومن خلال هذه المجالات السابقة يمكن للتربية الإعلامية أن تُصقل شخصية الطالب وتنميها، وتسعى إلى تطوير مداركه؛ وبذلك تكون التربية الإعلامية منظومة ذات عمليات معرفية وأدائية سلوكية ونفسية واجتماعية.

وفي ضوء ما سبق فإن التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية تسعى إلى تحقيق

الأهداف التالية^(٣٨):

- تحقيق الاعتزاز بالعقيدة والقيم الإسلامية لدى الطالب.
- تنمية القيم الإسلامية لمواجهة التحدي الإعلامي.
- تنمية روح التسامح والتعايش الإيجابي مع الآخرين.
- تزويد الطلاب بمحتوى مناسب من الثقافة والمعارف الإعلامية.

- إكساب الطلاب المهارات اللازمة للتعامل مع الإعلام.
- تحقيق التكامل بين المؤسسة الإعلامية والمؤسسة التربوية.

أما من حيث مبادئ التربية الإعلامية فإنها تختلف من باحث لآخر، وتعدُّ الأكثر شمولاً ووضوحاً وهي كما يلي^(٣٩):

- **المبدأ الأول: المواد التي تقدمها وسائل الإعلام يتم بناؤها:** أي أن جمهور وسائل الإعلام يجب أن يكون على وعي بأن ما يقرأه ويسمعه ويشاهده عبر وسائل الإعلام ليس هو الواقع، وإنما هو إعادة تكوين وتجديد الواقع من خلال وجهات النظر المختلفة للقائمين بالاتصال.
- **المبدأ الثاني: المضامين الإعلامية يتم إنتاجها وتوزيعها من خلال بيئة تجارية واقتصادية:** يجب أن تعي أن المضامين الإعلامية تنتجها مؤسسات لها سياسة تجارية وتحتاج إلى تحقيق أرباح من خلال الإعلانات؛ لذا فإنها تقوم بجذب أكبر عدد من الجمهور.
- **المبدأ الثالث: المضامين الإعلامية يتم إنتاجها من خلال بيئة سياسية:** يجب أن تعي أن المضامين الإعلامية تنتجها مؤسسات إعلامية خاضعة لقرارات وتنظيمات ولوائح تضعها الحكومة عليها؛ مما يؤثر على طريقة معالجة المضامين الإعلامية.
- **المبدأ الرابع: المضامين الإعلامية تقدم بأشكال مختلفة عبر وسائل الإعلام:** يجب أن نعي أن المضامين الإعلامية تقدم بأشكال متنوعة عبر وسائل الإعلام سواء كانت أخباراً أو إعلانات أو دراما، وعلى الجمهور أن يدرك الفروق بين هذه الأشكال، بالإضافة إلى معرفة الفروق بين هذه الأشكال، ومعرفة الفروق بين كل وسيلة وأخرى من وسائل الإعلام أي طبيعتها وملامحها المختلفة.
- **المبدأ الخامس: تؤثر المضامين الإعلامية على فهم الجمهور لمجتمعه وواقعه:** أي أن الجمهور قد يدرك واقعه ومجتمعه من خلال ما تقدمه وسائل الإعلام، وأكبر مثال على ذلك الصور النمطية لبعض الشعوب في وسائل الإعلام ويتأثر بهذه الصور الكثير من الأفراد المتلقين.

▪ **المبدأ السادس: الجمهور متلقٍ إيجابي للمضامين الإعلامية:** أي أن الجمهور يجب أن يكون إيجابياً أثناء تلقيه للمضامين الإعلامية من خلال تفاعله مع هذه المضامين، وعدم موافقته على كل ما يقدم له على أنه أمر مسلم به دون نقد أو تغيير لهذه المضامين إذا كانت ضارة.

وتضيف "سماح محمد الدسوقي، (٢٠١٠)" مبادئ التربية الإعلامية الآتية^(٤٠):

١- الأفراد يضيفون على الرسائل الإعلامية معاني خاصة بهم:

إذا كانت الرسائل الإعلامية يستقبلها الملايين من الناس في نفس اللحظة وبدون أي تغيير فيها، وتزودهم بغالبية المعلومات التي يبنون بها صورتهم عن الحقيقة إلا أن ذلك لا يعني أن الجميع سيتفقون على معانيها، فالمعاني التي يخرجون بها من الرسالة تختلف إلى حد ما حتى بين أفراد الأسرة الواحدة التي قد تجلس معاً أمام الرسالة المقدمة، فكل فرد سيضيف للرسالة معنى خاص به يستنتجه وفقاً للعوامل الفردية كالعمر، والتعليم، والحاجات الشخصية، والرغبات، والمشاكل اليومية، ووجهة النظر الأخلاقية، والخلفية العائلية والثقافية وغير ذلك، فهناك نقاط تلاقي وتشابك تحدث بين المتلقي والرسالة كمصدر للمعني، وهو ما يركز على الرغبات والإشباع التي يحصل عليها المتلقي من استهلاك الرسالة؛ لذلك فوعي الفرد بكيفية تفاعله مع النصوص الإعلامية هو الأساس لفهمها ووعياها.

٢- الشكل والمحتوى بعدان وثيقا الصلة في الرسائل الإعلامية:

لكل وسيلة إعلامية قواعدها الخاصة وطرقها وأساليبها في تصنيف الحقيقة وعرضها، فوسائل الإعلام تنقل نفس الحدث لكنها تعطي انطباعات وردود مختلفة، فعمل التلفزيون ينصب ويرتكز بدرجة كبيرة على الصورة، وهو ما لا يمكن للصحف والمجلات عمله، لكنها يمكن أن تعطي خلفية أكثر تفصيلاً عن أسباب الحدث، وما يترتب عليه؛ لذلك تعتبره التربية الإعلامية أحد المفاهيم الرئيسة التي يجب أن يتفهمها المتعلم إعلامياً، ويدرك تأثيرات ما تتميز به الوسيلة الإعلامية على شكل ومحتوى ما تقدمه، ويتفهم لعلاقة الارتباط الواضحة بين شكل ومحتوى الرسالة الإعلامية والمضمون المقدم.

٣- لكل وسيلة إعلامية شكل وبعد فني وجمالي فريد:

إن التربية الإعلامية لا تنصب فقط على فهم النصوص الإعلامية وتأثيراتها الثقافية والمجتمعية، لكنها أيضاً تعطي اهتماماً بكيفية التمتع بها وإنتاجها، فيجب أن يكون الفرد قادراً على الاستمتاع بالأشكال الجمالية الممتعة والتأثيرات الإيجابية لمختلف وسائل الإعلام، ومُدركاً للخصائص التي تميز كل وسيلة إعلامية عن الأخرى وانعكاسات ذلك على ما تقدمه، وبالتالي تري التربية الإعلامية أن إغفال هذه الجزئية يُعد قصوراً في رسالتها.

فالتربية الإعلامية مهمة لسببين أساسيين هما^(٤١):

- ١- لأنها واعدة وتحمل أملاً للأطفال والمراهقين والشباب بصفة خاصة ولأفراد المجتمع بصفة عامة بتوعيتهم وتحصينهم ضد التأثيرات الضارة لوسائل الإعلام.
- ٢- لأن هناك اتفاقاً على أهميتها فهي ليست قضية خلافية بل تؤيدها مؤسسات ووسائل الإعلام كما يؤيدها مناصرو الصحة العامة.



المراجع

- ١- المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية: التربية الإعلامية: تجسيد العلاقة بين التربية والإعلام، مجلة التربية الإعلامية، الرياض: وزارة التربية والتعليم بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية الإعلامية، مارس ٢٠٠٧، ص ٥٠.
- 2- Schwarz, G. (2013). Overview: What is media literacy, who cares, and why? In G. Schwarz & P. Brown (Eds.), Media literacy: transforming curriculum and teaching (pp. 5-17). Malden, MA: Blackwell Publishing.
- 3- Smet, P. (2013). Media Education: A Qualitative Study of Media Education Awareness Among Youths of Moscow University in Terms of National Academic Standards. Institute voor Samenleving & Technologies (IST): Vlaams, p. 1-41
- ٤- راشد بن حسين العبد الكريم: المناهج الدراسية وتنمية ملكات النقد لوسائل الإعلام، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر التربية الإعلامية، الرياض، ٢٠٠٧، ص ٣.
- 5- Silveblatt.A. (2001). Media literacy: Keys to interpreting media messages (2ne ed) Westport, CT: praeger, p.8.
- 6- Terikwal Gamble and Michael Gamble.(2002). Communication Works, 7th ed, New York: Mc Graw- Hill Companies, 2002, p.56.
- ٧- المنظمة الدولية للثقافة والتربية والعلوم "اليونسكو"، التربية الإعلامية للشباب في مدينة أشبيلية في ١٥-١٦ / فبراير ٢٠٠٢.
- 8- Turow Joseph. (2003). Media Today: An Introduction to Mass Communication, 2nd Boston: Houghton Mifflin Company, P. 26.
- 9- Court, S., and Molesworth, M. (2015). Course-specific learning in Peer Assisted Learning schemes: a case study of creative media production courses. Research in Post-Compulsory Education, 13(1): p.123-134.

- 10- Morsy, Z. (2014).Preface. In Z. Morsy (Ed.), Media education (pp.5-12). Paris: UNESCO.
- 11- Butts, D.(2012). Strategies for media education. In C. Bazalgette, E. Bevort, & J. Savino (Eds.), New directions: Media education worldwide (pp.224-229). London: British Film Institute/Paris: CLEMI.
- 12- Zhang, J., Mao, D. Y., & Xu, W. J. (2013).Studying the practice of media literacy education: A case of the HeiZhi Ma School in Beijing.In S. J. Peng (Ed.), Chinese media literacy report 2012 (pp.175-181). Beijing: China Broadcast Publication International.
- 13- Bucht, C. (2014). Media Education Development Among Youth According to New Media Proceedings: A Pilot Study. Children, Youth& Media in the World; 3 (11), p. 1-13.
- 14- Lusted, D. (2010). Introduction. In D. Lusted (Ed.), The media studies book: A guide for teachers (pp.1-11). London: Comedia Book.
- 15- Bucht, C. (2014).Op. Cit, p. 1-13.
- 16- Cappello, G., Felini, D., & Hobbs, R. (2013).Reflections on global developments in media literacy education: Bridging theory and practice. Journal of Media Literacy Education, 3(2), p. 66-73.
- 17- Masterman, L. (2015).A distinctive mode of enquiry: Towards critical autonomy. In M. Alvarado & O. B. Barrett (Eds.), Media education: An introduction (pp.102-103). London: British Film Institute.
- 18- Burbules, N. C. & Callister, T. A. (2014) Watch IT: the risks and promises of information technologies for education (Boulder, CO, Westview).

١٩- فهد بن عبد الرحمن الشميمري: التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام؟، الرياض:

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، ٢٠١٠، ص ٢٢.

20- Berger, R., & McDougall, J. (2014). Media studies 2.0: A retrospective. Media Education Research Journal, 2(2), p.5-9.

٢١- أحمد جمال حسن: التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج

مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، دراسة تحليلية: رسالة ماجستير،

جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، ٢٠١٥.

22- Lee, A. Y. L. (2015). Op, Cit, p. 1-13.

23- http://daharchives.alhayat.com/issue_archive/Hayat%20KSA/2008/3/17/ p. 5.

24- Hobbs, R., & Jensen, A. (2015). The past, present, and future of media literacy education. Journal of Media Literacy Education, 1, p.1-11.

25- Wikipedia (2016). Media Literacy, available at: www.en.wikipedia.org/wiki/media_literacy. Retrieved: 21/4/2016.

26- Center for media Literacy (2016). Importance of media literacy, available at: http://www.medialit.org/reading_room/article27.htm. Retrieved: 20/4/2016.

٢٧- صالح السيد العراقي: استخدامات الطفل المصري لبرامج الأطفال التلفزيونية والإشباع

المتحققة منها، دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا

للطفولة، ٢٠٠٤، ص ٤٥.

٢٨- ناهد عامر أحمد: علاقة الصورة الإعلامية في الأغاني المصورة بالقنوات الفضائية

بتحقيق إشباع المراهقين، دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس: معهد

الدراسات العليا للطفولة، ٢٠٠٦، ص ١٠٣.

- 29- Pat Brereton.(2001). The Continuum Guide to Media Education, London, Continuum, 2001, p.108- 109.
- 30- Ito, M., Horst, H., Bittanti, M., Boyd, D., Herr-Stephenseon, B., Lange, P.G., Pascoe, C.J., & Robinson, L. (2013) Living and learning with new media: Summary of findings from the digital youth project. Chicago, IL: John D. and Catherine T. MacArthur Foundation.
- ٣١- ماجدة لطفي السيد: تقنيات الإعلام التربوي والتعليمي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ٢٧٥.
- 32- Hagood, M.C., Leander, K.M., Luke, C., Mackey, M., & Nixon, H. (2013).Media and online literacy studies (New directions in research). Reading Research Quarterly, 38(3), 388–413.
- 33- Lin, S. S. (2011).Learning through prosuming: Insights from media literacy programmes in Asia. Science, Technology and Society, 13(2): 259-278.
- ٣٤- عبد الرحيم درويش: مقدمة إلى علم الاتصال، القاهرة: عالم الكتب، ط٢، ٢٠١٢، ص ٢٠٨-٢٠٩.
- ٣٥- مؤتمر فيينا: التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية الرقمية، توصيات موجهة إلى منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونيسكو)، فيينا: أبريل ١٩٩٩، ص ١.
- ٣٦- رشا عبد اللطيف محمد: معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها في مصر على المضامين التليفزيونية من منظور الخبراء، دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠١١، ص ٧٩.
- 37- Smet, P. (2013).Op. Cit, p. 1-41.
- ٣٨- طلال بن عقيل الخيري: تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه، جامعة أم القرى: كلية التربية، ٢٠١٤، ص ١٣٧.
- 39- Joseph, P.(2003). Media Today: An Introduction to Mass Communication, 2nd Boston: Houghton Mifflin Company, p.27- 30.
- ٤٠- سماح محمد الدسوقي: التربية الإعلامية بالتعليم الأساسي في مصر العولمة، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة، ٢٠١٠، ص ١٦١- ١٦٨.
- ٤١- رشا عبد اللطيف محمد: مرجع سابق، ص ٧٧.