



رابطة العالم الإسلامي

الأمانة العامة

الإدارة العامة للمؤتمرات والمنظمات

التربية الإعلامية

إعداد

الدكتور عزوز بن تمسك

الأستاذ في جامعة سوسة - تونس

مقدم إلى

مؤتمر مكة المكرمة السادس عشر

الشباب المسلم والإعلام الجديد

الذي تنظمه

رابطة العالم الإسلامي

تحت رعاية خادم الحرمين الشريفين

الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود

مكة المكرمة

٣-٤ / ذو الحجة / ١٤٣٦ هـ، الموافق ١٦-١٧ / سبتمبر / ٢٠١٥ م



رابطة العالم الإسلامي

مكة المكرمة - المملكة العربية السعودية

صندوق البريد (٥٣٧) أو (٥٣٨) مكة المكرمة (٢١٩٥٥)

هاتف: ٠٠٩٦٦١٢٥٦٠٠٩١٩ - الفاكس: ٥٦٠١٣١٩ - ٥٦٠١٢٦٧

برقياً: رابطة - مكة، تليكس: ٥٤٠٠٠٩ و ٥٤٠٣٩٠

www.themwl.org

البريد الإلكتروني للإدارة العامة للمؤتمرات والمنظمات

conferences@themwl.org

واتس أب : (٠٠٩٦٦٥٠٣٣٩٦٣٢٠)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

المقدمة

تعد التربية الإعلامية (Media Education) ثورة جديدة في مجال الإعلام^(١)، وهناك من يطلق عليها «محو الأمية الإعلامية» (Media illiteracy)، وإذا كان مصطلح الأمية في أوائل القرن الماضي يعني أن الفرد لا يستطيع القراءة والكتابة؛ فإن مصطلح الشخص المتعلم - غير الأمي - قد اختلف في الألفية الجديدة، فهذا الشخص يستطيع بالإضافة إلى معرفة القراءة والكتابة أن يفسر الرسائل التي يتعرض لها يومياً من وسائل الإعلام المختلفة، ويُعرف أيضاً أن وسائل الإعلام تشكل فهمنا للعالم الذي نعيش فيه، وأن رسائلها تنتج بعناية، وتمثل قوة اقتصادية واجتماعية كبيرة في المجتمع المعاصر، وإذا كان مصطلح معرفة الأبجديات، أو تعلمها يرتبط في عقول معظم الناس بوسائل الإعلام المطبوعة، فهناك من يمد هذا المصطلح إلى وسائل الإعلام الإلكترونية، وهناك من يعدل المصطلح إلى تعلم الكمبيوتر (Computer Literacy)، ولكن هناك اتفاق على مد هذا المصطلح ليشمل كل وسائل الإعلام^(٢).

(1) Victor C. Straburger and Barbara J. Wilson- «Children, Adolescents, and the Media», London, Sage Publications, 2002, p.405.

(2) Joellen Fisherkeller- «Growing up with Television: everyday learning among young Adolescents», Philadelphia, Temple University Press, 2002, p128.

ولما كان محور الأمية يعني تعليم القراءة والكتابة للحصول على وظائف أفضل ووضع مالي جيد، فإن التربية والتعليم في ظل سيادة وسائل الإعلام -وخصوصا التلفزيون- تفرض تعلم أبجديات التعامل مع هذه الوسائل، كما يجب على المدارس أيضا أن تمد الطلاب بتربية خاصة بوسائل الإعلام القديمة والحديثة، ففي السبعينيات قُدم التلفزيون كمساعد في التعليم، وفي الثمانينيات تم تبني الفيديو، وتبعه الكمبيوتر في التسعينات، وفي ١٩٩٦ انطلقت حملة في الولايات المتحدة الأمريكية لربط كل المدارس بالإنترنت، وقد دفع هذا العديد من المدارس -التي لا تزال موجهة إلى ثقافة الكتاب المطبوع- إلى أن تواكب الاتجاه إلى التكامل مع وسائل الإعلام المسموعة والمرئية في التعليم^(١).

وقد يرفض معظم القائمين على أمور التعليم استخدام وسائل الإعلام في المدرسة، كما أنهم لا يشجعون الطلاب على استخدامها في البيت أو الفصل، وينظرون إليها على أنها قوة مفسدة، أو كارثة، وأنها تمثل مشكلة كبيرة للشباب والمجتمع على الرغم من أن التربية الإعلامية للشباب توعيتهم بالأدوار التي يجب أن تقوم بها وسائل الإعلام في المجتمع والحياة اليومية، كما أن التربية الإعلامية تعطيهم معلومات عن الطبيعة التجارية لهذه الوسائل، وتعلمهم أسس التعرض النقدي له^(٢).

(1) Daniel suss- «Computers and the Internet in school: closing the knowledge gap». In. Sonia Livingstone and Moira Bovill (eds.)- «children and their changing Media Environment: european comparative study», New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2001, pp.221-241.

(2) James Potter- «Media literacy», London, Sage Publications, 1998, p.4.

ظهرت فكرة التربية الإعلامية في الولايات المتحدة الأمريكية في منتصف السبعينيات، ولقد تطورت في الثمانينيات وحتى الآن، وعلى الرغم من أن هذا المجال لا يزال في حالة التكوين، إلا أنه موجود بالفعل في عشرات الدول، ولقد طورت أستراليا وإنجلترا برامج ومعايير كثيرة في هذا المجال، وفرضت كندا التربية الإعلامية إجبارياً في مناهج المدارس في ١٩٨٧ لطلاب المدارس الثانوية، وفي ١٩٩٥ تم فرضها إجبارياً على طلاب الصفوف من الأول إلى التاسع، وفي ٢٠٠٠ وضعت كل المقاطعات بكندا عنصراً إجبارياً لهذا المنهج إما كمادة دراسية مستقلة، أو داخل منهج فنون اللغة، وحدث نفس الشيء في نيومكسيكو بالولايات المتحدة الأمريكية، والمؤيدون لهذه الحركة يعتقدون أن الأفراد يستفيدون جداً من الدراسة الرسمية للتربية الإعلامية، كما أن الثورة الحديثة في مجال الإعلام تجعل التربية الإعلامية مهارة أساسية للأسر والمواطنين، وهذه المهارة تحمل أملاً بالفهم والسيطرة من الأفراد في المجتمع على وسائل الإعلام، وبهذا يلعب المواطنون دوراً إيجابياً أكبر في الأمور المدنية وتعزيز الديمقراطية.

ويرجع الفضل في مجال التربية الإعلامية إلى الباحثين الكنديين باري دونكان (Barry Duncan)؛ وجون بانجنت (John Pungente)، فلقد برزت كندا كدولة قائدة في تطوير حركة التربية الإعلامية، وتبعتها دول أخرى مثل أستراليا، وشيلي، والهند، وإنجلترا، وفرنسا، أما الولايات المتحدة الأمريكية فقد تأخرت بعد هذه الدول، ويرجع هذا إلى أن ثقافتها يغلب عليها الطابع التجاري مما يعد تحدياً كبيراً لحركة التربية الإعلامية بها، ومع ذلك فلقد اكتسبت الحركة في التسعينيات اهتماماً أكاديمياً كبيراً، وهناك العديد من الجمعيات التي تروج للتربية الإعلامية في الولايات المتحدة الأمريكية مثل

مركز التربية الإعلامية في لوس أنجلوس، ومركز استراتيجيات التربية الإعلامية في سان فرانسيسكو، ومجلس الإعلام القومي في ماديسون، ومركز المواطنين المطالبين بالتربية الإعلامية في نورث كارولينا، وبدأ القائمون على أمر التعليم في التعرف على قيمة وفائدة التربية الإعلامية، ففي ١٩٩٣ انطلق مشروع التربية الإعلامية القومي في نيو مكسيكو لإدخال التربية الإعلامية في منهج التعليم الثانوي، ودخلت مؤسسات التعليم العالي أيضا في مجال التربية الإعلامية، مثل معهد هارفارد Harvard في ١٩٩٣، حيث دعا مائة من رجال التربية والبحث والإعلام لتصميم منهج وتطوير خطط لتكامل مفاهيم التربية الإعلامية في المناهج القائمة، وتذكر رينيه هوبز Renee Hoobbs مديرة معهد هارفارد: «إنني مقتنعة بأن التربية الإعلامية ستقوم بحركة إصلاحية في التعليم العالي، وستعيد أقسام الإعلام النظر في مسؤوليتها لتقوم بتعليم وتربية المواطنين في عصر تحكم فيه وسائل الإعلام».

ويمكن أن نميز خمسة اتجاهات في التربية الإعلامية، فالاتجاه الأول ترجع دراساته إلى الخبراء في أصول علمية مختلفة لوسائل الإعلام، والطب، وعلم النفس، وعلوم أخرى، وكلها تشكل البيئة الاتصالية لهذا الاتجاه، وبعض رواد هذا الاتجاه يرون أن طرقهم وآرائهم تمثل الطريق الوحيد إلى النجاح، ويصفون غيرهم بأنهم حماة، أو يهتمون بوقاية المجتمع من الآثار الضارة للإعلام، والاتجاه الثاني يركز على إنتاج وسائل الإعلام، وتقييم الرسائل الواردة بها، والاتجاه الثالث يركز على نقد وسائل الإعلام، والاتجاه الرابع يركز على أهمية أن تكون التربية الإعلامية محايدة، والاتجاه الخامس يركز على الدفاع عن وسائل الإعلام والعدالة الاجتماعية وإثارة التغير الثقافي، وعلى الرغم من تعدد هذه الاتجاهات، نجد أن التربية الإعلامية تركز على أهداف بعينها مثل تعليم

الناس تأثيرات وأشكال وجماليات وسائل الإعلام، وتعليمهم كيفية تقييم الرسائل التي يتعرضون لها، وكيفية التأثير على هذه الرسائل، وعموما تعلم التربية الإعلامية الأفراد أن يكونوا مواطنين أفضل^(١).

يهدف هذا البحث إلى التعرف على التربية الإعلامية كمجال بحثي جديد في مجال الإعلام يصفه البعض على أنه ثورة لتعليم الناس أن يرغبوا في وسائل إعلام أفضل، ودفعهم إلى تكوين أساس قوي لهذه الحركة لتحدي نظم الإعلام القائمة، ولتقليل الآثار الضارة على المجتمع؛ والتي تنجم عن الرسائل التي تبثها هذه الوسائل؛ والتي قد تكون مؤثرة على الديمقراطية أيضا، كما يهدف البحث أيضا إلى التعرف على العقبات التي تواجه التربية الإعلامية، والتعرف على دور الأسرة، والمدرسة، ومؤسسات المجتمع المدني، والمنظمات المختلفة لنشر هذا الاتجاه، وأخيرا يهدف البحث إلى محاولة الاستفادة من هذا المجال في مجتمعنا العربي.

(1) Bob Mc Cannon- «Media literacy: what? Why? How?», in. Victor C. Straburger and Barbara J. Wilson- «Children, Adolescents, and the Media», London, Sage Publications, 2002, pp.321-367.

المطلب الأول

تعريف التربية الإعلامية

في هذا المطلب الأول، سنتعرض لتعريفات ثلاثة باحثين بالتفصيل، وهم آرت سيلفربلات Art silverblatt (١٩٩٠) وجيمس بوتتر James Potter (١٩٩٨) وجوزيف تورو Joseph Turow (٢٠٠٣)، حيث يعد هؤلاء الثلاثة من أهم رواد التربية الإعلامية، كما أن تعريفاتهم تتسم بالشمول، وتحدد بدقة معنى التربية الإعلامية، والمبادئ التأسيسية لها، وصفات الأفراد ذوي التربية الإعلامية الجيدة.

الفرع الأول: تعريف آرت سيلفربلات.

يركز تعريف آرت سيلفربلات على العناصر الآتية:

أولاً: الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع.

فوسائل الإعلام أحدثت ثورة في الطريقة التي نفكر بها عن أنفسنا وعن الآخرين وعن العالم، فغالبا ما يكون لدينا ولاء لماركات المنتجات والتي لا نكون على علم بوجودها كمنتجات، وقد نقوم بالتصويت للمرشحين على أساس ردود أفعال داخلية ناتجة عن مهارة المستشارين الإعلاميين؛ والذين يخدمون هؤلاء المرشحين وبرامجهم في وسائل الإعلام المختلفة، كما نأخذ بكلمات أو صور الصحفيين محاولين أن نحصل على فهم واضح لأحداث العالم، لقد أصبحت وسائل الإعلام قوة مقنعة في المجتمع المعاصر، ولهذا تعد الحاجة إلى التربية الإعلامية ملحة وضرورة لخلق الجمهور الواعي، فالتربية

الإعلامية تروج لمهارات التفكير النقدي التي تجعل الناس في موضع قوة لعمل أحكام مستقلة، وقرارات واعية متفهمة، كاستجابة للمعلومات التي تنقل من خلال قنوات وسائل الإعلام^(١).

ثانيا: فهم لعملية الاتصال الجماهيري.

فالتربية الإعلامية تتطلب فهما للإنتاج الإعلامي، وكيفية نقله، وسياق التفسير المتمثل في عملية الاتصال الجماهيري، وفهم كذلك لعناصر العملية الاتصالية من مصدر، ومرسل، ووسيلة، ومستقبل، ورجع صدى، وتأثير، وتشويش، وما إلى ذلك من عناصر العملية الاتصالية.

ثالثا: تطوير استراتيجيات تمكنا من تحليل ومناقشة رسائل وسائل الإعلام.

من أجل أن نصبح متلقين نتسم بالفطنة في التعامل مع وسائل الإعلام؛ يجب علينا كأفراد أن نطور استراتيجيات للتحليل النظامي لمضمون وسائل الإعلام، لننظر برؤية متبصرة إلى هذا المضمون لمعرفة الأفكار المتضمنة، وهذا يمدنا بإطار عمل يمكن أن يسهل مناقشة هذا المضمون مع الآخرين، بما في ذلك الأطفال، والرفاق المقربون، والأفراد المسؤولون عن العمل في برامج وسائل الإعلام.

رابعا: الوعي بمضمون وسائل الإعلام كنص يمدنا برؤية متبصرة لأنفسنا وثقافتنا المعاصرة.

فيمكن لما تقدمه وسائل الإعلام من سينما، وجرائد، وبرامج تلفزيونية، أو إعلانات؛ أن يمدنا برؤية متبصرة إلى الاتجاهات، والقيم، والسلوكيات،

(١) حسن عماد مكاوي؛ وليلى حسين السيد: «الاتصال ونظرياته المعاصرة»، القاهرة، مصر، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠١م، صفحة ٢٠.

وأنماط التفكير، والأساطير التي تُغرق الثقافة، وبطريقة عكسية، فإن فهم الثقافة يمكن أن يؤسس منظورا لرسائل وسائل الإعلام.

خامسا: تنمية الاستمتاع الجمالي والفهم والتفكير لمضمون وسائل الإعلام.

فالعروض المنتجة جيدا يمكن أن تمد الجمهور بمتعة عظيمة، فالتربية الإعلامية لا يجب أن تقلص من استمتاعك بالبرامج، بل بالعكس، التفسير النقدي يجب أن يزيد من الاستمتاع بالبرامج الجيدة؛ والتي تتسم بأنها الأفضل، كالمقالات المتعمقة، والبرامج الإخبارية المفيدة، والأفلام الراقية.

الفرع الثاني: تعريف جيمس بوتتر.

يرتكز تعريف جيمس بوتتر على خمس أفكار أساسية:

أولا: التربية الإعلامية سلسلة متصلة وليست فئة.

فالتربية الإعلامية لا تعد حالة يمكن تصنيفها؛ كأن تكون طالبا بالجامعة، أو تكون عربيا أو أجنبيا، أو تكون شيئا أو تكون لا شيء، فمن الأفضل أن يُنظر إلى التربية الإعلامية على أنها سلسلة متصلة، وبدخلها درجات مختلفة، فجميعنا يشغل موقعا في هذه السلسلة، ولا توجد درجة أدنى إذا بلغها البعض يمكن أن نقول إنه ليس لديهم تربية إعلامية، أو حد أعلى يقال عند بلوغه بأن هذا الشخص لديه تربية إعلامية تامة كاملة، كما أن هناك مساحة لتحسن الأفراد⁽¹⁾.

(1) James Potter- «Media literacy», op.cit., p.9.

ثانيا: حاجة التربية الإعلامية إلى التطوير.

إن مكانة الفرد في هذه السلسلة يمكن أن تتحسن إلى مستويات أعلى، وقد يحدث بعض التغير من خلال عملية النضج، والبعض الآخر من خلال ممارسة الوعي، فمع النضج قد نتطور، ومجرد التعرض لوسائل الاتصال لن يساعدنا على أن نتطور إلى مستويات أعلى ما لم نقم بتشغيل هذه الرسائل التي نتلقاها بإيجابية، وبهذا نصل إلى مستويات أعلى من التربية الإعلامية، وسنفكر بوعي في أنماط الملكية، والسيطرة، والأنماط الاقتصادية والتنظيمية لوسائل الإعلام، أما إذا كنا سلبيين فسنظل نتلقى رسائل غير متوازية أو غير كاملة^(١).

ثالثا: التربية الإعلامية عملية متعددة الأبعاد.

فهناك أربعة أبعاد متداخلة تشمل الأبعاد الأخلاقية، والجمالية، والعاطفية، والمعرفية، وكل من هذه الأبعاد يعد في حد ذاته سلسلة متصلة أيضا.

فالمجال المعرفي يشير إلى العمليات العقلية لكيفية إنتاج الرسالة، ولماذا تساير الاتجاه الموجود، وهذا هو البعد الفكري، ويعتمد بدرجة كبيرة على أبنية المعرفة لتمدنا بسياق ثري في بناء المعنى، أما المجال العاطفي فهو بُعد المشاعر، فلدى بعض الناس مقدرة ضئيلة جدا على تنمية خبرة العاطفة أثناء التعرض لوسائل الإعلام، بينما يتميز آخرون بالحساسية للدور الذي أمامهم، أو الموقف الاتصالي، وهذا يولد كل أنواع المشاعر فيهم، وقد تكون بعض العواطف مرتبطة بتأثيرات سلبية، فعلى سبيل المثال: الأطفال الذين يشاهدون

(١) حسين محمد نصر: «مقدمة في الاتصال الجماهيري.. المداخل والوسائل»، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠١م، صفحة ٧٢.

أفلام رعب عنيفة يمرون بخبرة الخوف الشديد التي قد تلازمهم لمدة ساعات، ويمكن أن تترك مخاوف عاطفية مستمرة، ويمكن لردود الفعل العاطفية أن تكون إيجابية، كالأحاساس بمدى عمق حزن الشخصية على فقدان شخص محبوب، مما يتطلب درجة عالية من التربية الإعلامية في المجال العاطفي^(١).

أما المجال الجمالي فيشير إلى القدرة على أن تستمتع وتفهم وتقدر مضمون وسائل الإعلام من وجهة نظر فنية، وهذا التقدير يتطلب وعياً بالمهارات المستخدمة في مجال إنتاج الرسائل في وسائل الإعلام المختلفة، وتتضمن المقدرة على تحري الفروق بين الفن الحقيقي والفن المتكلف، كما يتضمن أيضاً أن تركز على الأسلوب الفني للكاتب؛ أو المنتج؛ أو المخرج، ويشير المجال الأخلاقي إلى القدرة على استنباط القيم التي تحكم الرسائل، ففي بعض المسلسلات يكون المرح والفكاهة أداة هامة للتعامل مع المشكلات، ويرى الذكاء على أنه قوة، ولا تكون المشكلات خطيرة؛ وإنما تحل في نصف ساعة، وفي أنواع أخرى من الدراما يكون العنف هو الوسيلة الناجحة لتحصل على ما تريد، وقد يقضي الفرد وقتاً طويلاً ليدرك القيم الأخلاقية لتربية الشخص إعلامياً، وهذا لأننا نفصل الشخصيات عن الأحداث، ويجب الإشارة إلى أن كل بعد من هذه الأبعاد يعد سلسلة متصلة، وتتفاوت قدرات الفرد في كل منها، وهذه المجالات يمكن أن تكون مستقلة عن بعضها، وربما يكون الفرد على درجة عالية في إحداها، ويكون على درجة منخفضة في الآخرين.

(1) James Potter- «Media literacy», op.cit., p.11.

رابعاً: تهدف التربية الإعلامية إلى أن تعطينا سيطرة أكبر على تفسيراتنا.

فكل رسائل وسائل الإعلام تعد تفسيرات للواقع، فالصحفيون يخبروننا عن تفسيراتهم للأشياء والأشخاص المهمين، والقائمون على برامج التسلية يعرضون تفسيراتهم لمعنى الحياة والإنسان، وكيف نمي علاقاتنا، أو ننخرط في صراع، أو نحقق السعادة، والمعلنون يحاولون إقناعنا بأن لدينا مشاكل، وأن منتجاتهم ستساعدنا بسرعة على التغلب على هذه المشاكل، والمشاهدون أيضاً يمكن أن يبنوا تفسيراتهم لهذه الرسائل، فالوعي بتفسير هذه الرسائل هام جداً، ويعني هذا تجنب التعرض لهذه الرسائل بلا وعي، فعملية تأثير وسائل الإعلام تستمر سواء كنا واعين أم لا، إما باتجاه تضخيم التأثيرات المرغوب فيها، وإما باتجاه تخفيض التأثيرات التي نريد تجنبها، وهذا يعني أن نتعرف على كل تأثيرات الإعلام المباشرة وغير المباشرة.

خامساً: بناء أبنية معرفية قوية.

ويتطلب ذلك أدوات تتمثل في مهاراتنا، ومواد خام تتمثل في المعلومات التي نحصل عليها من العالم الواقعي ومن وسائل الإعلام، فإذا كان لدينا الكثير من المعلومات ولكننا لا نملك سوى قدر ضئيل من المهارات، فلن نستطيع أن نشعر، أو نحس بهذه المعلومات، وإذا كان لدينا الكثير من المهارات ولكننا لا نتعرض لكم كافٍ من رسائل وسائل الإعلام، أو خبرات العالم الواقعي، فإن أبنيتنا المعرفية ستكون محدودة جداً، أو غير متوازنة^(١).

(١) حميد جاعد محسن الدليمي: «علم اجتماع الإعلام»، عمان، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢م، صفحة ٢٩.

إن بناء المعرفة لدينا يجب أن يتسع لعدة أسباب تساعد في التربية الإعلامية، وهي:

١- نحتاج إلى معرفة أعراف رسائل وسائل الإعلام التي يستخدمها المنتجون، وأنماط المحتوى التي يتم إنتاجها.

٢- نحتاج إلى معرفة صناعات وسائل الإعلام (أصولها، وتطورها، وقواعدها الاقتصادية)، والأساس البنائي لها؛ ويشمل أنماط الملكية والتنظيمات الحكومية.

٣- نحتاج أن نفهم كيف تنظر وسائل الإعلام إلينا كجمهور.

٤- نحتاج إلى منظور أوسع لتأثيرات وسائل الإعلام، وهذا يعني التعرف على التأثيرات على المستوى القصير؛ والتأثيرات على المستوى البعيد، إضافة إلى معرفة تأثيراتها على المجتمع والأفراد، كما يجب أن نعرف أن هذه التأثيرات يمكن أن تكون سلوكية، أو اتجاهية، أو فسيولوجية.

إضافة إلى ما سبق؛ يجب أن يكون لدينا بناء معرفي قوي عن العالم الحقيقي، أما بالنسبة لأهمية المهارات؛ فيرى معظم دارسي التربية الإعلامية أن التركيز يجب أن يكون على هذه المهارات، مثل براون Brown (١٩٩١)، وديجيتانو وباندر Degaetano & Bander (١٩٩٦)، وماك لارن وهامر وشول وريلي Sholle & Reilly, Hammer, Mc Laren (١٩٩٥)، وهناك العديد من أنواع المهارات المختلفة التي يتم ذكرها، ويمكن أن تصنف إلى مهارات أولية تُعد أساساً لاستخدام وسائل الإعلام، ومهارات أكثر تقدماً.

أما المهارات الأساسية فهي التي تحكم ما نتلقاه من وسائل الإعلام، من التعرف على الرموز، ومحاولة التعرف على المعاني، فبعض الرموز قد تكون

كلمات، أو صوراً، أو صوتاً، وبعض الرموز قد تكون حركات على الشاشة، ولذا نحتاج إلى التعرف على دور المؤثرات الصوتية، وتكنيكات القطع والمسح؛ وحركات الكاميرا -كالزووم والبان- وما إلى ذلك، أما المهارات الأكثر تقدماً فتعطينا الفرصة لننمي سيطرة أكبر على رسائل وسائل الإعلام، وتسمح لنا أن نقل السيطرة التفسيرية بعيداً عن رسائل وسائل الإعلام إلى مملكتنا الخاصة بالسيطرة، وتطبيق هذه المهارات المتقدمة يتطلب التفكير بتركيز، وهذا يعني أننا بهذه المهارات المتقدمة لا نأخذ رسائل وسائل الإعلام على أنها حقائق مسلم بها، بدلاً من هذا يجب أن يكون لدينا بعض الشكوك التي ترشد تفاعلنا مع هذه الرسائل، ونتحدى هذه الرسائل بحس انتقادي، وكذلك المعاني التي تتضمنها، وهذه المهارات المتقدمة هي التحليل، والمقارنة، والتقييم، والتقدير^(١).

الفرع الثالث: تعريف جوزيف تورو:

يتفق تورو مع بوترو في أن التربية الإعلامية تتضمن:

- ١- تطبيق مهارات التفكير النقدية في التعامل مع وسائل الإعلام.
- ٢- إيجاد المعاني المتضمنة في الأفلام السينمائية، والإعلانات، وأنواع أخرى من المضامين.
- ٣- التفكير في وجهات النظر الأخرى التي يكونها الأفراد نتيجة مشاهدة التلفزيون، أو قراءة الكتب.

(١) صفاء جبارة: «الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل»، عمان، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩م، صفحة ٤١.

ويرى تورو أن الأفراد يجب أن يكونوا أكثر وعياً ومسؤولية كمواطنين، وآباء، وناخبين، وعمالاً في مجتمع تقوده وسائل الإعلام، بل إن جوزيف تورو يعترف بأن هدف مؤلفه: (مقدمة للاتصال الجماهيري) هو مساعدة الأفراد تحصيل تربية إعلامية مرتفعة، لأنه ليس من باب المبالغة أن نذكر أن كل الأفراد يتأثرون برسائل ووسائل الإعلام بشكل أو بآخر، ولكن القليل جداً من الأفراد تعلموا أن يتحركوا إلى الأمام، وأن يتفحصوا بجديّة دور وسائل الإعلام في حياتهم؛ وفي حياة المجتمع، وفي هذا الصدد يقول جوزيف تورو: «وليس هدف هذا الكتاب أن يجعلك متشائماً، أو غير واثق في وسائل الإعلام، ولكن الهدف أن يجعلك تفكر بطريقة نقدية ومتفحصّة عن القوى التي تشكل وسائل الإعلام، وعلاقتك بها، لتكون قادراً على تقييم ما تراه، أو تسمعه، وفي نفس الوقت تستمتع وتقدر ما تعرض له»⁽¹⁾.

على هذا الأساس فإن جوزيف تورو يرى أن الشخص ذا التربية الإعلامية الجيدة يمتلك الصفات التالية:

- ملم بالتأثيرات التي تحكم شركات وسائل الإعلام.
- ملم بأحدث القضايا السياسية المتعلقة بوسائل الإعلام.
- حساس بطريقة التعرض لمضمون وسائل الإعلام كوسيلة لمعرفة الثقافة بالمجتمع.
- دارس لموضوعات تتعلق بتأثيرات وسائل الإعلام.

(1) Joseph Turow- «Media today. An introduction to mass communication», Boston, Houghton Mifflin Company, 2nd ed, 2003, p.26.

- حساس للأبعاد الجمالية للأنشطة التي تقوم بها وسائل الإعلام.

- قادر على الاستمتاع بالمواد المقدمة في وسائل الإعلام.

إن الأفراد ذوو التربية الإعلامية الجيدة يعدون مستهلكين نشطين لوسائل الإعلام، ومعظم وسائل الإعلام تسعى لخلق مشاهدة سلبية؛ وخصوصا التلفزيون، ولذا يجب على الأفراد المشاهدة بعين نقدية، ولأغراض محددة لمعرفة المعاني الأعمق خلف الرسائل التي تنقلها وسائل الإعلام^(١).

(1) «General media literacy skills», available on line, <http://nmlp.org/general.tools.pdf>

المطلب الثاني: أهداف التربية الإعلامية

إن التربية الإعلامية هامة لسببين، الأول: لأنها واعدة وتحمل أملا للأطفال والمراهقين بصفة خاصة، ولأفراد المجتمع بصفة عامة، بتوعيتهم وتحصينهم ضد التأثيرات الضارة لوسائل الإعلام، والثاني: لأن هناك اتفاقا على أهميتها؛ فهي ليست قضية خلافية، بل تؤيدها وسائل الإعلام كما يؤيدها مناصرو الصحة العامة^(١).

فالتربية الإعلامية وسيلة ذات تأثير طويل المدى لإحداث تغير سياسي واجتماعي لفائدة المجتمع، إنها تساعد الأفراد على معرفة دور وسائل الإعلام في المجتمع، وتعد النظرة النقدية حاسمة وهامة في التربية الإعلامية، وبهذه النظرة يفهم الأفراد أن هناك مشكلات في نظم وسائل الإعلام، وهذا الفهم يؤدي إلى نتائج هامة خصوصا إذا أدمجت التربية الإعلامية، أو تكاملت مع مناهج الدراسة في مؤسسات التعليم، فسيؤدي هذا إلى وجود شباب ناشط يرغب في تطوير المجتمع^(٢).

وكما يذكر ماسترمان Masterman أن الغرض الأساسي للتربية الإعلامية ليس فقط تكوين الوعي النقدي، ولكن أيضا تكوين الحكم الذاتي المستقل بشأن الرسائل المختلفة في وسائل الإعلام، بمعنى تعلم عملية تكوين الأحكام الذاتية عما يمكن للفرد أن يقوم به بعد أن يترك الدراسة ويواجه وسائل الإعلام طيلة

(1) Art silverblat- «Media literacy: key to interpreting Media messages», West port, Praeger Publishers, 1995, p.7.

(٢) محمد منير سعد الدين: «دراسات في التربية الإعلامية»، بيروت، لبنان، المكتبة العصرية للطباعة والنشر، ١٩٩٥م، صفحة ٥٢.

حياته، وبهذا يتعلق جوهر التربية الإعلامية بوقاية الأطفال ضد الآثار السلبية الناتجة عن تعرضهم لوسائل الإعلام، وذلك عن طريق إرشادهم إلى الانتقائية في التلقي، وإدراك المحددات الأساسية التي تحكم عمل وسائل الإعلام^(١)، كما أن هناك أهدافا إيجابية تتعلق بمساعدة الشباب في إثراء تجاربهم الاتصالية بزيادة فهمهم للجماليات الخاصة بوسائل الإعلام، وتقييم مضمونها، لذا نجد برامج التربية الإعلامية في المملكة المتحدة ودول أمريكا اللاتينية تؤكد على أهمية تحسين الحياة الاجتماعية، فالطلاب يتعلمون كيفية التأثير على وسائل الإعلام عن طريق تفاعلهم معها، وردود أفعالهم تجاهها، كما أن هناك هدفا آخر يتمثل في التخطيط لكيفية تقديم وسائل الإعلام للأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة أو ذوي الظروف الصعبة.

كما أن هناك هدفا آخر يتمثل في تقييم الثقافة الخاصة بالأفراد، وتقييم ثقافة الآخرين^(٢)، إذ يرى جيمس بوترا أن ثقافتنا مشبعة بوسائل الإعلام، وأن البعض قد يقبل بعض المعتقدات الخاطئة عن وسائل الإعلام، وتهدف التربية الإعلامية من وجهة نظره إلى دفع الأفراد حتى يكونوا إيجابيين في تعرضهم لوسائل الإعلام، وأن يتسموا بالحاسة النقدية، وألا يقبلوا الأفكار الخاطئة العامة عن وسائل الإعلام، ويسوق لنا في هذا الصدد أربع أفكار:

(١) عبد الفتاح أبو معال: «اثر وسائل الإعلام على الطفل»، عمان، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، ١٩٩٧م، صفحة ٤٣.

(2) Donna woolfolk Cross- «Media speak: how television makes up your mind», New York, Coward Mc Cann, 1983, p.121.

١- تضخيم المشكلات في المجتمع:

ففي استطلاعات الرأي العام؛ يميل الناس إلى تضخيم المشكلات، وقد يعود هذا إلى ثلاثة أسباب، الأول: أن الكثير من الناس لا يتعرضون لهذه المشكلات شخصياً، وإنما يتعرضون لها عن طريق عرضها في وسائل الإعلام، والثاني: أن وسائل الإعلام تقدم رسائل متشابهة عن الجريمة، وضعف مستوى التعليم، أو الرعاية الطبية، أو فشل المؤسسات، والثالث: أن هذه الرسائل السلبية يتم تضخيمها، فعندما يشاهد الأفراد تركيز التلفزيون على العنف، والجرائم، وفشل المؤسسات الدينية، أو التعليمية، أو الطبية، يستنتج أنه بالفعل توجد مشكلات ضخمة في المجتمع^(١).

٢- التطرف في المعتقدات بشأن تأثير وسائل الإعلام:

فمعظم الناس يعتقدون أن التلفزيون إما أن يكون له تأثير قوي جداً، أو لا يكون له تأثير مطلقاً، وهذا الاتجاه يظهر بوضوح في موضوع العنف في التلفزيون وتأثيره، هذه النظرة للتأثير قاصرة، فهناك تأثيرات مباشرة، وأخرى غير مباشرة، والتأثيرات غير المباشرة تعد متبادلة بين وسائل الإعلام، والأفراد، ومؤسسات الحكومة، وتعاليم الدين، والتعليم، والأسرة، كما أن هذه النظرة القاصرة أو المتطرفة للتأثير تبحث عن التغيرات ولا تبحث التأثير على الوضع الراهن، أو تنظر للتأثيرات على المدى القصير، وتتجاهل التأثيرات طويلة المدى، وقد تنظر إلى التأثيرات على السلوك، وتتجاهل التأثيرات على المعرفة، أو الاتجاهات، أو المعتقدات^(٢).

(١) أديب خضور: «نظرية التلفزيون»، دمشق، سوريا، المكتبة الإعلامية، ٢٠٠٠م، صفحة ١٨.

(2) Libert Lichter, Linda S. Lichter and Stanley Rothman- «Prime time. How television portrays american Culture», Washington, Regnery Publishing, 1994, p80.

٣- التركيز على التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام:

فغالبا ما يركز الجمهور على التأثيرات السلبية المتمثلة في الجنس، والعنف، واللغة البذيئة في المواد التي تقدمها وسائل الإعلام، ففي إحدى الاستطلاعات الخاصة برأي الأمريكيين عن تأثير التلفزيون في ١٩٩٦، وجد أن ٨٣٪ من الجمهور يهتم بالعلاقة بين انتشار الجنس خارج نطاق الزواج في التلفزيون، وبين نفس المشكلة في العالم الحقيقي، كما وجد أن ٦٦٪ يعتقدون أن التلفزيون يساهم في زيادة العنف، ويجعل القيم الأسرية تتآكل.

وفي دراسة أخرى على أساتذة الجامعة وجد أنهم يعتقدون أن معظم تأثيرات التلفزيون سلبية، حيث يرى ٨٤٪ أن التلفزيون مسؤول عن زيادة السلوك العدواني، و ٨٠٪ يرون أن التلفزيون يقلل النشاط الجسماني، والوقت المخصص للقراءة، كما أن ٥٨٪ يرون أن التلفزيون يزيد المعرفة بالعالم، وزيادة المقدرة اللفظية، وزيادة السلوك الموالى للمجتمع، وفي دراسة أخرى يوافق ٨٠٪ من العاملين في السينما هوليوود على أن هناك صلة بين العنف الموجود على الشاشة والعنف في العالم الحقيقي.

٤- الخطأ في وسائل الإعلام وليس من الأفراد:

فالناس غالبا يبحثون عن كبش فداء لإلقاء اللوم عليه، وغالبا ما يشتكون، ولكنهم لا يفعلون شيئا، ففي أحد الأبحاث وجد أن ٥٦٪ من الجمهور يشكون من أن صناعة السينما تسوء، وأن مشاهد الجنس الصريح، والعنف تملأ الأفلام، ومع ذلك تحقق السينما أرباحا طائلة، نفس الشكوى تتعلق بالتلفزيون، ولقد استنتج كومستوك Comstock (١٩٨٩) أن الرأي العام عن التلفزيون لا يعد وسيلة جيدة تنبئ بسلوك استخدام التلفزيون، فعلى الرغم من أن الكثيرين

يشتكون من التلفزيون، إلا أنهم يشاهدون كما هائلا من البرامج.

كما تهدف التربية الإعلامية إلى تنمية استراتيجيات القيام برد فعل تجاه مواد وسائل الإعلام، ذلك أن التفكير النقدي ينمي بعض المهارات، ويجعل الأفراد يناقشون القضايا المتعلقة بوسائل الإعلام حتى يقوموا بردود فعل حاسمة تجاه هذه الوسائل، وهذا للمطالبة بنظام إعلامي صحي للمجتمع، ويتسم بالأمانة والمسئولية^(١).

إن هدف مشاهدة التلفزيون النقدية يعني أهمية اختيار البرامج المشاهدة بذكاء، ومعرفة التأثيرات الممكنة لها، ولا تهدف التربية الإعلامية إلى تنمية المهارات النقدية فقط، وإنما تهدف أيضا إلى تنشيط السلوكيات المتعلقة باتخاذ ردود فعل حاسمة من الجمهور تجاه المواد التي تعد هجومية، ويستطيع الجمهور أن يكون جماعات ضغط على وسائل الإعلام التي تقدم هذه المواد، أو على الأقل يهدد بمقاطعتها، وهناك العديد من الجماعات التي أنتجت دليلا للمدرسين ليحددوا البرامج التلفزيونية العامة والتجارية، كما تمد بمواد عن التربية الإعلامية في كل من شيكاغو وبوستون ونيويورك^(٢).

وتعد التربية الإعلامية مدخلاً جديداً يجب تعهده لتعديل تأثيرات التلفزيون ووسائل الإعلام الأخرى، بحث تكون الشخصية النقدية للأفراد عن طريق:

(1) Neil M., Malamuth and Emily A.- «Research on sex in the Media», in. Dorothy G. Singer and Jerome L. Signer (eds.)- «A handbook of children and the Media», California, Sage Publications, 2001, p.269.

(2) Victor C. Straburger and Barbara J. Wilson- «Children, Adolescents, and the Media», op.cit., p.7.

- ١- إجراء العديد من البحوث والدراسات لتحديد ما يعد تقييماً نقدياً، أو مهارات نقدية فيما يتعلق بالتعرض.
 - ٢- تطوير مناهج لتعليم هذه المهارات.
 - ٣- تقييم المدى الذي يتعلمه الأطفال من هذا المنهج.
- ويهدف هذا العمل إلى تقليل الدرجة التي يدرك بها الأطفال ما يتعرضون له على أنه حقيقة، وزيادة مقدرة الأطفال على مقارنة ما يتعرضون له بالمعلومات التي يتلقونها من مصادر أخرى^(١)، فالخطوة الأولى أن نتعلم ونعرف، أما الخطوة الثانية فتتمثل في اتخاذ الفعل، فالبعض يرى أن سوق وسائل الإعلام يغرق برسائل سيئة، وفي الوقت ذاته تستمر حالات القتل في الشوارع، وينتشر فيها العنف، كما تنتشر حالات الموت من السكر أثناء القيادة، وتزداد حالات حمل المراهقات، والإصابة بالأمراض التي تنتشر عن طريق الممارسات الجنسية غير الشرعية.

ويجب أن يكون الجمهور جزءاً من الحل، وفي هذا يذكر البعض أنه في الستينيات كان الآباء يقلقون بشأن عدم استفادة أطفالهم من التلفزيون، أما الآن فإنهم يقلقون بشأن الضرر الذي سيلحق بأحفادهم من مشاهدة التلفزيون.

وفي هذا تبدو المأساة الأمريكية في أن وسائل الإعلام يمكن أن تخبر الجمهور بما تبذعه من مواد يمكن أن تناصر المجتمع، ولكنها للأسف تسمح بإنتاج مواد هدفها الرئيسي كسب المال بقدر المستطاع، بغض النظر عن الانتباه

(1) Bob Mc Cannon- «Media literacy: what? Why? How?», in. Victor C. Straburger and Barbara J. Wilson- «Children, Adolescents, and the Media», op.cit., p.363.

إلى الأطفال، والمراهقين، والذين يعدون بحق أهم موارد الأمة^(١).

إن الاتجاه نحو حماية الأطفال والمراهقين ناتج عن اهتمام الآباء والمناصرين؛ برصد التأثيرات السلبية للمواد التي تقدمها وسائل الإعلام، فالفهم الخاص بالتراث البحثي القائم، والخبرة المتعلقة بهذه التأثيرات يعززان الحاجة إلى اتخاذ رد فعل أكبر؛ وسيطرة أكبر من الوالدين في المنزل على سلوك أطفالهم الاتصالي، فكما يذكر جيروم سنجر Jerome Singer: «يجب على الوالدين أن يدركوا أن هناك غرباء في المنزل (ويشير إلى وسائل الإعلام)، فإذا جئت بيتك، ورأيت رجلاً غريباً يعلم أطفالك أن يتشاجروا، أو يحاول أن يبيع لهم بعض المنتجات، فستطرده فوراً خارج المنزل، ولكنك تصل منزلك وتدخل، وتجد التلفزيون وأهل بيتك حولك، ولا تفكر مرة بشأن تأثيراته»، وعموماً ترتبط الاهتمامات الصحية للأطفال والمراهقين بكيفية استخدام وسائل الإعلام، وتشير الدراسات إلى ما يلي:

١ - يتعلم المشاهدون بكثافة العنف من وسائل الإعلام، إذ وجدت علاقة قوية بين مشاهدة البرامج العنيفة وإظهار الاتجاهات والسلوكيات العنيفة، وهناك العديد من الدراسات التي استخدمت أسلوب تحليل التحليل Meta-Analysis وجدت رابطة سببية بين مشاهدة العنف؛ والسلوك العنيف^(٢).

(1) Robert Kubey and Barna William Donovan- «Media and the Family», in. Dorothy G. Singer and Jerome L. Signer (eds.)- «A handbook of children and the Media», op.cit., p.323.

(2) Mrjorie J. Hogan- «Parents and other Adults: models and monitors of healthy Media Habits», in. Dorothy G. Singer and Jerome L. Signer (eds.)- «A handbook of children and the Media», op.cit., p.663.

٢- الاهتمام المتزايد بالصورة المقدمة في وسائل الإعلام عن السلوكيات الجنسية غير الصحية، وتأثيراتها على الشباب، وخطورة النتائج المترتبة على تقليدها، والمتمثلة في حمل الفتيات، وانتقال الأمراض التناسلية.

٣- الترويج للأغذية المليئة بالدهون والأملاح، وخطورة هذا على الأفراد تتمثل في البدانة؛ خصوصا وأنهم يقضون وقتا طويلا أمام الشاشات، ولا يقومون بأي نشاط بدني.

٤- تعلم العديد من الأفكار غير الصحيحة عن الصورة النمطية الخاصة بالعرق، والجنس، والمهنة^(١).

وليس أدل على اهتمام الوالدين من أنه في إحدى الدراسات عام ١٩٧٩، وجد أن ٨٥٪ من الآباء كانوا لا يرشدون أطفالهم بشأن مشاهدة التلفزيون، ولكن بعد عقدين؛ وفي ١٩٩٩، وجد أن ٦٢٪ فقط من الآباء لا يضعون قواعد خاصة بمشاهدة أبنائهم للتلفزيون^(٢)، فالمجال البحثي يمتلئ بالدراسات الخاصة بالتأثيرات السلبية لوسائل الإعلام على الأطفال والمراهقين خصوصا فيما يتعلق بالتغذية، والمعلومات الجنسية، والسلوكيات الخاصة بالجنس، واستخدام الكحوليات، والتدخين، والعنف والقلق.

إن جماعات الضغط على وسائل الإعلام هامة جداً، وقد تكون جماعات الضغط هذه ذات اهتمامات خاصة تركز على تقليل محتوى الجنس والعنف في

(١) علي بن إبراهيم النملة: «صناعة الكراهية بين الثقافات»، دمشق، سوريا، دار الفكر، ٢٠٠٨م، صفحة ٥٢.

(2) Victor C. Straburger and Barbara J. Wilson- «Children, Adolescents, and the media», op.cit., p.420.

وسائل الإعلام، ووجدت هناك جماعات دينية خاصة كان هدفها البرامج ذات التوجيه الجنسي، وهذه الجماعات نجحت بالفعل في بعض حملاتها، فقد قلّت مشاهد الجنس والعنف خوفاً من ضغط هذه الجماعات^(١)، وهناك أيضاً جماعة حركة البيئة الثقافية في الولايات المتحدة الأمريكية؛ والتي يشارك فيها جورج جربنر George Gerbner والذي قضى ثمان وعشرين سنة كعميد لمعهد اينبرج Annenberg للإعلام، وبينت دراساته أن المشاهدين بكثافة ينمون أعراض الخوف من العالم الوضيع، والمليء بالعنف الذي يحيط بهم، ولكنه كعالم وواضع لنظرية الغرس Cultivation نادراً ما يُرى على شاشة التلفزيون^(٢).

إن رد الفعل هام جداً، والكتابة عن هذه الجمعيات والجماعات؛ والعمل معها مؤثر جداً لعمل تحالفات لنشر هذه الحركة وتأييدها، فهذه الثورة الخاصة بالتربية الإعلامية يمكن أن تخرج إلى الشوارع، وفي هذا يقول جربنر: «لا تناضل أو تعذب وحدك، ولكن اشترك في منظمات، فالمعرفة والنشاط للقيام بالفعل غاية في الأهمية، ولحسن الحظ فهذه المهمة تعليمية ومسلية؛ ونتائجها مرضية»^(٣).

(1) Sandra J., Ball Rokeach and Muriel Cantor (eds)- «Media audience and social structure», California, Sage Publications, 2e ed., 1986, p.194.

(2) George Gerbner, Michael Mogran and Nancy Signorielli- «Profiling television violence», in. kaarle Nodenstreng and Michael Griffin (eds.)- «International Media monitoring», New Jersey, Hampton Press, 1999, p.360.

(3) Bob Mc Cannon- «Media literacy: what? Why? How?», in. Victor C. Straburger and Barbara J.Wilson- «Children, Adolescents, and the Media», op.cit., p.365.

المطلب الثالث

المؤسسات المؤطرة للتربية الإعلامية

تُعد الأسرة والمدرسة جوهر التربية الإعلامية، فلقد بينت نتائج إحدى الدراسات أن عادات مشاهدة الوالدين واتجاهاتهم نحو التلفزيون ذات تأثير قوي على سلوك الأطفال، كما تبين أن عادات مشاهدة الأطفال للتلفزيون قد أعطت خلفية عن بيئة الوالدين الثقافية والاجتماعية^(١)، كما أن تطوير مناهج للتربية الإعلامية أصبح موضوعاً مطروحاً على الأجندة التعليمية عن طريق مؤسسات معتمدة، حيث يذكر أن التلفزيون أصبح ذا دور معروف في التعليم، فمن المقترح أن تأخذ المدارس في اعتبارها ضرورة تطوير طرق تعارض التأثير السلبي للتلفزيون، وهذا المدخل سيتداخل مع المناهج لتقليل التأثيرات غير الاجتماعية التي يكتسبها الأطفال من التعرض لوسائل الإعلام، ويُذكر في مشروع مكتب التعليم الأمريكي أن التلفزيون يعرض للأطفال مواد عن البالغين، وهذه المواد تكون غير معدة لهم، مما يلقيهم بالفعل في عالم المراهقين قبل أن يكون لديهم النضج الكافي، أو المعلومات الكافية للتعامل مع هذه المواد، ويذكر أن العملية الفعلية لتطوير هذه المناهج تتضمن عمليات يتفاعل فيها مديرو المدارس، وجماعات الوالدين، والمدرسون^(٢)، لذا

(1) Dorothy G. singer, Diana M. Zucker and Jerome L.- «Helping elementary school children learn about TV», Journal of communication, vol 30, n°3, 1980, pp.84-89.

(2) James A Anderson- «The theoretical lineage of critical viewing curricula», Journal of broadcasting, vol. 30, n°3, 1980, pp.64-70.

ستحدث فيما يلي عن دور كل من الأسرة (الفرع الأول)، والمدرسة (الفرع الثاني) في تطوير التربية الإعلامية.

الفرع الأول: التربية الإعلامية داخل الأسرة.

إن دور الأسرة أكبر من دور المدارس والجمعيات والقوانين الحكومية، فالوالدان في موقع قوة، وفي مكانة فريدة تمكنها من السيطرة على الأبناء فيما يتعلق بعادات استخدام وسائل الإعلام، كما أن الوالدين يمكنهما التعاون مع منظمات أخرى للمساعدة في فهم وإدخال التربية الإعلامية في البيوت الأخرى، فلقد قدمت الأكاديمية الأمريكية لطب الأطفال حملتها في ١٩٩٨، ونشرت توصياتها الخاصة بالتربية الإعلامية في ١٩٩٩، وكانت الحملة تتضمن معلومات وأنشطة لأطباء الأطفال، والمهنيين الآخرين في مجال الأطفال والوالدين، كما نشرت جمعية الآباء والمدرسين الأمريكية كتابها: «تحمل مسؤولية تلفزيونك»؛ والذي يعد مرشدا يساعد الوالدين على خلق بيئة إعلامية جيدة بالمنزل، كما يمكن للوالدين تعليم أبنائهم أسس التربية الإعلامية مع الأخذ في الاعتبار أنها عملية تستمر مدى الحياة، وبهذا يكون الأطفال أكثر ذكاء من التلفزيون، والإعلانات، ووسائل الإعلام الأخرى.

إن مبادئ التربية الإعلامية للأسرة تتلخص فيما يلي:

- ١- ترتيب المنزل ليكون بيئة إعلامية إيجابية.
- ٢- وضع قواعد عادلة وواضحة بشأن استخدام وسائل الإعلام في الأسرة.
- ٣- تشجيع المشاهدة النقدية والنشطة للتلفزيون، والمواد الأخرى التي تقدمها وسائل الإعلام الأخرى.
- ٤- تشجيع المناقشات الأسرية عن وسائل الإعلام (مضامينها وتأثيراتها).

٥- فهم الحاجات الخاصة بنمو الأطفال والمراهقين في المراحل المختلفة، فمثلا توصي الجمعية الأمريكية لطب الأطفال الآباء بعدم السماح للأطفال بالتعرض لوسائل الإعلام قبل عمر سنتين، وبعد السنتين يحتاج الأطفال إلى اللعب، والاندماج مع باقي أفراد الأسرة^(١).

٦- بناء نظام قيمي خاص بالأطفال، فيجب على الأسرة أن تربي الأطفال على نظام قيمي معين، وإلا فسيواجه الأطفال في مرحلة المراهقة بمشاكل سيكولوجية، وطبقا لما يذكره براندون سنترول Brandon Center Wall (١٩٩٨) فإن أي نظام قيمي يجب أن يتسم بما يأتي:

- الاتساق: فالنظام القيمي يمكن أن يكون متنوع الاتجاهات والرؤى، ولكن القيم التي يتم الترويج لها يجب أن تكون ثابتة ومتسقة.
- الأمان: فمصدر القيم يجب أن يكون قادرا على حماية الطفل، وإلا فلن يقدر الطفل هذا النظام القيمي.
- التعزيز: فمصدر القيم يجب أن يكون قادرا على تعزيز نظام القيم، وإلا فلن يحترم الطفل هذا النظام.
- الاستجابة والحساسية: فمصدر القيم يجب أن يكون متاحا وباستمرار للطفل في جميع حالاته (الفرح، والمرض، والاحتفال...).

إن كم الوقت الذي يُقضى مع الطفل في تعزيز نظامه القيمي هام جدا، ولكن المشكلة أن وسائل الإعلام المختلفة تعرض سلسلة مختلفة من نظم القيم التي لا تكون متسقة، وهذا لا يحمي الطفل، أو يعزز قيمه، ولا تساعد وسائل

(١) إبراهيم ياسين الخطيب؛ ومحمد عبد الله عودة؛ وأحمد محمد الزبادي: «اثر وسائل الإعلام على الطفل»، عمان، الأردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠٠١م، صفحة ٧١.

الإعلام على النشأة في صحة عقلية جيدة، فيجب على الأسرة أن تصارع النظم القيمة المخالفة من أجل صحة عقلية أفضل لأبنائها.

٧- زيادة مستوى معرفة الأطفال والمراهقين بوسائل الإعلام، ففي الماضي كانت تخلق الثقافة الخاصة بالأطفال من تفاعلهم مع بعضهم، أو مع الآخرين، أما ثقافة الأطفال والشباب الآن فتخلقها مؤسسات ووسائل الإعلام، ويحكمها عامل الربح، وتحاول إدارات العلاقات العامة ورجالها أن تضلل الشباب والآباء بشأن تأثير هذه الرسائل، ومن ذلك ما تروجه وسائل الإعلام من معتقدات خاطئة؛ مثل:

- لن يصبح الأطفال في حالة نمو اجتماعي طبيعي إذا لم يشاهدوا التلفزيون، أو شاهدوه بشكل أقل من زملائهم فعلى العكس من ذلك إذا نموا في أسرة جيدة تتمتع بحرية ونشاط يمكنهم القيام به خارج المنزل، فسيكون لديهم مهارات أكثر؛ وإبداع وسلوكيات ناجحة أكبر من أقرانهم الذين يقون طيلة الوقت أمام شاشات التلفزيون.

- إن مشاهدة التلفزيون جيدة ومفيدة مثل القراءة، إن هذا المعتقد خطأ لأن القراءة تحدث في جزء مختلف من المخ غير المشاهدة، فالقراءة تتضمن تذكر أكبر، وتخلق فهما وانتباها أكثر من المشاهدة.

٨- إعطاء الأطفال والمراهقين الإحساس بالفخر بأن لديهم مهارات التحليل والنقد، وغالبا الآباء الذين يتبعون قواعد التربية الإعلامية الجيدة يذكرون أن أبناءهم يحرزون تقدما أكبر في المدرسة، ويبدعون أكثر في مواقف مختلفة.

٩- فرض رقابة على المضامين التي لا يرضى عنها الآباء، ومد الأطفال بمضامين مناسبة، ولا مانع أن تسجل الأسرة مسبقاً بعض البرامج التي سيتم التعرض لها، وسيفيد هذا في إمكانية إيقاف البرنامج لإجراء مناقشة، وحماية الأطفال من الإعلانات.

إن تحقيق مبادئ التربية الإعلامية للأسرة يحتاج إلى وضع استراتيجيات تتمحور حول العناصر التالية:

- تحديد وقت معين يقضيه الأطفال مع وسائل الإعلام، وتوصي الأكاديمية الأمريكية لطب الأطفال الوالدين بتحديد ساعة، أو ساعتين فقط يومياً لتعرض أطفالهم لوسائل الإعلام طبقاً لأولويات وقيم واهتمامات الأسرة، كما يجب أن تكون المواد التي يتعرضون لها جيدة، ويجب عدم تشغيل التلفزيون أثناء الوجبات، وقبل الذهاب إلى المدرسة، وأثناء عمل الواجبات المدرسية، والمذاكرة، مع الأخذ في الاعتبار أن على الأسرة أن تقرأ لأطفالها، وأن تلعب معهم، وأن تتحدث معهم عن سبب وضع قواعد محددة لتعامل الأطفال مع وسائل الإعلام، كما يوصى بقضاء يوم في الأسبوع، أو يومين بدون التعرض لوسائل الإعلام^(١).
- اختيار البرامج الجيدة سواء كانت أفلاماً، أو عروضاً تلفزيونية، أو تسجيلات صوتية، أو ألعاب كمبيوتر متميزة، ويجب على الأطفال والوالدين أن يتناقشوا في أسباب اختيار هذه البرامج؛ مثل:

(١) فتحية بنت حسين القرشي: «أثر الأسرة في تشكيل التفاعل الواعي مع وسائل الإعلام»، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية في الرياض، المملكة العربية السعودية، صفر ١٤٢٨هـ، مارس ٢٠٠٧م.

- ما سبب اختيار هذا البرنامج؟ وما الذي سيتم الحصول عليه نتيجة المشاهدة؟

- هل هذه المادة تناسب مع أفراد الأسرة؟

- هل توجد بعض الأنشطة التي ستضيع عند مشاهدة هذه المواد؟

- إذا كانت هناك أكثر من مادة تتسم بالأهمية، فأى مادة سيتم اختيارها؟

▪ ضرورة أن يكون الوالدان نماذج جيدة لاستخدام وسائل الإعلام، وأن يُعدوا المنزل ليكون بيئة إعلامية جيدة، فعلى الوالدين تجنب وضع أجهزة التلفزيون، أو الفيديو، أو الكمبيوتر في حجرات نوم الأطفال حتى لا تزيد ساعات المشاهدة، وفي دراسة أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية على ١٢٠٠ طفل في بوسطن وُجد أن نسبة ٤٥٪ من الأطفال لديهم جهاز تلفزيون في حجرة نومهم، كما بينت دراسات أخرى أنه بالرغم من قلق الآباء على أبنائهم بشأن تعرضهم لوسائل الإعلام، فإنهم يتركونهم يتعرضون لها ما يقارب من ست ساعات ونصف يوميا، وفي دراسة أخرى وُجد أن نسبة ٤٢٪ من الآباء لا يضعون حدودا لأطفالهم في مشاهدة التلفزيون^(١).

▪ لا يجب استخدام التلفزيون كجلسة للأطفال Baby sitter، كما لا يجب استخدامه خلفية أثناء القيام بعمل آخر، ولا يجب استخدام وسائل الإعلام كمكافآت، أو عقوبات للأطفال حتى لا يدرك الأطفال هذه الوسائل على أنها هامة، كما يجب التأكيد على ضرورة عمل الواجبات

(1) Charles R..and Corder Bolz Mediation- «The role of significant others», Journal of broadcasting, vol 30, n°3,1980, pp.106-115.

المدرسية والمنزلية قبل التعرض لوسائل الإعلام.

- تشجيع المشاهدة الجماعية، فالمشاهدة الجماعية مع الوالدين والأقارب أو الأصدقاء توفر فرصة المناقشة النقدية ليفهم الأطفال تفسيرات الآخرين للأخلاقيات، والأحداث المتضمنة في الرسائل، كما تحيطهم علما باتجاهاتهم أيضا. إن المشاهدة الجماعية يمكن أن تؤدي إلى ما يلي:
- تؤثر على أحكام الطفل على المواد التي يتم التعرض لها، والشخصيات الموجودة بها.
- تساعد الأطفال على فهم الحبكة، وخطوط القصة الرئيسية.
- تتدخل بفاعلية للحد من التأثيرات الضارة للمضمون الجنسي والعنيف، ويحدث هذا عندما لا يوافق من يشاهد مع الأطفال على السلوكيات السلبية.
- تنمية أربع مهارات لتشجيع الأطفال على أن يكون المنزل بيئة إعلامية إيجابية، وهذه المهارات تسمى (4C's) لأنها تبدأ بحرف C؛ وهي:

أ- مهارات المشاهدة والتفكير النقدية **Critical thinking and viewing**

وتشمل المناقشة عن طريق المشاهدة الجماعية، ومناقشة الصور النمطية للشخصيات النسائية، ويمكن للوالدين أن يقترحا سمات بديلة، وأن يناقشا صور المعاقين، أو كبار السن، ولماذا يزيد التركيز على دور رجال الشرطة، والأطباء، والمحامين، كما يمكنهما مناقشة التكنيكات المستخدمة في الإعلانات، وتحليل الرسائل التي يتم التعرض لها.

ب- مهارات الاتصال Communication

فمناقشات أفراد الأسرة تساهم في تكوين التفكير النقدي، وتعد تمرينا جيدا للأطفال، وتشجيعا لهم على المشاركة بأفكارهم، وهذا هام جدا في التربية الإعلامية، ومن المحتمل أن الأطفال الذين تربوا بهذه الطريقة قد يشاركون برؤيتهم المتبصرة الخاصة بالتربية الإعلامية مع الأصدقاء والأقارب، وبمجرد أن يشعر هؤلاء الأطفال بالراحة والسعادة لعرض أفكارهم ستزيد لديهم مهارات الاتصال، ويستخدمونها في حياتهم اليومية، وسيطبّقون رؤية نقدية للمواد التي تقدمها وسائل الإعلام^(١).

ج- مهارات الإبداع Creativity

وتشمل تطبيق مهارات التربية الإعلامية في حياة الأطفال اليومية، وتكوين خيال جماعي، وتتضمن:

- استعارة كتب، أو أفلام متميزة.
- ارتداء ملابس معينة تتوافق مع الأفلام التي تخطط الأسرة لمشاهدتها.
- السماح لأي فرد في الأسرة أن يناقش ما شوهد في وسائل الإعلام.
- تصميم إعلان تجاري للمنتج الذي يفضله الشخص.
- غلق جهاز التلفزيون، وترك الفرصة لأفراد الأسرة للتنبؤ بنهاية الفيلم، أو المسلسل.

كما يعني الإبداع أيضا تتبع أنشطة أخرى بديلة لوسائل الإعلام، مثل الذهاب في رحلات معينة، أو ارتياد حدائق الحيوانات، أو زيارة المتاحف، أو قراءة فصول معينة من الكتب، أو دخول مغامرات خاصة بطهي الطعام... الخ.

(١) محمد منير حجاب: «مهارات الاتصال»، القاهرة، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠م،

د- الاختيار Choice

إن التركيز على اختيار المواد الإيجابية في وسائل الإعلام هام جدا في التربية الإعلامية، فسواء كنا نتجول على الإنترنت، أو نستمع لتسجيلات صوتية، أو نشاهد بعض المواد في الفيديو، أو التلفزيون، يجب أن يكون هذا التعرض محددا، ومخططا له، وأن يعتبره الأفراد نشاطا يقومون به وبوعي^(١).

▪ كن على وعي بنظام التصنيف الحالي لوسائل الإعلام، ففي الأفلام السينمائية يأخذ كل فيلم تصنيفه الخاص به، فمثلا G تعني أن الفيلم للجمهور العام، ولا يحتوي على أي شيء يعد هجوما، فلا مشاهد للعراء أو للجنس، PG تعني أنه يقترح إرشاد الوالدين، فقد توجد بعض المشاهد التي لا يرغب الآباء في مشاهدة أبنائهم لها، كمشاهد العنف وغيرها، ولكنها ليست صريحة، PG-13 تعني أن الآباء يجب أن يكونوا حذرين؛ فربما توجد بعض المشاهد غير مناسبة للأطفال تحت سن ١٣ سنة، R تعني أن الفيلم ممنوع لمن هم تحت ١٨ سنة، ويتطلب اصطحاب الوالدين، أو الكبار، والفيلم قد يحتوي لغة بذيئة، أو عنف قاس، أو مشاهد جنس وعنف، أما NC-17 فتعني أنه لا يسمح بدخول الفيلم لمن هم تحت سن ١٨ سنة، والفيلم ربما يحتوي على مشاهد جنس صريحة، وعنف زائد، وكذلك بعض ألعاب الفيديو تحمل تصنيفا تطوعيا لإرشاد الوالدين إلى نوعية مضمون هذه الألعاب، وكذلك الحال بالنسبة لبعض الأقراص الممغطة، ومع الضغوط أيضا وجدت تكنولوجيا جديدة؛ وهي v.chip

(١) شاكر عبد الحميد: «عصر الصورة: السلبيات والايجابيات»، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ٢٠٠٥م، صفحة ٩٢.

بمعنى الشريحة الإلكترونية التي تمكن الآباء من التحكم في المواد التي يشاهدها أبنائهم في المنازل.

▪ اجعل صوتك مسموعا، وهذا يعني أن تقوم بنشاط لمناصرة الجهود الموجهة للتربية الإعلامية، فجماعات الوالدين، والمدرسين، وبعض الجمعيات تشترك في هدف واحد؛ ألا وهو جعل وسائل الإعلام إيجابية، وتعليمية، ومفيدة للمجتمع، لذا فمن الطبيعي أن تتعاون هذه الجمعيات لأن بعضها ذات أصوات أكثر تأثيراً للتغيير في وسائل الإعلام، وتقوم هذه الجمعيات بحملات كثيرة من أجل هذا، وهناك العديد من الجهود التعاونية البسيطة التي يمكن أن يشجعها الوالدان؛ مثل:

- تأييد أنشطة بديلة تقوم بها الجمعيات؛ وخصوصا بعد المدرسة وفي العطلات.

- النشر والترويج بين أهالي الضاحية لأسبوع بدون تلفزيون.

- نشر خطابات عن بدائل لمشاهدة التلفزيون، كمشاهدة شرائط الفيديو التعليمية.

- نشر الشكاوى الخاصة بتأثيرات وسائل الإعلام السلبية، فغالبا ما تستمع الشبكات الإذاعية لهذه الشكاوى، وهذا بالطبع سيشجع الأسر الأخرى على الكتابة والشكوى، وقد يؤثر هذا على محطات التلفزيون بما يؤثر على الممولين والمعلمين.

إن هناك العديد من الجمعيات في الولايات المتحدة الأمريكية تدعو إلى التربية الإعلامية من أجل الأطفال ومراهقين أصحاب، وكل هذه الجمعيات تشعر بالدور القوي والرئيسي للوالدين في حملاتها، وهذه الجمعيات لن تكون قوى ضاغطة ومؤثرة بدون مناصرة وجهود مخلصنة من الوالدين، ومن ثم تقوم بعمل مواد تعليمية للوالدين، كما تمتد بمواد جيدة يمكن للأسرة أن تتعرض لها.

الفرع الثاني: دور المدرسة والمؤسسات التعليمية في التربية الإعلامية

تشير العديد من الدراسات إلى أهمية دور المدرسة في التربية الإعلامية، وتبين الدراسات أن تعليم التربية الإعلامية في المدارس يمكن بالفعل أن يخرج أطفالاً ومراهقين أقل تأثراً بوسائل الإعلام، كما يمكن أن يحسن مهاراتهم النقدية؛ وخصوصاً في مجال مكافحة تناول السجائر وتعاطي الكحوليات، ففي أحد برامج التربية الإعلامية في المدارس؛ تمت زيارة ٩٠ مدرسة، وتم الوصول إلى ٢٠٠ ألف طالب من طلاب المدارس المتوسطة، وتم استخدام برامج مرئية ومسموعة عن تكتيكات الإعلان.

وأظهرت الاختبارات بعد أسبوع واحد من هذه الحملة أن ٦٤٪ من المدخنين يفكرون بشأن الإقلاع عن التدخين، وتبين أن ٥٤٪ من المدخنين حاولوا الإقلاع عن التدخين، وذكر ٥٣٪ من الطلاب أنهم غاضبون من شركات التبغ لاستخدامها إعلانات مضللة، وذكر ٩٧٪ من الطلاب أنهم يشعرون بأن شركات التبغ لا تهتم بأمر صحتهم^(١)، وفي دراسة أخرى أجريت في عامي ١٩٩٩-٢٠٠٠ على طلاب المدارس المتوسطة، قام الطلاب تطوعياً بإعداد حملة لتعليم مهارات التربية الإعلامية بالاشتراك في نوادٍ بعد المدرسة، وقاموا بإنتاج إعلانات مضادة لإعلانات التلفزيون التجاري، وتم إذاعتها^(٢).

(1) Jennings Brayant and Susan Thompson- «fundamental of Media effects», New York, Mc Graw-Hill Higher Education, 2002, pp.177-185.

(2) Bob Mc Cannon- «Media literacy: what? Why? How?», in. Victor C. Straburger and Barbara J.Wilson- «Children, Adolescents, and the Media», op.cit., p.361.

يجب أن تتضمن التربية الإعلامية في المدارس مساعدة الطلاب على التفكير بشأن استخدامهم وسائل الإعلام في وقت الفراغ بالمنزل، وأن يفكروا في تأثيراتها على المجتمع، ومع ذلك فإن استراتيجيات التربية الإعلامية في المناهج الدراسية لا تزال غامضة، والبحث في هذا الموضوع محدود بالمشاريع الاستطلاعية، وفي معظم الحالات تدرس التربية الإعلامية في مناهج دراسية خاصة نظامية، أو متداخلة، لمدة أسبوع، أو اثنين في السنة^(١).

غير أن هناك العديد من المحاولات الفردية لبعض المدرسين الذين قاموا بتكوين ورشات عمل، ومشاريع بحثية لتدريس التربية الإعلامية في المدارس مثل سنجر ورفاقه Singer et al في الثمانينيات والتسعينيات، وكانت الموضوعات المتضمنة تخص الإعلانات، والصور النمطية، والعدوان، وتكنيكات الإنتاج، وتعليم الواقعية مقابل الخيال، كما كانت هناك أيضا بعض المحاولات النظامية في كل من الولايات المتحدة الأمريكية، وكندا، والمملكة المتحدة، وألمانيا، وكانت هناك أيضا مشروعات قامت بها منظمات غير حكومية، وجميع هذه المحاولات تتفق على أن التربية الإعلامية في حد ذاتها ليست مطلوبة كأداة للتغير الاجتماعي، ولكن المطلوب منها أن تكون أداة معرفية يمكن تطبيقها في كافة جوانب الحياة^(٢).

(1) Daniel suss- «Computers and the Internet in school: closing the knowledge gap». In. Sonia Livingstone and Moira Bovill (eds.)- «children and their changing Media Environment: european comparative study», op.cit., p.223.

(2) James A. Brown- «Media literacy and critical television viewing in education», in. Dorothy G. singer and Jerome L. Signer (eds.)- «A handbook of children and the Media», California, Sage Publications, 2001, p.685.

وفي إحدى الدراسات تم تحديد أربع قدرات للمشاهدة النقدية، وكانت: تقييم سلوك مشاهدة التلفزيون والتحكم فيه، والتساؤل عن مدى واقعية برامج التلفزيون، والتعرف على حجج التلفزيون ورسائله وتحديدها، وأخيرا التعرف على تأثيرات التلفزيون على حياة الفرد اليومية، وعن طريق برنامج اشتمل سبع وحدات تعليمية في منهج دراسي، ووجد أن الطلاب كانوا قادرين على اختيار البرامج التي يشاهدونها بذلك، وقادرين على تقييم علاقتهم بالتلفزيون، وتحديد التأثيرات الممكنة للتلفزيون على حياتهم اليومية، إضافة إلى تعرفهم على الدور الإقناعي للتلفزيون^(١).

وفي دراسة أخرى تبين أن الأطفال تعلموا المناهج الخاصة بالتربية الإعلامية في وقت قصير، كما تعلموا أن يطبقوا مهارات المشاهدة النقدية، والتفكير بشأن واقعية محتوى برامج التلفزيون^(٢).

ولقد شارك ديفيد انجلاند David England أستاذ المناهج بإحدى الجامعات الأمريكية في وضع مقرر رسمي مدته أربع ساعات يدرس لطلاب الدراسات العليا من المدرسين، وكان المحور الأساسي لهذا المقرر يدور حول مشكلات التلفزيون في حياة الأطفال، ولقد كان هذا المقرر واحدا من المقررات النادرة التي عرفت بتعرضها للجوانب السلبية والإيجابية لتأثيرات التلفزيون وإعلاناته^(٣).

(1) Donna lioyd-kilkin, Partial wheel and Theresa Strand- «Developing a curriculum for teenagers», Journal of communication, vol 30, n°3, 1980, p.119.

(2) Aimee Dorr, Sherryl Browne Graves and Erin Phelps- «Television literacy For young Children», Journal of communication, vol 30, n° 3, 1980, p.75.

(٣) ديفيد انجلاند: «التلفزيون وتربية الأطفال»، ترجمة محمد عبد العليم مرسي، الرياض، المملكة العربية السعودية، مكتبة العبيكان، ٢٠٠٠م، صفحة ٢٩.

ولقد استخدم روبنسون Robinson (١٩٩٩) وسافير Saphir (٢٠٠١) برامج التربية الإعلامية تضمنت ثمانية عشر درساً في منهج لمدة ستة أشهر لتقليل مشاهدة الأطفال للتلفزيون، وشرائط الفيديو، وتقليل استخدامهم لألعاب الفيديو، وبينت نتائج الدراسة أن طلاب الصف الثالث والرابع؛ والذين تعرضوا للبرنامج كانوا أقل عدوانية في السلوك العنيف، ولم يكونوا يعانون من السممة، وكانوا أقل مطالبة للوالدين بشراء لعب الأطفال مقارنة بالمجموعة الضابطة^(١).

و يقدم لنا مشروع لوك شارب Look Sharp هذه المبادئ الأساسية لدمج التربية الإعلامية في أي منهج؛ وهي^(٢):

- ١- استخدم وسائل الإعلام لممارسة مهارات الملاحظة العامة، والتفكير النقدي، والتحليل في التعرض لرسائلها وإنتاجها.
- ٢- استخدم وسائل الإعلام لتثير الاهتمام بأي موضوع جديد.
- ٣- حدّد طرقاً يمكن للطلاب أن يكونوا على معرفة بها من خلال موضوع، ثم عرضه في وسائل الإعلام.
- ٤- استخدم وسائل الإعلام كأداة منهجية تمدّهم بمعلومات عن بعض الموضوعات.

(1) Victor C. Straburger and Barbara J. Wilson- «Children, Adolescents, and the Media», op.cit., p.407.

(2) Project Look Sharp- «12 basic principles for in Corporating Media Literacy into any curriculum», available on line at <http://www.ithaca.edu/Look.sharp>.

- ٥- حدد معتقدات غير صحيحة عن موضوع ما تعززه المواد التي تقدمها وسائل الإعلام.
- ٦- طور وعياً بقضايا مثل المصدقية، والتحيز في وسائل الإعلام.
- ٧- قارن الطرق التي تقدم بها وسائل الإعلام عن موضوع معين.
- ٨- حلل تأثير وسائل إعلام معينة على قضية معينة، أو موضوع معين، إما تاريخياً، أو عبر ثقافات مختلفة.
- ٩- استخدم وسائل الإعلام لبناء وممارسة بعض المهارات المنهجية.
- ١٠- استخدم وسائل الإعلام لتعبير عن آراء الطلاب، وتوضح فهمهم للعالم.
- ١١- استخدم وسائل الإعلام كأداة تقييمية للطلاب.
- ١٢- استخدم وسائل الإعلام لربط الطلاب بالمجتمع، والعمل من أجل تغيير إيجابي.
- ويضع بانجنت Pungente تسع نقاط رئيسية يمكن عن طريقها مساندة وتطوير التربية الإعلامية في المستقبل، ولقد تم وضعها بناء على عمل الآخرين واكتشافاتهم من ملاحظة جهود التربية الإعلامية في كل أنحاء العالم، وهي^(١):
- ١- يجب أن تكون التربية الإعلامية حركة ذات أساس قوي، فهي مثل البرامج المستحدثة الأخرى، فيجب أن يكون هناك العديد من المناصرين لها، والذين يقومون بمبادرات رئيسية في الضغط من أجل نشرها وتعميمها.

(1) Available on line at <http://www.med.sc.edu:1081/media-lit.101.htm>

٢- يجب أن تعطي السلطات التعليمية تأييداً واضحاً لبرامج التربية الإعلامية من خلال محاولة وضع مناهج دراسية خاصة بها، ووضع خطوط إرشادية، وكتيبات، ومواد مسموعة، أو مرئية، وهذا يعني توفير الموارد.

٣- يجب على كليات التربية أن تستقدم أعضاء قادرين على تدريب مدرسي المستقبل في هذا المجال، ويجب أن يكون هناك تأييد أكاديمي من مؤسسات التدريب، ويتمثل هذا في وضع المناهج، والتشاور، ومساندة الحركة.

٤- يجب أن يكون التدريب جزءاً لا يتجزأ من تطبيق البرامج؛ حتى ولو في مستوى الأحياء المحيطة بالمدارس.

٥- تحتاج الأحياء التي يطبق في نطاقها التربية الإعلامية إلى مستشارين ذوي خبرة بالتربية الإعلامية، ويجب عليهم أن يكونوا قادرين على إنشاء شبكات اتصال مع الآخرين.

٦- يجب أن تتوافر نصوص مكتوبة مناسبة، وكذلك المواد المسموعة والمرئية المتعلقة بالمنطقة التي تطبق فيها برامج التربية الإعلامية.

٧- يجب على المنظمات المؤيدة لبرامج التربية الإعلامية أن تقوم بتنظيم ورشات عمل، ومؤتمرات من أجل تطوير وحدات مناهج هذه البرامج، وتعزيز النشر عنها، كما يجب أن تشمل هذه البرامج المهتمين بالتربية الإعلامية.

٨- يجب أن تتوفر أدوات مناسبة للتقييم، كما يجب على هذه الأدوات أن تناسب الجودة المطلوبة لبرامج التربية الإعلامية.

٩- لأن التربية الإعلامية تشمل تنوعا في المهارات، والخبرات، يجب أن يكون هناك تعاون بين المدرسين، والوالدين، والباحثين، والمهتمين بوسائل الإعلام.

ويعد أطباء الأطفال أكثر المهتمين بتأثيرات وسائل الإعلام على الأطفال، فلقد اهتمت الأكاديمية الأمريكية لطب الأطفال منذ فترة طويلة بهذه القضية، وهناك بعض الحملات القومية في الولايات المتحدة تطالب بتربية إعلامية للوالدين، وأطباء الأطفال في هذه الساحة الطبية الهامة. وتم تشجيع فكرة أن يأخذ أطباء الأطفال من كل مريض لديهم «تاريخ التعامل مع وسائل الإعلام» Media History، فبالنسبة لمعظم الأطفال تعد المعيشة في بيت مليء بالحب؛ وبرسائل متسقة قيميا؛ وبنظام عادل؛ وعلاقات قوية مترابطة بين أفراد الأسرة، من العوامل التي تقلل التأثيرات الضارة لوسائل الإعلام، أما إذا قام بعض الأطفال بسلوكيات مزعجة، وظهرت عليهم علامات غير صحية، فإن على أطباء الأطفال أن يقوموا بربط المشكلات الصحية والسلوكية بعادات استخدام الأطفال لوسائل الإعلام؛ مثل^(١):

- السلوك العدواني عند بعض الأطفال، وعلاقته بمشاهدة الكارتون العنيف، أو مواد الفيديو العنيفة.
- التقليد المبكر - كتنخين السجائر - يعود لرؤية الشخصيات المهمة في الأفلام، أو الإعلانات التي تروج لشركات التبغ.

(1) Marjorie J. Hogan- «Parents and other Adults. Models and monitors of healthy, Media Habits», in. Dorothy G. Signer and Jerome L.Singer (eds) op.cit., pp.678-679.

- المشكلات الدراسية لبعض الأطفال ترتبط بمعدلات استخدام عالية لوسائل الإعلام.
- السمنة في فترة المراهقة ترتبط بكم ساعات مشاهدة كبير، وتناول الأطعمة المليئة بالأملاح والدهون؛ والتي يعلن عنها كثيرا.
- الخوف من ذهاب الأطفال الصغار إلى الفراش يرتبط بمشاهد مخيفة يتعرض لها الأطفال في الأفلام.
- الأطفال الذين يتشاجرون مع زملائهم يستمتعون لساعات طويلة للموسيقى الصاخبة، ويلعبون ألعاب الفيديو العنيفة، ولذلك نجد هناك العديد من التوصيات لحركة التربية الإعلامية أن تعطي انتباهها أكبر إلى قضايا الصحة الخاصة بالأطفال والمراهقين مثل صورة الذات، والتغذية، والعنف المدرسي، وتعاطي الكحوليات، والتدخين⁽¹⁾.

(1) «Media literacy: a health education perspective», available on line at: <http://wetga.edu/-byates/ncapaper.htm>

المطلب الرابع

عقبات تواجه التربية الإعلامية

على الرغم من وجود وسائل الإعلام وتطورها الهائل، إلا أن البعض يذكر ثمان عقبات تواجه التربية الإعلامية؛ وهي^(١):

أولاً: إيمان البعض بانتمائهم إلى النخبة **Elitism**.

ففي إحدى الدراسات وجه سؤال للناس عن الدرجة التي يمكن أن تؤثر بها وسائل الإعلام على المجتمع، فأجاب ٨٪ منهم بأن التأثير قوي جداً على المجتمع بشكل عام، ولكن ١٢٪ فقط وافقوا بشدة على أن وسائل الإعلام لها تأثير عليهم شخصياً، وبالطبع فإن نتائج هذه الدراسة خادعة ومزعجة، فالمشاركون في الدراسة لم يجدوا صعوبة في ذكر أن هناك تأثيراً لوسائل الإعلام على الآخرين، ومع ذلك لم يكونوا قادرين على التعرف على تأثير وسائل الإعلام على حياتهم، وفي الحقيقة؛ كلما كان الناس ينكرون هذا التأثير الشخصي لوسائل الإعلام، كلما كانوا أكثر عرضة للتأثر بهذه الوسائل، وهناك دراسة أخرى أجريت عام ١٩٩١ تبين أن التعليم لا يعد متغيراً ذا دلالة إحصائية في التفاوت بين إدراك تأثيرات وسائل الإعلام على الآخرين، وإدراك هذه التأثيرات على الذات، وقد يكون أحد التفسيرات لهذه النتائج أن الأفراد ذوي التعليم العالي يتخرجون من الاعتراف بهذا، أو أن وسائل الإعلام يتعرض لها جميع الأفراد، ولذلك تتضمن أول خطوة في التربية الإعلامية الوعي بأن الفرد

(1) Art silverblat- «Media literacy: key to interpreting Media messages», op.cit., pp.3-7.

يتلقى العديد من الرسائل يوميا من وسائل الإعلام، وأن هذه الرسائل يمكن أن تؤثر على سلوكنا، واتجاهاتنا، وقيمنا.

ثانيا: الطبيعة العاطفية المؤثرة للتصوير، والسينما، والتلفزيون، والراديو.

فعلى النقيض من المطبوع تعد المثيرات المسموعة والمرئية مؤثرا كبيرا على المستوى العاطفي والوجداني، وبسبب هذه الطبيعة يكون من العادي أن نتأثر بما يُعرض حين نشاهد، ولكن علينا ألا نقلل من الاستجابات العاطفية، لأن إحدى الاستراتيجيات الفعالة لتفسير رسائل وسائل الإعلام يتطلب استخدام مشاعرك، وعواطفك كنقطة بداية للتحليل، وهذا بالسؤال عن سبب ردود أفعالك عند مشاهدتك هذه المواد.

ثالثا: أنماط سلوك الجمهور.

فالأفراد في عملية الاتصال يختارون الأجزاء الأكثر صلة بمضمون الرسالة، ويحاولون امتصاص المعنى الإجمالي، ومع ذلك غالبا ما ينخرط الجمهور في أنشطة أخرى أثناء تلقي رسائل وسائل الإعلام، وقد يكون انتباههم الأساسي مركزا على نشاط آخر كالقيادة أثناء الاستماع للراديو مثلا، وقد يؤدي هذا إلى تغير في مضمون الرسالة، أو عدم وصولها كما أراد القائم بالاتصال، أو ربما يتغير معناها تماما لأن بعض الأجزاء الهامة فيها قد تفقد.

رابعا: توقعات الجمهور.

فبعد يوم شاق من العمل أو الدراسة يسرع الناس إلى التلفزيون للتسلية، أو معرفة ما يحدث في العالم، وهذا النوع من التعرض يسمى التفكير الإلكتروني electronic Mediation، وربما يعطي إشارة إلى أنهم ليسوا في حالة نفسية جيدة لعمل محادثات مع الآخرين، ولهذا يكون هناك عدم اهتمام بتحليل

مضمون الرسائل، وبالفعل قد يميل الناس إلى استخدام وسائل الإعلام للانسحاب من الواقع، ولأن الحياة المعاصرة أصبحت معقدة، فإننا ننسحب إلى وسائل الإعلام التي تخلق عالما بسيطا، ومسليا، ومرضيا، وفي نفس الوقت يميل الناس إلى عدم تقدير الجهود المطلوبة لفهم بعض وسائل الإعلام، وخصوصا التلفزيون.

خامسا: طبيعة البرامج التي تقدمها وسائل الإعلام.

فنظام وسائل الإعلام يحكمه السوق، وتهدف معظم البرامج إلى تحقيق الربح، أو بيع الإعلان، فالأفلام السينمائية، والجرائد يجب أن تجذب جمهورا أكبر من أجل أن تبقى في السوق، وعلى الرغم من هذا نجد أن البرامج التي لا تهدف إلى تعليم الناس تعلمهم بالفعل، فهذه البرامج تنقل بعض الرسائل عن العالم وعن الحياة، وقد تمد الناس بنماذج للسلوك المقبول، أو غير المقبول، وقد تعكس أيضا تعريفات ثقافية للنماذج الناجحة، أو الفاشلة في المجتمع^(١).

سادسا: مصداقية وسائل الإعلام.

فالجماهير لديها استعدادات مسبقة لتصديق ما يقدم في وسائل الإعلام، فما يقدم في التلفزيون، أو الجرائد يعتبره الجمهور حقيقيا وواقعا؛ فقط لأنه ظهر على شاشات التلفزيون، أو صفحات الجرائد، ففي أحد الاستطلاعات الخاصة بالرأي، ذكر ٥٠٪ من أفراد العينة التي أجري عليها الاستطلاع أن برامج إعادة تمثيل الجرائم تحدث بالفعل، وأن هذه البرامج إخبارية على الرغم من أنه يكتب أسفل الشاشة أن هذه البرامج تمثل بشكل درامي، ومع ذلك فالكثير من

(١) أديب خضور - «دراسات تلفزيونية»، دمشق، سوريا، سلسلة المكتبة الإعلامية، ١٩٩٨م،

المعلومات الزائفة، والمتناقضة، والمجزأة التي تمدنا بها وسائل الإعلام ينظر إليها الجمهور بدون شك على أنها هي الحقيقية.

سابعاً: تعقد وسائل الإعلام.

حتى يتعلم الشخص ويتم تربيته بالمعنى التقليدي، فإنه يحتاج إلى كم من التعليم الإجباري، أو الإلزامي، أما التربية الإعلامية فتتطلب فهماً لرموز وإشارات وسائل الإعلام، ويذكر ديفيد كونسداين وجيمس هيلي David Considine & Games Haley أن الجمهور يقلل من أهمية تعقد الرسائل بوسائل الإعلام، ولقد تعلم القائمون بالاتصال في وسائل الإعلام أن يستخدموا أسلوب المناورة في اللغة للتأثير على الجمهور، وكذلك في أسلوب التحرير، واللون، والإضاءة، واختيار اللقطة، ولذلك يجب أن يعزز الناس فهمهم بهذه الأساليب التي قد تؤثر على مضمون الرسالة.

ثامناً: تعدد مستويات معنى الرسالة.. الرسائل الظاهرة والرسائل الكامنة.

فالرسائل الظاهرة تكون مباشرة وواضحة للجمهور، وعموماً؛ لا توجد صعوبات للتعرف على هذه الرسائل عندما نوليها انتباهاً كاملاً، أما الرسائل الكامنة فتكون غير مباشرة، وقد تعزز هذه الرسائل الكامنة الرسائل الظاهرة، أو قد تعطي معانٍ مختلفة تماماً عن المعاني الظاهرة، فمثلاً الإعلانات التي تروج لألعاب الحرب قد تحمل المعاني الكامنة الخاصة بتمجيد الحرب، وربط العنف بالرجولة مثلاً، ويمكن نقل الرسائل الكامنة من خلال ثلاث وسائل:

- الوسيلة الأولى: الاستراتيجيات العاطفية.

فكما ذكر من قبل، يمكن للقائمين بالاتصال أن يؤثرُوا على اتجاهات وسلوك الجمهور، واستمالة مشاعرهم؛ فمثلاً يمكن للمتجدين بيع منتجاتهم عن

طريق استمالة المشاعر مثل الإحساس بالذنب، أو الحاجة إلى القبول، وتستطيع وسائل الإعلام المسموعة والمرئية أن تستثير هذه المشاعر العاطفية عن طريق اللون، والشكل، والإضاءة، وغيرها من الوسائل التي تستدعي الاستجابات العاطفية^(١).

- الوسيلة الثانية: القيم المتضمنة.

فمضمون وسائل الإعلام ربما يعكس النظام القيمي الخاص بالقائم بالاتصال، وكذلك الاتجاهات، والقيم السائدة في المجتمع، فالقيم المتضمنة قد تظهر في السياق من خلال تكنيكات الإنتاج، مثل القرارات الخاصة بالتحجير، ووجهات النظر، والصور، والكلمات.

- الوسيلة الثالثة: الرسائل المترجمة.

يحدث تأثير الرسائل المترجمة بتكرارها عبر الزمن لدرجة أنها تشكل بعض المعاني الجديدة، والتي تكون مستقلة عن أي إنتاج فردي، وتتكرر الرسائل المتسقة فيما تقدمه وسائل الإعلام فيما يتعلق بموضوعات معينة، مثل أدوار النوع، وتعريف النجاح، والصور النمطية الثقافية والعرقية.

و يمكننا أيضاً أن نضيف هذه العقبات الآتية:

١ - عدم إيمان بعض الآباء بجدوى التربية الإعلامية في ظل توسع وامتداد شبكات الاتصال وطبيعتها التجارية، إضافة إلى سلبيتهم فيما يتعلق بالمحتوى الذي يشاهده أطفالهم، فالبعض يرى أن ثقافتنا تقودها

(١) إفريت م. روجرز: «الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر»، ترجمة سامي ناشد، القاهرة، مصر، سلسلة عالم الكتب، ١٩٩٢م، صفحة ٥١.

الطبيعة التجارية لوسائل الإعلام التي تحيط بالأطفال بكم هائل من الرسائل التي تشوه الواقع، وتروج للمادية، والعنف، والإشباع الجنسي العاجل، وفي هذا تبين الدراسات أنه عندما يصل الفرد إلى سن ١٨ سنة يكون قد شاهد ما يتراوح بين ٣٠٠ ألف إلى ٧٠٠ ألف إعلان، منها ١٠٠ ألف إعلان عن الكحوليات^(١)، وفي الوقت ذاته يكون قد شاهد ١٨ ألف جريمة قتل في التلفزيون^(٢)، وتعرض إلى ١٤ ألف نموذج للمادة الجنسية كل عام^(٣)، ولقد وجد لويس هاريس ورفاقه Louis Harris et al أن ٦٤٪ من البالغين الأمريكيين يعتقدون أن التلفزيون يشجع على القيام بنشاط جنسي^(٤).

وعلى الرغم من هذه البيئة الإعلامية الجديدة من تلفزيون وفيديو وإنترنت، والتي يعيشها أطفال اليوم تبين نتائج إحدى الدراسات أن نسبة ٣٩٪ من الأطفال تذكر أن الوالدين لا يضعان قواعد عن مدة مشاهدتهم للتلفزيون، ويذكر الأطفال في سن سبع سنوات في دراسة أخرى أنهم نادرا ما يشاهدون

(1) Bob Mc Cannon- «Media literacy: what? Why? How?», in. Victor C. Straburger and Barbara J. Wilson- «Children, Adolescents, and the Media», op.cit., p.351.

(2) Donna woolfolk Cross- «Media speak: how television makes up your mind», op.cit., p.121.

(3) Libert Lichter, Linda S. Lichter and Stanley Rothman- «Prime time. How television portrays american Culture», op.cit., p80.

(4) Neil M., Malamuth and Emily A.- «Research on sex in the Media», in. Dorothy G. Singer and Jerome L. Signer (eds.)- «A handbook of children and the Media», op.cit., p.280.

التلفزيون مع الوالدين^(١).

٢- عدم إيمان المدرسين بجدوى تدريس مادة التربية الإعلامية في المدارس بسبب عدم تحمسهم لإضافة مواد أخرى على الجدول الدراسي المزدحم للطلاب، على الرغم من أن إحدى الدراسات بينت أن المشتركين في أحد مشاريع التربية الإعلامية من طلاب، ومدرسين، وآباء كانوا سعداء جدا بتدريس هذا المقرر^(٢).

٣- التركيز على التلفزيون فقط عند الحديث عن التربية الإعلامية، وقد يرجع هذا إلى انتشاره كأهم وسيلة إعلامية، وتعرض الجمهور له لسهولة الوصول إليه بدرجة حدت بالبعض إلى الأخذ في الاعتبار التربية الخاصة بالتلفزيون فقط على أساس أنها جوهر التربية الإعلامية، مع أن هناك وسائل إعلام جديدة أخرى أهم، وتأخذ أيضا في الانتشار وهي الفيديو، والانترنت، وهناك من يركز على هذه الرسائل ويضع قواعد للوالدين ليأخذوا بها في تربيتهم الإعلامية للأبناء.

٤- قيام وسائل الإعلام الضخمة أو الكبيرة Big Media بشراء خبراء، ومنظمات التربية الإعلامية، مما يجعل البعض يشكك في الجهود المبذولة لحماية وتعليم الأطفال، وعمّا إذا كانت هذه المشاركة نوعا

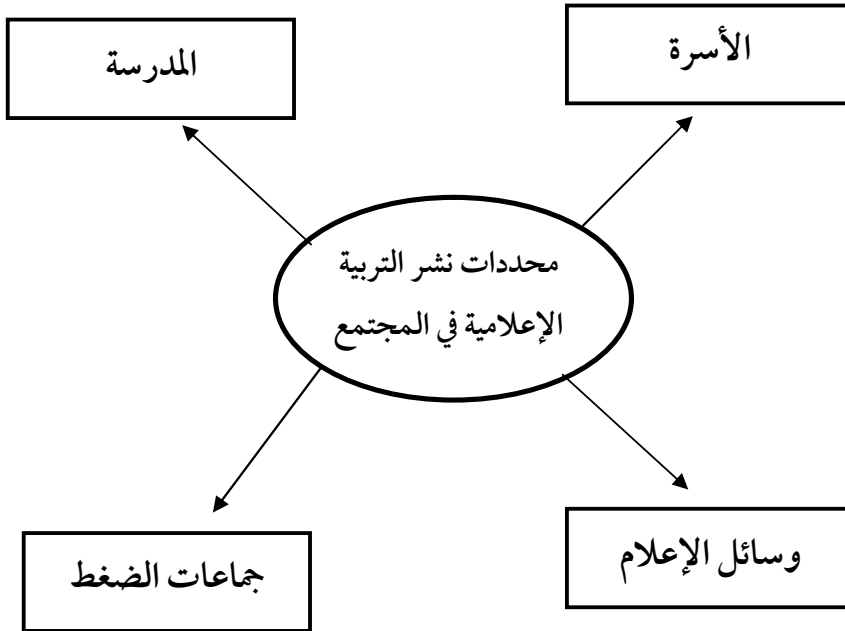
(1) Victor C. Straburger and Barbara J.Wilson- «Children, Adolescents, and the Media», op.cit., p.8.

(2) Bob Mc Cannon- «Media literacy: what? Why? How?», in. Victor C. Straburger and Barbara J.Wilson- «Children, Adolescents, and the Media», op.cit., p.363.

من أنواع العلاقات العامة لتحسين صورة هذه الوسائل أمام النقاد، ولذا يعتقد البعض أن ظاهرة مشاركة وسائل الإعلام الضخمة في تمويل التربية الإعلامية مشكلة كبيرة فيما يتعلق بمصداقية حركة التربية الإعلامية، وقدرتها على تحقيق أهدافها.

الخلاصة والتوصيات

يخلص هذا البحث إلى التأكيد على أهمية نشر التربية الإعلامية في المجتمع عموماً، وفي المجتمعات العربية خصوصاً، فلقد تأكدت التأثيرات السلبية لبعض مواد الإعلام في المجتمعات الغربية نتيجة الأبحاث التي تترام عاماً بعد عام، ولذا توصلوا إلى أهمية وضرورة القيام بأفعال تتصدى للتأثيرات السلبية لأجهزة الإعلام، ويمكن لنا في مجتمعاتنا العربية الاستفادة من مبادئ التربية الإعلامية، وتوجيهاتها لكل أفراد المجتمع، ويوضح الشكل الآتي محددات نشر التربية الإعلامية.



إن تكوين الوعي، وتنمية مهارات التفكير النقدي مهمة ملحة في مجتمعاتنا، ويمكن أن نوجه التوصيات الآتية لكل من الأسرة، والمدرسة، وجماعات الضغط، ووسائل الإعلام:

أولاً: يجب على الأسرة أن تطبق الاستراتيجيات التي سبق الحديث عنها لتحقيق التربية الإعلامية، ونشر مبادئها داخل الأسرة.

ثانياً: يجب على المدارس أن تضع مناهج لمادة التربية الإعلامية وتطورها، وتضع استراتيجيات لتدريب المعلمين على كيفية تدريسها، ونقترح تدريس نشأة، وتطور وسائل الإعلام، وتعليم فنونها المختلفة لإمكانية إنتاج مواد جيدة في المستقبل، ويمكن كذلك تدريس تأثيرات وسائل الإعلام والعوامل المؤثرة على المواد التي تنتجها، كما يجب على الأسرة أن تتعاون مع المدرسة في هذا المجال.

ثالثاً: يجب على جماعات الضغط أن تكون مؤثرة في الضغط على وسائل الإعلام لتحسين جودة موادها، كما يجب على هذه الجماعات أن تضم جميع المهتمين بتأثيرات وسائل الإعلام على المجتمع من رجال دين، وأساتذة جامعات، ومدرسين، وأطباء أطفال، وغيرهم، ويجب على هذه الجماعات تبني استراتيجيات معينة للنشر عن نفسها، وأهدافها.

رابعاً: يجب على وسائل الإعلام أن تتولى مسؤولية تنشئة المواطنين عن طريق التسلية الهادفة، والبعد عن الإسفاف، كما يجب على وسائل الإعلام صياغة منظومة إعلامية تتسم بالتكامل، والاتساق، وعدم تناقض موادها، كما يجب عليها نشر الثقافة الرفيعة، ورفع شأن العلماء، ونشر الثقافة العلمية، وعدم قبول الإعلانات وضيعة الذوق.

خامساً: يجب على الأفراد مطالبة النظام الإعلامي بوضع تصنيف لكافة المواد التي تقدمها وسائل الإعلام حتى يعرف الوالدين طبيعة المادة التي يشاهدها أبناءهم.

المراجع

- إبراهيم ياسين الخطيب ومحمد عبد الله عودة وأحمد محمد الزبادي - «أثر وسائل الإعلام على الطفل»، عمان، الأردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ٢٠٠١م.
- أديب خضور - «دراسات تلفزيونية»، دمشق، سوريا، المكتبة الإعلامية، ١٩٩٨م.
- أديب خضور - «نظرية التلفزيون»، دمشق، سوريا، المكتبة الإعلامية، ٢٠٠٠م.
- إفريت م. روجرز - «الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر»، ترجمة سامي ناشد، القاهرة، مصر، سلسلة عالم الكتب، ١٩٩٢م
- جيهان أحمد رشتي - «الأسس العلمية لنظريات الإعلام»، القاهرة، مصر، دار الفكر العربي، ١٩٧٨م.
- حسن عماد مكاوي - «أخلاقيات العمل الإعلامي - دراسة مقارنة»، القاهرة، مصر، الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٤م.
- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد - «الاتصال ونظرياته المعاصرة»، القاهرة، مصر، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠١م.
- حسين محمد نصر - «مقدمة في الاتصال الجماهيري - المداخل والوسائل»، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠١م.
- حميد جاعد محسن الدليمي - «علم اجتماع الإعلام»، عمان، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢م.

- خالد اللحام - «صناعة الرأي العام»، بيروت، لبنان، دار النفائس للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٧م.
- دويدار الطاهر دويدار - «التلفزيون... ذلك المجهول»، القاهرة، مصر، الدار للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م.
- رينيه بلند وميكائيل بول - «مخاطر الشاشة»، ترجمة: حسن حتاحت، الرياض، المملكة العربية السعودية، مكتبة العبيكان، ٢٠٠٨م.
- زين العابدين الركابي - «الأدمغة المفخخة»، الرياض، المملكة العربية السعودية، غيناء للنشر، ٢٠٠٣م.
- سليمان صالح - «أخلاقيات الإعلام»، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م.
- سيد محمد ساداتي الشنقيطي - «الأسس الفكرية للإعلام»، الرياض، المملكة العربية السعودية، دار الحضارة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩م.
- شاكر عبد الحميد - «عصر الصورة: السلبيات والايجابيات»، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ٢٠٠٥م.
- صالح خليل أبو أصبع - «الاتصال الجماهيري»، عمان، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، ١٩٩٩م.
- صفاء جبارة - «الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل»، عمان، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩م.
- عبد العزيز شرف - «نماذج الاتصال في الفنون والإعلام والتعليم وإدارة الأعمال»، القاهرة، مصر، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣م.

- عبد الفتاح أبو معال - «أثر وسائل الإعلام على الطفل»، عمان، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، ١٩٩٧ م.
- عبد الله محمد الغدامي - «الثقافة التلفزيونية.. سقوط النخبة وبرزو الشعبي»، الدار البيضاء، المملكة المغربية، المركز الثقافي العربي، ٢٠٠٤ م.
- عبد الله الطويرقي - «علم الاتصال المعاصر»، الرياض، المملكة العربية السعودية، مكتبة العبيكان، ١٩٩٧ م.
- علي بن إبراهيم النملة - «صناعة الكراهية بين الثقافات»، دمشق، سوريا، دار الفكر، ٢٠٠٨ م.
- فارس عطوان - «الفضائيات العربية ودورها الإعلامي»، عمان، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩ م.
- فاروق أبو زيد - «فن الكتابة الصحفية»، جدة، المملكة العربية السعودية، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، ١٩٩٠ م.
- فؤاد عبد السلام الفارسي - «الإعلام والصراع العالمي»، جدة، المملكة العربية السعودية، مكتبة تهامة، ١٩٨٧ م.
- فيصل بن جاسم بن محمد الأحمد آل ثاني - «إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية»، بيروت، لبنان، دار المعرفة، ٢٠٠٨ م.
- محمد بن سعود البشر - «نظريات التأثير الإعلامي»، الرياض، المملكة العربية السعودية، غيناء للنشر، ٢٠٠٣ م.

- محمد بن سعود البشر - «أيدولوجيا الإعلام»، الرياض، المملكة العربية السعودية، غيناء للنشر، ٢٠٠٨م.
- محمد بن عبد الرحمان الحضيف - «كيف تؤثر وسائل الإعلام-دراسة في النظريات والأساليب»، الرياض، المملكة العربية السعودية، مكتبة العبيكان، ١٩٩٨م.
- محمد منير حجاب - «مهارات الاتصال»، القاهرة، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠م.
- محمد منير سعد الدين - «دراسات في التربية الإعلامية»، بيروت، لبنان، المكتبة العصرية للطباعة والنشر، ١٩٩٥م.
- منى سعيد الحديدي وسلوى إمام علي - «الإعلان: أسسه، وسائله وفنونه»، القاهرة، مصر، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥م.
- نعوم تشومسكي - «هيمنة الإعلام-الانجازات المذهلة للدعاية»، ترجمة إبراهيم يحيى الشهابي، دمشق، سوريا، دار الفكر، ٢٠٠٥م.
- هاني رضا ورامز عمار - «الرأي العام والإعلام والدعاية»، بيروت، لبنان، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ١٩٩٨م.
- هربرت شيللر - «المتلاعبون بالعقول»، ترجمة عبد السلام رضوان، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٩٩م.
- ياسر علي الشهري - «تعددية الإعلام»، الرياض، المملكة العربية السعودية، غيناء للنشر، ٢٠٠٨م.

- أروى بنت محمد خير الغلابني - «دور الأسرة في التفاعل الواعي مع وسائل الإعلام»، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية في الرياض، المملكة العربية السعودية، صفر ١٤٢٨ هـ، مارس ٢٠٠٧ م.

- حسن بن عايل أحمد يحيي - «رؤى حول التربية والإعلام وأدوار المناهج لتنمية التفكير في مضامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية»، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية في الرياض، المملكة العربية السعودية، صفر ١٤٢٨ هـ، مارس ٢٠٠٧ م.

- حصة بنت عبد الرحمن الصغير - «مناهج العلوم للمرحلة المتوسطة وتنمية التفكير الناقد لوسائل الإعلام»، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية في الرياض، المملكة العربية السعودية، صفر ١٤٢٨ هـ، مارس ٢٠٠٧ م.

- راشد بن حسين العبد الكريم - «المناهج الدراسية وتنمية ملكات النقد لوسائل الإعلام»، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية في الرياض، المملكة العربية السعودية، صفر ١٤٢٨ هـ، مارس ٢٠٠٧ م.

- سعيد عبد الله حارب - «الثقافة التربوية والثقافة الإعلامية تكامل أم تناقض؟»، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية في الرياض، المملكة العربية السعودية، صفر ١٤٢٨ هـ، مارس ٢٠٠٧ م.

- طلال بن عقيل بن عطاس الخيري - «تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية»،

بحث مكمل لدرجة الدكتوراه في الأصول الإسلامية للتربية بإشراف الأستاذ الدكتور عبد الله بن محمد حريري، جامعة أم القرى، كلية التربية، قسم التربية الإسلامية والمقارنة، المملكة العربية السعودية، ٢٠٠٩م.

- عباس مصطفى صادق - «التطبيقات التلفزيونية المستحدثة في منظومة الإعلام الجديد»، ورقة عمل في لقاء كرسي الجزيرة للإعلام الجديد في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض، المملكة العربية السعودية، ٢٠٠٩م.

- عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر - «التربية الإعلامية - الأسس والمعالم»، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية في الرياض، المملكة العربية السعودية، صفر ١٤٢٨هـ، مارس ٢٠٠٧م.

- فاطمة فيصل العتيبي - «الإعلام والتعليم شركاء في التنمية»، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية في الرياض، المملكة العربية السعودية، صفر ١٤٢٨هـ، مارس ٢٠٠٧م.

- فائزة بنت محمد بن حسن أخضر - «تعرض المعلمين لوسائل الإعلام وانعكاساته على الناشئة»، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية في الرياض، المملكة العربية السعودية، صفر ١٤٢٨هـ، مارس ٢٠٠٧م.

- فتحية بنت حسين القرشي - «أثر الأسرة في تشكيل التفاعل الواعي مع وسائل الإعلام»، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية في الرياض، المملكة العربية السعودية، صفر ١٤٢٨هـ، مارس ٢٠٠٧م.

- محمد بن علي السويد - «صورة الطفل في الإعلان التلفزيوني وعلاقتها

بالقيم الاجتماعية والتربوية»، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية في الرياض، المملكة العربية السعودية، صفر ١٤٢٨هـ، مارس ٢٠٠٧م.

- فتحية بنت حسين القرشي - «أثر الأسرة في تشكيل التفاعل الواعي مع وسائل الإعلام»، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية في الرياض، المملكة العربية السعودية، صفر ١٤٢٨هـ، مارس ٢٠٠٧م.

- هدى بنت محمد الغفيص - «أثر الرسوم المتحركة على القيم العقدية للأطفال»، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية في الرياض، المملكة العربية السعودية، صفر ١٤٢٨هـ، مارس ٢٠٠٧م.

- ديفيد انجلاند - «التلفزيون وتربية الأطفال»، ترجمة محمد عبد العليم مرسى، الرياض، المملكة العربية السعودية، مكتبة العبيكان، ٢٠٠٠م.

- Victor C. Straburger and Barbara J.Wilson-“Children, Adolescents and the Media”, London, Sage Publications, 2002.

- W.James Potter-“Media literacy”, London, Sage Publications, 1998.

- Joellen Fisherkeller-“Growing up with Television. Everyday learning among young Adolescents”, Philadelphia, Temple University Press, 2002.

- Daniel Suss-“Computers and the internet in school. Closing

- the knowledge gap”, in. Sonia Livingstone and Moira Bovill (eds)-“children and their changing Media environment. A European comparative study”, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 2001.
- Donna Lioyd-kilkin, Patricia Wheeler and Theresa Strand-“Developing a curriculum for teenagers”, Journal of communication, vol 30, n°3, 1980.
 - “Getting started on Media literacy Medilit 101. An introduction to media literacy”, Available on line at <http://www.med.sc.edu:108/medilt101.htm>
 - Bob Mc Cannon-“Media literacy: what? Why? How”, in. Victor C. Straburger and Barbara J.Wilson-“Children, Adolescents and the Media”, London, Sage Publications, 2002.
 - Art Silverblat-“Media literacy: key to interpreting Media messages”, West port, Praeger Publishers, 1999.
 - Teri Kwal Gamble and Michael Gamble-“Communication Works”, 7th ed, New York, Mc Graw-Hill Companies, 2002.
 - James A. Brown-“Media literacy and critical television viewing in education”, in. Dorothy G. Singer and Jerome L.

- Signer (eds.)-"A handbook of children and the Media", California, Sage Publications, 2001.
- Joseph Turow-"Media today. An introduction to mass communication", 2nd ed.. Boston, Houghton Mifflin Company, 2003.
 - "General Media literacy skills", available on line at <http://nmlp.org/general.tools.pdf>
 - Donna Woolfolk Cross-"Media speak: how television makes up your mind", New York, Coward Mc Cann, 1983.
 - S-Libert Lichter, Linda S. Lichter and Stanley Rothman-"Prime time: how television portrays american culture", Washington,Regnery Publishing, 1994.
 - Neil M. Malamuth and Emily A.Impett-"Research on sex in the Media", in. Dorothy G. Singer and Jerome L. Signer (eds.)-"A handbook of children and the Media", California, Sage Publications, 2001.
 - Robert Kubey and Barna William Donovan-"Media and the Family", in. Dorothy G. Singer and Jerome L. Signer (eds.)-"A handbook of children and the Media", California, Sage Publications, 2001.
 - Bardford L. Yates-"Applying diffusion theory. Adoption of

- Media literacy programs in school”, available on line at <http://westga.edu/-byates/applying.htm>
- Mrjorie J. Hogan-“Parents and other Adults. Models and monitors of healty, Media habits”, in. Dorothy G. Singer and Jerome L. Signer (eds.)-“A handbook of children and the Media”, California, Sage Publications, 2001.
 - “Media literacy /objectives”, available on line at <http://www.nmmlp.Org/medialitercy.htm>
 - Aimee Dorr, Sherryl Browne Graves and Erin Phelps-“Television literacy for young Children”, Journal of communication, vol 30, n°3, 1980.
 - “Media literacy: a health education perspective”, available on line at <http://wetga.edu/-byates/ncapaper.htm>
 - George Gerbner, Michael Mogan and Nancy Signorielli-“Profiling Television violence”, in. kaarle Nodenstreng and Michael Griffin (eds.)-“International Media monitoring, New jersey, Hampton Press, 1999.
 - Dorothy G. Singer, Diana M. Zucker and Jerome L. Singer-“Helping elementary school Children learn about TV”, Journal of communication, vol 30, n°3, 1980.
 - James A Anderson-“the theoretical lineage of critical

- viewing curricula”, Journal of broadcasting, vol. 30, n°3, 1980.
- Charles R. Corder Bolz Mediation-“The role of significant others”, Journal of broadcasting, vol 30, n°3, 1980.
 - David Considine,-“An introduction To Media literacy”, available on line at <http://www.ci-appstate.edu/programs/edmesia/medilat/article.htm#toc>
 - “Project look sharp. 12 Basic principles for in Corporating Media literacy into any curriculum”, available on line at <http://www.ithaca.edu/Look.sharp>
 - Elizabeth Thoman, Jeff Share et Tessa Jolls-“Five key question that can change the World”, Center for Media literacy, 2007.
 - Elizabeth Thoman, Jeff Share et Tessa Jolls -“Literacy for the 21st century”, Center for Media literacy, 2008.
 - “Media education”, Divina Frau-Meigs, UNESCO, 2008.
 - “Mapping Media education policies in the World”, United-Nations, Alliance of Civilization, UNESCO, Ruropean Commission and Grupo Comunicar, 2009.