



Available online at <http://proceedings.sriweb.org>

Contemporary International Scientific Forum
for Educational, Social, Human, Administrative and Natural Sciences
"Present Vs Future Outlook"

الملتقى العلمي الدولي المعاصر للعلوم التربوية والاجتماعية والانسانية والادارية والطبيعية

"نظرة بين الحاضر والمستقبل"

30 - 31 ديسمبر 2019 - اسطنبول - تركيا

<http://kmshare.net/isc2019/>

Media education and the new media challenges

Hakima Djaballah Nassima Makbel

Science of information and communication faculty

University of Algiers 3

nassmekbel@yahoo.fr hchenit@yahoo.fr

Abstract:

The world today is surrounded by huge media messages, especially in the light of the spread of new media that holds cultures and values that often contradict the values and cultures of Arab societies, destroying the educational and moral values of young people and adolescents. In the context of this situation, it is necessary to think about the appropriate way to contain the situation through the so-called media education, which is a new revolution in the field of media, through which the basics and principles of dealing with media messages, and educating the recipient methods of analysis and critical thinking and selectivity For media messages to protect against potential impacts, especially in open skies. The public in this area represents the central and essential element of the media education process, with a view to sensitizing and directing it to understand the media culture that surrounds it, to improve selection and to deal with it in an upscale manner, The fundamental objective of media education is to create skills that will help to develop critical public awareness. Based on this importance of media education, we will try to respond to the following issues: what constitutes media education and how can it be used to confront and challenge the repercussions of the new media?

Keywords: education, media education, challenge, New media



التربية الإعلامية وتحديات الإعلام الجديد

حكيمة جاب الله نسيمة مقبل

جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال. الجزائر

ملخص

لقد أصبح العالم اليوم محاصرا بكم هائل من الرسائل الإعلامية خاصة في ظل انتشار الإعلام الجديد الذي يحمل ثقافات وقيم تتعارض في كثير من الأحيان مع قيم وثقافات المجتمعات العربية، مما يؤدي إلى تدمير القيم التربوية والأخلاقية عند الشباب والمراهقين. في إطار هذا الوضع أصبح لزاما التفكير في الأسلوب المناسب لاحتواء الوضع وذلك من خلال ما يعرف بالتربية الإعلامية التي تعد ثورة جديدة في مجال الإعلام يمكن من خلالها وضع أسس ومبادئ التعامل مع الرسائل الإعلامية، وتعليم المتلقي أساليب التحليل والتفكير النقدي والانتقائي للرسائل الإعلامية لحمايته من التأثيرات المحتملة خاصة في ظل السموات المفتوحة. ويمثل الجمهور المتلقي في هذا المجال العنصر المحوري والجوهري من التربية الإعلامية بهدف توعيته وتوجيهه لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط به، وحسن الانتقاء والتعامل معها بصورة راقية، فالهدف الجوهري للتربية الإعلامية هو تشكيل مهارات تساعد على نمو الوعي النقدي لدى الجمهور.

الكلمات المفتاحية: التربية، التربية الإعلامية، التحدي، الإعلام الجديد

مقدمة:

أصبحت المجتمعات اليوم بفضل التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال قرية كونية صغيرة بسبب الانتشار الكبير للإعلام الجديد أو الإعلام الإلكتروني الذي تربع على عرش قطاع الإعلام بفضل الشبكة المعلوماتية- الانترنت- التي تمثل إحدى إنجازات الثورة التكنولوجية المعاصرة، بذلك ساد الإعلام الجديد الذي يتفق مع الإعلام القديم من حيث الهدف لكنه يختلف من حيث الوسيلة المعتمدة في نشر المعلومات والأخبار التي أصبحت تتمتع بقدرة كبيرة في الانتشار والذيع وتوفر للمتلقي كما هائلا من المعلومات، تحمل قيما واتجاهات وآراء مختلفة باختلاف مصادرها واختلاف أنواع الوسائل الإعلامية التي تنشرها، وفي أغلبها تحمل أفكار و إيديولوجيات تتعارض وقيم وثقافات المجتمعات المستهلكة لهذه الرسائل الإعلامية، والمشكل المطروح أن جميع فئات المجتمع معرضة لهذه المضامين ولا يمكن التحكم أو مراقبة هذه المضامين، مما يجعل المتلقي في صراع مع نفسه يفسر من خلالها هذه المضامين بطريقته الخاصة دون الاستناد في ذلك لأي مرجعية لأنه يفتقد للوعي الإعلامي ومهارات التعامل مع هذه المضامين من حيث النقد والتقييم والمشاركة البناءة.

هذا الوضع جعل من موضوع التربية الإعلامية التي تعرف بمحو الأمية الإعلامية ضرورة من ضرورات العصر، حتى تساعد المتلقي أن يتعامل بحكمة مع هذه المضامين من خلال ربط قطاع التربية بقطاع الإعلام بهدف تلقيه استراتيجيات ومهارات تمكنه من التفكير الناقد، ليصبح مستهلكا إيجابيا ويرفع من قدراته التعبيرية خاصة وأننا نعيش في عصر الشبكات الرقمية والتفاعلية الكونية



حيث يجد المتلقي نفسه منغمسا في هذا الواقع ويذوب في هذا العالم إذا لم يحصن بمهارات التلقي النقدي والاتصال الفعال. خاصة وأن معظم الإنتاج الإعلامي والثقافي ومعظم محتوى شبكات الانترنت هو نتاج غربي يحمل أفكارا تعبر عن ثقافة غربية تسعى لتسويق ثقافة جديدة مغايرة لواقعنا ومعتقداتنا وترسيخ أنماط سلبية تؤثر على قيمنا ومعتقداتنا المحلية، هذا الوضع جعل من موضوع التربية الإعلامية أولوية تستدعي العناية انطلاقا من هذه الأهمية للتربية الإعلامية سنحاول من خلال هذه المقالة الإجابة على الإشكالية التالية: ماذا تمثل التربية الإعلامية وكيف يمكن استخدامها في مواجهة والتحدي لتداعيات الإعلام الجديد؟

المحور الأول: مدخل مفاهيمي

1. تعريف التربية الإعلامية:

يعتبر مفهوم التربية الإعلامية من المفاهيم الحديثة التي ظهرت بظهور المجتمع المعلوماتي والانتشار الكبير لوسائل الإعلام ويسميه بعض الباحثين بمحو الأمية الإعلامية، مع الإشارة الى أنه في بداية ظهور المفهوم كانت النظرة السائدة تعتقد أن الهدف من التربية الإعلامية هو حماية الأطفال والشباب من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام وتشجيع الشباب على رفضها، بعد ذلك ظهر توجه جديد يطالب بإتباع توجه تمكيني (مهارات التعامل) يهدف توجيه المتلقي لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم وحسن الانتقاء والتعامل معها والمشاركة فيها بصورة فعالة، فالهدف من التربية الإعلامية هو تشكيل مهارات تساعد على نمو الوعي والتفكير النقدي لدى المتلقي. من أهم التعاريف التي قدمت في هذا المجال يمكن ذكر البعض منها من خلال ما يلي:

- حسب توصيات مؤتمر فيينا عام 1999 الذي انعقد تحت رعاية منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة اليونسكو قدمت التعريف التالي: "تختص التربية الإعلامية في التعامل مع كل وسائل الإعلام وتشمل الكلمات والرسوم المطبوعة والصوت والصور الساكنة والمتحركة، التي يتم تقديمها عبر أي نوع من التقنيات...تمكن الأفراد من الوصول إلى فهم وسائل الإعلام التي تستخدم في مجتمعهم والطريقة التي تعمل بها وبالتالي تكسيهم مهارات استخدام هذه الوسائل. (عبدالرحمان، بدون سنة، صفحة ص20)
- عرفها مؤتمر التربية الإعلامية للشباب-2002- "أنها التعرف على مصادر المحتوى الإعلامي وأهدافه السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية والسياق الذي ترد فيه، ويشمل ذلك التحليل النقدي للمواد الإعلامية وإنتاج هذه المواد وتفسير الرسائل الإعلامية والقيم التي تحتويها. كما يضيف أن هذا المفهوم يرتبط بالتعليم والتعلم عن الإعلام ووسائله المختلفة وليس مجرد عملي تعليمية عن طريق وسائل الإعلام". (تامر، زيارة الموقع بتاريخ 2018/03/11)
- "إنها عملية توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلى من أجل تحقيق الأهداف التربوية المرسومة في السياسة التعليمية والإعلامية للدولة، ولا يقتصر تأثيرها على الطلبة في المدرسة إنما يتعدى ذلك إلى التأثير في الآباء والأمهات والأخوة والأخوات داخل الأسرة والى التأثير في كافة أفراد المجتمع". (مصطفى، 2017، صفحة 27)
- "إنها جميع الجهود والأنشطة الإعلامية الداعية والهادفة التي تبثها وسائل الإعلام المكتوبة والأنشطة الإعلامية الداعية والهادفة والتي تساعد على بناء الإنسان وإعداده من جميع النواحي الأخلاقية والعقلية والروحية والاجتماعية والاقتصادية. فالتربية الإعلامية لا يمكن أن تتم بشكل مقصود مباشر وإنما يمكن أن تتم من خلال بث القيم التربوية والأخلاقية في محتوى الرسالة



الإعلامية بحيث يكون تأثيرها متدرجا وغير مباشر حتى تؤتي ثمارها وأنها ذلك النظام أو النسق التربوي المسؤول عن تنمية الحس الإعلامي لدى المواطنين في مراحل العمر المختلفة" (علي، 2015، صفحة 39/38). يتضح من خلال التعاريف السالفة الذكر أن التربية الإعلامية موجهة لمختلف أفراد المجتمع هدفها الجوهري بناء الإنسان وجعله متلقي إيجابي في تعامله مع المضامين الإعلامية، وإدراكه للمفاهيم واكتسابه مهارات واتجاهات سلوكية بناءة قائمة على الإدراك والانتقاء وتحويل عملية استهلاك الرسائل الإعلامية إلى عملية نقدية نشيطة، خاصة بعد الانتشار الكبير لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وقدرتها الكبيرة في التأثير على الجمهور.

2. تعريف الإعلام الجديد:

تعددت تسميات المفكرين والباحثين المقدمة في هذا المجال من بينها: الإعلام الإلكتروني، الإعلام البديل، الإعلام التفاعلي، الإعلام الشبكي أو الرقمي، إعلام المعلومات وإعلام الوسائط المتشعبة أو المتعددة وكلها تسميات تستعمل للدلالة على نفس المعنى، ويعود هذا الاختلاف في التسميات والتعريفات المقدمة هو في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل والتطبيقات والخصائص التي تتبلور بشكل كامل و واضح، فهي مازالت في مرحلة التطور السريع وما يبدو جديدا اليوم يصبح قديما في اليوم الموالي". (خضر، 2014، صفحة 313) استنادا لذلك سنحاول أن نقدم بعض التعاريف:

- "الإعلام الإلكتروني هو الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى ووسائل الاتصال العمومي، آليا أو شبه آلي في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج ثقافة الاتصالات والمعلومات بوصفها حوامل إعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون". (قنديلجي، 2015، صفحة 70)

● "إنه نوع من الإعلام يتم عبر الانترنت يستخدم فيه فنون وآليات تقنيات المعلومات التي تتناسب مع الانترنت كوسيلة اتصال، بما في ذلك استخدام النص والصوت والمستويات المختلفة من التفاعل مع الجمهور لتقصي الأخبار الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها للجمهور عبر الانترنت بسرعة". (شقرة، 2014، صفحة 53)

● "يشير الإعلام الجديد إلى مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية التي تمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية المتصلة... مما يوفر إمكانيات هائلة من التواصل الاجتماعي". (خضر، 2014، صفحة 314)

فالإعلام الجديد هو الإعلام الذي يتم عبر الوسائل الإلكترونية نتيجة التزاوج بين المعلومات ووسائل الاتصال الحديثة، و يعرف أيضا بالجديد كونه متجدد ومتطور كما أنه ينشط عبر الفضاء الافتراضي و قد فرض نفسه على الساحة الإعلامية نتيجة سهولة الوصول إليه، وتحديثه المستمر كما يتمتع بالحرية الفكرية.

المحور الثاني: خلفية نظرية عن التربية الإعلامية

1. العلاقة بين التربية و الإعلام:



إن التطور التكنولوجي فرض مظهرا من مظاهر التكامل بين الإعلام والتربية حيث أصبح الجمهور أكثر إقبالا على البرامج التلفزيونية و استخدام الانترنت، فهذا التغير والتطور في المشهد الإعلامي جعل أغلبية الدول لا تتحكم في المواد الإعلامية التي تروج داخل حدودها ولم تعد قادرة على التصدي للبت الإعلامي الخارجي وعلى مواجهة الاكتساح الثقافي الأجنبي (عبدالرزاق، 2011، صفحة 116)، خاصة و أن البث الإعلامي الأجنبي كثيرا ما يهدد ثقافتها بسبب التفاعل الكبير مع هذه المضامين التي تحمل في طياتها الكثير من الأفكار المغرضة المهددة لخصوصياتها.

هذا الوضع جعل من موضوع التربية الإعلامية من أولويات العصر وتعد المؤسسات التربوية في هذا المجال أكثر قدرة على تمكين هذا الجمهور في التفاعل الإيجابي مع المضامين الإعلامية المختلفة، فالعلاقة بين التربية والإعلام لا ترتبط بمواقف المربين والإعلاميين وإنما يذهب إلى أبعد من ذلك لأنها ترتبط بمصير المجتمع بأكمله. وهذا يوضح أن كل من التربية والإعلام يمثلان دعامتان أساسيتان يمكن أن تساهما في توجيه الأجيال الصاعدة من خلال العملية التربوية باعتبارها وظيفة مشتركة بينهما وكلاهما يسعيان لهدف واحد وهو التأسيس لبناء الإنسان الواعي ذات التفكير الناقد.

ولعل من أهم العوامل التي جعلت من الإعلام والتربية دعامتان أساسيتان نذكر:

- تطور مفهوم التربية الذي أصبح أوسع وأشمل باعتبارها عملية مستدامة وتحررها من قيود النمط المؤسسي الرسمي.
- الانتشار الكبير لوسائل الإعلام وتنامي قدرتها على الانتشار الكبير وجذب مستقبل الرسالة الإعلامية مما يؤهلها لتقوم بدور موازي لما تقوم به المؤسسة التربوية الرسمية.
- تسرب بعض القيم الدخيلة على ثقافة المجتمعات وتحديدًا في المجتمعات النامية تحت غطاء حرية التعبير. (علي، 2015، صفحة 5) مع الإشارة إلى أن هناك اختلاف بين الثقافة المدرسية ذات الطابع الأكاديمي والثقافة التي تروج لها وسائل الإعلام ذات الطابع الترويجي القائم على الإثارة والدعاية، رغم هذا التباين إلا أن هنا مجالات تجانس متعددة فكلاهما يساهم في التنشئة الاجتماعية. (القمبيزي، بدون سنة، صفحة 40/93) فالعلاقة بين التربية والإعلام أوجدت التربية الإعلامية باعتبار أن الهدف من كل منهما هو بناء الإنسان الواعي وتحقيق رسالة التربية، القاسم المشترك بين الإعلام والتربية أيضا يكمن في البعد الاتصالي فالإعلام في مختلف أشكاله وأنواعه يمثل عملية اتصال نفس الشيء في مجال التربية فهي عملية اتصالية، كما أن الإعلام عملية توجيهية والتربية كذلك فهناك عدة وسائط مشتركة بينهما وكلاهما يسعى لخدمة المجتمع، ويكون ذلك أكثر فاعلية عندما يسير الإعلام إلى جانب التربية في تآزر وتعاون وتغذي فيه التربية الإعلام ويغذي الإعلام التربية في إطار قيم وأهداف المجتمع. (القمبيزي، بدون سنة، صفحة 41) بالإضافة مما سبق فأن الإعلام يقدم خدمة إخبارية في الأساس هدفها التبصير والتنوير والإقناع لتحقيق التكيف والتفاهم المشترك بين الأفراد، أما التربية فإنها تهدف إلى استمرار التراث العلمي والاجتماعي والحضاري بين الأجيال المتعاقبة وتنمية مهاراتهم العقلية والبدنية، ويشترك الاثنان أيضا في أنهما يكسبان الأفراد المهارات والمعلومات التي يمكن أن تكون جديدة، من هنا يتضح أن الإعلام والتربية دعامتان يجب أن تجند لهما الوسائل الضرورية مستفيدين في ذات الوقت



من الروابط الوثيقة بين الإعلام والتربية. (عبدالرزاق، 2011، صفحة 82) فهذا يؤكد حقيقة التكامل بين التربية والإعلام رغم وجود بعض الخلافات بين الإعلاميين والتربويين حول موقع التربية الإعلامية، لكن يبقى في نهاية المطاف أن كل منهما يكمل الآخر لذلك وجدت التربية الإعلامية في هذه التخصصات العلمية المختلفة باعتبارها ضرورة تستدعي العناية والاهتمام.

2. أهمية التربية الإعلامية:

إن ظهور مفهوم التربية الإعلامية يمثل محاولة تربوية لتأطير العلاقة بين الإعلام والتربية من خلال تعليم النشء مهارات التعامل مع وسائل الإعلام وتنمية ملكية التفكير النقدي مما يوفر فهم أعمق للثقافة الإعلامية المحيطة بهم، ويغرس فيهم مهارات التلقي الواعي ويتعدى الوضع ذلك إلى المشاركة الفاعلة في العملية الاتصالية. (الحارثي، 2007، صفحة 39/37) إن التربية الإعلامية تعد رديفا للعمل التربوي والتعليمي ورسالة تنقلها المؤسسات المختلفة التربوية والتنقيفية و وسائل الإعلام خاصة في ظل ثورة الإعلام والمعلومات حيث أصبحت الثقافات والأخلاق معرضة للانحلال فأصبح لزاما على المجتمعات العربية خاصة نشر الوعي الإعلامي ولا يمكن تحقيق ذلك إلا من خلال التربية الإعلامية ويمكن أن نلخص أهمية التربية الإعلامية بالنسبة للمتلقي من خلال النقاط التالية:

- العناية بالوعي الإعلامي يؤكد على دور التربية على التفكير النقدي التأملي لدى المتلقي، لأن وسائل الإعلام تقدم مضامين مركبة ومصاغة بعناية تعبر على طائفة من القرارات والمصالح المختلفة، والوعي الإعلامي يساعد على تفكيك عملية صناعة الإعلام وفهم طبيعة المنتجات الإعلامية وفهم كيفية استخدامها والتعامل معها بكل وعي ويقظة.
- العناية بالوعي الإعلامي جزء من تكوين المتلقي المستنير إذ يؤكد الخبراء أن المتلقي ذات المستوى العلمي المحدود إذا كان واعيا وملما بما تقدمه وسائل الإعلام وقادرا على استخدام هذه الوسائل سيصبح مواطنا فعالا.
- العناية بالوعي الإعلامي يشجع المتلقي على المشاركة الفعالة في المجتمع، فالتربية الإعلامية تمكن الناس من تفسير المواد الإعلامية ومن تكوين آراء واعية عنها بوصفهم مستهلكين لها وأن يصنحوا منتجين للمضامين الإعلامية مع تطوير الملكات النقدية والإبداعية. (العسال، 2009، صفحة 5)
- توفر التربية الإعلامية للمتلقي مهارة الانتقاء والإدراك وتجنب الآثار السلبية.
- تساهم التربية الإعلامية في جعل المتلقي أكثر وعيا ومسؤولية في انتقاء منتجات العملية الإعلامية، والتأني في الحكم على مضامينها وعدم الانسياق.

3. أهداف التربية الإعلامية: أما بشأن أهدافها فيمكن أن نوضحها من خلال ما يلي:

- توفير القدرة على فهم المضامين الإعلامية وتفسيرها واكتشاف ما تحمله من قيم وأفكار.
- القدرة على تقديم آراء نقدية حول المضامين التي يتعرض لها المتلقي سلبا أم إيجابا. -القدرة على الاختيار الواعي للوسائل الإعلامية والمضامين الإعلامية .
- القدرة على إنتاج المضامين الإعلامية وإيصالها للجمهور المستهدف.



● القدرة على توجيه الأسرة والمجتمع للاستفادة المثلى من وسائل الإعلام (عبدالرحمان، بدون سنة، صفحة 26)

4. خصائص التربية الإعلامية: يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

-تعزيز الدافعية للتعليم: فهي تبحث في شيء محسوس يتصل مباشرة بحياة المتعلم اليومية فيكون بذلك أداة لإثارة انتباهه وتحفيزه لاكتشاف هذا المجال ومعرفة أسرارهِ.

-واقعية هذا المجال والحاجة إليه: إن التعامل مع وسائل الإعلام يمثل سلوك يومي يرافق المتلقي في مختلف مراحل حياته، وهذا الوضع يثير لديه الشعور بأهمية امتلاكه لمهارة التعامل مع المضامين الإعلامية من خلال التربية الإعلامية.

-وضوح نتائج التعلم: إن وضوح نتائج التعلم تبدو على شخصية المتعلم مما يزيد في التشجيع على الإقبال على التربية الإعلامية لأن الوعي الإعلامي يبرز في سلوك الإنسان في علاقاته مع الآخرين.

-مهارات التفكير العليا: إن التربية الإعلامية تساعد المتلقي على اكتساب مهارات التفكير العليا وذلك يستدعي توفر المهارات التالية:

أ- مهارة التفكير الناقد.

ب- مهارة التفكير الإبداعي: وترتبط بالإنتاج المضامين الإعلامية.

ج-مهارة اتخاذ القرار: وهي ترتبط بأحد مخرجات التربية الإعلامية وهو السلوك الانتقائي. (عبدالرحمان، بدون سنة، صفحة 27)

المحور الثالث: خلفية نظرية عن الإعلام الجديد:

إن ظهور الإعلام الجديد كان نتيجة التزاوج بين تكنولوجيا الاتصال والبت الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته، مما أدى لظهور إعلام جديد الذي يتميز بمجموعة من الخصائص تجعله يختلف عن الإعلام التقليدي وسنحاول أن نوضح هذه الخصائص من خلال ما يلي:

1. خصائص الإعلام الجديد: يتميز بمجموعة من الخصائص لعل من أبرزها نذكر ما يلي:

- الإعلام الجديد متوافر دائما حيث يمكن الحصول عليه في أي وقت.
- للإعلام الجديد خاصية الشمولية من حيث المحتوى نتيجة تنوع المحتوى.
- المرونة والانسيابية وغياب الرقابة كما أنه مجاني بدون مقابل بالإضافة للاستقلالية.
- ساهم في توفير حرية التعبير عن الذات والحوار بين الحضارات.
- ساهم في انتشار الثقافة الالكترونية بين أفراد المجتمع خاصة مع ارتفاع عدد مستخدميهِ.
- يوفر التفاعل والتحديث وتوفير الوقت والجهد والمال مع توفير إمكانيات أخرى.
- توسيع دائرة التنافس الإعلامي بين المواقع والمنتديات والصحف والمجلات الالكترونية المختلفة، كما يوفر أرشيفا وقاعدة بيانات معلوماتية للإعلامي (فندليجي، 2015، صفحة 78/74)



2. أشكال الإعلام الجديد: تعددت أشكال الإعلام الإلكتروني وتنوعت ولعل من أهمها:

- المواقع الإعلامية على شبكة الانترنت. -خدمات البث عبر الجوال.
- الصحافة الإلكترونية: خدمات النشر الصحفي عبر مواقع على الشبكة وحزم النشر الصحفي.
- خدمات الأرشيف الإلكتروني.
- المدونات.
- الإذاعة الإلكترونية والتلفزيون الإلكتروني: خدمات البث الحي للإذاعات والقنوات التلفزيونية على مواقع خاصة على الشبكة من خلال حزم البث الإذاعي والتلفزيوني والتي تحملها الشبكة إلى المتلقي مباشرة وإلى مختلف المواقع.
- الإعلانات الإلكترونية: وذلك عبر مختلف مواقع النشر على الشبكة.
- خدمات إعلامية إلكترونية متنوعة: تواصلية ومعرفية وترفيهية.
- البث الحي على الهاتف الجوال. -بث خدمات الأخبار العاجلة.
- بث الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمة sms وmms وغيرها. (صلاح، 2015، صفحة 156)

3. وظائف الإعلام الجديد: من بين أهم الوظائف يمكن ذكر:

- الوظيفة الإعلامية والإخبارية: وذلك توفير رصيد كبير من المعلومات والبيانات.
- وظيفة التنشئة الاجتماعية مما يساهم في دعم التأزر والوعي الاجتماعي.
- وظيفة خلق الدوافع وذلك بدعم الأهداف المباشرة والنهائية لكل أفراد للمجتمع.
- وظيفة الحوار والنقاش من خلال التفاعل بين مختلف الأفراد.
- الوظيفة الترفيهية والثقافية. (بوعزيز، 2016/2017، صفحة 94/93)
- هذه بشكل عام الوظائف المنتظرة لكن الوقائع لا يعكس ذلك نتيجة عدة أسباب نوضحها لاحقا في هذه المداخلة.

4. آثار الإعلام الجديد:

لقد ساهم الإعلام الجديد في توفير شبكة من المعلومات الدولية من خلال توفير أرشيف من المعلومات الوطنية والدولية مما يساهم في تشكيل ثقافة لدى مختلف الأفراد والشعوب عن الأحداث الهامة والآنية، وهذا يساهم في تنوير الرأي العام حول ما يدور في العالم من أحداث مختلفة مع توفر القدرة على المشاركة في إبداء الرأي وتحليل مختلف القضايا الهامة مما يسهل الاتصال بين الشعوب والحضارات. ولكن في نفس الوقت ظهرت الكثير من الآثار السلبية ولعل من أبرزها ظهور ما يعرف بالثقافة الإلكترونية التي كثيرا ما تتعارض مع الثقافات المحلية للشعوب المختلفة، وهذا ما يعرف بالاختراق الثقافي التي تقودها العولمة والتي تسعى لفرض ثقافة نمطية جاهزة تتعارض مع الثقافة المحلية كونها تحمل أفكارا تتناقض في كثير من الأحيان مع قيمنا وقناعاتنا، مما يؤدي لإقصاء الثقافة المحلية ومحو الجذور التاريخية.



بالإضافة لذلك فإن المضامين التي يقدمها الإعلام الجديد لا يكون دائما محل ثقة ومصداقية فالكثير من البيانات والمعلومات التي تقدمها بعض المواقع تسعى للتضليل والتشويه أكثر من خدمة الرأي العام، ومما شجع على ذلك هو ضعف أو غياب القدرة على السيطرة والرقابة مما يؤدي في كثير من الأحيان الى انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية وكثرة الجرائم الإلكترونية. فمختلف هذه المظاهر تعكس الجانب السلبي للإعلام الجديد باعتباره إعلام موجه تتحكم فيه القوى العظمى التي تتحكم في هذه التكنولوجيات، وتتوفر على المال أيضا مما يجعلها تتحكم حتى في المعلومة وتقدم ما تراه يناسب أهدافها وطموحاتها بمهدف التطبيع وتكريس التبعية الإعلامية والثقافية، والأخطر في كل ذلك ضرب القواعد الدينية والتشكيك فيها وطمس العادات والتقاليد وجعل المستقبل يتقبل كل شيء حتى وإن كان يتنافى مع واقعنا العربي المسلم. في مثل هذا الوضع فإن موضوع التربية الإعلامية أضحي ضرورة من ضرورات العصر من أجل تحقيق مجموعة من الأهداف مثل: التعليم والتربية والتوعية حتى يتعلم المستقبل والمتلقي لهذا الكم الهائل من المعلومات أن يفكر ويتعامل بتفكير راقى ناقد ويختار قبل أن ينجر وراء هذه المضامين التي كثيرا ما تكون حافلة بالمخاطر. ومن أهم آثار الإعلام الجديد يمكن ذكر ما يلي:

- "شيوخ الثقافة الاستهلاكية لأن العولمة في حد ذاتها تمجد الاستهلاك، ومن ثم تشويه التقاليد والأعراف السائدة في المجتمعات الإسلامية.
- تغريب الإنسان المسلم وعزله عن قضاياه الحقيقية مع التشكيك في قدراته.
- اختفاء القيم النبيلة ليصبح الربح هو القيمة المضافة.
- انتشار أدب الجنس وثقافة العنف التي من شأنها تنشئة أجيال كاملة تؤمن بالعنف كأسلوب في الحياة وكظاهرة عادية وطبيعية، مما يشجع على انتشار العنف والجريمة والرذيلة.
- انتشار الثقافة المادية نتيجة العولمة الثقافية - الثقافة الأمريكية الشعبية -
- طمس الهوية الثقافية للأمة الإسلامية مع فرض ثقافة أخرى غريبة على الثقافة المحلية". (الحرير، 2019، صفحة 172/168)
- اختراق منظومة القيم الثقافية والاجتماعية من خلال الأفلام والمسلسلات التي تتعارض مع قيمنا، وتترك في المقابل آثارا سلبية في إدراك ووعي و وجدان المتلقي، وبالتالي تؤثر على معتقدات الجمهور المستقبل وثقافتهم بكل ما تحمله من قيم ومعتقدات والغرب هو المسيطر على أغلب قنوات البث الفضائي وعلى محتوى شبكات الانترنت. فمختلف هذه المظاهر تتطلب استخدام التربية الإعلامية كآلية حديث لمواجهة تداعيات الإعلام الجديد وتحصين أفراد المجتمع بثقافة... بإعلام نزيه وصادق.

أخو الرابع: تحديات التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد:

1. أهمية التلقي النقدي بالنسبة للتربية الإعلامية:

"إن عملية التلقي ترتبط بالإرسال سواء كان شخصا أو فكرة حيث يثير من خلالها المرسل فعلا، أو يتسبب في حدوث شيء بمعنى أن المرسل يحرص على الفعل فضلا عن أنه يرسل الى المتلقي الرغبة في الفعل أو ضرورة الفعل. أما المتلقي فيمثل عاملا يتلقى رغبة



أو إلزاما من المرسل وهذه العملية يجب أن تتم قبل أن يشرع المتلقي في بحثه". كما تختلف عملية التلقي حسب علاقة المتلقي بالنص أو بالعمل الفني، ذوقه وتكوينه المعرفي ومدى اعتياده على الرموز الفنية، علما أن عملية التلقي تتم على المستوى الانفعالي والفكري والحسي إلى جانب العوامل الذاتية مثل درجة التمثل مع الشخصية والإنكار بالنسبة لما يشاهده ويسمعه ويقراه. (بوكروخ، 2011، صفحة 25) إن دراسات التلقي لا سيما في مرحلة الثمانينات والتسعينات عرفت فقرة نوعية حيث أصبحت تنظر للمتلقي كفرد نشط قد يرفض أو يتقبل المضامين التي تقدمها وسائل الإعلام، فالتلقي لا يتمثل في الاستهلاك السلبي للدلالات المعدة مسبقا وأن المتلقي ينتمي إلى الجماعات التفسيرية التي يشترك معها في المصادر الثقافية التي ينهما منها في عملية قراءة الرسائل (بوكروخ، 2011، صفحة 142). فالتلقي النقدي يجعل من المستقبل للرسائل الإعلامية لا يتقبل كل ما يقدم بل ينتقي ما يناسب محيطه الاجتماعي والثقافي، وتحقيق ذلك يتطلب استخدام مجموعة من الآليات من بينها التربية الإعلامية التي أصبحت ضرورة من ضرورات العصر خاصة في ظل انتشار استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث أصبح المتلقي معرض لتدفق منتجات ثقافية وإعلامية يغيب فيها الأسس المرجعية بالإضافة للحملات المغرضة التي كثيرا ما تهدد القيم العربية، فالتفاعل مع هذا الكم الهائل من المعلومات يتطلب تلقين المتلقي بعض القواعد التربوية التي يمكن أن تساعد في التفاعل الإيجابي مع هذه المضامين.

2. أهمية التفكير الناقد بالنسبة للتربية الإعلامية:

يعتبر مفهوم التفكير الناقد من المفاهيم الأساسية التي تقوم من أجله التربية الإعلامية، وهذا الدور المهم يتطلب تكاتف الجهود بين الأسر والمجتمع ومختلف الهيئات التربوية ووسائل الإعلام المختلفة لتوجيه سلوك المتلقي نحو الانتقاء وإنماء قدراته النقدية. إن التفكير الناقد يعتبر عملية فكرية مركبة عقلانية ومنطقية يتم فيها إخضاع الفكرة أو أكثر للتحقيق والتقصي وجمع وإقامة الشواهد بموضوعية ومن ثم إصدار حكم بقبوله أو رفضه اعتمادا على معايير معينة. (الفكرة قد تكون قضية أو خبر أو رواية أو ادعاء أو إجراء أو حدث). فالتفكير الناقد نشاط عقلي متأمل وهادف يقوم على الحجج المنطقية وغايته الوصول إلى أحكام صادقة وفق معايير مقبولة، ويتألف من مجموعة من المهارات و التي تصنف ضمن ثلاث فئات: **التحليل والتركيب والتقييم**. ومن الأمثلة على التفكير الناقد القدرة على التمييز بين الرأي والحقيقة، حيث يمثل الرأي تقييم يعتمد على الحكم الشخصي في حين تمثل الحقيقة معلومات تقريرية بالإمكان التأكد من صحتها وصدقها. ويرتبط التفكير الناقد بمجموعة من الأفعال من أهمها: التمهّل، التعقل، التفتح العقلي، القدرة على الاستنتاج، تقويم الأدلة، الرجوع إلى المصادر، إتباع الدليل، الاستناد إلى التعقل أكثر من الانفعال بالإضافة إلى الأخذ بعين الاعتبار بوجهات نظر الآخرين قبل إصدار الأحكام. (عبدالرحمان، بدون سنة، صفحة 150/149) يتطلب التفكير الناقد لدى المتلقي مجموعة من القدرات من أهمها:

- الدقة والوضوح في ملاحظة الوقائع والأحداث.
- التقييم الموضوعي للمواضيع والقضايا.
- القدرة على استخلاص النتائج بطريقة منطقية سليمة.



- توافر الموضوعية لدى المتلقي . (الكردى، تنمية التفكير الناقد، دون سنة) بالإضافة لمعايير أخرى مثل: الأمانة والصدق والنظرة العميقة وأن يكون منطقيًا في تنظيم الأفكار وترتيبها والإلمام بمجموعة من القواعد المعرفية حول الموضوع قبل إصدار أي حكم حول أي موضوع. تساهم مهارات التفكير الناقد بالنسبة للمتلقي في تحقيق مجموعة من الأهداف من بينها:
- إن استخدام مهارة التفكير الناقد تساهم في بناء الوعي الإعلامي لدى المتلقي، وتساعد على تجنب فخ التضليل الإعلامي والإثارة الإعلامية خاصة في ظل الصراعات والمكائد اتجاه البلدان العربية.
- تساعد المتلقي أيضًا على فرز المواد الإعلامية لمعرفة الصحيح من الخطأ وبين الحقيقة والخيال.
- تساعد المتلقي أن يكون متلقيًا إيجابيًا قادرًا على انتقاء المضمون الإعلامي وتحليله وتقويمه، ولا يكتفي بعملية الاستهلاك السلبي ومساعدته على تكوين شخصية مستقلة قادرة على التقييم والاختيار.
- في أوقات الحروب والأزمات والأحداث الكبرى في العالم تزداد أهمية التفكير الناقد في التعامل مع وسائل الإعلام وضرورة تفعيل هذه المهارة واستخدامها بشكل دائم. (عبدالرحمان، بدون سنة) ويتم استخدام مهارة التفكير الناقد في التعامل مع المضامين الإعلامية التي يقدمها الإعلام الجديد مما يجعل المتلقي لا يتقبل أي شيء وإنما يفكر قبل الانسياق وراء الأفكار الخاطئة المهدامة للقيم والأخلاق، وينتقي ما يناسب الواقع المحلي، فالتفكير الناقد ينمي في المتلقي ملكة النقد والتفكير مع القدرة على التحليل والبناء من أجل اختيار الأفضل.

3. انعكاسات التربية الإعلامية على المتلقي في ظل انتشار الإعلام الجديد:

في الوقت الذي تختلف فيه وجهات النظر حول موقع التربية الإعلامية بين العلوم والتخصصات المختلفة، بالمقابل يتفق الباحثون على أن التربية الإعلامية تشكل وسيلة واعدة لخلق مشاركين ومتلقين واعددين مطلعين ومفكرين فاعلين في مجتمع ديمقراطي، يتجسد ذلك من خلال النتائج التالية التي تظهر في سلوك المتلقي الذي يخضع للتربية الإعلامية أثناء تعامله مع المضامين الإعلامية وحتى في سلوكه اليومي وفي قدراته الاتصالية والتعبيرية :

1. متلقي متعلم إعلاميا كمفكر نقدي:

يتعلم المتلقي من خلال التربية الإعلامية أن يكون مفكرًا ناقدًا بمفهوم الوعي النقدي القائم على القدرة على فهم وتفكيك النصوص الإعلامية، خاصة وأنها تعيش في مرحلة لا يمكن أن تمنع أو نحجب وسائل الإعلام، لكن بالمقابل نستطيع أن نربي التفكير الناقد الذي يمكن على أساسه الانتقاء والاختيار والمشاركة الفعالة. فالتربية الإعلامية توفر القدرة على قراءة النصوص وتحديد علاقتها بالأطر الاجتماعية والثقافية والسياسية، خاصة في عصر الإعلام الرقمي والاجتماعي مع تنامي حاجتنا المتزايدة للمعلومات والتواصل.

2. متلقي متعلم إعلاميا كمبدع ومتصل فعال:

إن جمهور الإعلام يمكنه من خلال التربية الإعلامية أن يكون متلقي مبدع يساهم بآرائه وأفكاره في شرح النصوص الإعلامية وتقديم رؤى تقييمية، كما يكون قادرًا على جمع المعلومات وتصحيحها وتحليلها وإبداء رأيه حول القضايا المصيرية وبشاطر وجهات نظره



مع الآخرين في إطار حركة تشاركيه لتمكين المتلقي من التفكير وإبداء رأيه بكل حرية وثقة بعيدا عن التحيز والانسياق وراء آراء الغير.

3. متلقي متعلم إعلاميا كعامل تغيير اجتماعي:

إن التربية الإعلامية لا تنظر للمتلقي كمستهلك ومواطن سلبي للدلالات المستقبلية، لكنها تهيؤه لممارسة التفكير النقدي حتى يساهم في حركة التغيير لتطوير وتغيير الواقع الاجتماعي من خلال نشر وتلقي المعلومات بطريقة نقدية واعية حضارية تجعل من المتلقي طرف فعال في تغيير المحيط والمجتمع (التربية الاعلامية.. اهميتها .. دورها في العالم العربي، 2013). وتحقيق ذلك يتطلب مجموعة من المهارات لأن التربية الإعلامية والتلقي النقدي لا يمكن أن يحقق إلا إذا توفرت مهارات السلوك الواعي إعلاميا والتي يمكن توضيحها في النقاط التالية:

مهارة حسن الاختيار: ان المتلقي هو من يختار متابعة وسيلة إعلامية على حساب أخرى، كما أنه هو من يستخدم هذه الوسيلة وليست هي التي تستخدمه، كما يختار أيضا ماذا يقرأ أو يسمع أو يشاهد فالوعي الإعلامي يؤسس لدى المتلقي مهارة حسن الاختيار ويساعده على اتخاذ قرار التعرض الانتقائي للمضمون الإعلامي الذي يناسبه ويناسب واقعه الاجتماعي والثقافي ويتفاعل معه بكل ارتياح.

مهارة التواصل ورجع الصدى: تعتبر عملية رجع الصدى جد مهمة في تعزيز الرسالة الإعلامية ودعمها أو كبحها ورفضها، وهذا يزيد في قدراته الاتصالية والتعبيرية وهذا سلوك يعكس الوعي الإعلامي للمتلقي.

مهارة المشاركة التفاعلية: ذلك أن التطور السريع لوسائل الإعلام والاتصال واشتداد المنافسة يشجع الحوار والمشاركة بالرأي بين وسائل الإعلام والجمهور، وان مشاركة المتلقي بالرأي والسؤال والحوار والتعليق والتعقيب والمداخلة دليل على الوعي الإعلامي المتطور خصوصا في القضايا المصرية ذات الأهمية بالنسبة للمجتمع خاصة وأن نعيش اليوم في عالم مشبع بالشبكات التفاعلية مما يجعل الحياة العصرية حياة تفاعلية بمعنى الكلمة.

مهارة إنتاج المضامين الإعلامية: ان تكنولوجيا الإعلام جعلت من حرية الإعلام حقيقة وأصبح ممكناً لأي شخص لديه ارتباط بالإنترنت أن يصبح صانعا للمادة الإعلامية، وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم (عبدالرحمان، بدون سنة، صفحة 164/168). بالإضافة لهذه المهارات هناك مهارات أخرى تتمثل في: التحليل والبحث والتأثير فكل هذه المهارات تهيأ المتلقي ليكون متلقي إيجابي للرسائل الإعلامية، فالتربية الإعلامية هي المفتاح الذي يمكن من خلاله أن تجعل من المتلقي مثقف إعلاميا قادر على النقد والتقييم والمشاركة الواعية في إنتاج المضامين الإعلامية وعدم الانسياق وراء الأفكار المغرضة والشائعات المضللة والمساهمة في إنتاج ونشر رسائل إعلامية، لأن التلقي النقدي لا يعني الاستقبال فقط وإنما يتعدى ذلك إلى المشاركة الفعالة في العملية الإعلامية والاتصالية مع عدم الرضوخ والانسياق وراء الأفكار المغرضة الخاطئة.



رؤية تفكيرية واقتراحات: إن الانتشار الكبير للإعلام الجديد يتطلب اتخاذ الإجراءات والآليات التي يمكن أن تساعد خاصة المجتمعات العربية أن تستفيد من الركب الحضاري وتسير مختلف التطورات التكنولوجية، ولكن في نفس الوقت يجب توجيه مواطن الاستفادة لأنه ليس كل ما ينشر يخدم المجتمعات العربية خاصة وأنا نعيش في عصر العولمة الثقافية في موجة الحضارة الثالثة التي أضحت فيها المعرفة (إعلام، إعلاميات، معلومات، تكنولوجيا متطورة) هي المصدر الأساسي للقوة والهيمنة، بعدما كان مصدر القوة والنفوذ في السابق هو رأس المال والإنتاج الصناعي، هذه الثورة المعلوماتية والتكنولوجيا الهائلة هي التي أسست لظاهرة العولمة (الحرير، 2019، صفحة 100). فالإعلام الجديد في هذا المجال يعد أداة أساسية في نشر العولمة ولعل أخطرها في هذا المجال العولمة الثقافية والانفتاح الإعلامي في ظل غياب الوعي الإعلامي يؤدي للكثير من المخاطر السلبية، منها تغييب القيم الأسرية والاجتماعية التي رسخها الدين الإسلامي بالإضافة لظهور الكثير من مظاهر الانحراف والانحلال الأخلاقي وفساد الأنماط السلوكية السائدة، بالإضافة لتراجع مكانة اللغة الأصلية وسيادة اللغة الأجنبية بالإضافة للإكراه الثقافي نتيجة فرض ثقافة معينة تتعارض مع الثقافة المحلية مما يؤدي لانتهاك الخصوصية الثقافية. مما يجعل من موضوع التربية الإعلامية ذات أهمية قصوى يحتاج للاهتمام والعناية من خلال تلقين الأفراد في المجتمع قواعد التعامل مع المضامين الإعلامية التي يبثها الإعلام الجديد، في مختلف أنواعه بدءاً بالأطفال وصولاً للكبار لنشر للوعي الإعلامي بضرورة اختيار وانتقاء المضامين الهادفة والمشاركة في تنوير الرأي العام من خلال المشاركة في إنتاج مضامين هادفة تبني جسور التواصل بين الثقافات ولكن مع الحفاظ على الخصوصية الثقافية تميؤه لممارسة التفكير النقدي حتى يساهم في حركة التغيير وتطوير وتغيير الواقع الاجتماعي من خلال نشر وتلقي المعلومات بطريقة نقدية واعية حضارية تجعل من المتلقي طرف فعال في تغيير المحيط والمجتمع.

الخلاصة

إذا كان الإعلام الجديد يساهم في نشر المعلومات و الأخبار ومد جسور التواصل بين الشعوب والثقافات وزيادة التواصل بينها، فانه في المقابل هناك الكثير من الانعكاسات السلبية التي تتطلب الاهتمام والعناية قبل أن يفوت الأوان، وتعتبر التربية الإعلامية في هذا المجال مسألة هامة تتطلب العناية والاهتمام نظراً لدورها الكبير في عملية تنمية الوعي بالمشكلات المترتبة عن هذه المضامين التي كثيراً ما تتناقض مع الثقافة المحلية. والسؤال الذي يطرح نفسه في هذا المجال أين هي المعلومات الصحيحة وأين الخاطئة وكيف الانتقاء والاختيار؟ وهنا يأتي دور التربية الإعلامية التي تجعل من المتلقي لا ينساق وراء كل ما ينشر وإنما ينتقي منها وفقاً لقواعد الوعي الإعلامي الذي يساهم في إيجاد الفكر النقدي، خاصة وأنا أصبحنا معرضين لكم هائل من المعلومات المتناقضة كما تلجأ بعض المؤسسات الإعلامية الأخرى إلى طمس الحقيقة وصناعة قبول الجمهور مما يؤثر على الجمهور ويصبح في حيرة من أمره. فالتربية الإعلامية يمكن أن تساهم إلى حد بعيد في تشكيل مهارة التعامل مع هذه المضامين الإعلامية. إن التربية الإعلامية أضحت ضرورة من ضرورات العصر ولا يمكن للمتلقي أن يكون متلقياً ناقداً إلا من خلال تلقينه أسس التفكير الناقد، فمتلقي زائد تربية إعلامية تتمم مواطن ناقد واعي مشارك فعال قادر على الاتصال والتغيير الفعال خدمة للصالح العام والمجتمع.



المراجع:

- أحمد السيد الكردي. (دون سنة). تنمية التفكير الناقد. زيارة الموقع بتاريخ 201/3/10: Kenanonline.comahmedkordy.
- أحمد بن عبد الله القمبيزي. (بدون سنة). التربية الاعلامية، برنامج المنسقين الاعلاميين. زيارة الموقع بتاريخ 2018/3/8: <http://www.mu.edu.sa>.
- البياتي ياس خضر. (2014). الاعلام الجديد، الدولة الافتراضية الحديثة. عمان: دار البداية.
- التربية الاعلامية.. اهميتها .. دورها في العالم العربي. (2013). زيارة الموقع بتاريخ 2018/3/3: <http://ndlab2013.files.wordpress.com/2013>
- الدلمي عبدالرزاق. (2011). الاعلام التربوي. الاردن: دار المسيرة.
- الشميري فهد عبدالرحمان. (بدون سنة). التربية الاعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام. زيارة الموقع في، 2018/3/6: Mediaeducation. sa@gmail.com.
- بوبكر بوعزيز. (2017/2016). استعمال وسائل الاعلام الاجتماعية كمصادر للأخبار. أطروحة دكتوراة، قسم علوم الاعلام و علم المكتبات، جامعة باتنة.
- زيد بن احمد الحارثي. (2007). اسهام الاعلام التربوي في تحقيق الامن الفكري، دراسة تكميلية لنيل الماجستير. المملكة العربية السعودية: جامعة ام القرى.
- سعد كامل الحرير. (2019). الاعلام والعمولة. الاردن: دار الحامد.
- عامر ابراهيم قنديلجي. (2015). الاعلام الالكتروني. الاردن: دار المسيرة.
- علي خليل شقرة. (2014). الاعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي. عمان: دار اسامة.
- علي عبد الفتاح علي. (2015). الاعلام التربوي. الاردن: دار الايام.
- كافي هبة مصطفى. (2017). المدخل الى الاعلام التربوي الجديد (المجلد ط1). عمان: دار الابتكار.
- ليلي البيطار . عليا العسال. (2009). مفهوم التربية الاعلامية في ككتب التربية المدنية والتربية الوطنية للمرحلة الاساسية في المكنهاج الفلسطيني. جامعة النجاح الوطنية: بحث مقدم في مؤتمر العملية التربوية الوطنية في القرن الواحد والعشرين، واقع وتحديات.
- مخلوف بوكروح. (2011). التلقي في الثقافة الاعلامية. مقامات للنشر والتوزيع: الجزائر.



Global Proceedings Repository
American Research Foundation

ISSN 2476-017X

Available online at <http://proceedings.sriweb.org>

شبكة المؤتمرات العربية

<http://arab.kmshare.net/>

مروى عصام صلاح. (2015). الاعلام الالكتروني، الأسس و آفاق المستقبل. الاردن: دار الاعصار للنشر والتوزيع.

منتديات ستار تايمز. (زيارة الموقع بتاريخ 2018/03/11). التربية الاعلامية لماذا؟. www.startimes.com