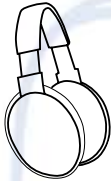
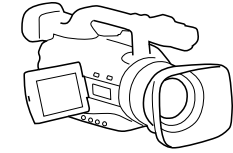


# التربية الإعلامية



دليل للمدرسين

والطلبة والوالدين

والمحترفين



راجعته

دافينا فراو - مايفز

# التربية الإعلامية

دليل للمدرسين  
والطلبة والوالدين والمحترفين

راجعته  
دافينا فراو - مايفز

يونيسكو - ٢٠٠٦

مراجعة: دافينا فراو - مايفز  
مديرة المشروع: هارا براساد بادي

ترجمة: عارف أحمر

التصميم: سوفي موتيرد

تصميم النسخة العربية: شركة أضواء للتصميم الفني/ رام الله  
الصور: (الهيئة الفلسطينية للإعلام وتفعيل دور الشباب - بيالارا) - Pyalara  
الطباعة: أضواء - مطبعة الحجاوي

© حقوق الطبع محفوظة

## الفهرس

٤	كلمة شكر
٥	تمهيد
٧	مقدمة
٩	مشروع منهاج مادة دراسية
١٩	دليل للمدرّسين
٤٧	دليل للطلبة
٥٧	دليل للوالدين
٧٧	دليل للعلاقات الاخلاقية مع المحترفين
٩٧	دليل تعلم بالانترنت
١٥٧	اسئلة يتكرر طرحها
١٧٢	مسرد بمصطلحات مختارة للتربية الإعلامية
٢٠٩	المراجع والموارد والممارسات السليمة
٢٣٢	المشاركون

## شكر وتقدير

أسهم «مشروع منتور» في اعداد هذا الدليل الذي شاركت في تمويله اليونسكو والمفوضية الاوروبية كما قدم له الدعم كل من كليمي وسيديفوب وميزار ملتيميديا. وقد جمع هذا البرنامج الذي كان من بنات افكار الراحل لويس آرتيغاس دي فادرا (يونسكو) بين الباحثين والعاملين في تدريس الإعلام بمنطقة حوض البحر الابيض المتوسط. ويناقش هذا البرنامج أسس تدريب المدرسين ومنهاج الساعات المعتمدة والاستراتيجيات المحلية والعالمية لتطوير دراسة الإعلام (بما في ذلك موقع في الانترنت عنوانه [www.mediamentor.org](http://www.mediamentor.org)).

ونحن نشكر جميع المشاركين الذين لم يكونوا جزءاً من "مشروع منتور". وقد اصبح هذا المشروع رابطة مهنية لتطوير عملية تدريس الإعلام في العالم أجمع.

ونقدم الشكر ايضاً للمجلس الاوروبي على تصريحه لنا بإعادة إنتاج النسخة الكاملة من دليل التعليم الإعلامي في هذا الدليل.

## تمهيد

لم تقتصر اليونسكو منذ مطلع ستينيات القرن الماضي على تحديد الدور المهم لوسائل الإعلام في تحسين الأوضاع الاجتماعية، بل تعدته إلى بيان السياسات والبرامج والاستراتيجيات العملية للاستفادة من مختلف وسائل الإعلام في تحقيق أهداف التنمية. وتبدي اليونسكو اهتماماً أيضاً بفكرة إتاحة المجال للحوار والمداومة عليه. ولعل ما نحتاج إليه في عصر أصبحت فيه وسائل الإعلام الأداة الأولى في نقل المعلومات والمعارف هو أن نوسّع سبل التحوار والتحدّات بحيث تتجاوز الحدود الثقافية. وتحقيقاً لهذه الغاية، عكفت اليونسكو على مدى السنوات الماضية على الدعوة إلى حرية التعبير وحرية الحصول على المعلومات والمعارف على نطاق عالمي. وتدرك المنظمة أهمية الدور الذي تضطلع به التربية الإعلامية في سبيل إعداد الشبان الذين ستناط بهم مهمة تيسير التبادل الحر للمعلومات والمعارف عن طريق الإسهام في الاستعمالات المتعددة لوسائل الاعلام وتقديرها. ويتحقق هذا الهدف عن طريق التعليم المنهج للتربية الاعلامية باعتبارها جزءاً من المناهج الدراسية.

وفي سياق توسّع وسائل الإعلام على نطاق عالمي، وبالنظر إلى ما تمخضت عنه القمة الدولية لمجتمع المعلومات التي عقدت أخيراً والتي أكدت أهمية التربية والإعلام والتعليم الإلكتروني، فإن أهداف اليونسكو تتمثل في زيادة الوعي بدور وسائل الإعلام في المجتمع والتحوار بشأنها، لا بالنسبة للتواصل فحسب، بل بالإعلام ونقل المعارف أيضاً. وتتضمن هذه المجموعة التي نشرت حديثاً والتي تحمل عنوان «التربية الإعلامية – دليل للمدرسين والطلبة والوالدين والمحترفين» خمسة أدلة كما تتضمن مجموعة واسعة من الإرشادات والتوجيهات الخاصة بكيفية تطبيق التربية الإعلامية كمبحث وكموضوع من مواضيع المناهج على صعيد المدارس. وقد تمت بلورة هذا الدليل بحيث يخدم عدداً كبيراً ممن يعملون في التربية الإعلامية بصورة مباشرة أو غير مباشرة. ولن تقتصر فائدة هذا الدليل الذي يتألف من تسعة فصول والذي يتضمن تشكيلة منوعة من الأبواب والأساليب التربوية على المدرسين دون غيرهم، بل ستتعداهم أيضاً إلى الطلبة والوالدين والمحترفين، على حد سواء.

يقدم هذا الدليل التدريبي نظرة مستفيضة على التربية الإعلامية تشمل سائر وسائل الإعلام، قديمها وحديثها. ويرمي أيضاً إلى استبيان سبل جديدة تُمكن الناس من توسيع مشاركتهم في الحياة السياسية والثقافية في المجتمع ككل عن طريق وسائل الإعلام. وهو ينادي، على وجه الخصوص، بتواصل الشبان مع وسائل الإعلام، كما يعزز تقديرهم الواعي لأنشطتها. وينطوي هذا الدليل كذلك على نظرة تمومية مستدامة، فضلاً عن تطرقه لبعض التحديات التي تواجه المجتمعات المعرفية، ولا سيما التحديات المتمثلة في فجوة المعرفة الرقمية. ويؤيد الدليل الذي بين يدينا تبادل الموارد ويشرح الاستراتيجيات والوسائل المتاحة ويستقي المعلومات من الممارسات الفعالة. أما في المدى البعيد، فيسعى إلى تعزيز الديناميات الرقمية، حيث تعمل إتاحة التربية الإعلامية للجميع على وصولها للجماهير وهو ما يُعدُّ ضرورياً للحوار البناء والتبادل الثقافي عبر الحدود التي تفصل بين الشعوب.

**عبد الواحد خان**

**المدير العام المساعد للتواصل والمعلومات**



## مقدمة

### «أَنْ نُضِيءَ شَمْعَةً خَيْرٌ مِنْ أَنْ نَلْعَنَ الظَّلَامَ»

ثقافة الأسرة أم ثقافة المدرسة - بروج من التحاور.  
ينصبّ هذا الدليل على الشبان. وسنلقي في المقام الأول نظرة على دائرتهم الأولى، وهم المدرسون والآباء والامهات. وحيث تتوسع الدائرة، يشمل الدليل محترفي الإعلام. أما أكبر دائرة يصورها الدليل فهي التي تضم الاقربان في شبكات الاتصال. وبناءً على ذلك النظام، فإن الدليل الموجه إلى الدارسين مُدرج في الدلائل المخصصة للمدرسين والآباء والامهات. ويتبع ذلك دليل خاص بالعلاقات الاخلاقية مع المحترفين ودليل للانترنت للإلمام بما في شبكات المعلومات. ويضع الدليل في الاعتبار في كل صفحاته المهارات اللازمة لتحليل مختلف انواع الرسائل، بالإضافة الى مختلف مسائل المواطنة والاستدامة، خارج نطاق المدرسة والأسرة.

### اهداف هذا الدليل

1. إرساء أسس صلبة ومتمينة لنظام واسع النطاق لتدريس الإعلام على نحو منسّق للشبان في المدرسة والبيت ووسائل الاعلام.
2. اقتراح وسائل رئيسية في صورة دلائل تساعد الراغبين في تنمية مداركهم الإعلامية. وترمي هذه الدلائل الى وضع تصور للمنهج المدرسي يتضمن اساليب تدريس الإعلام بجميع أبعاده: تعليم مبادئ لغة الصوت والصورة، وتحليل المحتوى، وفهم الناتج الاقتصادي لوسائل الإعلام، ورعاية حقوق الجمهور، وحماية الشبان، والتوعية بالرقابة الذاتية والرقابة بشكل عام.
3. الإسهام في تعليم المدرسين عن طريق تعميم استعمال وحدات المواد الخاصة بالتدريب الأولي والتعليم المستمر في المناهج للمدرسين من مختلف المستويات. ويتضمن الدليل توسعات مختلفة خارج نطاق المدرسة، بواسطة مبادرات متعددة التخصصات من اجل تشجيع الشبان على التجاوب وتشجيع الآباء والامهات على تعليم الإعلام بطريقة عملية.

تضطلع وسائل الإعلام بدور هام في جعل الشبان يتصرفون على نحو يكون مقبولاً لدى المجتمع، وهي ظاهرة اخذت تكتسب زخماً. وينتقل قسط وافر من الموروث الثقافي لكوكب الارض اليهم بعدة وسائل تكون مألوفة جداً لديهم. ويقتضي هذا تغييراً في موقف مختلف الاشخاص الذين يرافقون الاطفال والمراهقين في مراحل نموهم. ويجب ان يتيح هذا التغيير الفرصة لهم كي يكتسبوا هذه المسألة عن طريق التعلم الذاتي. هذا هو ما يقترحه هذا الدليل الذي يرمي في الوقت ذاته الى معالجة وسائل تعليم الآخرين على الإعلام وتعليم المرء نفسه على ذلك، كجزء من عملية تدريب تدوم مدى الحياة. ويقترح ايضاً اتباع أسلوب ذي شقين بالنسبة لمستخدميه، حيث يكون المستخدم أحياناً في موضع المتعلم، بينما يكون في احيان اخرى في موضع المعلم.

يقترح هذا الدليل نموذجاً لمنهاج تدريس الإعلام يكون المؤهل الأساسي للمعلمين في المدارس الثانوية، لكن مفاهيمه الأساسية تتعلق ايضاً بالبالغين خارج النظام التعليمي، سواء كانوا آباءً وأمّهات أم إعلاميين محترفين أم من أهل الحُلِّ والعقد. وتتزايد الحاجة الى تدريب من هذا القبيل بالنظر الى استعمال التكنولوجيا الرقمية الجديدة، حيث اصبح من الضروري لكل مواطن ان يبحث عن المعلومات ويستعيدها ويقدمها، بالإضافة الى التواصل عبر شركات الاتصال، بحريّة تامة. تعليم الآخرين وتعليم المرء نفسه، الحصول على معلومات من الآخرين وتقديم المرء معلومات عن نفسه: هذه هي الاحتياجات الحالية لمجتمع يعرف عن الإعلام ووسائله.

والواقع أنه إذا أصبح تدريس الإعلام مهماً أكثر فأكثر بالنسبة لتدريب المدرسين، فلا ينبغي ان يقتصر عليهم. ولا بد من اشراك غيرهم في ذلك، كما لا بد من توعيتهم باحتياجات الشبيبة، من قبيل من يعتنون بالمرضى والمسنين والمعوقين، ومن قبيل الصحفيين والمخرجين والاذاعيين وغيرهم من العاملين في وسائل الإعلام. ويوفّر هذا الدليل في مجموعته لكل مشارك في نشاط فرصة كي يتعلم على ثقافة الآخرين - سواء كانت ثقافة الإعلام، أم



وسائل الإعلام ويمكن لجميع المشاركين ان يكتسبوه. وهذه الافكار ليست مرتبة ترتيباً هرمياً، ولذا يمكن دراستها في اوقات متفاوتة، لكنها جميعاً تحتاج الى اعادة تنشيط، مهما كان مستوى البند الذي تم اختياره.

وتقترح الفصول المختلفة وسائل مختلفة لاكتساب هذه المفاهيم المهمة التي يتم توزيعها بقدر من الإطناب المنظم في الدلائل لمختلف المشاركين في عملية تألف الشبان مع وسائل الاعلام. وتوجد هذه الأفكار والمفاهيم في عدة دلائل. ويدعو المؤلفون مستعملي كل دليل الى تبني مجموعة من وجهات النظر التي يعتمدها المدرسون والطلبة والوالدون والمحترفون. ويشجع مستعملو الدلائل دائماً على اشباع حب الاستطلاع لديهم كدراسين. ويُفترض ان تطبق هذه الوحدات على عدد من الوسائل، دون الاقتصار على وسائل الإعلام المهيمنة على العالم، كالتلفزيون (المفضل في رفق البيئة الثقافية) او الانترنت (لأنها تعمل على ظهور ممارسات جديدة) ولكن ايضاً وسائل الإعلام الصغيرة الحجم التي يمكن استعمالها بتكلفة زهيدة في المدارس، من قبيل التصوير والاذاعة والفيديو.

تقوم العملية التعليمية الواردة في مختلف فصول هذا الدليل على اساس من التساؤل، حيث يكون الهدف الرئيسي هو حمل الشبان والكبار، سواء بسواء، على ان يطرحوا اسئلة على انفسهم. ومن ثم تُشرِّح الردود بصورة جماعية واخرى فردية. ويقصد بتلك الاسئلة الواردة في هذا الدليل ان تمهد للمناقشة والحوار، لا ان تغلق بابهما بصورة قاطعة. ولا توجد مادة تعليمية محددة، لأن من المفترض ان يتم تبني ذلك محلياً بالنسبة لجميع الوحدات. وقد ذكر بعض الأمثلة، لكن معظم الإشارات والمراجع يتعلق بمواقع الانترنت او بمنشورات اليونسكو او المؤسسات الاخرى دون قيود على الاقتباس. وأهم ما في الامر هو التثبيت من العلاقة بين مختلف الدلائل والوحدات والشبكات التي يُقترح الرجوع اليها. ويمكن ان تصبح من منظور تنموي قابلة للنقل والتعديل والاعتماد من اجل تلبية الاحتياجات الحالية للمجتمعات التي تتبادل المعارف فيما بينها.

٤. توعية جميع المشاركين في الانشطة، بمن فيهم صنّاع القرار والإذاعيون، بأن التعليم الإعلامي عنصر أساسي في نظرية تدريس الديمقراطية، وهو ما من شأنه ان يمكّن المدارس من تجديد مهمة تدريب المواطنين على العلوم الاساسية، بما في ذلك التواصل فيما بينهم وايصال المعلومات الى غيرهم.

٥. بلورة المهارات الاساسية للتواصل بين افراد الجمهور، اضافة الى القدرة الذاتية على التمحيص، وذلك لتمكينهم من التمييز بين المصالح الحقيقية والمشروعة لوسائل الاعلام وبين مصالحهم هم.

٦. ايجاد شعور جديد بالمواطنة يكون ديمقراطياً وفعالاً ويتميز بالمشاركة، فضلاً عن كونه قائماً على أساس من المسؤولية الفردية والجماعية والتضامن والتعاون اللذين يعززهما التواصل بين المواطنين.

٧. دعم التعددية والتنوع الثقافي وتبادل المعارف على اساس من التنمية المستدامة الموحدة.

### استعمال هذا الدليل كوحدات تركيبية

توفر الدلائل المختلفة التي يتضمنها هذا الدليل مجموعة كبيرة من التصورات التي يُنظر اليها من زاوية واحدة، وجميعها يشتمل على:

١. ملخص إطار.
٢. عرض للبيئة (المدرسة، الاسرة، وسائل الاعلام).
٣. بلورة للمفاهيم والوحدات الرئيسية (الانتاج، اللغة، التفسير، الجمهور).
٤. مقترح للطريقة التي يمكن بها تدريس هذه المفاهيم في المدارس او تطبيقها في المجتمع.
٥. سلسلة من الانشطة المقترحة.

ويجدر بالذكر ان الاهداف والمبادئ النظرية التي تستند هذه الاساليب اليها قد تم ايضاحها الى اقصى حد ممكن. وتمثل الافكار الرئيسية اسلوباً عاماً ومنسقاً للتربية الإعلامية يمكن تطبيقه على مجموعة كبيرة من

## مقترح

# لمنهاج مؤلف من وحدات



لقد اكتسبت التربية الإعلامية مزيداً من الأهمية في عملية تدريب المعلمين. ويتضمن هذا الفصل نموذجاً لمنهاج تربية إعلامية للتأهيل الأساسي لمعلمي المدارس الثانوية. ويحلل هذا الفصل أيضاً الأساليب التي يمكن اتباعها في رسم السياسات التعليمية على الصعيدين المحلي والوطني.

### الاهداف العامة

١. اقتراح برنامج مؤلف من وحدات للتربية الإعلامية تطبقه الدول المشاركة في مختلف بقاع العالم.
٢. وضع الفروق الثقافية والاجتماعية في الحسبان بالنظر الى ان المدرسين في مختلف البلدان لا يشكلون كياناً متجانساً. ويتفاوت مستوى ادراكهم اهمية التربية الإعلامية من بلد الى آخر. وقد تتفاوت علاقاتهم كما يتفاوت استخدامهم وسائل الإعلام في المجال التربوي تفاوتاً كبيراً. فضلاً عن ذلك، قد لا تتوفر مواد إعلامية لتخصصاتهم ومناهجهم.
٣. زيادة الوعي بالحاجة الى منهاج مؤلف من وحدات لتوفير تدريب اساسي للمعلمين. ويمكن استعمال هذا المنهاج العام في عدة بلدان بدرجات متفاوتة.

### المتلقون المستهدفون في المقام الاول:

معلمو المدارس الثانوية.

### مستويات المنهاج:

يمكن ان يكون المنهاج المقترح بمستويين هما:

١. مستوى أولي وعام يتناول المعرفة الأساسية واساليب تدريس التربية الإعلامية.
٢. مستوى رفيع يتضمن تربية إعلامية وعملية تعليمية تتعلق بالإعلام وتتألف من وحدات كاللغات والعلوم

الاجتماعية والفنون الابداعية...

### منهاج البحث:

المقترح التالي يعتمد على سلسلة تتألف من ست وحدات تُعدُّ أساساً للتدريب على التربية الإعلامية. وسيكون لكل بلد او مؤسسة تدريب رسمية الحرية في اعتماد اي من هذه الوحدات او جميعها وفقاً للامكانيات والاختيارات المحلية. ويقدر بأن كل وحدة تحتاج الى ما لا يقل عن اثنتي عشرة ساعة تعليمية. ولا بد لمحتويات كل وحدة من ان تخضع لمنهاج بحث يقوم على اساس من الاختبار والحلقات الدراسية التي تستند الى حالات محددة او الانتاج او كل هذه الاعتبارات معاً، وذلك لتزويد المدرسين مستقبلاً بأساليب عملية يطبقونها عند ممارسة انشطتهم التعليمية. اما الوحدة السادسة فستتراوح في الحجم والاهمية وفقاً لترتيبها سواء تعلقت بالمعرفة الأساسية أم بالمستوى الموضوعي الرفيع.

### وحدات

### المحتوى

الوحدة "١" - لماذا؟  
البيئة الثقافية  
لوسائل الإعلام

ماذا؟

الوحدة «٢»

### الانتاج الإعلامي

#### الأساس المنطقي

تهدف هذه الوحدة الى اثبات ان وسائل الاعلام تُستحدث ثقافة خاصة بها، نظراً لتاريخها وتطورها في بلد ما (مثال: وسائل إعلام تُعنى بخدمة الجمهور مقابل نماذج إعلامية تجارية). وتهدف هذه المادة أيضاً الى التوعية بمراكز القوى التي تؤثر فيها وفي محتوى نتاجها في بلد ما.

#### الاهداف

١. زيادة معرفة المتدربين بوسائل الاعلام.
٢. ايضاح العلاقة بين المؤسسات الإعلامية والمؤسسات الأخرى في المجتمع.
٣. تعزيز الوعي بعلاقات النفوذ وانتاج المضمون.
٤. التأكيد على أبعاد السوق بالنسبة لوسائل الإعلام وإنتاج المعلومات.

#### العناصر

١. التعريفات
٢. تاريخ وسائل الإعلام وتكنولوجيا إيصال المعلومات وتطورهما.
٣. المؤسسات الإعلامية (الأنظمة، القانون، الاقتصاد).
٤. حقوق وسائل الإعلام والمنتجين ومسؤولياتهم.
٥. وسائل الإعلام والمجتمعات.

#### مدة التدريب الموصى بها

٢٤ ساعة (اسبوعان) + مشاريع خاصة وتعاونية.

ماذا؟

الوحدة «٣»

### لغات وسائل الاعلام

#### الاساس المنطقي

ترمي هذه الوحدة الى إظهار أن كل وسيلة إعلام تُعدُّ واسطة لها ادواتها ومواردها الخاصة بها (النص، الصورة، الصوت...) التي يمكن تشبيهها باللغات الطبيعية. اما استعمالاتها ووظائفها (التسلية، الإعلام، النقل...)

الانتاج الاعلامي

الوحدة «٢» - ماذا؟

لغة الإعلام

الوحدة «٣» - ماذا؟

التفسير في وسائل الاعلام

الوحدة «٤» - ماذا؟

الجمهور المتلقي

الوحدة «٥» - من؟

المراحل والاستراتيجيات

الوحدة «٦» - كيف؟

التعليمية

ماذا؟

الوحدة «١»

### البيئة الثقافية لوسائل الاعلام

#### الاساس المنطقي

تهدف هذه الوحدة الى اثبات ان وسائل الإعلام هي جزء من البيئة وانه لا بد ان يُنظر اليها في اطار ثقافي محدد للبلد (مؤسساته، التركيبة الاجتماعية لسكانه، تطوره التاريخي...). وتهدف هذه الوحدة أيضاً الى اثبات ان دمج الشبان في المجتمع عملية لم تعد تُجزأ اطراف تقليدية فحسب (الأسرة، الكنيسة، المسجد، المدرسة) بل اصبحت تساهم فيها وسائل الإعلام أيضاً.

#### الاهداف

١. تبصير المدرسين بمدى أهمية التربية الإعلامية.
٢. تعريف المتدربين (المدرسين) بوسائل الإعلام.
٣. توعية المدرسين بأهمية الإعلام بالنسبة للشبان.

#### العناصر

١. الإعلام في حياة الشبان (التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاعلام).
٢. الممارسات الثقافية.
٣. الانخراط في المجتمع عن طريق وسائل الاعلام.

#### المدة الموصى بها للتدريب

١٢ - ١٨ ساعة (على مدى اسبوع وجهاً لوجه) + تنمية المشاريع والقيام باعمال تعاونية.

مقترح لمنهاج مؤلف من وحدات

٣. اكتساب المهارات الرسمية المتعلقة بالتمييز بين أوجه الإنتاج الإعلامي المختلفة بخصوص تفاوت درجات تصوير الواقع.

#### العناصر

١. تنوع وسائل الإعلام والأساليب والمضامين.
٢. رموز الأساليب (المعلومات، القصة الخيالية، الوثائقيات، التسلية، الدعاية والاعلان...).
٣. المزاوجة بين الأساليب (الواقع، الخيال، الواقع الافتراضي، الواقع/ شبه الواقع).

#### مدة التدريب الموصى بها

٢٤ ساعة (اسبوعان) زمن تعليمي + مشاريع خاصة وتعاونية.

من؟

المادة «٥»

#### الجماهير المتلقية

##### الاساس المنطقي

هذه المادة تهدف الى اثبات ان المؤلف بين الشبان ووسائل الإعلام يمكن أن تتخذ أشكالاً مختلفة، بدءاً بالمواقف السلبية والايجابية، ومروراً بالتأثيرات والاستخدامات وعمليات الإرضاء، وانتهاءً بالتلقّي والانتاجية. وتهدف هذه المادة أيضاً الى التوعية بأن استراتيجيات التخصيص هذه تطوي على قدر من الحقوق لمستخدميها، وأن هذه الحقوق قد تختلف عن حقوق من يرسمون تلك الاستراتيجيات (حقوق الملكية الفكرية، الاستعمال العادل...).

#### الاهداف

١. بيان ما يتعرض له مختلف وسائل الإعلام وتجاربها.
٢. تزويد المدرسين المتدربين بمجموعة من الاستراتيجيات المتعلقة بجمهور وسائل الإعلام من الشبان.
٣. تشجيع جمهور وسائل الإعلام من الشبان على الإلمام بحقوقه ومسؤولياته بالنسبة للمشاركة في وسائل الإعلام وفي نتاجها.

#### العناصر

١. استراتيجيات الإعلام والتسويق الخاصة بالدراسات المتعلقة بجمهور وسائل الإعلام.

فتحتاج الى تقويم لتحسين إدراك أثرها وتعزيزها لمهارات التواصل بين الطلاب بصورة رسمية وغير رسمية.

#### الاهداف

١. تحديد اللغات المختلفة ورموزها ووظائفها واغراضها.
٢. تزويد المدرسين المتدربين بالخبرة العملية في هذه اللغات المختلفة.
٣. احتساب المهارات غير الرسمية التي يكتسبها الطلبة في تعاملهم اليومي مع وسائل الإعلام.

#### العناصر

١. لغات الإعلام المكتوبة والمرئية والمسموعة.
٢. التفاعل الإعلامي (السمعي البصري، وسائل الإعلام المتعددة...).
٣. الترويج للمهارات غير الرسمية واقرارها.

#### مدة التدريب الموصى بها

٢٤ ساعة (اسبوعان) + مشاريع خاصة وتعاونية.

ماذا؟

الوحدة «٤»

#### التفسيرات في وسائل الإعلام

##### الأساس المنطقي

تهدف هذه الوحدة الى اثبات ان وسائل الاعلام هي عمليات تأويل ذهنية وتخييلية للواقع وأن ثمة علاقة متفانوة الدرجات بين عمليات الانتاج الخيالية وغير الخيالية التي تثير توقعات لدى المشاهد، ولا سيما عن طريق الاسلوب الفني (أخبار، برامج من الواقع، دراما وثائقية، الخ...). وتهدف هذه الوحدة أيضاً الى تحليل احدث التطورات في مجال الإعلام من حيث المزاوجة بين الأساليب، لا سيما وأن عمليات الإنتاج والممارسات المشتركة اخذت في الظهور بالنظر الى ازدياد استعمال الانترنت والهواتف الجواله.

#### الاهداف

١. تحديد مختلف الاساليب والمضامين الاعلامية ووظائفها واغراضها.
٢. إشعار المتدربين من المدرسين بالتحويلات والضغوط التي تحدث في اساليب الانتاج.

٢. العمليات والظروف المتعلقة بالتلقي وبجمهور وسائل الإعلام.

٣. مهارات التفسير والتحليل النقدي والتحليل المتعلق بحقوق الجمهور وواجباته.

#### مدة التدريب الموصى بها

١٨ - ١٢ ساعة (اسبوع واحد).

#### كيف؟

#### الوحدة «٦»

### المراحل التعليمية واستراتيجياتها

#### الاساس المنطقي

تتعلق هذه الوحدة بتدريس اساليب التعلم والتعليم. ويمكن للتربية الإعلامية أن تبلور أساليب تعليمية جديدة، لا سيما في العمل التعاوني والانتاج الموجه الى المشاريع وكذلك اساليب التقويم الجديدة ( الوسيطة والعالية بالاضافة الى الفردية والجماعية). وتهدف هذه المادة أيضاً الى تمكين المدرسين والطلبة من اعداد المساقات والمواد القائمة على اساس من الاحتياجات المحلية.

#### الاهداف

١. اكتساب مهارات ادارة المشاريع.

٢. تطوير كفاءات توجيه المشاريع الخاصة بالشبان وتقييمهم.

٣. إعداد دورات عن المضمون المحلي وتقويم تلك الدورات فردياً وجماعياً.

#### العناصر

١. شرح المشاريع في اطار المواضيع القائمة اصلاً.

٢. بيان الاهداف.

٣. إعداد الأنشطة التعليمية باستعمال مواد وبيانات إعلامية محددة (نشرات اخبارية دورية، اشربة سمعية، اشربة فيديو، صحف اونلاين...).

٤. تقييم النتائج.

#### مدة التدريب الموصى بها

٢٤ ساعة (اسبوعان).

#### توصيات

يمكن ان تُعتمد هذه الوحدات وفقاً للاغراض المحلية. ومن اجل توعية المتدربين باهمية التربية الإعلامية، يُقترح التحضير لمؤتمر تمهيدي مع تخصيص وقت للسئلة. والهدف من هذه العملية هو ضمان مزيد من الترابط داخل النظام المدرسي للحد من رفض التغيير.

ويمكن استعمال هذه الوحدات ايضاً كبرنامج تدريب اساسي للمدرسين الراغبين في تطبيقها بأنفسهم والذين يريدون تطبيق هذه المهارات والقدرات المكتسبة حديثاً في حجرة الدرس. وقد تمت بلورة محتويات هذه المواد في الدلائل الخاصة بالمدرسين والطلبة. والواقع انه يمكن استعمال هذه الدلائل في تعزيز عملية التدريب الاولية للمدرسين، لكنه يمكن ايضاً استعمال الأنشطة والاستراتيجيات التعليمية التي تقترحها خارج المدرسة، حيث يمكن إشراك أشخاص آخرين فيها، ولا سيما الوالدين والمحترفين.

### السياق الاستراتيجي للتكامل بين

### وحدات هذا المنهاج

#### التربية الاعلامية في المدارس:

#### مبحث مستقل

لقد ترسخت التربية الإعلامية في عدة بلدان، ولا سيما في البلدان الناطقة بالانجليزية باعتبارها مبحثاً متخصصاً في المدارس الثانوية. وحيثما يمكن للطلاب ان يختاروا مواضيع متخصصة جديدة - وذلك في المراحل العليا من الدراسة الثانوية بشكل عام - فان ثمة طلباً متزايداً على هذه الدورات. ومع أن هذه الدورات كانت تختص اصلاً بالافلام، فقد اصبح معظمها يتعلق بوسائل الإعلام برمتها. ولقد شهدت هذه الدورات الإعلامية المتخصصة في السنوات العشرين الماضية، وخصوصاً في السنوات العشر الماضية، نمواً مطرداً في عدد طلابها. وقد تعزز هذا الاتجاه بفعل التوسع المذهل للدورات الإعلامية في التعليم العالي. وتوفر هذه الدورات، من حيث المبدأ، خبرة مستدامة في التربية الإعلامية تضمن الاتساع والعمق معاً، ويجمع معظم هذه الدورات بين «النظرية» و«التطبيق»، كما

مواقفهم من العلوم والهندسة التطبيقية فقد تستند في معظمها الى قصص الخيال العلمي. ومع ذلك، فمهما بدت هذه المعرفة غير صحيحة او خارجة عن الصدق، فمن الواضح ان المدرسين يغفلونها، وهو ما قد يلحق بهم ضرراً. اما الصيغة المتطرفة لهذا الرأي فهي ان المنهاج ذاته يُعدُّ وسيلة لغاية. فهذا يمثل عرضاً مركباً للعالم وليس مجرد انعكاس محايد له. وعن طريق تمحيص السبل التي يُقدّم بها العالم وبالتالي العمليات التي تتركب منها المعرفة، يمكن ان يُنظر الى التربية الإعلامية باعتبارها اعتراضاً على الفلسفة الإعلامية للمناهج ككل.

لهذه الاسباب جميعاً، يمكن ان يُنظر الى التربية الإعلامية على أنها تضطلع بدور هام في جميع المناهج المدرسية. ومع ذلك، فانه يُخشى من ان يعمل ذلك على تحويل التربية الإعلامية إلى دور الأداة أو الدور «الخدمي». ولا ينبغي خلط التربية الإعلامية بالتربية عن طريق وسائل الإعلام. ومع ذلك، ربما يكون هذا الخلط أخذاً في الازدياد نتيجة لانتشار المعلومات وتقنيات الاتصال في مجال التعليم. وثمة اعتراضات لوجستية ايضاً في هذا الصدد. ففي المدارس الثانوية على وجه الخصوص، حيث تترسخ التخصصات لم يكن مصير عمليات الانتقال بين المناهج ايجابياً بشكل عام، لا سيما اذا بدأ ذلك انطلاقاً من قاعدة ضعيفة. وسرعان ما يتصلل الجميع من المسؤولية التي كانت ملقاة على كاهل كل واحد من المدرسين. ولهذا السبب اظهر التربويون الإعلاميون ميلاً نحو اعتبار وجود قسم خاص بالدراسات الإعلامية شرطاً أساسياً لرسم سياسات المناهج ككل ولا سيما عند تطبيقها.

### التربية الاعلامية ضمن تعليم اللغة والأدب

من المعروف ان مدرسي اللغة والادب يولون اهتماماً خاصاً بالتربية الإعلامية. أما من حيث التطبيق، فبينما يتدرب بعض مدرسي الإعلام في المدارس على مواد اخرى (ولا سيما الفن والدراسات الاجتماعية)، فان معظمهم يحصل أولاً على مؤهل في الادب. ولا يزال معظم المدرسين المتخصصين في دراسات الإعلام هم من مدرسي الادب. ويتضمن كثير من مقررات منهاج الادب مادة اساسية تتعلق بالدعاية والاعلان والصحافة. ويدرس كثير من مدرسي الادب على الاغلب جوانب من ثقافة التلفزيون الشعبية من قبيل المسرح والمسلسلات الدرامية.

ان معظمها يشمل مجموعة من «المفاهيم الاساسية» التي يمكن تحديدها في الوحدات ذات العلاقة.

ومهما يكن من امر، فان اقامة هذا النوع من الدورات ينطوي عادة على كثير من الصراع. فالقول بأن «المنهاج مزدحم اصلاً» كان على الدوام يمثل لسان حال مدرسي الإعلام. بل انه يصعب حتى في الظروف المواتية نسبياً على المدرسين ان ينشئوا دورات اختيارية جديدة في وجه متطلبات المواد الاخرى في المنهاج. ومن المحتمل ان تحتاج الدورات الجديدة إلى استثمارات في صورة معدات وموارد جديدة، اضافة الى التزام طويل الامد تجاه الموظفين. وعلى الرغم من اقبال الطلبة على دورات دراسات الإعلام، فقد كانت هذه الدورات دائماً عرضة لخطر خفض النفقات. ولم يكن هناك ابداً ما يمكن ان يسمى «نظام مسلك حياة مهنية» للمتخصصين في تدريس الإعلام. فكثيراً ما يتقدم شبان متحمسون بمساقات دراسات إعلامية، ثم ما تلبث هذه المساقات ان تتلاشى عندما ينتقل أولئك الشبان الى عمل آخر.

يتوقف مصير هذه المساقات المتخصصة في نهاية المطاف الى حد بعيد على الاطار العام للسياسة الاعلامية، ولا سيما توجيه المناهج والتمويل. فكثيراً ما يتمخض التوجيه المركزي للمناهج - وهو اتجاه أخذ في الازدياد في عدة بلدان - عن تناقص الزمن المتاح للمواضيع المتخصصة او الاختيارية وللتدريب والمساندة اللازمين لتطورها. اما عندما توجد «سوق حرة» غير مركزية، فان دراسات الإعلام تزدهر، لأن من الواضح ان الطلبة يقبلون عليها حينئذ. ومع ذلك، فمن الخطأ الظن بأن دراسات الإعلام تتجاوز كونها في ذلك الوضع مجرد موضوع تهتم به اقلية من الطلبة. وبالنظر الى ان مساق الاعلام مساق اختياري يقتصر على المراحل الاخيرة من الدراسة الثانوية فلن يكون له على الاطلاق سوى دور هامشي. فضلاً عن ذلك، لا يزال بعض المدارس يرى في دراسات الاعلام «اختياراً سهلاً» يناسب التحصيل الاكاديمي المحدود. وقد تميز هذا المفهوم بكون دراسات الاعلام احياناً بديلاً لمواد اكثر «اكاديمية».

### التربية الاعلامية في المنهاج

كثيراً ما دفع دعاة التربية الاعلامية بالقول انه يجب ان يُنظر اليها باعتبارها عنصراً يدخل ضمن جميع مواد

والواقع ان كثيراً من الناس يدفع بالقول ان التفريق بين تعليم الادب والتربية الإعلامية أمر غير صحيح اصلاً. ولو توسعنا في تعريف «القدرة على القراءة والكتابة» لوجدنا انه لا ينبغي النظر الى الصحافة المطبوعة بمعزل عن الاشكال الاخرى للغة ووسائل التواصل. ومن المعروف تاريخياً وثقافياً ان التفريق بين «الادب» واشكال الكتابة الاخرى - وبالتالي اشكال التعبير الثقافي الاخرى - أمر يتفاوت بين حين وآخر. ففي السنوات الاخيرة، عمد كثير من النقاد الاكاديميين الى انتقاد هذا التفريق، وقالوا ان مفهوم «الادب» ذاته يمثل شكلاً من اشكال النخبة وان الثقافة الشعبية جديرة ايضاً بالدراسة الجادة.

يدرك كثير من الناس وجهات النظر هذه، لكنه لا يعرف على وجه التحديد إن كانت قد احدثت اثراً عميقاً في تدريس الادب، ولا سيما في المدارس. وتختلف طرق تناول النصوص الادبية في الواقع عن طرق تناول النصوص الإعلامية. فالدراسة الأدبية يُنظر إليها عادةً باعتبارها وسيلة لجعل الطلبة «يدرسون» اعمال المؤلفين العباقرة. ولا يزال التحليل المنسّق الذي يبيّنه أنفاً بالنسبة للنصوص الإعلامية نادراً نسبياً في قاعات الدرس التي يناقش فيها الادب. ولعل الأهم من ذلك هو ان بعض «المفاهيم الاساسية» للتربية الإعلامية تعد غائبة بشكل عام عن معظم الدراسات الادبية. فالتركيز «الاجتماعي» على الانتاج الإعلامي وعلى جمهور وسائل الإعلام، مثلاً، لا يوجد له مثيل في تدريس الادب. ومع ذلك، لا يوجد، من حيث المبدأ، سبب يمنع مدرسي الادب من التطرق للنظام الاقتصادي الذي يحكم ميدان النشر او سبل تسويق الكتب وتوزيعها على القراء. وقد يدفع الناقدون بالقول ان اهمال هذه الجوانب في مجال تعليم الادب يدل على اسلوب فردي من حيث الجوهر بالنسبة للانتاج الثقافي وتلقيه.

ويمكن النظر الى التربية الإعلامية، الى حد ما، باعتبارها تحدياً اساسياً للقيم ولأساليب تناول التربية الادبية. ومع ذلك، يعد الادب، في كثير من البلدان، عنصراً اساسياً في تدريس اللغة الأم. وبالتالي، فانه يشغل حيزاً مركزياً في مناهج الدراسة. وفي هذا الوضع، فمن المهم ان تنادي بتدريس الإعلام على اعتبار انه يشكل بعداً مهماً في تدريس اللغة والادب. ومع ذلك، من الممكن ان يصبح تدريس الادب والإعلام في المدارس، في المدى البعيد، جزءاً من مادة ميدانية شاملة.

المنهاج الدراسي. وتقف وراء هذا الرأي عدة اسباب اولها ان جميع المدرسين يستعمل انماطاً إعلامية مختلفة «كوسائل مُعينة في التدريس». ولا يقتصر هذا على الإعلام المسموع والمرئي، بل يتعداه الى الكتب المقررة في المناهج التعليمية وغيرها من الكتب المطبوعة. فمثلاً، يستعمل مدرسو التاريخ عادة افلاماً أو صوراً كمصادر اثبات الى جانب الوثائق المطبوعة. اما مدرسو الجغرافيا فيعتمدون على التعليقات الانثروبولوجية للحياة في الثقافات الاخرى سواء كان ذلك بالفيديو او بالمطبوعات. وأما مدرسو العلوم فيستعملون التلفزيون وسيلة لشرح العمليات المعقدة وتأثيراتها بطرق لا يمكن اتباعها في قاعات الدرس. واذا ما شجعنا الطلبة على «التمحيص» بين وسائل الإعلام أو استعمالها بطرق تتم عن اطلاع، فمن المؤكد ان ينسحب ذلك على وسائل الاعلام التي يواجهونها داخل قاعات الدرس.

ويمكن ان ينطبق هذا الرأي ايضاً على استعمال النتائج الإعلامي في المدارس. فالمواد الإعلامية من قبيل الفيديو او الصور تستعمل احياناً في تسجيل الأنشطة التي تتم في حجرات الدرس، او كبديل يقدم للطلبة به عملهم. وقد دَفَع البعض بالقول إن هذا النوع من النتائج الإعلامي يمثل اسلوباً تعليمياً جديداً يمكن تطبيقه في عدة حالات. ففي بعض المدارس الثانوية، على سبيل المثال، تُستعمل أنشطة الإنتاج الإعلامي هذه في مجالات واسعة من المنهاج الدراسي، ولا سيما في الفن والادب والتاريخ والعلوم. فبدلاً من ان يكتب الطلبة مقالات فانهم يقدمون عملهم بوسائل سمعية وبصرية. وعندما يقدم الطلبة عملهم في صيغة إعلامية إلى جمهور لا يقتصر على مدرسيهم، يمكن تأهيلهم بحيث يعيدون تشكيل معرفتهم الحالية واكتساب العلوم بصورة اعمق.

فضلاً عن ذلك، يمكن القول ان معرفة كثير من الطلبة حالياً بالمنهاج المدرسية - «افكارهم الحصرية» عن العلوم والتكنولوجيا وعن بلدانهم وعن الماضي - مستقاة في جانب منها من وسائل الإعلام في المقام الاول. وقد لا تدّعي وسائل الإعلام، بطبيعة الحال، بان ما تقوله صحيح بالضرورة. وقد يستمد الطلبة تصوراتهم للحياة في القرن التاسع عشر بالدرجة الاولى من دراما تلك الفترة التي يرتدي الممثلون فيها ملابس تعود الى تلك الفترة. اما



على الاهتمام بها. ومهما يكن من أمر، فإن هذه التقنيات الجديدة ستثير تساؤلات عن حدود «الإعلام» باعتباره جانباً متميزاً من جوانب المنهاج، وهي حدود تكون مثاراً لمشكلات في جميع الاحوال. وبالنظر الى تلاقي وسائل الإعلام، فسيتعرض منطق الفصل بين وسائل الإعلام المسموعة والمرئية او التقنيات الالكترونية وغير الالكترونية لضغط ورفض متزايدين. وبالتالي، فإن الحدود التي كانت تفصل بين مواد المنهاج سابقاً، ولا سيما المواد المتعلقة عموماً «بالثقافة» - قد تبدو وكأنها عفا عليها الزمن.

في الوقت ذاته، قد تشكك هذه التقنيات في جدوى الفصل بين المدرسة كمؤسسة وبين السياقات الكثيرة الاخرى التي يمكن ان تجري فيها عملية التعلم. فالثقافات الرقمية تُعدُّ حقاً مواقع مهمة للتعلم في حد ذاتها. واستعمالات الاطفال اليومية لألعاب الكمبيوتر او الانترنت تتضمن مجموعة كاملة من عمليات التعلم غير الرسمية، التي كثيراً ما تقوم خلالها علاقة ديمقراطية جداً بين «المعلمين» و«المتعلمين». فالاطفال يتعلمون استعمال وسائل الإعلام هذه إلى حد بعيد عن طريق التجربة والخطأ - من خلال الاستكشاف والاختبار واللعب. ويُعد التعاون مع الآخرين - سواء كان وجهاً لوجه أم بصورة افتراضية - عنصراً أساسياً من عناصر هذه العملية. فأنماط التعليم التقليدية، التي تتضمن نقل كمية محدودة من المعلومات، تعد غير مناسبة في هذا الصدد إلى حد بعيد. ويرى بعض دعاة تقنيات المعلومات والاتصالات الرقمية على الأقل ان هذه التقنيات تمثل تحدياً جوهرياً لأفكار التعلم والتعليم التي عفا عليها الزمن.

ولا بد ان تربوي الاعلام سيستجيبون بصورة عملية براغماتية لهذه التطورات. ففي كثير من البلدان، تُنفق الآن اموال طائلة على تقنيات المعلومات والاتصالات الرقمية في المدارس. ويمكن ان يوفر هذا الاتجاه فرصاً مهمة من الخطأ تجاهلها. ومع ذلك، فإن على تربوي الاعلام ايضاً ان يشاركوا في الحوار الواسع المتعلق بهذه التطورات. وكما هو الحال بالنسبة لتعليم اللغة والادب، فقد يجدون انفسهم وقد تنبوا موقفاً من ايدولوجيات التعليم الرسمية يقوم بالضرورة على اساس من التمحيص.

يمثل كل موقع من هذه المواقع المختلفة للتربية الاعلامية

## التربية الاعلامية والتدريب المهني

اعترض النقاد وأولو الامر في عدة بلدان في السنوات الاخيرة على فكرة «التربية الليبرالية»، ودفعوا بالقول ان ثمة حاجة لجعل المدارس متوائمة مع وقائع سوق العمل. وقد يبدو ان توسع النشاط الاعلامي واعادة هيكلته في اعقاب رفع الرقابة عنه واستخدام تقنيات جديدة فيه قد هيأ فرصاً جديدة كثيرة في هذا المجال - ولا سيما للفئات الاجتماعية التي كانت قليلة التمثيل والحضور في الماضي. اذ، الى اي حد يجب ان يُنظر الى التربية الاعلامية في المدارس باعتبارها وسيلة لتأهيل الشبان وتدريبهم على الوظائف الاعلامية؟

كان التدريب على العمل لدى وسائل الاعلام في بعض البلدان سابقاً من مسؤولية وسائل الإعلام ذاتها. ففي مجالات كالاذاعة والصحافة، على سبيل المثال، كان جانب كبير من هذا العمل يُنجز في اطار برامج التدريب العملي اثناء اداء الوظائف رسمياً. اما في بلدان اخرى، فقد كانت الجامعات المكان الاول الذي يوفر التدريب المهني في صورة «مدارس صحافة»، على سبيل المثال. وحتى في تلك البلدان، فقد اقتصر التدريب المهني الى حد بعيد على طلبة المعاهد العليا والجامعات، اي على من تجاوزوا سن السادسة عشرة. وبالتالي، يسود الاعتقاد بأنه ليس من المهام التي تقوم بها المدارس.

ومهما يكن من امر، فإن التوسع العام فيما يُعرف بالتعليم المهني على مدى العقد الماضي كانت له تبعات على التربية الاعلامية. فالدورات العملية التي يفترض ان توفر تدريباً عملياً على الانتاج الاعلامي اصبحت تستهوي كثيراً من الطلبة، هذا ناهيك عن كونها مُربحة للقائمين عليها. ومن المشاكل التي تبرز في هذا المقام هو خطر تحويل التربية الاعلامية إلى نوع من التدريب المتخصص الذي يضيع فيه البعد «النقدي» للنظرية الاعلامية - رغم ان هذا لا يحدث في الواقع بالضرورة. ولعل المسألة الاهم بالنسبة للطلبة هي ما اذا كانت هذه الدورات فعلاً تحقق الهدف الذي ينادي به القائمون عليها، ألا وهو توفير فرص عمل للطلبة لدى وسائل الإعلام. والواقع انه لا يمكن القطع بأن كثيراً مما يسمى بالدورات «المهنية» يحقق ما يوعد به من تزويد الطلبة بمهارات كافية تمكّنهم من تولي وظائف،



تحديات وفرصاً خاصة به. ومع ذلك، من الواضح ان امكانيات التحول التربوي تتوقف على مناخ السياسات العامة، وعلى القيود التي تقيد عمل المدارس. وفي هذا الاطار، من المحتم ألا يعتمد مستقبل التربية الإعلامية على مجرد الحجج الفلسفية لدعاتها مهما كان نفوذهم، بل سيتعداها الى الوقائع البراغماتية العملية للسياسة التعليمية. ومن ثم سيحتاج الترويج للتربية الإعلامية إلى استراتيجية متعددة الأبعاد.

### خارج نطاق المدارس

اذا كان الاهتمام منصباً بالدرجة الأولى على التربية الإعلامية في المدارس، فان الحواجز بين المدارس والمؤسسات التعليمية الاخرى تزداد غموضاً. وقد ازداد الاهتمام اخيراً بامكانيات التعلم خارج نطاق حجرة الدرس. وسنورد في هذا الفصل بياناً مقتضباً ببعض الفرص المتاحة للتربية الإعلامية «غير الرسمية» خارج حدود المدرسة.

### الورش الإعلامية للأهالي

يتميز استعمال وسائط الاعلام من قبيل الفيديو النقال ضمن العمل الاهلي بتاريخ طويل في كثير من البلدان، كما يرتبط عادةً بالدعوات المنادية بالديمقراطية، لا بالنسبة للاعلام فحسب، بل بالنسبة ايضاً للعملية السياسية بشكل عام. وفي سياق صراع التحرر في بلدان مثل جنوب افريقيا، على سبيل المثال، فقد استعمل الفيديو ووسائط الاعلام الأخرى بصورة نشطة كأدوات للصراع السياسي، وكوسيلة لايجاد بدائل لوسائل الاعلام التي تديرها الدولة. أما في الولايات المتحدة، فقد كان توفير قنوات خاصة للأهالي لفترة ما واجباً يفرضه القانون، وإن تفاوت ذلك في الواقع تفاوتاً بيناً بين مختلف الولايات. وبطبيعة الحال، فلا بد من ان تتوفر هذه الموارد بسهولة للأفراد والجماعات السياسية، الى جانب توفير مجموعة كبيرة من الحوافز لهم. ومع ذلك، يُعد تخصيص وسائط إعلامية للأهالي من هذا القبيل عادةً عملية «تربوية» من حيث الجوهر، حتى وإن تفاوتت السياقات التي تُحدّد لها أهداف تعليمية تتفاوتاً بيناً. وثمة امكانية كبرى امام الشبان العاملين في الاعلام كي ينخرطوا في هذا العمل،

كما لا يمكن القطع بأن القائمين على وسائل الاعلام يقرّون بأن هذه الدورات تحقق ذلك الهدف.

تنطبق هذه الاسئلة أولاً وقبل كل شيء على مساقات الاعلام الخاصة بطلبة المعاهد العليا والجامعات، وان كان ثمة شعور بوجود دعوة ايضاً الى اتباع هذا النهج المهني في المراحل العليا من الدراسة الثانوية، وخصوصاً بالنسبة للطلاب الذين قد «لا يُرجى نجاحهم» في المجالات الأكاديمية. ويمكن للدورات المهنية، من الناحية الاستراتيجية، ان تهيئ فرصاً كبرى للتربية الإعلامية، وإن كان من المحتمل ان تكون هذه الفرص ذات حدّين. ومن المحتمل في هذا المقام ايضاً أن يحدث صراع حول «وضع» التربية الإعلامية وقدرتها على الجمع بين «النظرية» و«التطبيق».

### التربية الإعلامية وتقنيات المعلومات والاتصالات

أدى ابتكار تقنيات المعلومات والاتصالات الرقمية الى ظهور مجموعة مركبة من الفرص والمشاكل أمام القائمين على التربية الإعلامية. فلا يمكن للمرء ان يدرّس الاعلام المعاصر دون الحديث عن دور الانترنت وألعاب الكمبيوتر وتلاقي وسائل الاعلام «القديمة» و«الحديثة». وتتطوي هذه التقنيات الجديدة ايضاً على امكانيات مهمة بالنسبة للانتاج الإعلامي. فازدياد القدرة على تركيب الصور وعمل المونتاج رقمياً، على سبيل المثال، يزيد كثيراً من قدرة الطلاب على التحكم في هذه العمليات بصورة اكثر ابتكاراً بكثير مما كانت تتيجّه التكنولوجيا «القديمة»، كما ان ذلك يتيح الفرصة لاستكشاف مزيد من الصور الذهنية لعملية الانتاج (من قبيل انتقاء الصور وتركيبها) على نحو يكون اكثر مباشرة بكثير مما كان عليه الحال من قبل ويكون ملموساً اكثر بكثير ايضاً.

على صعيد آخر، يبدو ان بعض الناس يرون في هذه التقنيات علاجاً تربوياً. وكما كان الحال بالنسبة للتلفزيون في مرحلة سابقة، فان ثمة خطراً من احتمال ان يُنظر اليها باعتبارها مجرد «وسائل تعليمية معينة» ولا تتعدى كونها أداة وواسطة. وفي هذا السياق، يبدو ان علينا ان نؤكد ضرورة ان يتطرق «التعليم الرقمي» للمسائل «الأهم»، التي تتعلق، مثلاً، بالانتاج والرمزية باعتبارها تمثيلاً يشكل نموذجاً، والتي درجت التربية الإعلامية

تشير التجارب التي مرت بها عدة بلدان الى ان الدعوة الى التربية الإعلامية وتطويرها يتوقفان على وجود مجموعة من العناصر التي يعتمد بعضها على بعض، ويستندان الى الشراكة بين مجموعة من الاطراف ذات العلاقة. ويعمل بعض هذه العناصر على الصعيد العالمي، بينما يعمل بعضها الآخر على الصعيد المحلي، ويعمل البعض الآخر على الصعيد المحلي. ولا بد لأي تدخل من ان يضع في الاعتبار العوامل الفاعلة على كل صعيد من الاصعدة الثلاثة وتغيّر العلاقة فيما بينها. ويجب ان تتضمن هذه العناصر ما يلي:

١- **وثائق سياسة.** ثمة حاجة دائمة لوجود وثائق واضحة ومترابطة منطقيًا ومعتمدة تحدد مفهوم التربية الإعلامية وتبين الحكمة من تطبيقها. ومن الواضح ان هذه الوثائق تحتاج الى ان تحظى بقبول عام وان تكون جامعة مانعة وقوية الحجّة، كما تحتاج الى ترويج وتوزيع واسع النطاق.

٢- **أطر منهاج.** فضلاً عن تبيان الهدف بشكل عام، فان الضرورة تدعو الى وجود توثيق محدد يبين أطر تطوير المنهاج وسبل تطبيقه. ويحتاج هذا النوع من الوثائق الى ان يتضمن: نموذجاً واضحاً لسير عملية التعلم يوائم مواضع المنهاج ذات العلاقة، وتفاصيل لنتاج التربوي المقصود، ومعايير وإجراءات التقييم. ويفضل ان تتيج اي وثيقة من هذا القبيل مجالاً واسعاً للمرونة وللاستقلال المدرسين، على ان تضمن في الوقت ذاته التماثل والتناظر والمعايير المتفق عليها.

٣- **التدريب الاحترافي.** لا تكون للوثائق والأطر الحسنة النية قيمة بدون موظفين مدربين لتنفيذها. ويجب ان تتضمن برامج التدريب الاولية والعملية عناصر التدريب على التربية الإعلامية، كما يجب ان تتوفر تلك العناصر باعتبارها جزءاً من العملية المستمرة المتمثلة في تطوير القدرات المهنية للمدرسين. وبالنظر الى تعقّد هذا الميدان، فيجب ان يكون اي تدريب كهذا مستفيضاً ومستداماً.

٤- **إشراك المؤسسات الإعلامية.** تُعد المؤسسات الإعلامية، من عدة وجوه، الوسيلة الاولى لتعلّم المهارات الإعلامية. وثمة مزايا واضحة للتعاون بين

ولا سيما الذين ينتمون الى فئات محرومة قد لا تتاح لديها الفرصة للاستفادة من وسائل الإعلام تلك.

## التربية الإعلامية مع الوالدين

في كثير من الحالات الأنفة الذكر، كان التركيز الاكبر بالنسبة لمبادرات التربية الإعلامية منصباً على الوالدين وليس على الابناء. وقد أعد كثير من الكنائس والمنظمات نشرات إرشادية موجهة إلى الوالدين، وفي بعض الحالات مواد تربوية تستعمل في المنازل. ولقد تنوعت الدوافع هنا أيضاً الى حد ما. ويبيّن كثير من النشرات الرائجة الموجهة إلى الوالدين أسلوباً حمائياً. فقد اقترحت على الوالدين مثلاً استراتيجيات للتقليل من مشاهدة الابناء للتلفزيون او تربية الابناء على مقاومة الرسائل التجارية. وكما قال الناقدون فان من الواضح ان هذه الاساليب اساليب معيارية، وكثيراً ما يبدو انها ترمي الى إشعار الآباء والأمهات «غير الأكفاء» بالتقصير. واذا أريد إشراك الآباء في هذه العملية فلا بد من ان يثبتوا أنهم مشاركون فعالون وليسوا مجرد متلقين لأوامر تبين لهم ما عليهم ان يأخذوا به وما عليهم ان ينتهوا عنه. ولا بد لأي مبادرات تربوية تستهدف الآباء من ان تضع في الحسبان الفروق الثقافية وكذلك الوقائع الصعبة احياناً لتربية النشأ. ومن المحتم ان تنوّع هذا العمل يجعل من الصعب علينا وضعه في فئات او تلخيصه. بيد ان من الواضح انه لا يمكن بالضرورة وضعه في صف واحد مع الاهداف الاجتماعية «التدرجية». وبينما تميل هذه الاساليب غير الرسمية في تدريس الإعلام إلى استخدام أسلوب «التحرر» أو «التفويض»، فكثيراً ما تتميز بالوصاية. وكما هو الحال بالنسبة للتربية الإعلامية «الرسمية»، فمن الواضح ان السياقات الوطنية والمؤسسية لهذا العمل يكون لها تأثير حاسم على اهدافه واساليبه.

## استراتيجية التطوير

على الرغم من تزايد اهمية الإعلام وضرورة التربية الإعلامية، فقد كان التقدم في هذا المجال بشكل عام بطيئاً او متقلّباً. ويعد هذا النوع من الابتكار التعليمي عملية معقدة، ويتطلب مجموعة من الاستراتيجيات والاساليب. ولا يمكن فرضه، كما لا يمكن تحقيقه عن طريق القوة أو منطلق المحاجة.

٨- **التنظيم الذاتي من جانب الممارسين.** يحتاج جميع المنخرطين في شراكة التربية الإعلامية - وهم المدرسون والمنتجون الإعلاميون والآباء والشبان - الى فرص مستمرة لتبادل الخبرات والتجارب وخلصاتها، اضافة الى تبادل الموارد والتعاون في إعداد خطط ومشاريع لمناهج جديدة.

٩- **البحث والتقييم.** لا شك ان ممارسة التربية الإعلامية تدل على التقدم النظري الحالي في فهمنا لعلاقة الشبان بوسائل الإعلام وبالتعليم. وتدعو الحاجة الى اجراء حوار اوسع بين الباحثين الاكاديميين في هذه المجالات وبين المربين التي يعملون مباشرة مع الشبان.

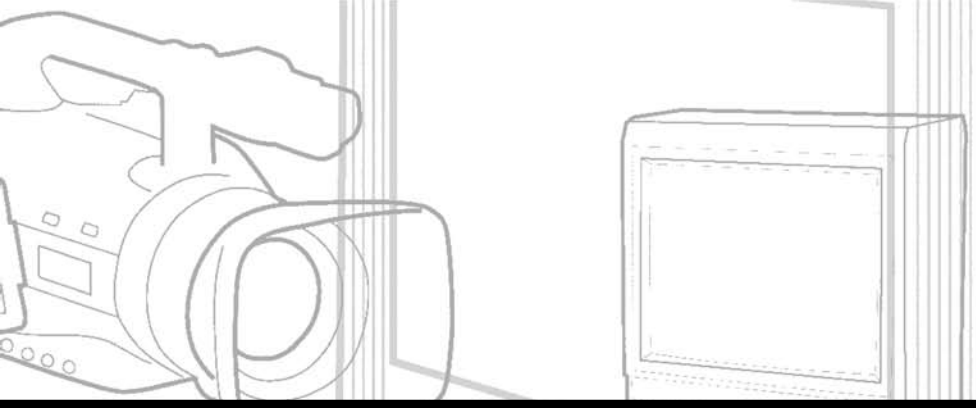
١٠- **التبادل والحوار الدوليين.** بينما يكون من المناسب تنظيم معظم الأنشطة المذكورة آنفاً على صعيد وطني او محلي، فيمكن لعدد منها أن يستفيد كثيراً من الحوار الدولي. وتعالج المبادرات المستمرة التي تقوم بها اليونيسكو في مجال التربية الإعلامية حالياً عدداً من هذه المسائل، على الصعيدين الوطني والدولي. وتحتاج هذه الحوارات والتبادلات الى ان تكون مستدامة وليست مجرد مؤتمرات منقطعة تُعقد كل بضع سنوات.

المدرسين والقائمين على وسائل الإعلام، من حيث تقييم الموارد التعليمية المناسبة، وإطلاع المدرسين والدارسين على التطورات المعاصرة داخل المؤسسات الإعلامية، وتحقيق المطامح المهنية للطلبة. ومن الجهات الاخرى التي يمكن ان تضطلع بدور في هذا المضمار الهيئات المكلفة بتنظيم عمل وسائل الإعلام والدوائر الحكومية ذات العلاقة.

٥- **اشراك الوالدين.** اذا ما كان للتربية الإعلامية أن تبرهن على جدواها وعلى صلاحيتها للتطبيق خارج حجرات الدرس، فمن الواضح ان على الوالدين واولياء الامور ان يقوموا بدور حيوي فيها. وبينما توجد امثلة على وجود ممارسات مناسبة في هذا الميدان يمكن التشارك فيها على نحو منتج ويمكن توزيعها على نطاق واسع، فلم تتم الاستفادة بما يكفي من الامكانيات المتاحة في هذا المجال.

٦- **إشراك الجماعات الشبابية.** يُعد توفير المرافق والتدريب والدعم للجماعات الشبابية المستقلة تقريباً بُعداً مهماً آخر للتربية الإعلامية. إذ يمكن لهذه الجماعات ان تلتقي في اجتماعات مدرسية رسمية، لكن من الممكن لها ان تعمل بفعالية اكثر اذا مارست نشاطها في اوضاع غير رسمية. ويمكن للقائمين على التربية الإعلامية أن يتعلموا كثيراً من انماط «التربية النظرية» التي تتم بلورتها في هذه السياقات.

٧- **المواد والموارد التعليمية.** على الرغم من تغير مضمون التربية الإعلامية وسرعة تحوُّله، فيمكن للمواد التعليمية ان تكون لها صلاحية طويلة الامد اذا ما أنتجت بعناية وبطريقة مهنية. ويمكن ايضاً ان تكون نوعاً من التدريب في حد ذاتها، ولا سيما اذا تعززت بعملية توثيق مناسبة. ويمكن ان تُجنى فوائد كبيرة اذا توفر تدريب اضا في لدعم استعمالها.



## دليل للمدرسين

يرمي هذا الدليل إلى شرح فكرة التربية الإعلامية. وهو يقتضي أثر تطورها التاريخي ويقدم تعريفاً للتربية الإعلامية على أساس أربع مفاهيم رئيسية " هي : الإنتاج ، واللغة ، والنماذج، والعموم. وتشير هذه المفاهيم إلى " مقترح لمنهاج يتألف من وحدات ". ويناقد هذا الدليل الأساليب العملية والتربوية لتدريس الإعلام ودراسته. ولا يشير هذا الدليل إلى " أساس " لنصوص محدّدة أو مجموعة مُعيّنة من المعارف ، بل يسعى إلى تشجيع التفكير والتمحيص الخلاق في أذهان الطلبة ، بينما يعمل في الوقت ذاته على إشباع حبّهم للاستطلاع.

### ما هي وسائل الإعلام ؟

يعرّف المعجم عبارة " medium " بأنها وسيلة أو أداة أو واسطة .

إنها مادة أو وسيلة يمكن عن طريقها نقل وإيصال الفحوى أو المعلومات. والوسيلة شئ نستعمله عندما نريد التواصل مع الناس بطريقة " لا مباشرة بدلاً من " تلك هي media التواصل الشخصي أو الالتقاء وجهاً لوجه. وكلمة " medium " صيغة الجمع من الكلمة .

يبيّن لنا هذا التعريف المعجمي شيئاً أساسياً عن وسائل الإعلام. فوسائل الإعلام لا تمثل نافذة تكشف عن العالم. إنها تمثل أداة يمكن بها نقل معلومات وصور عن العمل بطريقة " غير مباشرة ". ووسائل الإعلام " تتدخل ". فهي تزودنا بروايات انتقائية عن العالم، لكنّها لا تمثل معبراً مباشراً إليه.

تشمل عبارة " وسائل الإعلام " المستعملة هنا جميع وسائل الاتصالات الحديثة، كالتلفزيون والسينما والفيديو والإذاعة والتصوير والإعلانات والجرائد والمجلات والموسيقى المسجّلة وألعاب الكومبيوتر والإنترنت. أما "نصوص" وسائل الإعلام فهي البرامج والأفلام والصور ومواقع الإنترنت ( وما إلى ذلك ) التي تنقلها

وسائل الاتصال المختلفة هذه.

ويُطلق على كثير من هذه الوسائل عادة اسم " وسائل الإعلام الجماهيري " ، وهو ما يعني أنها تصل إلى أعداد ضخمة من الجمهور. ومع ذلك، يقتصر بعضها على الوصول إلى عدد صغير أو محدّد من الناس، ويمكن أن يكون جديراً بالدراسة أيضاً. وقد يقول بعض الناس كذلك إن الأشكال التقليدية مثل الكتب هي أيضاً من " وسائل الإعلام " ، بالنظر إلى أنها تزودنا أيضاً بصيغ أو نماذج عن العالم.

ويمكن، من حيث المبدأ، تطبيق الأساليب التي نبورها هنا على مجموعة كاملة من وسائل الإعلام، بدءاً من الأفلام الكبرى ذات التكلفة الباهظة ومروراً بالصور العارضة التي يلتقطها الناس في حياتهم اليومية، وكذلك أحدث فيديوهات البوب أو ألعاب الكمبيوتر وانتهاءً بأشهر الأفلام " الكلاسيكية " أو النشرات. وجميع هذه الوسائل لا يقل أهمية عن غيره من حيث استحقاقه للدراسة.

### ما هي التربية الإعلامية ؟

تجمع النصوص الإعلامية عادة بين لغات أو أشكال من

٣- يستعرض الثالث (كيف؟) الأساليب العلمية في تعلم الإعلام وتعليمه (المادة ٦)

موضع التربية الإعلامية في المدارس وخارجها (أين) يرد في الفصل المعنون "إطار التكامل" ضمن "مقترح منهاج يتألف من وحدات".

## الفصل ١

### وسائل الإعلام في البيئة الثقافية

لا شك أن وسائل الإعلام تشكل جانبا مهما جدا من حياة الأطفال المعاصرة. ففي معظم البلدان المتقدمة صناعياً، تشير الدراسات باستمرار إلى أن الأطفال يقضون في مشاهدة التلفزيون زمناً أطول ممن يقضونه في المدارس، بل وفي أي نشاط آخر بخلاف النوم. وإذا ما أضفنا إلى ذلك الزمن الذي يخصصونه للأفلام والمجلات وألعاب الكمبيوتر والموسيقى الشعبية، فمن الواضح أن وسائل الإعلام تمثل أهم ما يقضون به أوقات فراغهم على الإطلاق. ويدفع كثير من الناس بالقول إن وسائل الإعلام حلت محل الأسرة والمدرسة باعتبارها أهم ما يؤثر على علاقاتهم الاجتماعية في المجتمع المعاصر.

أما بشكل أعم، فلا يمكن إنكار الأهمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية لوسائل الإعلام في عالم اليوم. وتمثل وسائل الإعلام أنشطة كبرى تجني أرباحاً وتوفر وظائف. وهي تزودنا بمعظم معلوماتنا عن العملية السياسية. وتزودنا أيضاً بأفكارنا وصور ونماذج (حقيقية ومثخلة) تعيننا في نهاية المطاف على تشكيل نظرتنا إلى الواقع. ولا شك أن وسائل الإعلام هي الأداة المعاصرة الكبرى للتعبير والتواصل الثقافي. ولكي نشارك بفعالية في المجتمع لا بد لنا من استخدام وسائل الإعلام.

من هذا المنطق، تتضح حجة الدعوة إلى التربية الإعلامية. وهذه الحجة تبرر من حيث الجوهر جعل التعليم أكثر "ارتباطاً" بحياة التلاميذ خارج المدرسة، وبالمجتمع ككل. فبالنسبة للكثير من التلاميذ، تكون الفجوة بين عالم المدرسة والعالم الذي يعيش فيه الناس حياتهم اليومية واسعة إلى حد مدهل. وبدلاً من إهمال وسائل الإعلام - كما لا يزال كثير من التربويين يفعلون - فإن علينا أن ندرک

الاتصال - كالصور الثابتة والمتحركة، والأصوات سواء كانت موسيقى أم كلاماً، واللغة المكتوبة. وتهدف التربية الإعلامية إلى بلورة مقدرة واسعة، لا بالنسبة للمطبوعات فحسب بل بالنسبة أيضاً للأنظمة الرمزية الأخرى المتعلقة بالصور والأصوات.

ويشير كثير من الناس إلى هذه المقدرة باعتبارها نوعاً من "المعرفة". ويقولون إن "المعرفة الإعلامية" في عالم اليوم لا تقل أهمية بالنسبة للشبان عن المعارف التقليدية المطبوعة. وبالتالي، فإن التربية الإعلامية هي عملية تعليم وتعلم عن وسائل الإعلام. والمعرفة الإعلامية هي الناتج، أي المعلومات والمهارات التي يكتسبها المتعلمون.

وتشتمل "المعرفة" الإعلامية بالضرورة على تعلم "قراءة" وسائل الإعلام و "كتابتها". وبالتالي، فإن التربية الإعلامية تهدف إلى تنمية الاستيعاب مع التمحيص والمشاركة النشطة. وهي تمكن الشباب كمستعملين لوسائل الإعلام من التفسير وإصدار أحكام مدروسة. إلا أنها تمكنهم أيضاً من أن يصبحوا منتجين للإعلام بحق. وتتعلق التربية الإعلامية بتنمية قدرة الشبان على التمحيص والابتكار.

تعنى التربية الإعلامية بالتعليم والتعلم "عن" وسائل الإعلام. ولا ينبغي الخلط بين ذلك وبين التعليم "عن طريق" وسائل الإعلام مثلاً، واستخدام التلفزيون أو الكمبيوتر كوسيلة لتدريس العلوم أو التاريخ. صحيح أن هذه الوسائط التعليمية تقدم نماذج وصوراً عن العالم، لكن التربية الإعلامية لا تتعلق باستخدام وسائل الإعلام "كوسائل تربوية معينة". ولا ينبغي الخلط بينها وبين التقنيات التربوية أو الوسائل التربوية.

يقع الدليل في ثلاثة فصول رئيسية.

١- يبين الأول (ماذا؟) الأساس المنطقي للتربية الإعلامية، ويقف على أثر تطورها التاريخي (الوحدة ١)

٢- يقدم الثاني (ماذا؟) تعريفاً للتربية الإعلامية يقوم على أساس "المفاهيم الأربعة الرئيسية" (المواد ٤، ٥، ٣، ٢).

التأثير في تلقي نتاج وسائل الإعلام. فقد أوجد انخفاض تكلفة التكنولوجيا فرصاً جديدة أمام الجمهور كي يصبح منتجاً للمواد الإعلامية بحق. فعن طريق استعمال الفيديو والإنترنت، ازدادت كثيراً قدرة الأفراد على إنتاج نصوص إعلامية وتوزيعها.

**٢- التطورات الاقتصادية.** لقد وقعت وسائل الإعلام في مآزق الثقافة التجارية المعاصرة. ففي كثير من البلدان، تغلبت وسائل الإعلام التجارية على وسائل الإعلام التي تقدم خدمة عامة للجمهور. وقد أصبحت محطات الإذاعة والتلفزيون التي تقدم خدمة عامة مجرد واحد من بين اختيارات متعدّدة، وبالتالي فقد تناقص جمهورها. في الوقت ذاته، انتشرت أنماط الدعاية والإعلان والرعاية بأطراد في الحياة العامة، حيث تسعى الشركات التجارية إلى البحث عن أسواق جديدة. وقد تزايد غزو القوى التجارية لمجالات من قبيل السياسة والرياضة والصحة العامة - بل والتعليم ذاته. وهذا هو ما حدث حتى في بلدان كانت وسائل الإعلام تخضع فيها سابقاً لسيطرة ومراقبة شديتين من جانب الدولة. أمّا في المجتمعات التعدّدية، فيبدو أن قوة رقابة الحكومات على وسائل الإعلام تزداد ضعفاً في وجه التأثيرات التجارية.

**٣- التطورات الاجتماعية.** يقرّ معظم المعلقين الاجتماعيين بأن العالم المعاصر قد تميّز بإزدياد الشعور بالشرذم والفردية. فالمعتقدات والأساليب الراسخة في الحياة أخذت في التلاشي والأنظمة الهرمية المألوفة أخذت في الاضمحلال. ولم تعد الروابط الاجتماعية التقليدية - كرابطة الأسرة والمجتمع - تؤثر في هذه المجتمعات المتباينة والمتحرّلة. ومن هذا المنطلق، أصبح يُنظر إلى الهوية باعتبارها مسألة اختيار فردي، وليست أمراً يحدده مسقط الرأس أو المصير. ويُنظر إلى وسائل الإعلام عادة باعتبارها مصدراً أولياً لهذه الأشكال الفردية الجديدة لهوية ونمط المعيشة. وقد استلزم تزايد أهمية "الأسواق المتخصصة والمربحة" وجود منتجين يلبّون احتياجات الفئات الاجتماعية التي يتزايد تباينها. وفي هذا السياق، يُقال إن الأفراد أيضاً أصبحوا متباينين - ومستقلين إلى حدٍّ ما - في استعمالهم للسلع الثقافية وتفسيرهم لها.

**٤- العولمة.** يتغيّر التوازن بين العالمي والمحلي بطرق

أنها من حقائق الحياة الراسخة. وبصرف النظر عما إذا كنا نعتقد أن وسائل الإعلام تقوم بدور سلبي أم إيجابي في حياة الصغار، فإن الصغار لن يستفيدوا إذا ما ادّعينا أن وسائل الإعلام غير موجودة.

تشبّه حجة التربية الإعلامية عادةً بحجة محو الأمية في العالم. وتعدُّ معرفة الوسيلة المطبوعة عموماً شرطاً أساسياً للانخراط في المجتمع المعاصر. في الوقت ذاته، يتزايد استعمال اللغات المسموعة والمرئية لوسائل الإعلام الحديثة في التواصل. ويحتاج الصغار والكبار إلى القدرة على كتابة "لغة الإعلام" والمطبوعات وقراءتها مع التمحيص.

ويستلزم الجمع على هذا النحو بين عالم التربية وعالم التواصل الإعلامي تعاوناً بين المدرسين والطلبة والوالدين والمنتجين الإعلاميين وراسمي السياسات. ويستلزم كذلك وضوحاً وصراحة من جانب التربويين بالنسبة للأهداف والأساليب - إضافة إلى استعداد لإعادة النظر في كثير من مبادئ التربية. ومن هذا المنطلق، تمثل التربية الإعلامية مهمة كبرى، لكنّها مهمة لا يمكننا أن نتفادها.

لماذا؟

الوحدة

## تغيير الأحوال

حدثت عدة تطورات في مجال الإعلام في السنوات الماضية جعلت من التربية الإعلامية ضرورة ملحة. ومن أهم تلك التغييرات ما يلي:

**١- التطورات التكنولوجية.** مع ظهور التلفزيون المتعدد القنوات والفيديو المنزلي، والكمبيوترات والإنترنت - إلى جانب مجموعة من التقنيات - فقد انتشرت وسائل الإعلام الإلكترونية انتشاراً واسعاً. غدت الشاشة في غرفة الجلوس محطة لمجموعة كبيرة من السلع والخدمات الإلكترونية، ولكمية وافرة من المعلومات ومواد التسلية. ويرى المتحمسون أن هذه التطورات الإلكترونية قد تمخضت عن مجال أوسع للاختيار أمام المستهلك، وإن كان البعض يرى أن كل ما يحدث هو أنها توفر مزيداً من الفرص لمشاهدة الأشياء ذاتها أكثر من توفيرها تنوعاً عالمياً أكبر. ومع ذلك، فإن هذه الفرص تقتصر على

هذه الأيام فعلاً أن يطَّلَعوا على مواد "الكبار" الإعلامية، عن طريق تلفزيون الكابل أو الفيديو أو الإنترنت، بصورة أسهل بكثير مما يمكن أن يفعلوه والدوهم. ولديهم أيضاً "مجالاتهم الإعلامية" الخاصة التي قد يجد الكبار صعوبة متزايدة في سبر أغوارها. وسواء نظرنا إلى الأجهزة التكنولوجية (مثل رقاقة مواد العنف والجنس) أم إلى تغيير نظام الرقابة، فيبدو أن فعالية أساليب المراقبة أخذت في الضعف يوماً بعد يوم. ويعني انتشار تكنولوجيا الإعلام، إضافة إلى تغيير الوضع الاجتماعي للأطفال، أنه لم يعد في الإمكان حصرهم في "الحديقة السرية" التقليدية للطفولة.

وهكذا، فإن أنماط التغيير التكنولوجي والهيكلي في البيئة الإعلامية المعاصرة تنطوي على مخاطر وفرص جديدة للشباب. ومن شأن وسائل الإعلام الرقمية - ولا سيما الإنترنت - أن تزيد كثيراً من إمكانية المشاركة النشطة. إلا أنها توجد أيضاً بيئة من الاختيارات المحيرة التي يكون بعضها ضاراً. في الوقت ذاته، فبالنسبة للسواد الأعظم من الأطفال الذين لا تتوفر لديهم هذه الفرصة حتى الآن، ثمة خطر متزايد من احتمال تعرضهم للإقصاء والحرمان.

في هذا الوضع الجديد، تُصبح الحاجة إلى التربية الإعلامية أكثر إلحاحاً من أي وقت مضى. وتستدعي الضرورة تمكين الأطفال من مواجهة التحديات التي تثيرها هذه البيئة الإعلامية الجديدة. ونحن بحاجة أيضاً إلى توسيع أساليب التعلم الجديدة وأنماط التعبير الثقافي الجديدة التي تضع وسائل الإعلام الحديثة تحت تصرفهم. ولن يتمكن أطفال اليوم من تبوء مكانهم كمواطنين فاعلين في المجتمعات المعقدة وذات التوجه التجاري إلا بهذه الوسيلة.

### من الحماية إلى التحضير

اقتترنت التربية الإعلامية كغيرها من مجالات التربية الأخرى، بمداولات مستمرة بشأن أهدافها وأساليبها الأساسية. ولا يتدرب كثير من المدرسين أساساً على التربية الإعلامية، ولذا فإنهم يميلون إلى تناولها من زوايا مختلفة تستند إلى تخصصاتهم المتعددة ودوافعهم المتنوعة. وتمثل التربية الإعلامية، بالنسبة لبعض

مُعقَّدة وغير مستوية، من الناحيتين الثقافية والاقتصادية. فالهيات الإعلامية العالمية - التي تتخذ من بلدان العالم الأول الثرية مقراً لها - تُهيمن على سوق الإعلام. وتقدم الأسماء العالمية الآن لغة عالمية أو "ثقافة مشتركة" ولا سيما بين الشباب. في الوقت ذاته، تتيح التقنيات الجديدة الفرصة لوجود وسائل اتصال محلية لا مركزية وإيجاد "مجتمعات" تتخطى الحدود الوطنية - ولا سيما عن طريق الإنترنت. في الوقت ذاته، يبدو أن الفجوة بين الأغنياء والفقراء - فيما بين أبناء الشعب الواحد وفيما بين الشعوب المختلفة - أخذت في الاتساع. وقد تبدت ذلك في الوصول إلى المعلومات واستعمال تقنيات الإعلام. ولا يتوفر للجميع بسهولة الاختيار بين وسائل الإعلام - وبالتالي بين نمط الحياة والهوية.

ومهما كان تفسيرنا لهذه التطورات، فمن الواضح أنها ذات حدّين. فهي تتسبب في حدوث فروق وعدم مساواة حتى وهي تلغي الفروق القديمة. ويبدو أنها توفر فرصاً جديدة لبعض الأفراد حتى وإن تراءى أنها تحرم آخرين من تلك الفرص. وأياً كان الحال، فإنها تزيد من تعقيد طبيعية المواطنة المعاصرة وغموضها إلى حد بعيد.

تتخرب وسائل الإعلام الحديثة في لبّ هذه العمليات ولهذا تبعت بشكل خاص على الأطفال والشباب. فبالنسبة للنشاط الإعلامي العالمي والقائمين عليه، يُعتبر الشباب المتلقي الرئيسي للإنتاج الإعلامي. وكثيراً ما يُنظر إلى أذواقهم باعتبارها العامل الذي يحدد الاتجاه الذي يسلكه المتلقون بشكل عام. ويستحيل التفريق بين شكل "الثقافة الشبابية" وتطورها - وكذلك "ثقافة الأطفال" العالمية الحديثة - وبينهم العمليات التجارية لوسائل الإعلام الحديثة.

كثيراً ما يُنظر إلى الأطفال خلال الأبحاث والحوارات العامة باعتبارهم عرضة أكثر من غيرهم لتأثيرات وسائل الإعلام. ومع ذلك، يُنظر إليهم أيضاً على اعتبار أن لديهم ثقة وخبرة في علاقاتهم مع وسائل الإعلام على نحو لا يتأتى لغالبية البالغين. ويشار إليهم كأبرياء يحتاجون لحماية وكجيل قدير "ملمّ بوسائل الإعلام". ومع ذلك، فمهما كان رأينا في ذلك، فإنّ الثابت هو أن قدرة الكبار على التحكم في استخدام الصغار لوسائل الإعلام أخذت تضعف شيئاً فشيئاً. إذ يمكن للأطفال في

الأطفال الظاهر بوسائل الإعلام واستمتاعهم بها. ومن هنا يأتي إيمانهم بالقيم التي يُظنُّ أن وسائل الإعلام تروِّج لها. ومن المفترض أن التربية الإعلامية ستؤدّي بالأطفال إلى تقدير الثقافة الرفيعة واتباع أشكال صحيّة من السلوك الأخلاقي وتبني آراء سياسية صحيحة وعقلانيّة.

وكما يحدث في أبحاث الإعلام، فإن هذه الحجج تعود إلى الظهور كلما دخلت وسيلة إعلامية جديدة إلى مسرح الحياة. فقد شهد ظهور الانترنت، على سبيل المثال، عودة كثير من هذه الحجج الحمائية المنوطة بالتربية الإعلامية. ويُنظر إلى الإنترنت أولاً من حيث قدرتها على فتح الباب أمام الأطفال كي يطلعوا على مواد ضارّة، أو جعلهم ضحايا للاستغلال التجاري. وهنا يُنظر إلى التربية الإعلامية مرة أخرى على أنها نوع من التحصين ووسيلة للوقاية من التلوث، هذا إن لم تكن وسيلة لإبعاد الأطفال عن وسيلة الإعلام بصورة تامّة. وفي هذا الوضع، تُهمَل الفوائد والمتع التي تنطوي عليها وسائل الإعلام، ويجري التركيز فقط على الأضرار التي يُفترض أن وسائل الإعلام تسببها، ويجري تهويلها في بعض الأحيان.

وبينما لم تختف هذه الآراء الحمائية المتعلقة بالتربية الإعلامية، فقد مال بعض البلدان تدريجياً إلى اتباع أساليب أقل حمائيّة. ويمكن القول بشكل عام، إن البلدان التي تتبّع أكثر الممارسات ”نضجاً“ في التربية الإعلامية، أي البلدان التي لها أطول تاريخ في هذا المجال وأكثر أنماط التطوّراتساقاً، قد تجاوزت مرحلة إجراءات الحماية بدرجة كبيرة. ومن هذا المنطلق، لم تُعدّ التربية الإعلامية تعترض تلقائياً على اكتساب الطلبة للتجربة الإعلامية. ولا يُنظر إلى التربية الإعلامية هنا باعتبارها نوعاً من الحماية، بل نوع من ”الإعداد“. إذ إنها لا تهدف إلى حماية الشبّان من تأثير وسائل الإعلام، وبالتالي فإنها تأخذ بيدهم للاستفادة من الشيء الأفضل.

وعلى العكس، فإنها تمكّنهم من اتخاذ قرارات مدروسة بأنفسهم. وتهدف بشكل عام إلى تطوير ”فهم“ الشبّان للثقافة الإعلامية التي تحيط بهم وتعزيز ”إسهامهم“ فيها. وفي هذا السياق، فإنها تعمل حتماً على إثارة الاهتمام بالثقافة والأخلاقيات والسياسة، لكنها تفعل ذلك على نحو يشجّع الطلاب على المشاركة النشطة والمحصنة، بدلا من إرغامهم على القبول بموقف يحدّد مسبقاً.

الناس، حلاً لمشكلة وطريقة للردّ على تطورات المجتمع التي لا يحبّونها شخصياً. أما بالنسبة لبعضهم الآخر، فتبدو شكلاً من أشكال ”التسلّح بالنفوذ“ – وطريقة لتمكين الشبان من أن يأخذوا بزمام التربية الإعلامية، ويستفيدوا إلى أقصى حد من الفرص التي توفرها. وهكذا، فإن التربية الإعلامية تعمل كنقطة تتركز فيها مجموعة من المخاوف والانشغالات والطموحات، التي قد يثبت أن بعضها متضارب في جوهره.

ومع ذلك، فإن من الممكن ملاحظة التحوّل التاريخي الواسع في الفكرة التي تكمن وراء التربية الإعلامية. فتاريخياً، كانت التربية الإعلامية تبدأ عادة كمشروع دفاعي هدفه حماية الأطفال مما يُنظر إليه باعتباره أخطاراً تنطوي عليها وسائل الإعلام. وينصبّ التركيز هنا على كشف الرسائل والقيم الزائفة التي يُعتقد أن وسائل الإعلام تنشرها، وبالتالي فإن الطلبة يشجّعون على رفضها أو تجاوزها. ومهما يكن من أمر، فقد مالت التربية الإعلامية بعدما تطوّرت إلى اتباع منهج تحصيلي والهدف في هذا الصدد هو تحضير الأطفال لاستيعاب الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم والإسهام فيها بصورة نشطة. ويكون التركيز هنا على الفهم والتحليل المحصّن وعلى ما ينجزه الطلبة أنفسهم من إنتاج إعلامي.

يرمي الأسلوب الحمائي إلى تسليح الطلبة ضد ”الأخطار المتصوّرة لوسائل الإعلام“. وللتأكد، فقد تم تحديد هذه المخاطر بعدة طرق في أوقات مختلفة وفي سياقات مختلفة. ففي بعض البلدان، كان الاهتمام لدى أوائل المربين الإعلاميين اهتمام ”ثقافي“. إذ رأوا في الإعلام شكلاً من ”الثقافة الهابطة“ التي من شأنها أن تقوّض تقدير الأطفال لقيم ”الثقافة الراقية“ وفضائلها. وفي بلدان أخرى، يبدو أن الاهتمام الأساسي كان اهتماماً ”أخلاقياً“. وهنا اعتُبر الإعلام وسيلة لتوعية الأطفال بالقيم ومظاهر السلوك (كالمعلقة بالجنس والعنف) التي تُعتبر ضارّة وغير ملائمة. أخيراً، يمكن للمرء أن يلاحظ اهتماماً ”سياسياً“ – ولا سيما في أنماط التربية الإعلامية التي تبلورت في سبعينيات القرن الماضي. ويشير ذلك إلى اعتقاد بأن وسائل الإعلام مسؤولة عن الترويج لآراء وأيديولوجيات زائفة. وفي كل حالة من الحالات، يُنظر إلى التربية الإعلامية باعتبارها وسيلة للردّ على افتتان



## تعددت أسباب هذا التغير في الاهتمامات، لكننا نذكر منها ما يلي:

١- **تغير النظرة إلى الرقابة.** يُعدّ هذا التحول، إلى حدّ ما، جزءاً من تطور واسع في التفكير فيما يتعلق بالرقابة على وسائل الإعلام. فبينما تكون إجراءات الحماية مدفوعة عادةً بنوايا طيبة، لكنّه يمكن أن ينجم عنها وضع تُفرض فيه قيود على مشاركة الأطفال في الإعلام بصورة نشطة. وبذا، قد تعتبر متضاربة مع حق الأطفال في الحصول على المعلومات وحقهم في المشاركة (في معاهدة الأمم الخاصة بحقوق الطفل، على سبيل المثال). وينصبّ اهتمام مسؤولي مراقبة وسائل الإعلام حالياً على الابتعاد عن الرقابة والتحوّل إلى ” المشورة الاستهلاكية ” - التي تُعدّ التربية الإعلامية عادةً أحد أبعادها.

٢- **تغير وجهات النظر حيال وسائل الإعلام.** لم يعد كثير من الناس يرى أن وسائل الإعلام تحمل مجموعة من القيم والمعتقدات الخاصة - بل والضارة باستمرار أو التي تقتصر إلى القيمة الثقافية. ولا تزال تُفرض، بطبيعة الحال، قيود لا يستهان بها على تنوّع الآراء المثبتة في وسائل الإعلام. بيد أن تطوّر الأشكال الحديثة للاتصالات تمخض عن بيئة متباينة بل ومتشذمة. وقد ازداد أخيراً، بشكل عام، إدراك الفوائد والفرص التي تتيحها وسائل الإعلام، ولم يُعدّ التركيز يقتصر على ذكر الأضرار التي تُتّهم بالتسبّب فيها.

٣- **تغير وجهات نظر الشبان.** بناءً على ما سبق، فإن الفكرة القائلة إن وسائل الإعلام تمثل ” نشاطاً مقصوداً ” - أي أنها يمكن أن تفرض بمفردها قيماً زائفة على متلقين سلبيين - أصبحت أيضاً محلّ مساءلة. ففي حالة الأطفال، تم الاعتراض باطراد على الفكرة القائلة إنه يمكن النظر إليهم على أنهم مجرد ضحايا أبرياء لتأثيرات وسائل الإعلام، كما تم تجاوزها. وتشير الأبحاث المعاصرة إلى أن الأطفال أصبحوا أكثر استقلالاً وتمحيصاً بكثير مما كان يفترض أن يكونوا عليه كمتلقين لوسائل الإعلام. ولم تُعدّ التربية الإعلامية تبدأ بالنظرة القائلة إن الشبان مجرد ضحايا سلبيين لنفوذ وسائل الإعلام.

٤- **تغير وجهات النظر بشأن التعلّم والتعليم.** أخيراً، ازداد الإدراك بين المرّبين بأن أسلوب الحماية لا ينجح في الواقع. وحيثما يطبّق في المناطق التي يكون فيها مركزياً جداً - وفيما يتعلق بما يعتبره الطلبة ثقافتهم ومتعمهم الخاصة - فقد يميلون إلى مقاومة ما يقوله لهم المدرّسون أو يرفضونه. وقد أدّى إدراك هذه المصاعب إلى ظهور اتجاه يتركز على الطلاب ويبدأ بالمعلومات والخبرات الإعلامية، التي تكون موجودة أصلاً لدى الشبان، بدلا من البدء بالأوامر والنواهي التعليمية التي تصدر عن المدرّس.

ومن هذا المنطلق، يكتسب الإنتاج الإعلامي من جانب الطلبة أيضاً أهمية كبرى. صحيح أن الهدف الرئيسي للتربية الإعلامية ليس هو تدريب مخرجي التلفزيون وصحفيّيه المستقبليين، إلا أن إمكانية إسهام التقنيات الجديدة - ولا سيما التلفزيون - في الإنتاج الإعلامي زادت كثيراً من قدرة الشبان على الاضطلاع بإنتاج إعلامي خلاق، كما زادت كثيراً من قدرة المدرّسين على أن يفعلوا ذلك مع طلابهم. وعن طريق التأكيد على تطوير الابتكار لدى الشبان وتعزيز مشاركتهم في الإنتاج الإعلامي، فإن المرّبين الإعلاميين يتمكّنون من إسماع أصواتهم إلى الآخرين. وهم يوفّرون في المدى البعيد الأساس لوجود أشكال ديمقراطية وشاملة للإنتاج الإعلامي مستقبلاً.

تقدّم هذه النظرة المعاصرة إلى التربية الإعلامية تعريفاً فعّالاً ومرتبطاً لأهدافها وأساليبها. صحيح أننا ندرك أن الأفراد يُقبلون على التربية الإعلامية في الواقع لمجموعة من الدوافع والأهداف، لكنّه مهما كان الأسلوب الذي يتبعه المرء، فمن المهم له أن يعرف بوضوح الفرضيات الكامنة وراء تلك الدوافع والأهداف والدليل الذي تقوم على أساسه. ويجسّد جميع برامج التربية الإعلامية فرضيات وقيماً ضمنيّة من النوع الذي تطرقتنا إليه. ويستند جميعها إلى آراء عن وسائل الإعلام ذاتها وعن الشبان وعن طبيعة التعلّم والتعليم. ومن الضروري جداً تحديد هذه الآراء بوضوح وطرحها للمناقشة.



التي نتلقاها تكتبها وتوزّعها مجموعات من الأفراد، الذين يعملون عادة لحساب مؤسسات كبرى. وهذا يعني الإقرار بالمصالح التجارية التي تكون مرهونة بالتقارير في الإنتاج الإعلامي، بالطرق التي يجري بها توليد الأرباح - ولا سيّما عن طريق "استغلال" ممتلكات أو ماركة معيّنة عبر مجموعة من وسائل الإعلام. وهذا يعني أيضا الإقرار بالنطاق المتزايد العالمية للأنشطة الإعلامية والقائمين عليها وبتغير المعادلة بين وسائل الإعلام العالمية والمحلية (أو الأهلية). ومن المؤكد أنه يكون بإمكان الطلبة الواثقين أن يناقشوا مدلولات هذه التطورات من حيث الهويّات الوطنية والثقافية، ومن حيث نطاق الفئات الاجتماعية التي لديها القدرة على الاطلاع على وسائل الإعلام.

استعراض "الإنتاج" الإعلامي يعني استعراض:

١- **التقنيّات.** ما هي التقنيّات المستعملة في إعداد النصوص الإعلامية وتوزيعها؟ وما هو الفرق الذي يمكن أن تُحدثه في المنتج؟

٢- **الممارسات الاحترافية.** من الذي يُعدّ النصوص الإعلامية؟ وما هو الدور الذي يقوم به كل طرف، وكيف يعمل الجميع معاً؟

٣- **النشاط الإعلامي والقائمون عليه.** من يملك الشركات التي تباع وسائل الإعلام وتشتريها؟ وكيف يحققون أرباحاً؟

٤- **العلاقات بين وسائل الإعلام.** كيف تباع الشركات المنتجات ذاتها عبر وسائل الإعلام المختلفة؟

٥- **الرقابة.** من يتحكم في نتاج وسائل الإعلام وتوزيعه؟ هل توجد قوانين لذلك، وما مدى فعاليتها؟

٦- **التوزيع.** كيف تصل النصوص إلى الجمهور؟ إلى أي مدى يستطيع الجمهور اختيار النصوص والتحكّم فيها؟

٧- **الاطلاع والمشاركة.** من هم الذين تُسمع أصواتهم في وسائل الإعلام؟ ومن تُستبعد أصواتهم، ولماذا؟

قد يصبّب الطلبة اهتمامهم، أثناء تحليل الإنتاج، على دراسة حالات تتعلق بمؤسسات أو شركات إعلامية محدّدة. ومن الواضح أن هذه المؤسسات والشركات تشمل الشركات التي تعمل على نطاق عالمي، والتي لها مصالح في مجموعة

## الفصل ٢

### تحديد مجال الموضوع

ثمة طرق كثيرة يمكن أن نختارها لتعريف موضوع أو تخصص تعليمي مُعيّن. إذ يمكن أن يعرف من حيث جملة المعرفة - وهي مجموعة حقائق ما يُدرّس أو مضمونه، وإلا فيمكن تعريفه من حيث مجموعة المهارات - وهي مجموعة القدرات التي تؤدّي أو يتم إتقانها. ومهما يكن من أمر، فقد أصبحت التربية الإعلامية تُعرّف من حيث أنها "مفاهيم متصوّرة". وهذا التعريف يحدّد عادةً من حيث كونه "مفاهيم أساسية" أو "جوانب أساسية". ولهذا التعريف عدة مزايا واضحة. إذ إنه لا يحدّد أهدافاً معينة للدراسة ("قانون" يتألف من نصوص محدّدة). ومن شأن هذا أن يبقي التربية الإعلامية قادرة على الاستجابة لاهتمامات الطلبة ورغباتهم. ولا يحدّد هذا التعريف كذلك جملة من المعارف للدراسة لأنه سرعان ما يصبح ذلك قديماً في مجال مثل التربية الإعلامية.

هناك عدة نماذج من "المفاهيم الأساسية" التي تتضمنها وثائق المناهج حول العالم. أمّا في الواقع، فيوجد قدر من التداخل بينها. ويمكن تعريفها من خلال أربعة مفاهيم أساسية هي: الإنتاج، اللغات، التفسير، الجمهور (عبارة "الجمهور" هنا مرادفة لعبارة "الأهالي" في المواضع الأخرى من هذا الدليل). وتشكل هذه المفاهيم إطاراً نظرياً يمكن تطبيقه على جميع وسائل الإعلام المعاصرة، بل وعلى وسائل الإعلام "القديمة" أيضاً. ونحن نقدّم في هذا الفصل هذه المفاهيم تباعاً، ونستخلص النتائج من الملخصات الواردة في دليل الطلبة.

### ماذا؟

### الوحدة ٢

### الإنتاج

يتضمن الإنتاج في أساسه إدراك أن النصوص الإعلامية يجري تصنيعها عن قصد. ويحتاج إعداد النصوص الإعلامية الى زمن - وأحياناً إلى أموال طائلة - . ومع أنه يُعدّ بعضها أفراداً يعملون بمفردهم، لأنفسهم فقط، أو لعائلاتهم وأصدقائهم، فإن معظم النصوص الإعلامية

## اللغات

لكل وسيلة من وسائل الإعلام "لغتها" - أو مجموعة لغات - الخاصة بها التي تستعملها لإيصال المعنى المقصود. فالتلفزيون، مثلاً، يستعمل لغة شفوية ومكتوبة بالإضافة إلى "لغتي" الصوت والصورة. ويمكن أن تُعتبر هذه الأشياء لغات من حيث أنها تستعمل رموزاً واصطلاحات مألوفة تكون مفهومة بشكل عام. فعلى سبيل المثال، قد تُستعمل أنواع معينة من الموسيقى أو زوايا الكاميرا لإثارة مشاعر معينة. كما توضع صفحة من جريدة أو مجموعة لقطات من فيلم معاً باستعمال نوع معين من "المهارات". وكما في حالة اللغة الشفوية، فإن تكوين عبارات لها معنى في "لغات الإعلام" يشتمل على اختيار تصريفات معينة - أي الانتقاء من بين مجموعة من العناصر المتماثلة - بمعنى جمع العناصر معاً في تسلسل معين. وثمة "قواعد" لغوية هنا يمكن مخالفتها. وتوجد اصطلاحات وأساليب مألوفة يُجمع فيها بين استعارات وعبارات مجازية معينة. وعن طريق تحليل هذه اللغات، يمكننا أن نحسن استيعابنا لما تقدّمه وسائل الإعلام.

## استعراض لغات الاعلام يعني استعراض ما يلي:

- ١- المعاني. كيف تستعمل وسائل الإعلام أشكالاً معينة من اللغة لنقل الأفكار والمعاني؟
- ٢- الاصطلاحات. كيف تصبح هذه الاستعمالات اللغوية مألوفة ومقبولة بشكل عام؟
- ٣- الرموز. كيف تترسخ "القواعد" اللغوية لوسائل الإعلام؟ وماذا يحدث عند مخالفتها؟
- ٤- الأساليب. كيف تؤدي هذه الاصطلاحات والرموز وظيفتها في أنواع مختلفة من النصوص الإعلامية - كالأخبار أو مواد الرّعب؟
- ٥- الاختيارات. ما هي تأثيرات اختيار أشكال معينة من اللغة - مثل اختيار نوع معين من لقطات الكاميرا؟
- ٦- الجمع بين العناصر. كيف يجري إيصال المعنى عن طريق الجمع بين سلسلة من الصور والأصوات أو الكلمات؟

من وسائل الإعلام، مثل نيوز كوربوريشن التي يملكها روبرت مردوخ أو البي بي سي. ويكون التركيز هنا على استكشاف كيف تتربط مختلف جوانب العملية التجارية ويعزز بعضها بعضاً. وثمة أسلوب بديل لذلك وهو تقصي المبيعات وعمليات التوزيع الدولية لبرامج تلفزيونية من قبيل "الأخ الأكبر" و "من سيربح المليون؟" وهنا يكون المحور هو الاتجار العالمي في وسائل الإعلام، والطرق التي تستخدم بها البرامج في سياقات وطنية محدّدة. ومع ذلك، فمن المهم أن يلمّ الطلاب أيضاً بال نماذج الأخرى من الإنتاج الإعلامي. وبالتالي، قد يصبّون اهتمامهم على إذاعات تقدم خدمة عامة، أو على مؤسسات "بديلة" من قبيل مجموعات الشركات الإعلامية أو المنشورات التي تُعنى بالأقليات والتي لا تسعى إلى تحقيق ربح، ثم يقارنون بين ممارساتهم العملية وأيدلوجياتهم وبين الممارسات العملية والأيدلوجيات التي تتبناها تلك المؤسسات الكبرى. ولا بدّ لهم أيضاً من أن يلمّوا بالعمل الذي تقوم به الهيئات التي تتظّم المؤسسات الإعلامية.

خير وسيلة لدراسة الإنتاج عادةً هي المهام القائمة على أساس من الأبحاث. وبالتالي، قد يحدّد الطلبة الشركات التي تملك المجالاتّ المفضلة لديهم، أو يتقنّون أنماط ملكية مؤسسة ما لشركات مختلفة ترتبط بمصالح وأهداف تجارية مشتركة، في قطاع التلفزيون الوطني ببلادهم. وثمة احتمال آخر في هذا الصدد وهو تحليل كيفية استهداف وسيلة إعلامية معينة لفئات من الجمهور. مثال ذلك الطرق التي تتحدث بها القنوات التلفزيونية المختلفة "الهوية المميزة لها" أو الطرق التي تخاطب بها المجالاتّ النسائية مختلف قطاعات الجمهور، حسب تصنيفها من حيث فئات الأعمار والطبقات الاجتماعية. أخيراً من المهم التأكيد على أن هذه الأنواع من الأسئلة يمكن أيضاً تطبيقها على تجارب الطلبة أنفسهم في الإنتاج الإعلامي. وعندما يُعدّ الطلبة مجلاتهم أو أشرطة الفيديو الخاصة بهم، على سبيل المثال، سيكون عليهم أن يختاروا أساليب عملهم والتقنيات التي سيستعملونها، والكيفية التي سيحدّدون بها جمهورهم ويستهدفونه. وسيكون عليهم أيضاً أن يواجهوا مختلف أوجه القصور من حيث إعداد مُنتجهم النهائي وتوزيعه. ويمكن للمراجعة المنسّقة لهذه التجارب أن تمكّنهم من بلورة أسلوب مباشر لفهم الطريقة التي تعمل بها وسائل الإعلام.



من الاختيارات اللغوية، تتعلق بتجميع الأشياء في اللقطة، وتحديد إطار وزاوية للكاميرا، والإضاءة والتركيز، وهلمّ جراً. ويتضمن الجمع بين صورة المرء وبين النص المكتوب أو الصورة الأخرى ( في تصميم ما أو مونتاج صور، على سبيل المثال ) اختيارات تتعلق بكيفية تحديد معنى الصورة. وقد تتم هذه الاختيارات دون تفكير. ومن أهداف التربية الإعلامية تشجيع الطلاب على التفكير في الاختيارات التي قاموا بها، ودراسة تبعاتها.

#### ماذا؟

#### الوحدة ٤

### التفسير

إن فكرة ” التفسير ” هي أحد المبادئ التي تقوم عليها التربية الإعلامية. فوسائل الإعلام لا تزودنا ” بنافذة شفافة على العالم ” ، بل تقدم لنا نسخة إعلامية عن العالم. فهي لا تقتصر على تقديم الواقع بل تفسره لنا. وحتى عندما يتعلق الأمر بأحداث العالم الواقعية ( كما في الأخبار والبرامج الوثائقية)، فإن الانتاج الإعلامي يتضمن اختيار الحوادث والجمع بينهما، وتحويل الأحداث إلى مادة إخبارية، وإيجاد شخصيات. لذا، فإن عمليات التفسير الإعلامية تدعونا إلى أن نرى العالم بطرق معينة. ومن المؤكد أن تكون ”منحازة“ بدلاً من أن تكون ” محايدة “. ومع ذلك، لا يعني هذا بالتالي أنها تخدع الجمهور بحيث يظن التفسير واقعا. ويقارن أفراد الجمهور أيضا بين وسائل الإعلام وبين تجاربهم هم، ثم يصدرن أحكاما عن مدى ”واقعيتهما“، ومن ثم إلى أي مدى يمكن الثقة فيها. فضلاً عن ذلك، يمكن أن يُنظر إلى عمليات التفسير الإعلامية على اعتبار أنها واقعية من بعض الوجوه. قد نعرف أن شيئاً ما هو من نسج الخيال، لكننا ندرك أنه يخبرنا عن الواقع.

استعراض عمليات التفسير الإعلامية يعني استعراض ما يلي:

#### ١- الواقعية. هل القصد أن يكون النص واقعياً؟ لماذا؟

يبدو بعض النصوص أكثر واقعية من غيره.

٢- قول الحق. كيف تدعي وسائل الإعلام أنها تقول الحق عمّا يدور في العالم؟ وكيف تسعى إلى أن تكون صادقة.

#### ٧- التقنيّات. كيف تؤثر التقنيّات في المعاني التي يمكن استحداثها؟

تستدعي دراسة الإعلام بالضرورة ملاحظة وتحليلاً دقيقين. فمثلاً، يتبع كثير من مدرّسي الإعلام أسلوباً رمزياً في تحليل الصور الثابتة، كما يحدث في الإعلانات التجارية. ويمكن تشجيع الطلبة على النظر بطريقة منهجية مُنسّقة إلى عناصر من قبيل عمل الإطار والتركيب، واستعمال الألوان، وأنواع الحروف والتصاميم، والمؤثرات الخاصة، وما إلى ذلك، من أجل تقييم الكيفية التي يتم بها تشكيل ”صورة منتج“. وبالمثل، يمكن للطلبة أن يستعرضوا قواعد واصطلاحات نشرات الأخبار، والإشارة إلى تصميم الاستديو، واستخدام الإضاءة، وملابس قارئ الأخبار والإيماءات، وتسلسل البنود داخل نشرة الأخبار. ومن الصعب عادةً تحديد جوانب ”النحو“ في لغة الإعلام، لأنها تصبح مألوّفة ومقبولة على نطاق واسع. ولعل لفت الانتباه إلى ذلك يقتضي من الطلبة أن يستعرضوا النصوص التي تتعمد ”مخالفة القواعد“. فمثلاً، يمكن للطلبة أن يقارنوا بين استعمال مونتاج الربط في واحد من أفلام هوليوود المعتادة وبين المونتاج في فيلم فنيّ أو فيديو هات بوب شعبية ”بديلة“.

وكما يوحي به ذلك، فإن دراسة الإعلام تتضمن عادةً تحليلاً دقيقاً لنصوص محدّدة. وهي تتضمن ”جعل المألوف غريباً“ عن طريق التدقيق في كيفية تركيب النصوص معاً. وقد يتضمن ذلك، على سبيل المثال، سلسلة من الرسومات تمثل اللقطات المقررة لإعلان تلفزيوني، أو تفكيك فعلي لصورة ما عن طريق تقطيعها إلى أجزاء. وثمة طريقة مفيدة أخرى لتحليل لغة الإعلام تتمثل في استعمال المقارنة. فالمقارنة بين عدة أمثلة على أسلوب ما - كالأعلان عن منتج معين، أو صورة موضة، على سبيل المثال - يمكن أن تُوفّر أساساً سليماً لتحديد الاصطلاحات المشتركة، بالإضافة إلى تنوّع الأنماط في الأسلوب.

ومهما يكن من أمر، فلا يعني ذلك القولُ اقتصارَ فهم لغة الإعلام على التحليل. فتجربة إعداد المرء نصوصاً خاصة به - وتجريب ”قواعد“ جديدة للغة الإعلام - يمكن أن يقدم هنا أيضاً رؤى متعمقة جديدة،

وبطريقة مباشرة. ويتضمن التقاط صورة، مثلاً، سلسلة

أن يناقشوا مدلولات هذه الأنواع والمستويات المختلفة من "الواقعية" من حيث تأثيرها المحتمل في وسائل الإعلام.

يمكن أيضا سبر أغوار هذه المسائل من خلال تجربة الإنتاج الإعلامي. ويمكن للطلبة أن يناقشوا أسئلة عن الدقة وعن التحيز، وذلك بأن يُطلب منهم أن يقدموا تفسيرات متعارضة لمؤسسة ما أو مجال ما يكون مألوفاً لديهم. ولعله يمكن فعل ذلك عن طريق استهداف فئات مختلفة من الجمهور. ويمكن عادةً استطلاع تعقيدات المناظرات الخاصة بتصنيف الجمهور في فئات معيَّنة والخاصة "بالصور الإيجابية" و "الصور السلبية" بطريقة منتجة عن طريق تشجيع الطلبة على إجراء التفسيرات الخاصة بهم للمسائل الاجتماعية والتفكير في الكيفية التي يتجاوب بها الجمهور بها معهم.

مَن؟

الوحدة - ٥

### الجمهور

كثيراً ما استندت التربية الإعلامية ذاتها إلى افتراضات مبسطة عن جمهور وسائل الإعلام. "فالجمهور العام" يُنظر إليه عادةً على أنه مغفلٌ ويسهل التأثير فيه - وهذا هو ما يحدث بالتحديد مع الأطفال والشبان. ومع ذلك، تشير الأبحاث إلى أن الجمهور أوعى وأكثر تنوعاً مما يُظنُّ. وحيث انتشرت وسائل الإعلام، فقد تزايد اضطرابها للتنافس على اجتذاب اهتمام الجمهور. وليس من اليسير إيجاد الجمهور والاحتفاظ به. فقد يخيل للمنتجين أنهم يعرفون ما الذي يريدونه مختلف فئات الجمهور، لكن من الصعب عادةً تفسير سبب اقبال الجمهور على أشياء معيَّنة وإعراضه عن أشياء أخرى. وتستلزم دراسة موضوع الجمهور التفكير في كيفية استهداف الجمهور وقياسه، وكيف سيتم تدوير وسائل الإعلام وتوزيعها، والتفكير في مختلف السبل التي يستعمل الأفراد والفئات الاجتماعية بها الانترنت وكيف يستجيبون لوسائل الإعلام. لذا لا بد في التربية الإعلامية من مناقشة هذه الآراء حول الجمهور، والسعي إلى فهم استعمالنا واستعمال غيرنا لوسائل الإعلام.

دراسة جمهور وسائل الإعلام تعني دراسة ما يلي:

١- **الاستهداف.** كيف تستهدف وسائل الإعلام فئات معينة من الجمهور؟ وكيف تعمل على اجتذاب تلك الفئات.

٣- **الحضور والغياب.** ما الذي تم تضمينه وما الذي تم استبعاده من عالم الإعلام؟ من الذي يتكلم، ومن الذي يصمت.

٤- **التحيز والحياد.** هل تؤيد وسائل الإعلام وجهات نظر معينة عن العالم؟ وهل تدفع بقيم أخلاقية أو سياسية معيَّنة؟

٥- **تصنيف الناس في فئات محددة.** كيف تصوّر وسائل الإعلام فئات اجتماعية معيَّنة؟ وهل ذلك التصوير دقيق؟

٦- **التأثيرات.** لماذا تقبل الجماهير بعض تفسيرات وسائل الإعلام باعتبارها صحيحة، أو ترفضها باعتبارها غير صحيحة؟

٧- **التأثيرات.** هل تؤثر تفسيرات وسائل الإعلام على أرائنا في فئات اجتماعية معيَّنة أو قضايا اجتماعية معيَّنة؟

وهكذا، فإن دراسة تفسير وسائل الإعلام تثير حتماً أسئلة صعبة عن الأيديولوجيات والقيم. إذ إن من المؤكد أن يجد الطلبة أن من اليسير عليهم، مثلاً، أن يحددوا "الخط" السياسي لصحيفة معيَّنة، على أساس أن هذا يظهر في مقالاتها الافتتاحية. إلا أنهم قد يجدون صعوبة في تحديد الكيفية التي يظهر بها ذلك في اختيارها للمواضيع الإخبارية وطريقة معالجتها لها. وتعدُّ المقارنة بين مختلف الصحف أسلوباً مفيداً أيضاً. وثمة مظهر من مظاهر التفسير سيجده الطلبة مألوفاً لديهم وهو تصنيف الجمهور في فئات معيَّنة. وسيكون مألوفاً لديهم ما يقال عن أن وسائل الإعلام تتجاهل الأقليات أو الفئات غير المتنفذة. ومهما يكن من أمر، فمن المهم أن يدرسوا وظائف تصنيف الجمهور في فئات معيَّنة بالنسبة للمنتجين والجمهور وعليهم أن يتجنبوا الاستنتاجات الهيئية التي يمكن بسهولة تبديلها بتفسيرات "دقيقة".

وكثيراً ما يبدي الطلبة رغبة شديدة في تقييم تفسيرات وسائل الإعلام من حيث "واقعيّتها"، لكنّه يجب تشجيعهم على التفكير في هذه الأحكام وفي مختلف المعايير التي تطبق أثناء إصدارها. ومن المهم، في هذا الصدد، دراسة النصوص التي تحدّد بوضوح على أنها "خيال" أو النصوص التي تُعنى بالتمييز بين الخيال والواقع، بالإضافة إلى النصوص الوثائقية الأسلوب وسيكون بمقدور الطلبة الوثائقين

تحليل أنواع الافتراضات التي يتم التوصل إليها عادةً عن مختلف قطاعات جمهور وسائل الإعلام، والدليل الذي بنيت هذه الافتراضات على أساسه.

ولا بد لدراسة الجمهور أيضاً من أن تشمل عنصر التفكير الذاتي والبحث المباشر. فمثلاً، يمكن تشجيع الطلاب على تدوين "يوميات إعلامية" ومقارنة ما يتوصلون إليه مع ما يتوصل إليه أقرانهم، أو أن يلاحظوا استخدامات وسائل الإعلام داخل بيوتهم. ويجب تشجيع الطلاب خلال هذه العملية على دراسة مزايا مختلف أساليب البحث وعيوبها، وصحة المعلومات التي تولدها. وتثير تحريات من هذا القبيل عادةً أسئلةً عن الفوارق الاجتماعية في استخدام وسائل الإعلام، وعن مدى إمكانية إصدار أحكام عامة عنها. وهنا أيضاً، يمكن أن تعمل تجربة الإنتاج على تمكين الطلاب من سبر أغوار مهمة وذلك عن طريق استهداف جمهور معين مثلاً، ومن ثم وضع ردود فعله في الحسبان.

### تطبيق المفاهيم الأساسية

يبدو أن المفاهيم الأساسية توفر أسلوباً شاملاً في التربية الإعلامية يمكن تطبيقه على مجموعة وسائل الإعلام. ومع ذلك، لا يُقصد بها أن تكون مخططاً لمنهج تربية إعلامية أو قائمة محتويات يجب "تسليمها" إلى الطلاب ثم إنه لا يجري ترتيبها هرمياً، كما لا يُفترض أن تناقش بمعزل عن بعضها البعض، كما لو أن المرء يقضي فضلاً دراسياً في دراسة اللغة، ثم يقضي فصلاً آخر في دراسة تفسير وسائل الإعلام للأحداث، وهكذا. وعلى النقيض من ذلك، فإنه يُنظر إليها باعتبارها معتمدة على بعضها البعض. فكل مفهوم يمكن أن يكون مَعبراً إلى مجال معين من مجالات التربية الإعلامية، يستحضر بالضرورة المفاهيم الأخرى. وهكذا، فإنها توفر طريقاً لتنظيم تفكير المرء في أي نشاط أو وحدة من وحدات العمل التي قد يتم إنجازها - ولا بد من التأكيد على أنه يمكن تطبيقها بنفس القدر على "الأنشطة المبدعة" (مثل التقاط الصور) لأنها يمكن أن تكون تحليلية (من قبيل دراسة الإعلانات أو الأخبار).

ولتوضيح الكيفية التي تعمل المفاهيم الرئيسية بها في الواقع سنستعرض الآن ثلاثة أمثلة على تخطيط منهاج التربية الإعلامية. وتُستهدف هذه الأمثلة التلاميذ بين سن ١١ سنة وسن ١٤ سنة. وقد صُممت كل وحدة عمل

٢- **المخاطبة.** كيف تتحدث وسائل الإعلام إلى الجمهور؟ وما هي الافتراضات التي يفترضها المنتجون الإعلامييون عن الجمهور.

٣- **النشر.** كيف تصل وسائل الإعلام إلى الجمهور؟ وكيف يعرف الجمهور ما هو متاح؟

٤- **الاستعمالات.** كيف يستعمل الجمهور وسائل الإعلام في حياته اليومية؟ وما هي العادات والأنماط التي يتبعها في تلك الاستعمالات؟

٥- **الجدوى.** كيف يفهم الجمهور وسائل الإعلام؟ وما الذي يستخلصه منها؟

٦- **المتع.** ما هي المتع التي يستقيها الجمهور من وسائل الإعلام؟ وما الذي يحبه وما الذي لا يحبه؟

٧- **الفروق الاجتماعية.** ما هو دور الجنس (ذكر أم أنثى) والطبقة الاجتماعية والعمر والخلفية الأثنية في سلوك الجمهور؟

كما هو الحال بالنسبة لدراسة الإنتاج، فإن دراسة جمهور وسائل الإعلام تُعدّ من ناحية مسألة معرفة الكيفية التي تعمل بها وسائل الإعلام. فمثلاً، يمكن للطلبة أن يدرسوا الكيفية التي يُحصى بها مشاهدو التلفزيون أو قراء الصحف، ومن ثم الكيفية التي تُستخدم بها هذه المعلومات في تحديد أسعار الإعلانات. ويمكن لهم أيضاً أن يدرسوا الكيفية التي تُستهدف بها فئات اجتماعية معينة، أو يُستهدف بها جمهور "مناسب"، عن طريق المقارنة مثلاً، بين تصميم المجالات المختلفة، وتصميم أغلفتها، أو بين الفرضيات التي تتوصل إليها الهيئات الرسمية التي تنظم عمل وسائل الإعلام فيما يتعلق بالجمهور. ويمكن أن يكون هناك أيضاً عنصر من البحث المباشر، المتعلق مثلاً باستطلاع الكيفية التي تُستهوي وسائل الإعلام بها أفتدة الجمهور والكيفية التي تنظم بها الاتصالات فيما بينها (على الإنترنت مثلاً).

وكما هو الحال بالنسبة للتفسير، من الممكن أيضاً أن يكون هناك عنصر واضح من المناظرة. فمثلاً، سيكون الطلاب على علم بالمناقشات العامة لوسائل من قبيل العنف في وسائل الإعلام ومراقبتها. ويجب تنبيههم إلى اختلاف دوافع المشاركين في هذه المناقشات. ويحتاج الطلاب إلى

5- **الاصطلاحات.** استناداً إلى تحليل الطلبة للحقتين، يُطلب منهم أن يدرسوا الكيفية التي يستعمل البرنامج بها الاصطلاحات المرتبطة بأسلوبه وكيف يخرج منها أيضاً. فمثلاً، يُسألون عن الكيفية التي يستعمل البرنامج بها اصطلاحات كوميديا المأزق والكيفية التي تُستعمل بها الرسوم المتحركة ”المخالفة للقواعد“ للإيهام بالحقيقة، وإلى أي مدى يمكن أن يُعتبر ”واقعياً“. وبعدئذ، يُطلب منهم أن يكتبوا تحليلاً نقدياً مُفصلاً لإحدى الحلقات.

6- **الصناعة.** يُزود الطلبة في هذا المبحث ببعض المعلومات عن عملية الإنتاج ( إعداد النص، الرسوم المتحركة، المبيعات خارج البلاد، الجدولة، الإعلان والترويج للبيع، إلخ). بعد ذلك يُطلب منهم أن يدرسوا اختيار غلاف لفيديو ”عائلة سمسون“، ثم يتعرفوا على الأدوار التي تقوم بها الشركات المختلفة في الإنتاج والتسويق. وأخيراً، يُطلب منهم أن يجروا بعض الأبحاث عن مبيعات ”عائلة سمسون“، ويدرسوا كيفية استهداف جماهير مختلفة بعملية البيع وكيف تكون مُقيّدة بحقوق الملكية تتمتع بها شركة الإنتاج.

7- **المناظرات.** تُقدّم للطلبة مجموعة من الجُمَل عن ”عائلة سمسون“، تتراوح بين التحليلات الصحفية الإيجابية وبين الانتقادات التي صدرت عن الرئيس بوش. بعدئذ يُطلب منهم أن يُقيّموا ويناقشوا تلك الجُمَل على ضوء ردود فعلهم، مع التركيز على الفكرة الفائزة إن البرنامج يقدم نماذج تُحتذى ويمثل كل منها ”قدوة سيئة“.

8- **المحاكاة.** أخيراً، يُطلب من التلاميذ (في مجموعات) أن يقوموا بعملية محاكاة، يُعدّون خلالها مخططاً لبرنامج استعراضى أسريّ بالرسوم المتحركة يناسب بلادهم. ويُطلب منهم أن يبتكروا شخصيات ومناظر وظروفاً وأمكنة ونماذج على حبكة ومدارات لقصص ويفكروا في طرق الترويج التجاري لبيع برنامجهم الاستعراضى. وبالإضافة إلى تقديم تقرير إلى الفصل الدراسي كُله، عليهم أيضاً أن يُعدّوا تبريراً عقلاً نياً مكتوباً لمقترحاتهم.

هذه الوحدة تناقش المفاهيم الرئيسية الأربعة جميعاً من خلال إجراء دراسة متكاملة لنصّ واحد.

وتتضمن الجوانب التي تتم مناقشتها ما يلي:-

بحيث تمتد على عدة دروس، وهي تتضمن مجموعة من الأنشطة التي يتم القيام بها في غرفة الدرس وتشتمل هذه الأنشطة على إجراء مناقشة تشارك فيها مجموعة صغيرة كما يشارك فيها فصل دراسي كامل، وتشتمل على تدريس مباشر من جانب المدرّس، وتشتمل على قيام التلاميذ بأدوار، وكذلك إجراء تحليل دقيق للنصوص، وكتابة بعدة أساليب وأنشطة إنتاج إعلامي.

### المثال 1 : تعليم عائلة سمسون

هذه الوحدة تقدّم نموذجاً على كيفية استعمال نصّ معيّن (في هذه الحالة، برنامج تلفزيوني) ”كدراسة حالة“، تتطرق لجميع المفاهيم الأساسية الأربعة المذكورة آنفاً. وتشتمل الوحدة على الأنشطة التالية:

1- **العنوان.** يُطلب من التلاميذ أن يتابعوا بإمعان الجانب المتعلق بالعنوان عدة مرات، ويلاحظوا العناصر الأساسية فيه. من ثم تنصّب المناقشات التي تجرى بين أفراد مجموعات على مسائل من قبيل الأسلوب المرثي، واستعمال الصوت، وصورة بلدة ”عائلة سمسون“ في هذا السياق، وكيف تتحدّد التوقعات للبرنامج ككل.

2- **الخلفية والإطار.** يُعطى الطلبة هنا مقدمة مقتضبة عن تاريخ كوميديا المأزق، بدءاً بتمثيلية ”أحبّ لوسي“ وانتهاءً بتمثيلية ”متزوج ولي أبناء“. بعد ذلك، يُطلب منهم أن يحددوا أوجه الشبه وأوجه الاختلاف، من حيث أنواع العائلات، مثلاً، ومن حيث الظروف والمكان والمناظر. ومن ثم يُعطون مقدّمة عن ”عائلة سمسون“، ويُطلب منهم أن يدرسوا أوجه الاختلاف بينها وبين البرامج السابقة من هذا النمط.

3- **الشخصية.** يُطلب من التلاميذ أن يُعدّوا دراسة من إحدى الشخصيات في ”عائلة سمسون“، ويقارنوا تحليلهم لها بالتحليل الوارد في المواد التي تعرّف بالتمثيلية.

4- **الكوميديا.** بعد عرض حلقة واحدة، يُطلب من التلاميذ أن يحلّلوا الحبكة ويحدّدوا طبيعة الفكاهة في كل موقف. ويشجّع التلاميذ على التفكير في مختلف أنواع الفكاهة (الهجاء، التّجريح، اللامعقول، التراجيديا، إلخ)، ثم إجراء تحليل لحلقة يختارونها هم.

الإعلانات حملة التسويق بها. وتتركز المناقشة هنا على مسائل من قبيل جدولة الإعلانات واختيار حيّز لها، إضافةً إلى ما يفترضه المنتجون في الجمهور.

٤- **الجدولة.** يُطلب من التلاميذ أن يشاهدوا في منازلهم أكبر عدد ممكن من الإعلانات التجارية التلفزيونية. ومن ثم يُطلب منهم أن يدرسوا مجموعة من الإعلانات التي تستهدف فئة أعمارهم وأين يرجح أن توضع تلك الإعلانات.

٥- **اجتذاب الجمهور.** على أساس المشاهدات التي يقوم بها التلاميذ في منازلهم، يُطلب منهم أن يحدّدوا أكثر الإعلانات أثراً في لفت الانتباه وكيف يتحقق ذلك. ويحدّد التلاميذ الإعلانات التي يحبونها شخصياً أكثر من غيرها ويحدّدون ما الذي أحبّوه فيها. ومن ثم يُطلعون جميع التلاميذ في الصف الدراسي على النتائج. وخلال هذه العملية، يدرس التلاميذ الافتراضات التي تُفترض فيهم كجمهور استهدف بإعلان، ويدرسون مدى صحة تلك الافتراضات.

٦- **منظور المعلن.** يقرأ الطلاب مجموعة من النصوص التي يكون قد أعدّها مسؤول في وكالة إعلانات عن جمهور الشبان. ويُطلب من الطلاب أن يناقشوا هذه النصوص، ومن ثم يقيّمونها مقابل استعراضهم سلسلة من الإعلانات التي تكون الوكالة قد أعدّتها. وبعد مناقشتها في مجموعات، يُطلب من الطلاب أن يُعدّوا مقالة تحلّل جملة معيّنة يختارونها هم، ويناقشوا أسلوب استهدافها للشبان ويُطلب منهم أن يدرسوا أنواع الصور والهويات التي تسعى هذه الحملات إلى تسويقها لدى فئة الجمهور العمرية التي ينتمون إليها.

٧- **إعداد الإعلانات.** النشاط الأخير في هذه الوحدة يتكوّن من عملية محاكاة يُطلب من الطلاب فيها أن يقوموا بدور وكالة إعلانات تكون مسؤولة عن تسويق مُنتج جديد من حبوب أطعمة الإفطار (بريكفاست سيريال) يستهدف الفئة العمرية التي ينتمون إليها. ويُعطى الطلاب في هذا الصدد وصفاً للمنتج، ويُطلب منهم أن يحدّدوا جاذبيّته الممكنة، لكلّ من الجمهور المقصود ولوالدي أولئك الشبان الذين سيكونون هم في الواقع من سيشتري ذلك المنتج. وعن طريق "المناقشة الجماعية" للخروج بجلّ

١- **الإنتاج:** عمليات إنتاج، عمليات بيع، توزيع عالمي.

٢- **اللغة:** الأسلوب (كوميديا المأزق)، الشكل (رسومات متحركة)، رمز واصطلاحات.

٣- **التفسير:** واقعية، وضع الناس في فئات مُعيّنة، قيم أخلاقية، صور للعائلة.

٤- **الجمهور:** استهداف الجماهير، التفسيرات، التأثيرات، المتع (كوميديا).

## المثال ٢: البيع للشبان

هذه الوحدة أعدت بطريقة أكثر تحديداً من حيث الموضوع، لأنها تركز على أسلوب (الإعلان) ومبحث (الشباب) وهو ما تشترك فيه عدّة وسائل إعلام. إنها تنصبّ على الإعلان الذي يستهدف الشبان بالتحديد، والمسائل الأوسع المتعلقة بثقافة الاستهلاك التي يثيرها الإعلان. وتتضمن هذه الوحدة الأنشطة التالية:

١- **قراءة الإعلانات.** تبدأ الوحدة بشرح أعدّته شركة تصنع مشروباً معيّناً يُطلق عليه اسم "المنتج الفلاني". يُطلب من التلاميذ أن يحدّدوا المنتج الفلاني من بين مجموعة من منتجات هذه الشركة. ويُطلب منهم، أثناء ذلك، أن يفكروا في الكيفية التي تحدّد الإعلانات بها صورة المنتجات وخصائصها وكيف يُستهدف جمهور معيّن، وكيف ينعكس ذلك في تصميم شعارات المنتجات.

٢- **ابتكار الصورة.** يتحوّل الطلبة بعد ذلك إلى مناقشة الأفكار معاً لبيع "المنتج الفلاني" (الذي يحدّد عندئذ كمشروب يسمى جوس أب)، ومن ثم يقارنون ذلك بإعلانات حقيقية عن المنتج. ثم يجرون تحليلاً مفصلاً لثلاثة إعلانات وردت ضمن حملة الدعاية للمشروب جوس أب، مع التركيز على الأساليب المرئية، والمونتاج والصوت. ويُطلب منهم أن يفكروا بشكل خاص في كيفية توجيه المشروب إلى الشبان، وكيف ينعكس ذلك في تسويقه وإعطائه علامة تجارية، وكيف يصوّر الشبان في تلك الإعلانات.

٣- **التسويق.** أخيراً، يُعطى الطلبة نصاً من جريدة إعلانات تجارية يتعلق بحملة تسويق المشروب جوس أب، ويُطلب منهم أن يدرسوا الكيفية التي فهمت وكالة وشركة



(الخ) . ويُطلب منهم أيضا مطابقة عناوين صور الفتاة مع تلك الصور.

٢- إعداد وثيقة بالصور الفوتوغرافية. في هذه المرحلة يُطلب من التلاميذ أن يسلسلوا الصور الفوتوغرافية بحيث تشكل "وثيقة مصورة" عن الفتاة، كما يُطلب منهم أن يناقشوا مختلف الطرق التي يمكن اتباعها في ذلك. ويُطلب منهم كذلك إعداد نصّ للتسجيل الصوتي الذي يرافق الصور، واقتراح موسيقى يمكن استعمالها معها. بعدئذ، يُدعَوْنَ إلى المقارنة بين منتجاتهم، ومناقشة الطريقة التي يمكن أن تكون الفتاة نفسها قد فكرت بها بحيث يتم ترتيبها لجمهور مختلف. وينطوي هذا النشاط على طرح السؤال المهم عن مدى الدقة التي يمكن أن يكون عليها التصوير الفوتوغرافي.

٣- استقراء برنامج وثائقي. في هذه المرحلة، يُطلب من التلاميذ أن يشاهدوا برنامجاً وثائقياً قصيراً عرضته البي بي سي بعنوان "صور نفسك بنفسك"، ويتعلق بأشكال التصوير الذاتي كالتي توجد عادةً في محطات القطارات أو المطارات (البرامج الوثائقية المحلية أو الوطنية الأخرى يمكن ترجمتها على الشريط بلغة المشاهدين). وقبل المشاهدة يُطلب منهم أن يفكروا في الوظائف المختلفة للبرامج الوثائقية كأسلوب فنيّ (مثل التدريس، عرض وجهة نظر شخصية، إقناع، ترفيه، الخ). ومن ثم يُطلب منهم تحديد أمثلة على كيفية تحقيق برنامج "صور نفسك بنفسك" وغيره من البرامج الوثائقية لهذه الأهداف.

٤- الاصطلاحات الوثائقية. في هذه المرحلة، يتم تعريف الطلبة على مجموعة من الأساليب المتبعة في إعداد الوثائقيات (كالمقابلات الشخصية، وتجميع المواد الأرشيفية، والتمثيل، والتعليق دون الظهور شخصياً، الخ). ويُطلب منهم أن يبيّنوا الأسلوب الذي استعمل في برنامج "صور نفسك بنفسك"، والتأثيرات التي تحدثها.

٥- التحرير. يُطلب من التلاميذ أن يجروا تحليلاً دقيقاً لبرنامج "صور نفسك بنفسك"، جزءً جزءاً. وفي كل مرحلة تُطرح أسئلة عن الاختيارات التي أجراها منتج البرنامج، والأساليب المختلفة التي استعملوها، وموضع الكاميرا، وانتقاء الصور والأصوات، وما إلى ذلك. ومن ثم يُطلب منهم أن "يعيدوا تحرير" الفيلم باستعمال

فإنهم يحدّدون صورة المنتج أو "شخصيته"، ويدرسون استراتيجيات التسويق المحتملة. بعدئذ يتحولون إلى ابتكار شعار وتصميم للعبوة، ونصّ أو سلسلة رسومات تمثل اللقطات المزمعة لعرض الإعلان في التلفزيون، ويقترحون جدولاً لمكان وزمان العرض. وفي سياق تقديمهم لآرائهم، يُطلب منهم أن يشرحوا كيف يحدّدون هدفاً لحملة، وكيف أعدّوا استراتيجيتهم التي يريدون من ورائها اجتذاب الجمهور.

وكما كان الحال في الوحدة السابقة، فإن هذه الوحدة تعالج المفاهيم الرئيسية الأربعة جميعاً عن طريق إجراء دراسة متكاملة لمبحث إعلامي واحد. وتتضمن الجوانب المشمولة بذلك ما يلي:

١- الإنتاج: عمل وكالات الإعلان، مبرمجو التلفزيون والشركات التجارية.

٢- اللغة: أسلوب الإعلانات واصطلاحاتها وابتكار "صورة منتج".

٣- التفسير: صور الشبان والقيم التي يرى أنهم يمثلونها.

٤- الجمهور: استهداف الجماهير، التأثيرات، المتع والتفصيلات.

### المثال ٣ التصوير الفوتوغرافي والهوية

هذه الوحدة تتطرق للتصوير الفوتوغرافي والفيلم الوثائقي، وتثير أسئلة عن كيفية استعمالهما في تصوير هوية الشخصيات وبناء تلك الهوية. لذا، فإننا لا نسلط الضوء هنا على وسائل الإعلام "الجماهيرية" بقدر ما سلطنا عليها في وحدتين السابقتين. وتتضمن هذه الوحدة الأنشطة التالية:

١- الصور. تُعرض على الطلبة سلسلة من الصور من الألبوم الشخصي لفتاة في الرابعة عشرة من العمر. ويُطلب منهم أن يناقشوا الفروق بين الصور، من حيث مكان التقاطها وسببه مثلاً، وكذلك اللقطات والتعبيرات المختلفة، والأنواع المختلفة من الصور (مثلاً، الصور السريعة غير الرسمية، الصور الرسمية، الصور العائلية،

٤- **الجمهور:** كيف تسعى البرامج الوثائقية إلى تعليم الجمهور وإقناعه بصدقها وما إلى ذلك.

### الفصل ٣

## بعض المبادئ العامة

يشير هذا التوصيف إلى عدة مبادئ عامة تُميّز الأساليب العلمية السليمة في التربية الإعلامية . ويمكن تصنيف هذه المبادئ في ثلاث فئات هي: الأهداف العامة، وتخطيط المنهاج، ونظرية التعليم.

### الأهداف.

من الواضح أن الأسلوب العام المتبع في هذه الوحدات موجّه نحو ”الإعداد“ وليس ”الوصايا“. لا يبدأ العمل من الافتراض بأن الطلبة هم ضحايا سلبيون لتلاعب وسائل الإعلام، وأنهم بحاجة إلى تحصين من تأثير وسائل الإعلام، فالوحدة الثانية المتعلقة بالاعلانات، مثلاً، تقترض أن الطلبة قادرون على فهم الطرق التي يستهدفهم بها المعلنون، وعلى التفكير في الكيفية التي يمكن لوسائل الإعلام بها أن تساعدكم على الاختيار وتعزيز قيمهم كمتلقين لها. صحيح أن ثمة إقرار بالمتع التي يشعر بها الطلبة من الإعلانات وأنه يجري استقراؤها، إلا أنه يُفترض أيضاً أن الطلبة قادرون على اتخاذ قرارات واعية وعقلانية دون تدخل من أحد.

ولا تسعى أي من الوحدات فعلاً إلى ”إنقاذ“ الطلبة مما يُظن أنها تأثيرات سلبية من وسائل الإعلام.

وبالتالي، فإن قسطاً كبيراً من العمل يُعدُّ ”استباطياً“ وليس ”تلقينياً“. إنه يعني توصل الطلبة بأنفسهم إلى استنتاجات من الأدلة المتاحة، وليس السعي إلى انتزاع موافقة منهم على اتخاذ موقف محدد سلفاً. ففي وحدة ”عائلة سمسون“ مثلاً، تقدّم إلى الطلبة مجموعة من الحجج عن المسائل الأخلاقية والسياسية التي يثيرها البرنامج، ويشجّعون على التفكير فيها بطريقة منسّقة. ومن الواضح أن هذا الأسلوب ليس أسلوباً يسعى إلى تجنّب المسائل الشائكة أو تجاهلها، ألا أن هدفه ليس تقديم نوع من ”الدعاية المضادة“.

سلسلة من الصور الثابتة الموجودة على اسطوانة ليزر سي دي روم. ويُطلب منهم أن يتوزعوا في مجموعات تنتج كل منها نسخة من الفيلم تعلم أفراد الجمهور كيف يلتقطون لأنفسهم صوراً واضحة في كشك للتصوير الذاتي، وتقتنعهم بمزايا وجود تلك الأكشاك، أو تدريب الناس على الاعتناء بالأكشاك وتظيفها. وبعد دراسة هذه البدائل، يُطلب منهم أن يكتبوا إلى مُخرج الفيلم عن ردّ فعلهم على الفيلم.

٦- **التعليقات.** يُطلب من التلاميذ، في هذه المرحلة، أن يكتبوا تعليقاُ لفيلم قصير آخر، عن حفل تخرُّج في جامعة أكسفورد. مرة أخرى، يُطلب من المجموعات أن تكتب تعليقات تتضمن وجهات نظر مختلفة. ومن ثم تقارنها ببعضها البعض، وتُفكر في الكيفية التي يمكن بها للتعليق أن يغيّر من مدلول الصور.

٧- **كتابة مقترح.** هنا يُعدُّ الطلبة مقترحاً لفيلم وثائقي قصير، يُكتب لحساب محرّر في محطة تلفزيون. ويُدعى الطلبة إلى تقييم اقتراح المحرّر الخاص ببرنامج ”صور نفسك بنفسك“، ودراسة الجوانب التي حُذفت من النسخة النهائية للفيلم.

٨- **محاكاة برنامج وثائقي.** أخيراً، يُطلب من التلاميذ أن يكتبوا مقترحاً متكاملًا لفيلم مدّته خمس دقائق عن ”يوم في حياة مدرستنا“ ويُعطى الطلبة مذكرة وهمية من المحرّر الذي استكتبهم وكلفهم بهذه المهمة، ويُطلب منهم أن يفكروا في المعايير التي سيراعونها في انتقاء الفيلم الذي سينتجونه. وأخيراً، يُعدّون خطة وينفّذون الفيلم ذاته.

مرة أخرى، تتطرق هذه الوحدة للمفاهيم الرئيسية الأربعة جميعاً من خلال دراسة متكاملة لمسألة إعلامية واحدة. وتشتمل الجوانب التي تتناولها هذه الوحدة على ما يلي:

١- **الإنتاج:** عمل منتجي الأفلام الوثائقية والمحررين الذين يكفونهم بذلك.

٢- **اللغة:** رموز واصطلاحات التصوير الفوتوغرافي والبرامج الوثائقية، واستعمال التعليق والصوت والصور.

٣- **التفسير:** صور الهويّات الفرديّة والمؤسسات الاجتماعية (المدرسة).

## تخطيط المنهاج

النصوص والبحث الطلابي. ويمكن وصف هذا الأسلوب، من بعض النواحي، بأنه ” يتركز على الطلبة“ من حيث أن ثمة تركيزاً شديداً على تبادل الطلبة للمعلومات والآراء واستخلاص النتائج بأنفسهم عن المسائل ذات العلاقة. ويبدأ جميع هذه الوحدات بالافتراض بأن الطلبة يعرفون في الأصل شيئاً عن مواضيع البحث، وأن معلوماتهم سليمة في حدّ ذاتها ومفيدة كمصدر لمزيد من التفكير.

ومهما يكن من أمر، فثمة إدراك أيضاً بوجود أشياء لا يعرفها الطلاب، ويحتاجون إلى تعلمها. فمثلاً، ترمي الوحدة الثالثة الخاصة بالبرامج الوثائقية بوضوح إلى تعليمهم أساليب إنتاج فيلم وثائقي، أو الطرق التي ” يطرح“ المنتجون بها أفكارهم على شركات التلفزيون. وفي بعض الحالات (بالنسبة للغة الإعلام، مثلاً)، تتعلق المسألة بتوضيح ما يعرفه الطلبة ضمناً – وتحويل معلومات ” سلبية“ إلى معلومات ” فعّالة“. وهذا يحدث من خلال التحليل المنهجي، ومن خلال التبادل مع الأقران والمقارنة بين الأشياء. أمّا في حالات أخرى (بالنسبة للإنتاج، مثلاً) فالمسألة تشتمل على إطلاع الطلبة على معلومات لا يعرفها أصلاً. وهذا يتم عن طريق تقديم المدرّس معلومات بصورة مباشرة، وعن طريق أبحاث يجريها الطلبة. وبهذا المعنى، فإن التربية الإعلامية تتضمن التوفيق المستمر بين المعلومات الحالية والمعلومات الجديدة. وسنتناول هذه المسائل المتعلقة بنظرية التعليم بالتفصيل في الوحدة التالية.

### الوحدة ٦

## التربية الإعلامية في الواقع

تتبع وحدات الدورة مجموعة من أساليب نظرية التعليم. ولا يتعلق كثير من هذه الأساليب بالتربية الإعلامية تحديداً. ويمكن أن يوجد بعضها بسهولة في التربية الإعلامية أو تدريس التاريخ، على سبيل المثال. ومع ذلك فقد بلورت التربية الإعلامية بأطر مجموعة من القدرات المتعلقة بأساليب نظرية التعليم التي تلائم جوانب معيّنة في المنهاج. وسنستعرض في هذه الوحدة ستة من هذه

تسعى كل وحدة من هذه الوحدات إلى معالجة جميع المفاهيم الأساسية الأربعة على نحو متكامل وكلي. ومع أن بعض الجوانب يبرز أكثر من غيره أحياناً، فمن المفترض ضمناً أن الطلبة بحاجة إلى استيعاب الكيفية التي تترابط بها هذه العناصر المختلفة للإعلام. وهكذا فمن الواضح أن الوحدة الأولى في ”عائلة سمسون“ تتناول المفاهيم الأساسية كلاً على حدة، وتركز في كلّ مرة على التفسير واللغة والانتاج والجمهور. وكما هو الحال في الوحدات الأخرى، فإن النشاط الأخير يضم هذه العناصر في عملية استقراء عملي للكيفية التي تترابط بها.

والاختلافات في التركيز أمر حتمي طبعاً. فلا يمكن أن يتساوى جميع الجوانب الرئيسية في التناول في كل وحدة من وحدات العمل. فالوحدة الثالثة المتعلقة بالتصوير الفوتوغرافي والبرامج الوثائقية، على سبيل المثال، قد تتميز على الوحدات الأخرى في اللغة الإعلامية أكثر من الإنتاج. ومع ذلك، يتضح من هذه التوصيفات أنه يمكن لأي من الجوانب الأساسية أن يكون بمثابة ”مدخل“ إلى أحد الجوانب الأخرى. وبالتالي، فإنه يُفهم ضمناً أن المعنى يظهر من بين ”العلاقات“ بين مختلف الجوانب الأساسية. وهكذا، فإن الوحدة المتعلقة بالإعلانات تعتبر ضمناً أن إنتاج ”ثقافة شبابية“ شيء يظهر من خلال التوفيق بين الصناعات الإعلامية واحتياجات الجمهور وتوقعاته. وبالمثل، فإن الأسئلة التي تتعلق بالواقعية والتي أثّرت في الوحدة الخاصة ”بعائلة سمسون“ تعني أن المشاهدين أيضاً يصدرن أحكاماً ممحصة عن كيفية تفسير وسائل الإعلام لما يجري في العالم. فالواقعية لا تقتصر على النصوص، لكنها أيضاً مفهوم يراه المشاهدون والقراء.

## نظرية التعليم

ضمن الوحدات الآتية الذكر توجد مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التعليمية، وهذه تشتمل على: عمل الفرد والمجموعة والصفّ الدراسي، تقديم المعلومات من جانب المدرسين والدارسين، تحليل نقدي وإنتاج إعلامي عملي، بالإضافة إلى استراتيجيات من قبيل المحاكاة وتحليل

إنه يميل إلى التركيز بتفصيل مستفيض على النصوص المنفردة. وتكون النصوص

المنتقاه عادةً قصيرةً أو محدودة النطاق، كأن تكون فقرات منفردة أو إعلانات أو مقدمات أو خواتيم أو فيديوهات موسيقى. ويستدعي تحليل النصّ الاهتمام بالتفاصيل والأسئلة الدقيقة. وتستدعي الضرورة نصح الطلبة بالابتعاد عن إصدار الأحكام الفورية، وتشجيعهم على تقديم الأدلة التي تدعم وجهات نظرهم. ويعني إجراءً تحليل من هذا القبيل ”جعل المؤلف غريباً“ – أي تناول شئ قد يعرفه الطلبة حقّ العلم والطلب إليهم أن ينظروا بإمعانٍ إلى الطريقة التي يتمّ تجميعه بها، والتفكير في سبب وضعه بتلك الطريقة. وفي هذا السياق، سيدرك الطلبة أن النصوص المرئية والنصوص المسموعة – المرئية- يجب ”قراءتها“ كما تقرأ النصوص الأخرى.

ولنفكر كيف يمكن للطلبة أن يجروا تحليلاً لنصّ إعلان تلفزيوني، على سبيل المثال. يبدأ تحليل النصّ عامةً ”بالتوصيف“، حيث يُطلب من الطلبة أن يحدّدوا قائمة بكل ما يمكن أن يروه ويسمعه في النصّ. وفي هذه المرحلة، يُقترح أن يغطي المدرّس شاشة الفيديو ويطلب من الطلبة أن يستمعوا بعناية إلى التسجيل الصوتي المرافق له. بعدئذٍ يُطلب من الطلبة أن يبيّنوا نوع الموسيقى والمؤثرات الصوتية واللغة ونبرة المتحدث واستعمال الصمت، وما إلى ذلك. ويمكن للمدرّس عندئذٍ أن يوقف التسجيل الصوتي ويطلب من الطلبة أن يركزوا اهتمامهم على الصور دون غيرها، وذلك ”بتثبيت صورة“ على الفيديو، مثلاً. وهنا، يجب أن ينصبّ جزء من التركيز على تحديد ما يجري عرضه – استعمال المكان والظروف والمشهد، ”لغة الإيماءات“، واللون وما إلى ذلك- ويكون جانب آخر من التركيز منصباً على الكيفية التي يجري بها العرض – كاستعمال زوايا الكاميرا وأسلوب التركيب والإضاءة، مثلاً. ويمكن للمدرسين أن يطلبوا من تلاميذهم أن ”يلاحظوا اللقطات“ ويُدوّنوا كلّ تغيير في التقاط الصور ويلاحظوا بعناية كيف تتم عملية انتقال اللقطات، ويلاحظوا سرعة المونتاج ونبرته. وأخيراً يُطلب من الطلاب أن يدرسوا الكيفية التي يتم بها تجميع مختلف العناصر معاً في النصّ ككل.

ولا ينبغي للطلبة أن ينتقلوا إلى المرحلة الثانية من تحليل

الأساليب وهي، تحليل النصّ وتحليل السياق ودراسة الحالات والترجمة والمحاكاة والإنتاج. وتعدّ الأساليب الثلاثة الأولى من هذه الأساليب عمليات تحليل بينما تمثل الأساليب الثلاثة الأخرى جانباً عملياً. ولا يعني هذا على الإطلاق انتقاء أساليب تربوية، لكنه يقدّم فكرة لا بأس بها عن مجموعة الطرق التي يمكن أن تتّبع في دورة تربية إعلامية.

وتتطوي هذه الطرق ضمناً على أسئلة وافتراضات عن طبيعة ”التعلّم“. وكما ألعنا، فإن لدى الطلبة أصلاً قدر كبير من المعلومات عن وسائل الإعلام – وعلى الأرجح أكثر مما يعرفونه عن جوانب المنهاج الأخرى. وثمة قدر من الصحة في الحجة القائلة إنه عندما يتعلق الأمر بالتربية الإعلامية، فلا يعود المدرّسون بعدئذٍ هم الخبراء. ومع ذلك، فمن المحتمل أن يكون ثمة قدر كبير من المعلومات لا يعرفه الطلبة أصلاً ويكون من المهم أن يقوم المدرّسون بتدريس تلك الجوانب المعرفية. وسندرس هذه العلاقة بين المعرفة الحالية والمعرفة الجديدة ومدلولاتها بالنسبة للتعلّم، سندرسها بطريقة أكثر عمومية في الشطر الأخير من هذه الوحدة.

### تحليل النصّ

لعلّ تحليل النصّ أكثر الجوانب شيوعاً في التربية الإعلامية بالنسبة للمدرّسين الذين تكون خبرتهم السابقة متعلقة بتدريس الأدب أو الفن. ومن المهم البدء بالتمييز بين ”تحليل النصّ“ و”تحليل المضمون“، وإن كان الاثنان يمثلان استراتيجيتين مفيدتين لمدرّسي الإعلام. وتحليل المضمون عنصر راسخ كطريقة للدراسة الأكاديمية للتواصل. فهو يتضمن التحليل الكميّ لعدد كبير نسبياً من المواد باستعمال رموز وفئات محدّدة مسبقاً. فمثلاً، يمكن للطلاب أن يعدّدوا نسب الصور والكلمات، أو حجم الحيز المخصص للإعلانات في مجموعة من الصحف، أو يمكنهم أن يحصّوا عدد الذكور والإناث في الإعلانات، أو أنواع الأدوار التي يقومون بها. وقد يتبيّن أن هذا يستغرق زمناً طويلاً في قاعة الدّرس، إلا أنه يوفّر طريقة دقيقة لاختبار الافتراضات وتحديد الاتجاهات في عيّنة ضخمة. في المقابل، فإن تحليل النصّ يوفّر عمقاً وليس اتساعاً. إذ

النص إلا بعد استكمال هذه العملية التوضيحية المفصلة.

وفي المرحلة الثانية يُدعى الطلبة إلى دراسة معنى النص مرة أخرى. يجب أن يبدأ هذا بطريقة مُنسقة، باستعراض المدلولات والمفاهيم التي يستحضرها مختلف عناصر النص. فمثلاً، يمكن للطلبة أن يستعرضوا صوراً معيّنة أو عناصر من المكان والظروف والمشاهد، أو تسلسلٍ موسيقيٍّ خاص، ويبيّنوا بماذا تذكّرهم تلك الأشياء. ويمكنهم أن يستعرضوا طريقة الإضاءة أو استعمال الصوت أو الألوان في تهيئة جوٍّ معيّن، أو الموضوع الذي نوضع فيه كمشاهدين بالنسبة للمشاهد. وذلك بفعل الكيفية التي يمكن بها استعمال زوايا أو حركات معيّنة في الكاميرا. وثمة أسلوب مفيد في هذا الصدد يُدعى "اختيار الاختزال"

حيث يُطلب من الطلاب أن يتخيّلوا كيف يمكن أن يتغير المعنى إذا تغيّر عنصر معيّن في النص، كأنّ يستعمل المنتجون شخصية أو قطعة موسيقية مختلفة، أو أسلوباً مختلفاً في التصميم. ويُعدّ "ترابط النصوص ببعضها بعضاً" كذلك مهماً في هذا الصدد، حيث يُطلب من الطلاب أن يُفكّروا في نصوص (أو أساليب) يبدو أن ثمة علاقة بينها وبين هذا النص أو أن هذا النص يشير إليها.

أخيراً، يمكن للطلبة أن يتحولوا إلى مرحلة ثالثة، حيث يشجّعون على "إصدار أحكام" على النص ككلّ. قد تتعلق هذه الأحكام بالقيم أو الأيديولوجيات التي يحدونها في النص. وفي حالة إعلاننا التلفزيوني، مثلاً، يرجّح أن نكتشف أن المنتج يقترن بمزايا تعتبر إيجابية من ناحية. فقد يدعى الإعلان أن منتجاً ما هو "طبيعي" أو "بسيط" أو "مريح" أو "جذاب" أو "علمي" أو أنه يجعل من يستعمله على سبيل المثال شخصاً أفضل أو أقوى أو أرقى أو أكثر جاذبية مما هو عليه. ومن شأن هذا التحليل أن يمكّن الطلبة من فهم الطريقة التي يقدم بها هذا الإدعاء، وإصدار حكم مدروس عن القيم التي يستحضرها. وقد تتعلق هذه الأحكام أيضاً "بمزية" النص - بعبارة أخرى، مدى فعاليته في محاولة إقناعنا بادّعاءته، أو في نقل معناه. وتشير كلمة "مزية" بهذا المعنى أيضاً إلى متعة جماليّة . ومن نتائج هذا التحليل أن الطلبة يستطيعون فهم الكيفية التي تمّت بها (أو لم تتم) إدارة النص بحيث يثير شعوراً

بالتشوق أو الابتهاج أو القوة، على سبيل المثال. ولا يعني هذا، بطبيعة الحال، القول إن تحليل النص يتم دائماً بهذه الطريقة المنظمة جداً، فقد يكون ثمة قدرٌ كبير من التفاوض والمناظرة بين الطلاب حول معنى نص معيّن، وحول آرائهم فيه. وليس الهدف هو أن يتفق الطلاب على الخلاصات التي يتوصلون إليها، لكن الهدف هو أن يكونوا منهجيّين ومدققين في تحليلاتهم.

ومن الواضح أن تحليل النص يؤدي بالطلبة إلى اكتساب مفردات متخصصة دقيقة تصف، مثلاً، الأنواع المختلفة لزوايا الكاميرا أو انتقال اللقطات. ومع ذلك، فإنّ من الأهمية بمكان ألا يتحوّل هذا التحليل إلى عملية آلية رتيبة، بل يجب استعماله دون إفراط . وبما يتواءم مع العمليات الأخرى. ويجب أن يكون لتحليل النص أيضاً بُعدٌ عملي. إذ يمكن أن يُطلب من الطلاب أن "يفكّكوا" صوراً ما إلى أجزاء ويعلموا كلّ جزء بتعليق تحليليٍّ، أو أن يركّبوا سلسلة من اللقطات باستعمال نصوص صوريّة متحركة تحكي موضوع برنامج. ويمكن أن يؤدي ذلك إلى تركيبات تتألف من صور "مجهزة"، أو شرائط مصوّرة تحكي البرنامج أو سلسلة صور فيديو قصيرة. وإذا نظرنا إلى تحليل النص بمعزل عن غيره من العمليات، فقد يبدو أشبه بتعليم قواعد النحو والصرف، لكنه إذا أُريد له أن يكون ذا جدوى بالنسبة للطلبة، فلا بدّ من تطبيقه على نصوص حقيقية في سياقات حقيقية، ولا بدّ من استقرائه بطرق عمليّة.

### تحليل السياق

يحلّل السياق عن طريق إخراج النصوص من السياقات التي تكون فيها عادةً. وبينما يمكن أن تكون هذه الطريقة فعّالة في "جعل المؤلف غريباً"، فإنها تتطوي أيضاً على مخاطر. فمن شأن إمعان النظر في "السياق" أن يمكّننا من فهم الارتباط بين أنواع معيّنة من لغة الإعلام ومفهومين أساسيين آخرين للتربية الإعلامية هما الإنتاج والجمهور.

وثمة أسلوب مفيد في هذا المجال وهو تشجيع الطلبة على التركيز على عناصر النص التي قد يتجاهلونها عادةً. فمثلاً، يمكن لافتتاحيات الأفلام أو خواتيمها أن



بالإضافة لذلك، يجب على الطلاب أن يبحثوا عن معلومات تتعلق بالكيفية التي تم بها تلقي النص، وذلك بالرجوع إلى المنشورات ذات العلاقة أو الصفحات المخصصة للإعلام في الصحف الوطنية، مثل المعلومات المتعلقة بعدد مشاهدي التلفزيون، وعدد مشاهدي الأفلام والمسرحيات وكذلك المراجعات التي تجرى لإنتاج وسائل الإعلام. ومن شأن هذا أن يشجع الطلبة على دراسة فعالية النص في الوصول إلى الجمهور المقصود. ومع ذلك، يجب تشجيع الطلبة أيضاً على التفكير في الكيفية التي تُجمع بها هذه المعلومات، ومدى الثقة فيها. ويجب تشجيعهم أيضاً على التفكير في السبل التي تتم بها الاستفادة من ذلك في عملية التخطيط للمستقبل. وينبّه الطلبة، في بعض الحالات، إلى الطرق التي تعتمد الشركات بها إثارة ضجة وجدلًا كي تباع منتجاتها، ولا بدّ لهذه الأنشطة جميعاً، إذا ما تمت معاً، أن تُمكن الطلبة من تنمية إدراكهم للدوافع الاقتصادية التي تقف وراء الصناعات الإعلامية وإدراكهم للطبيعة التنافسية والخطرة عادةً للأعمال التجارية.

وأسهل ما تكون هذه الأنشطة استيعاباً عندما يتعلق الأمر بوسائل الإعلام المرئية، وإن كانت هذه المعلومات المتعلقة بالسياق متاحة لدى عدد من وسائل الإعلام الأخرى. وتعدُّ صناعة الموسيقى الشعبية في هذا الصدد مثمرة، إذ يمكن للطلبة أن يدرسوا أغلفة السي دي، والملصقات، والإعلانات. ومن ثمّ ينتقلون إلى استعراض مجموعة من الإعلانات ("الرسمية" و "غير الرسمية") المتعلقة بأعمال ناجحة. وتقدّم هذه المادة عادةً دليلاً واضحاً جداً على الكيفية التي تُستهدف بها جماهير معيّنة، والكيفية التي يتم بها التفريق بين المنتجات والسوق. ويمكن أيضاً استعمال نشرات شركات الإنتاج والموسيقى، ونشرات شركات التسجيلات، ومواقع المعجبين في الإنترنت، ومجالات المعجبين، بُغية استقراء الارتباطات بين مختلف الشركات ذات العلاقة، والصراعات التي تحدث أحياناً بين عُشاق الموسيقى وبين شركات الإنتاج والموسيقى. ولعلّ من المفيد للطلبة أيضاً أن يدرسوا الكيفية التي يحتمل أن تكون أعمال معيّنة قد حاولت بها تغيير (أو زيادة) جمهورها بمرور الزمن، وكيف ينعكس ذلك في الطرق التي يتم بها تحضيرها وتسويقها.

تقدّم معلومات مهمة عن الكيفية التي يُستهدف النصُّ بها جمهوراً معيّناً. والأدوار المختلفة في عملية الإنتاج. أما العناوين في التلفزيون، مثلاً، فتُستعمل في التعريف بالبرنامج و "بيعه" لدى الجمهور المقصود. وقد تقدّم مُلخصاً دقيقاً لأهم "الجوانب الجذابة" في البرنامج لدى الجمهور، وهو ما قد يشمل الشخصيات والظروف والمشاهد والأماكن أو المواضيع المعهودة التي يدور البرنامج حولها. ويمكن للتحليل النصّي المفصّل للموسيقى أو للتحريير، مثلاً، أن يكشف الكثير عن افتراضات المنتجين عن جمهورهم. ويتضمن العنوان كما تتضمن التوضيحات النهائية عن المشاركين أيضاً معلومات عمّن أعدّ النصّ، والشركات التي تملك البرنامج وتوزّعه، والأدوار المختلفة في عملية الإنتاج، وما إلى ذلك. ويمكن بفعل تحديد هذه الاعتبارات تنبيه الطلبة إلى المصالح المالية (وربما الأيديولوجية) التي قد تمثّلها. وأكثر ما يكون هذا الأسلوب فعالاً عندما يوجد بُعدٌ تنافسيّ، كأن يقارن بين عنوانين نموذجيين لأسلوب تلفزيوني معيّن يستهدف كلٌّ منهما جمهوراً مختلفاً عن الآخر، أو عندما نستعرض الشركات التي تنتج وتوزّع تفسيرين متعارضين لمسألة اجتماعية معيّنة.

وثمة أسلوب آخر يتمثل في جمع معلومات عن الكيفية التي تمّ بها تسويق نصّ معيّن وتوزيعه على الجماهير. وقد يتضمن ذلك استعراض مجلات جداول التلفزيون وكاتالوجات الفيديو، ومعرضات المتاجر، وملصقات الأفلام والإعلانات، ومواقع الإنترنت، ومقتطفات الإعلان عن البرامج، والنشرات الصحفية. وتوزّع شركات الإعلام عادةً "دليلاً صحفياً" يمكن الرجوع إليه للحصول على تلك المعلومات. ويجب على الطلاب أن يُقيّموا هذه المادة، ويولوا اهتماماً بالادّعاءات التي تُساق عن النصّ وعن الأساليب المتبعة في الترويج له. وسيدركون، في عدة حالات، مدى تقاطع عمليات التسويق عبر مختلف وسائل الإعلام، والارتباطات بين مختلف الشركات ذات العلاقة التي قد تعمل على نطاق عالمي. ومن المفيد، إن أمكن، المقارنة بين مواد من ذلك القبيل تنتمي إلى ثقافات مختلفة. وذلك مثلاً عن طريق دراسة الكيفية التي تمّ بها تسويق فيلم معيّن في بلدين مختلفين.

معيّنة عبر مختلف وسائل الإعلام. فمثلاً، قد يختار الطلبة دراسة استخدام الحيوانات في الإعلانات، فينتقون نماذج معيّنة لدراساتها بإمعان، باستعمال النشرات الإعلامية، واستعراض ردود فعل الجمهور، والتشاور مع جماعات الضغط ذات العلاقة والهيئات التي تراقب ذلك. أما البديل فهو أن يختار الطلبة التركيز على طريقة نقل وسائل الإعلام لآباء حدث معيّن، مثل الانتخابات أو حدث رياضي كبير، أو موضوع إخباري محلي. ويمكنهم، في هذا الصدد، دراسة كيفية توزيع الأخبار، حيث تزوّد كل وسيلة إعلام ووسائل الإعلام الأخرى بالأخبار.

ويشتمل أسلوب ثالث على استقصاء الجمهور. فمثلاً، يمكن للطلاب أن يُعدّوا أسئلة أو "يوميات إعلامية" محدودة النطاق ويوزّعوها، على أن تتطرق هذه الأسئلة أو اليوميات إلى أنماط استخدام وسائل الإعلام، أو إجراء دراسات أو مقابلات بالرّصد والمعاينة مع فئات معيّنة من الجمهور - مع احتمال التركيز على نصّ أو أسلوب معيّن. ويمكن تشجيع الطلبة على مقارنة ما يتوصلون إليه من نتائج مع ما توصلت إليه الأبحاث المنشورة عن الجمهور (مثل عدد مشاهدي برامج التلفزيون)، وتقديمها في عدد من الأشكال المرئية والمكتوبة أيضاً.

أخيراً، قد يختار الطلاب التحقيق في عمل وسيلة إعلام أو مؤسسة إعلامية منفردة. وليس من الضروري أن تكون تلك شركة عالمية كبرى. وبالمثل، يمكن أن تكون أيضاً مؤسسة صغيرة تديرها فئة تمثّل أقلية أو صحيفة محلية، أو هيئة رقابة، ربّما تكون أكثر استعداداً من غيرها لتقديم معلومات. وإذا كان الطلاب يقومون "بتدرب على العمل"، فيمكن إجراء هذه الدراسة عن طريق المعاينة والملاحظة. مرة أخرى، سيحتاج الطلبة إلى استخدام مصادر "داخلية"، مثل المراجع والنشرات الخاصة بالمجال ذي العلاقة، إضافة إلى النشرات التي تصدرها الشركات للتعريف بنفسها.

وبينما يختلف التركيز في كل واحدة من دراسات الحالات هذه، فإنها توفر فرصاً مهمة للتطرق "للعلاقات" التي تربط بين عدد من المفاهيم الأساسية. ويمكن لدراسة حالة عن برنامج "الأخ الأكبر"، مثلاً، أن تكون مُفيدة

تربوياً، يعمل هذه النوع من تحليل السياق على إبعاد الطلبة عن التركيز الضيق على تحليل النص. إنه يشجعهم على إدراك أن النصوص الإعلامية لا تظهر ببساطة من مكان مجهول، لكن الترويج والتسويق جانبان لهما أهمية حاسمة في الوسائل التي تجد النصوص بها الجماهير المطلوبة. في الوقت ذاته، من المهم ألا يقع الطلبة في وجهة النظر القائلة إن هذه الأنشطة هي مجرد نوع من المؤامرة الرامية إلى التلاعب بالجمهور. وفي هذا الصدد، من المهم دراسة نماذج من المنتجات الإعلامية التي يتعذر عليها الوصول إلى الجماهير، أو جني أرباح (وهي التي تشكّل السواد الأعظم). ومن المهم دراسة السبل التي تمكن الجماهير من تفسير المعاني وتغييرها على نحو قد لا تحبّذه الصناعات الإعلامية أحياناً.

### دراسة حالة.

تبرز هذه الطريق السياقية بشكل عام في الأسلوب الثالث، وهو دراسة الحالة. وهنا، يشجّع الطلبة عن إجراء بحث معمّق في مبحث إعلامي من اختيارهم. ومن المهم، بطبيعة الحال، أن يستجيب التربويون الإعلاميون لحماس تلاميذهم، وللمجادلات المعاصرة. إلا أنّ هذا يمكن أن يتطلّب الكثير ويستغرق زمناً طويلاً. وقد يتمكن المدرسون في بعض الحالات من جمع المعلومات اللازمة ولكن التلاميذ يحتاجون في كثير من الحالات إلى أن يفعلوا ذلك بأنفسهم. وبالتالي، فلا بد لهذا النوع من البحث والتحقيق المستقلّين أن يقوم بدور مهم في التربية الإعلامية.

يتركز أبسط نوع من دراسة الحالات على إنتاج نصّ معيّن وتسويقه واستعماله. ويُعدّ هذا، إلى حد ما، امتداداً لتحليل السياق الذي ناقشناه آنفاً. ويهيئ تدشين منتجات إعلامية جديدة فرصة مفيدة بشكل خاص لهذا النوع من دراسة الحالة، حيث يمكن للطلاب أن يركزوا، مثلاً، على إطلاق برنامج ترفيهي تلفزيوني جديد أو مجلة شبابية، أو على إطلاق فيلم خاص جديد، أو حملة إعلانات حالية. ويمكن للطلاب أن يجمعوا معلومات من النوع الذي حددناه آنفاً، (إنّ أمكن) للترتيب للتحدّث إلى المنتجين.

يتضمن نوع ثانٍ من دراسة الحالة التحقيق في مسألة



التفكير في أوجه القصور والتحيزات المتأصلة في الطرق التي يختارونها ومدى تمثيل عيناتهم للواقع.

أخيراً، من المهم أن يدرك الطلاب أن دراسة الحالة إنما هي "مثال" - وهي بالتحديد دراسة حالة لمسائل أو اتجاهات أوسع نطاقاً. ولا تُعطي التربية الإعلامية للطلاب رخصة لتجميع كميات هائلة من المعلومات عن اهتماماتهم الإعلامية. ولا بد من تشجيعهم على إدراك المسائل التي تنطوي عليها تلك الاهتمامات. وفي هذا الصدد، من المهم أن يشجّع الطلاب على تقديم أبحاثهم إلى المدرّس وإلى أقرانهم باستمرار وتقديم ملخص عن الاستنتاجات الرئيسية التي يتوصلون إليها. ويجب أن تشجعهم المناظرة والمساءلة على اتباع أسلوب مدرّس ومتجرّد.

#### التحويل.

ينصب هذا الأسلوب في المقام الأول على المسائل المتعلقة باللغة والتفسير الإعلاميين، لكنه يشمل أيضاً المسائل الأنفة الذكر المتعلقة بالسياق. ويتعلق "التحويل" أساساً بالفروق والاختلافات التي تظهر عندما يُستعمل نصّ معين في وسائل إعلام مختلفة أو بأساليب مختلفة. ويمكن أن يكون هذا الأسلوب تحليلياً وعملياً في آن واحد معاً.

يقتضي الأسلوب التحليلي من الطلبة أن يدقّقوا في طريقة معالجة مسألة معيّنة في وسيلتين مختلفتين من وسائل الإعلام أو لدى جمهورين مختلفين. وقد يقتضي هذا دراسة الكيفية التي عولجت بها لحظة مهمة في نصّ خيالي مكتوب لفيلمين مختلفين، أو مقارنة الكيفية التي عولج بها موضوع معيّن في شكلين أحدهما خيالي والآخر واقعي. ويمكن للطلبة أن ينظروا بطريقة منسّقة في العناصر التي لا تتغيّر في الحالتين، والعناصر التي تتغير. والأهم من ذلك بيان سبب حدوث ذلك. وفي هذا السياق، سينظر الطلبة في الكيفية التي تم بها تفسير الأفكار والمسائل بطرق مختلفة في أساليب أو أشكال إعلامية مختلفة.

وهكذا، ففي حالة الخيال، عليهم أن يفهموا بوضوح كيف تعالج وسائل إعلام مختلفة مسائل من قبيل بناء الشخصيات، والزمان والمكان والمشهد والظروف والإطار والقصة. وقد يدركون أن ما يمكن نقله في وسيلة إعلامية

في تناول ما يلي:

- ١- الإنتاج. عملية الإنتاج، والإذاعيون والجهات الراعية، والتسويق عبر وسائل الإعلام، والمبيعات العالمية.
- ٢- اللغة. التحرير، والأسلوب المرئي وخلطة متجانسة من البرامج الوثائقية، والمسلسلات، وبرامج المسابقات.
- ٣- التفسير. "الواقعية" والزيّف، والأداء، وتركيب الشخصيات، والقيم الأخلاقية.
- ٤- الجمهور. عدد المشاهدين والمستمعين والقراء، عرض أقوال الصحف و"التلفزيون التفاعلي"، وردّ فعل الجمهور.

وبالتالي، فإن العمل في دراسة حالة من هذا القبيل يتضمن سلسلة من مصادر البيانات. فبالإضافة إلى مشاهدة مقتطفات من البرنامج الترفيهي وتحليلها، يمكن للطلاب أن يستعرضوا ما تفعله وسائل الإعلام الأخرى، وقراءة المواد الصادرة عن شركة الإنتاج للتعريف بالمنتج، والاطلاع على مواقع الإنترنت، وقراءة النشرات الخاصة التي تصدرها الجهات ذات العلاقة واستطلاع ردود فعل الناس الآخرين على البرنامج.

ومن الواضح أن أسلوب دراسة الحالة يستدعي من الطلبة اكتساب مهارات "الباحثين"، وهي المهارات التي لا تُدرّس عادة في المنهج المدرسي. ويتمثل جانب من هذه المهارات في جمع المعلومات، وذلك مثلاً عن طريق استعمال المكتبات أو الإنترنت أو الاستفسار من شركات الإعلام. أو عن طريق إجراء عمليات مسح أو دراسات معاينة. ومع ذلك، تشمل هذه المهارات أيضاً "تقييم" تلك المعلومات. وقد يجد الطلبة أن من اليسير عليهم نسبياً أن يعثروا على تلك المادة في الإنترنت، على سبيل المثال. إلا أنهم بحاجة إلى اتخاذ بعض القرارات المدروسة بعناية بشأن تحديد مدى الوثوق في تلك المادة. وكما هو الحال بالنسبة لأي نصّ إعلامي آخر، يحتاج الطلبة هنا إلى أن يدركوا أن المادة التي يكونون قد جمعوها إنما هي "تفسير" من صنع أشخاص من الواضح أن لهم مصالح معيّنة؛ وبالتالي فعلى الطلبة أن يقيّموا هذه المادة بتمعّين. وبالمثل، فعندما يجري الطلبة أبحاثاً عن الجمهور، فإنهم يحتاجون إلى



المقصود. ومن المشاكل التي ينطوي عليها استعمال "فيلم الكتاب" في تدريس الأدب هي أن هذه المشاكل كثيرا ما يتم تجاهلها. فعند مقارنة نص أدبي "كلاسيكي" مع نص لفيلم جماهيري يلاحظ على الأغلب أن نص الفيلم غير مكتمل. ومع ذلك، فإن عدد مشاهدي فيلم "روميو وجولييت" الذي أخرجه باز لورمان يزيد بملايين على عدد منّ شاهدها المسرحية التي ألفها شكسبير وهي تقدم على خشبة المسرح. وتدعو الضرورة إلى تقييم خصائص وانجازات كلٍّ منها من حيث اختلاف الجمهور الذي تسعى إليه كلٌّ منها، والأهداف العامة لها. وبالتالي، يجب أن يكون التحليل الإعلامي نصياً وسياقياً معا.

### المحاكاة

المحاكاة أسلوب شائع جداً في التربية الإعلامية. والمحاكاة هي ضرب من لعب الأدوار. وهي تشتمل على وضع الطلبة في موضع المنتجين الإعلاميين، وإن يكن بطريقة خيالية أساساً. وتعدُّ المحاكاة مفيدة عملياً في معالجة المسائل المتعلقة بالإنتاج، من قبيل أدوار الإنتاج وعملياته ضمن الصناعات الإعلامية، والكيفية التي يوازن المنتجون الإعلامييون بها بين القيود المالية والتقنية والمؤسسية في عملهم. وتقدّم للطلبة عموماً سلسلة من الاختيارات التي ينتقون من بينها أو المشاكل التي يُطلب منهم حلّها، ومن ثمّ يشجّعون على التفكير في تبعات قراراتهم، بالمقارنة مع قرارات المجموعات الأخرى في الصف الدراسي. ويمكن للمدرّس أيضاً أن يمثّل "دور" المحرّر أو المنتج المنفّذ.

ولا تحتاج عمليات المحاكاة بالضرورة إلى أن تبلغ مرحلة الإنتاج ذاتها. ولذا، يمكن أن يُطلب من الطلاب أن يقوموا بدور معدّي برامج تلفزيونية يقدمون مقترحات إلى إذاعة أو محطة تلفزيون لسلسلة جديدة بأسلوب معيّن، كأن تكون سلسلة برامج أطفال. ويُطلب منهم في هذا الصدد أن يعدّوا توصيفاً للسلسلة، يشرحون فيه جاذبيتها للجمهور المقصود، بالإضافة إلى رؤوس أقلام عن الشخصيات، وملخصات من الحكمة والتكاليف. وقد يُطلب منهم، بدلاً من ذلك، أن يقدموا عدداً من الشخصيات الجديدة الافتراضية لبرنامج موجود أصلاً (كأن يكون مسلسلاً)، أو يبتكروا موقعاً جديداً، أو يأخذوا نصاً حالياً و"يعيدوا" صياغته "لجمهور آخر. ومن الواضح أن هذه الأساليب

ما قد يتعذر نقله في وسيلة أخرى. وفي حالة استعمال مادة حقيقية، عليهم أن يدرّسوا كيف أن المعالجات المختلفة في وسائل الإعلام المختلفة تؤدي حتماً إلى وجهة نظر منحازة أو "متحيّزة" عن العالم. فمثلاً، قد يختار الطلاب مجموعة من الأشخاص يرَجِّح أن يقدموا في وسائل الإعلام بطرق متميزة، كأن يكونوا لاجئين. ويمكنهم أن يتجمّعوا ويحلّوا عدداً من المواد في وسائل إعلام مختلفة (مثل الأخبار، ونشرات جمعيات رعاية اللاجئين، وجماعات الضغط، وحتى المواد الخيالية)، ويقارنون بين أنواع المعلومات التي يمكن نقلها في كلّ حالة من تلك الحالات. ويبيّن هذا النوع من العمل كيف يمكن لجمهور يُقصد بنصّ ما أن يؤثر في رسالة أيديولوجية أو أخلاقية.

أما الأسلوب العملي فيتعلق بقيام الطلبة أنفسهم بعملية "تحويل" نصّ من وسيلة إعلام إلى وسيلة إعلام أخرى، من خبر في صحيفة إلى بند إخباري تلفزيوني، أو قصة قصيرة إلى فيلم أو بالعكس. وإذا لم تتوفر وسائل الإنتاج، فقد يحوّل الطلبة نصاً مكتوباً إلى نص لفيلم أو برنامج تلفزيوني. ومن شأن عمل من هذا القبيل أن يمكن الطلبة من إدراك الإمكانيات وأوجه القصور لدى وسائل الإعلام المختلفة وكيف يمكن أن تتغير المعاني عندما تقدّم النصوص بأشكال مختلفة أو تحوّر لكي تناسب نقلها من وسيلة الإعلام التي أعدت لها أصلاً إلى وسيلة إعلام أخرى. وهذا يُوفّر طريقة عملية جداً لمعالجة المسائل المتعلقة "بالرموز والاصطلاحات" الخاصة بمختلف أشكال اللغة الإعلامية. فعند تحويل قصة خيالية من نص مكتوب إلى فيلم أو فيديو، مثلاً، قد يكون على الطلاب أن يعالجوا المصاعب التي يثيرها استعمال ضمير المتكلم (سواء كان مفرداً أم جمعاً)، أو التغيّر في وجهة نظر القصة. وبالعكس، فإن التحويل من الفيلم إلى النص المكتوب يمكن أن يثير تحديات بالنسبة لايجاد معادل لفظي لاستعمال الصوت والصورة في تهيئة الجوّ المطلوب وتوفير عنصر التشويق.

من المهم، في الحالتين، أن نعالج مسائل السياق المذكورة آنفاً. فأوجه القصور والإمكانيات في وسائل الإعلام المختلفة لا تحدّد فقط بفعل خصائص وسائل الإعلام ذاتها. إنها تعتمد أيضاً على سياق الإنتاج، وعلى الجمهور

الإنتاج. فمثلاً، يمكن معالجة المسائل المتعلقة بانتقاء الأخبار وتولييفها بصورة فعّالة جداً عن طريق المحاكاة العملية. وهنا يعمل الطلبة كضيق إنتاج (محررين ومنتجين، وقارئ أخبار)، حيث يزودون بفيض مطرد من مختلف الأخبار على مدى عدّة ساعات (أو حصص دراسية). وتمارس على الطلاب أيضاً ضغوط الإنتاج، في صورة أخبار ترد في آخر لحظة وتعليمات من كبار مسؤولي المحطة، على سبيل المثال. ويُطلب من الطلاب أن يختاروا أخباراً ويحرروها ويرتبوها في نشرة أنباء قصيرة (للراديو أو التلفزيون) توجّه إلى جمهور مُعيّن، ومن ثم تُسجّل النشرة "حية" في وقت يحدّد مسبقاً.

وثمة أسلوب آخر كثيراً ما يُستعمل وهو "الشريط السينمائي". وهنا يُعطى الطلاب سلسلة من الصور الثابتة ويُدعَوْنَ على اختيارها وترتيبها بحيث تشكل لوحة قصّة لسلسلة من الصور المتحركة. ويمكن استعمال هذه الأنشطة في التحري عن كيفية استعمال عملية التحرير في تهيئة الجو والظروف المطلوبة، أو تأليف أنواع مختلفة من القصص باستعمال المادة ذاتها. ويمكن توجيه مجموعات مختلفة من الطلبة في الصف الدراسي أيضاً بحيث تصنع نواتج نهائية، ومن ثم تتم المقارنة بين النتائج. وتتوفر هذه المواد حالياً باستعمال تقنية -السي دي روم- (بدلاً من المقص والغراء). ويستعمل بعض هذه المواد أيضاً صوراً متحركة وأصواتاً، وبالتالي يتمكن الطلبة من استكشاف تأثير التوليفات المختلفة وتعاقب الموضوعات المختلفة.

وإنّ المزية الواضحة لعمليات المحاكاة هي أنها توفر خبرة "عملية" ومباشرة في جوانب وسائل الإعلام التي يصعب تدريسها عادةً بطرق أخرى. فمثلاً، ثمة خطر من احتمال أن يُصبح تدريس الإنتاج الإعلامي والصناعات الإعلامية مثقلاً بالمعلومات. وفي هذا المجال، فإن المحاكاة تُمثل أسلوباً أكثر نشاطاً وأسهل في التطبيق. ويمكن أيضاً لمحاكاة الإنتاج الإعلامي لجماهير مختلفة، كما يمكن للتفكير في كيفية اجتذابها والوصول إليها، أن يوفر وسيلة عملية لمعالجة هذا الجانب الذي يمكن أن يبدو أحياناً "نظرياً" بعض الشيء.

ومهما يكن من أمر، فكما هو الحال بالنسبة لدراسة

يمكن تطبيقها على وسائل إعلام أخرى. فقد يُطلب من الطلاب أن يقوموا بدور مؤلفين يسعون إلى بيع مقترحات تتعلق برواية "قتيلة" جديدة إلى ناشر كبير، أو صحفيين يسعون إلى تدشين مجلة جديدة.

ويمكن في بعض الحالات أن يصبح هذا الأسلوب تفصيلياً. فمثلاً، توجد عدة أعمال محاكاة منشورة عن صناعة الموسيقى الشعبية، حيث يُطلب من الطلاب أن يشكلوا فرقة وهمية، ويسعوا للحصول على دعاية مناسبة ويعرّفوا وسائل الإعلام بأنفسهم، وما إلى ذلك. وفي هذا النوع من المحاكاة، يمكن لمجموعات مختلفة في الصف الدراسي أن تؤدي أدواراً تمثّل مجموعات أو أفراداً مختلفين، كأن يكونوا مديرين، أو وكلاء، أو شركات تسجيلات، أو محطات إذاعة، وهكذا. وقد استعمل الأسلوب ذاته بالنسبة لصناعة الأفلام. وهنا، يمثل الطلبة أدوار شركات إنتاج منافسة، حيث يجب عليهم أن يبلوروا أفكاراً لنصوص، ويحددوا نجومًا ومخرجين يُشار إليهم بالبنان، ويُعدّوا ميزانيات. ومن ثم يجب "إقناع" مجموعة أخرى من الطلبة تمثل دور ممولين محتملين بجدوى هذه الأفكار أو "تبيعها" لها. وهنا، سيدرك الطلبة أن النجاح يعتمد على جدّة الفكرة ذاتها أو جاذبيتها، لكنه يعتمد أيضاً على "الصفقة" المعروضة، وإمكانية تسويقها وبيعها عالمياً.

ويمكن للطلبة أيضاً أن يحاكيوا أنشطة الجوانب الأخرى في الصناعات الإعلامية. فمثلاً، يمكن إعطاؤهم تمريناً على إعداد جدول تلفزيوني، حيث يُطلب منهم إعداد جدول زمني للبرامج لفترة مسائية. ولعله يمكن فعل ذلك بالتنافس مع قناة تلفزيونية أخرى يكون جدولها محدداً أصلاً. وهذا يُشجّع الطلاب على التفكير في الطرق التي تُستهدف بها جماهير مختلفة في أوقات مختلفة من اليوم، والطرق التي تكوّن القنوات بها هوية متميّزة لها. ويُعدّ التضبيب جانباً آخر من هذه الصناعة يمكن التحري عنه بهذه الطريقة. فمثلاً، يمكن أن تقدّم إلى الطلبة نماذج عن أفلام تحتاج إلى تصنيف أو تصديق وفقاً لفئات أعمار معينة، ثم يُطلب منهم أن يبرروا ما يتخذونه من قرارات في هذا الصدد.

وفي بعض الحالات، تستمر عمليات المحاكاة حتى مرحلة

ينتجها الطلبة لا يعدو كونه تقليداً غير معقول لوسائل الإعلام المعروفة. ومع ذلك، طغنت الأبحاث أخيراً في هذا الرأي. إذ ثبت الباحثون أن استخدامات الطلبة لأنماط وأساليب إعلامية شائعة كثيراً ما تدلّ على فهم واضح "لغة الإعلام"، وعلى أنها نوع من المسافة الغريبة التي يمكن على الأقل أن تكون "تمحيصية". وعن طريق توضيح الطلبة هذه الأبعاد من عملهم، وعن طريق التأمل فيها بعدئذ، يمكن تشجيعهم على بلورة أسلوب مدرّس لتناول مفاهيم من قبيل التفسير، وهي المفاهيم التي تعالج أحياناً بطريقة آلية نوعاً ما .

لقد عمل ظهور التكنولوجيا الرقمية، خلال السنوات الماضية، على إيجاد فرص جديدة مهمة في هذا المجال. ففي كثير من الحالات، تكون هذه التكنولوجيا أقل تكلفة وأسهل في الاستعمال من الاستبدال. فمثلاً، يُعدّ تحرير فيديو على كومبيوتر أسهل بكثير من استعمال أجهزة النظر العددي القديم، هذا بينما توفر كاميرات الصورة الثابتة الرقمية صوراً فورية أوضح بكثير من صور الكاميرات التقليدية. وفي كثير من الحالات، يمكن أيضاً للطلبة أن يحققوا نتائج "احترافية" جداً. وتمكنهم الإنترنت حالياً من توزيع إنتاج على جماهير واسعة.

ولهذه التطورات عدة مدلولات هامة بالنسبة للتعلّم. فباستعمال التحرير الرقمي وبرامج تعديل الصور، يمكن للطلبة حالياً أن يطوروا معرفتهم "بلغة الإعلام" بطريقة أكثر مباشرة وتبصراً مما يمكن تحقيقه بالتحليل وحده. وعن طريق اللعب والاستكشاف، يمكن للطلبة أن يجعلوا معرفتهم "السلبية" أو غير الواعية بلغة الإعلام (التي اكتسبوها كمتلقين) معرفة "فاعلة" وواعية. وتوفر هذه التقنيات أيضاً فرصاً جديدة للتأمل والتفكير. فتبادل العمل الانتاجي عن طريق الانترنت ومعرفة ردود الفعل من جماهير حقيقية، يمكن أن يساعد الطلبة على تقييم ما أنجزوه بطريقة مدروسة جداً .

ومهما يكن من أمر، فإن الإنتاج الإعلامي لا يحتاج بالضرورة إلى استعمال تجهيزات "عالية التقنية". إذ يمكن إنجاز قدر كبير من العمل باستعمال كاميرات زهيدة الثمن تُطرح بعد الاستعمال، أو حتى أقلام ومقصات،

الحالة، فمن المهم للمدرّسين هنا أن يمكنوا الطلاب من إدراك المسائل الأوسع ذات العلاقة . ويمكن للقرب الشخصي لعملية محاكاة ما أن يجعل من العسير على الطلاب أن يثابروا بأنفسهم عمّا يدور من أحداث، ويفكروا في تبعات الاختيارات التي أجروها. ويُعدّ "الاستخبار" مُهماً بشكل خاص في هذا الصدد، حيث تدعو الضرورة إلى تشجيع الطلاب على تقييم عملهم وعمل غيرهم من الطلاب، ودراسة أوجه الشبه وأوجه الاختلاف بين العالم "غير الواقعي" للمحاكاة والعالم الواقعي لصناعات الإعلام.

وتعتمد قيمة المحاكاة إلى حدّ بعيد أيضاً على طبيعة ونوعية "المعطى"، وهي المعلومات التي تقدّم إلى الطلبة عن المجال الإعلامي الذي يعكفون على دراسته، والضغط التي تتطوي عليها هذه العملية . ويحتاج الطلبة إلى أن يُطلعوا بشكل فعّال على طبيعة الدّور والظروف المؤسّساتية التي يعملون في إطارها. ومن الضروري مواجعتهم بمشاكل جديدة وصعبة تتطلب جهداً وتصميماً كبيراً. ويجب أن تحدث اختياراتهم فرقا حقيقياً. ولا ينبغي أن تعتبر المحاكاة مجرد ضرب من التمثيل المسرحي.

### الإنتاج

ينطوي معظم الأساليب التي نوقشت حتى الآن على نوع من الإنتاج الإعلامي، وإن يكن بدرجات متفاوتة. فالاستخدام العملي المباشر لتقنية الإعلام توفر عادةً أكثر الطرق مباشرة وعملياً وفعّاليةً لسير أغوار مبحث معين . وهو يمثل أيضاً جانب التربية الإعلامية الأرجح لتوليد الحماس لدى الطلاب. ويوفر العمل الفعلي حيّزاً "مأموناً" نسبياً، يمكن للطلبة فيه أن يستكشفوا استثماراتهم الانفعالية في وسائل الإعلام، وتفسير حماسهم واهتماماتهم. وإذا كنا معيّنين بتحقيق نوع كامل من المعرفة الإعلامية، فلا بد من أن يتم الرّبط المُحكّم بين "قراءة" وسائل الإعلام وبين "كتابة" وسائل الإعلام. ولهذه الأسباب جميعاً فإن الإنتاج الإعلامي جانب أساسي ولا غنى عنه في التربية الإعلامية - وإن كان عادةً أصعب المواد على المدرّسين.

ولا يزال بعض المرّبين الإعلاميين متشككين بعض الشيء في القيمة التعليمية لعملية الإنتاج. وهم يقولون إن ما



ثانياً، يحتاج الإنتاج الإعلامي إلى أن يكون متكاملًا بصورة فعّالة مع التحليلات النقدية التي يجريها الطلاب في المراحل الأخرى من الدورات. صحيح أن من السهل الإقرار من حيث المبدأ بضرورة ارتباط "النظرية" مع "التطبيق"، إلا أن من الصعب تحقيق ذلك في الواقع. ويجب منذ البداية تحديد أهداف الإنتاج وحدوده وتعريف الطلاب بها بوضوح. ويحتاج المدرسون إلى أن يعرفوا المفاهيم التي يعالجها المشروع، ويتحققوا من لفت انتباه الطلاب إليها باستمرار. وهذا يحتاج إلى تدخل من المدرّس أحياناً. ويحتاج الطلاب إلى تشجيع مستمر كي ينأوا بأنفسهم عما يفعلونه، ويفكروا في تبعات اختياراتهم. وهذا يمكن أن يكون شرطاً رسمياً وأساسياً من شروط العملية. ويمكن أن يُطلب من الطلاب أن يعقدوا "اجتماعات إنتاج" على فترات منتظمة مع المدرّس، بل وأن يُعدّوا نوعاً من "العقد" يعزز المراجعة الذاتية المستمرة للمشروع أثناء سيره.

يُعَدُّ التقييم الذاتي ذا أهمية حاسمة بشكل خاص. فعن طريق تقييم الطلاب لعملهم الإنتاجي الفعلي وتقييمهم عمل بعضهم بعضاً، وكذلك ردود فعل الجمهور عليه، فإنهم يشجّعون على دراسة العلاقة بين المقاصد والنتائج، وبالتالي فإنهم يدركون بعض التعقيدات في تحقيق الجدوى من الأمر. وبدلاً من تحويل عملية الإنتاج إلى مجرد توضيح للنظرية، يمكن أن يعمل هذا على تمكين الطلاب من توليد رؤى نظرية جديدة. وبالتالي، فكما هو الحال بالنسبة للمحاكاة، من الضروري استخلاص معلومات من الطلاب في ختام العملية، وتقييم عملهم رسمياً. قد يكون هذا صعب التحقيق فوراً، ولذا فمن الحكمة عادةً أن يترك الطلاب فترة من الزمن كي يرتاحوا نفسياً من العمل. ويُعدُّ القيام بهذا النوع من التقييم في إطار مناقشة يشارك فيها الصف الدراسي كله، وأخذ ردود فعل الجماهير الأخرى (إن وُجدت) في الحسبان أيضاً وسيلة قيّمة جداً في تمكين الطلاب من تحقيق ذلك.

ولعل الاعتبارات الأهم هنا هو أن الإنتاج في سياق التربية الإعلامية - ليس غاية في حدّ ذاته. وكما لاحظنا، فإن هدف التربية الإعلامية ليس تدريب الشبان على الاستخدام لدى وسائل الإعلام، لأن من الخير ترك تلك

وغراء. فضلاً عن ذلك، من المهم إبقاء أنشطة الإنتاج محدودة، ولا سيّما في المراحل الأولى. وسيتفادى الطلبة خيبة الأمل إذا أدركوا أوجه القصور في التكنولوجيا المتاحة وعدّلوا طموحاتهم بناءً على ذلك. وكما هو الحال بالنسبة لأي شكل من أشكال "الكتابة"، من الضروري اكتساب المهارات بطريقة تدريجية مُنظمة. فالطلبة الذين يسارعون بحماس إلى إنتاج أفلام خاصة لن يجنوا إلا الفشل. ففي المراحل الأولى، يجب القيام بالأنشطة خطوةً خطوة، بدءً بتحليل النص، ومروراً بالتعرّف العملي المباشر على التكنولوجيا، وانتهاءً بعمليات الإنتاج المتواضعة، من قبيل الخواتيم والمقدمات، بدلاً من النصوص "الكاملة".

يتطلب إجراء مناقشة شاملة لهذه المسائل مزيداً من التطورات، لا سيما وأن تكنولوجيا الإعلام تتغير بسرعة كبيرة. وقد أصبح من الصعب على المدرسين أن يحددوا ما الذي يجب على الطلاب أن يتعلموه في هذا الميدان. فالإنتاج مجال يجب على المدرسين فيه أن يتنازلوا عن بعض من سلطتهم وإشرافهم على الطلاب، ويسمحوا لهم بقدر من الاستكشاف. وبالنسبة لكثير من المدرسين، فإن هذا صعب التحقيق. ومع ذلك، ثمة بعض التنبيهات العامة التي لا بد من ذكرها هنا.

أولاً، من المهم الإقرار بأنه حتى في أحسن المدارس تجهيزاً، يمكن أن تثير عملية الإنتاج الإعلامي مشاكل كبيرة لإدارة حجرات الدّرس. إذ سيكون على المدرسين أن يبتكروا وسائل لتقنين استعمال الطلاب للأجهزة، وضمان معالجة العقبات التقنية الحتمية على نحو وافي بالفرض. وتستدعي عملية الإنتاج من الطلبة بشكل عام، العمل في مجموعات لفترات طويلة نسبياً من الزمن. وهذا يتطلب عادة مهارة عالية في التواصل وإدارة الوقت. ويحتاج الطلاب إلى أن يتعلموا تحديد أهدافهم، وإنجاز العمل في الوقت المحدد، وحلّ النزاعات، وتوزيع المسؤوليات على أفراد المجموعة، الخ. فضلاً عن ذلك، قد تكون لدى الطلاب أصلاً مستويات مختلفة من المهارة في الإنتاج مكتسبة من خبرات خارج المدرسة. ولكي لا تطفئ مجموعات معينة من الطلاب على غيرها، فلا بد من معالجة هذه المسائل بوضوح بدلاً من تركها للصدف.

الشُّبّه مع تعلّم القراءة والكتابة، فإن كثيراً من أهم جوانب التعلّم ربّما يوجد في الحركة التي تتراوح بين أساليب لغوية مختلفة - بين "القراءة" و "الكتابة". وبالتالي، فإن الإنتاج قد يمكن الطلاب من أن يحولوا معلومات "سلبية" (تتبلور خلال التحليل) إلى معلومات "فعّالة" (وهو ما يَعدُّ ضرورياً لإيصال معانٍ جديدة). ولا بدّ أنه يشجّع الطلاب على توضيح معلوماتهم الحالية ووضعها في صيغة معيَّنة، مع أن ذلك قد يستدعي التفكير ملياً كي يتحقق بالكامل.

ومهما يكن من أمر، فإن ثمة حاجة لمزيد من البحث والمناقشة لطبيعة التعلّم في التربية الإعلامية. وكما لاحظنا، فإن الرأي القائل إن التربية الإعلامية ضرب من "التحصين" أو "إزالة الغُمة" الذي كان شائعاً في سبعينيات القرن الماضي وثمانينياته قد لقي اعتراضاً متزايداً، بالنظر إلى التطورات الجديدة في البحث الأكاديمي، وبالنظر إلى التطورات الجديدة في بحوث الدرس. ويمكن اعتبار هذه التطورات، إلى حدّ ما، على أنها تمثل "شيخوخة". إذ لعله كان من المحتمل أنه عندما تجاوزت التربية الإعلامية مرحلتها التأسيسية، كان لا بدّ من أن يثور بعض الأسئلة الصعبة عن فعّاليّتها ودوافعها. وقد تبلور كثير من هذه الأسئلة من خلال الأبحاث التي أجراها المدرسون أنفسهم في بحوث الدرس.

ولعل أهم سؤال جوهري هنا يتعلق بطبيعة استيعاب المفاهيم. فالتربية الإعلامية تقوم عموماً على أساس مجموعة من "المفاهيم الأساسية". ومع ذلك، فإن ما نعرفه قليل نسبياً عن كيفية تطوير الطلاب استيعابهم لهذه المفاهيم، أو كيفية ربطها بمعلوماتهم ومداركهم الحالية. وهذا بدوره يثير مشاكل كبيرة بالنسبة للتقييم. فالمرّبون التربويون يحتاجون إلى قاعدة صلبة يقيّمون على أساسها استيعاب الطلاب، وبالتالي تحديد الدليل الذي يشير إلى سير عملية التعلم وتدرّجها. ورغم أنه جرت عدّة محاولات لتحديد نموذج لسير عملية التعلم وتدرّجها، فلا يزال ثمة غموض شديد حول ما يمكن أن نتوقع من الطلاب أن يعرفوه عن الإعلام في مراحل مختلفة، وحول

المهمة للمرحلة الجامعية أو وسائل الإعلام ذاتها. صحيح أن من المفترض أن تمكّن التربية الإعلامية الشُّبّان من "التعبير عن أنفسهم" بصورة مبدعة وفنيّة، واستخدام وسائل الإعلام في التواصل، إلا أن المسألة ليست في الأساس تدريباً لهم على المهارات المتخصصة. وفي سياق التربية الإعلامية، يجب أن يقترن الإنتاج بالمراجعة المنتظمة والتقييم الذاتي. ويجب تشجيع الطلاب على اتخاذ قرارات مدروسة والقيام باختبارات مدروسة أيضاً بشأن ما يفعلونه. وتهدف التربية الإعلامية إلى تحقيق إسهام "محصّص" في الإعلام، دون أن يكون ذلك الإسهام هدفاً مجرداً في حدّ ذاته.

### متابعة تعلّم الإعلام

لقد كشف شرح الأساليب التعليمية في هذه الوحدة بوضوح عن قدر من الافتراضات عن طبيعة التعلّم والتعليم في التربية الإعلامية. ويمكن القول بشكل عام إنها جميعاً تبدأ بإدراك صحّة ما يعرفه الطلاب "أصلاً" عن الإعلام. وجميعها يشتمل على "تعلّم نشط" من جانب الطلاب. ومع ذلك، فمن الخطأ الاستنتاج بأن التربية الإعلامية لا تتجاوز كونها "احتفاء" بالمعرفة الحالية لدى الطلاب. ويفترض جميع هذه الاستراتيجيات ضمناً أن ثمة أشياء "لا" يعرفها الطلاب، وأنهم يحتاجون إلى تعلّمها. وجميع هذه الأشياء يقتضي اكتساب مهارات ومعارف جديدة، إما بالتعليم من جانب المدرّس وإما عن طريق البحث والاستقصاء من طرف الطلاب أنفسهم. ويُطلب من الطلاب أن يوضّحوا ما الذي يعرفونه أصلاً، ويراجعوه منهجياً، ومن ثم ينتقلوا إلى ما بعده. لذا، فإن التربية الإعلامية أبعد ما تكون عن اعتبارها خياراً سهلاً، كما يقال أحياناً. فبينما تُعتبر ممتعة، لكنها أيضاً شاقّة وتحتاج لجهد فكري وتصميم.

العلاقة بين "النظرية" و "التطبيق" حاسمة في هذا المضمار. صحيح أن من المحتمل أن يتفاوت التوازن والعلاقة بين التحليل النقدي والإنتاج العملي من وحدة عمل إلى أخرى. إلا أن ثمة شعوراً متزايداً بأن التفاعل فيما بينها يُعدُّ مثالا على الممارسة السليمة. وبالعودة إلى



الكيفية التي نتوقع منهم أن ينتقلوا بها من مستوى معين من الاستيعاب إلى مستوى آخر. وثمة مشاكل محددة في هذا الصدد بالنسبة لتقييم الإنتاج الخلاق لدى الطلاب، وبالنسبة لتحديد الكيفية التي يمكن بها " للنظرية " أن تكون مرتبطة " بالتطبيق ". والخطر المائل في نموذج المفاهيم هو أنه قد يكون عقلياً بلا ضرورة. ونحتاج إلى إيجاد سبل لأخذ العلاقات الطلابية " الفعالة " مع وسائل الإعلام في الحسبان، والانخراط مباشرة في المسائل المتعلقة بالقيمة الثقافية أو الجمالية. وفوق كل شيء، نحتاج إلى معرفة المزيد عمّا إذا كانت التربية الإعلامية فعلاً تُحدث أثراً في علاقة الطلاب بوسائل الإعلام، وكيف يمكن أن يحدث ذلك.

هذه أسئلة أساسية نسبياً، من النوع الذي يواجه أي منهاج دراسي جديد . وسيتوقف استمرار تطوير التربية الإعلامية على مدى الفعالية والترابط اللذين يمكن أن تعالج بهما. وفي هذا الصدد، لا بدّ أن يضطلع المدرسون المحترفون بأهم دور في هذه المناقشات.





## دليل للطلبة



يهدف هذا الدليل إلى تشجيع الطلاب على مساءلة وسائل الإعلام التي يستعملونها كل يوم، والسعي لمعرفة الطريقة التي يعمل بها. وينصب هذا الدليل على تحليل أربعة مفاهيم أساسية هي الإنتاج، واللغات، والتفسيرات، والجماهير. وعن طريق إطلاع المدرسين على الدليل، فإننا نسعى إلى تشجيع التفكير الخلاق في عقول الطلاب بينما نستجيب لحب الاستطلاع لديهم.

### ما هي وسائل الإعلام؟

وهو ما يعني أنها تصل إلى جماهير واسعة. ومع ذلك، فإن بعض وسائل الإعلام يكون موجهاً لجمهور صغير أو متخصص. ويمكن أن تكون هذه الوسائل مهمة أيضاً.

أما "النصوص" الإعلامية فهي البرامج، والأفلام، والصّور، ومواقع الإنترنت (وما إلى ذلك) التي تُنقل بهذه الأنماط المختلفة من وسائل الاتصال.

وتستعمل النصوص الإعلامية عادةً عدة أنواع من وسائل الاتصال معاً - كالصور المرئية (الثابتة أو المتحركة)، واللغة المسموعة (الصوت، أو الموسيقى، أو الكلام) واللغة المكتوبة.

الوسيلة هي شيء نستعمله عندما نريد الاتصال بصورة "غير مباشرة" مع أناس آخرين. بدلاً من الاتصال الشخصي أو وجهاً لوجه. أما "medium" الوسائل فهي صيغة الجمع من

جميع وسائل الاتصال الحديثة، كالتلفزيون، "media" تشمل العبارة

والسينما، والفيديو، والإذاعة، والتصوير الفوتوغرافي، والإعلانات، والصحف والمجلات، والموسيقى المسجلة، وألعاب الكمبيوتر والإنترنت.

ويسمى كثير من هذه عادة بوسائل الإعلام "الجماهيرية"،



## ما هي التربية الإعلامية

التربية الإعلامية هي تعليم عن وسائل الإعلام. ولا يعني هذا التعليم "من خلال" وسائل الإعلام، بل يعني على سبيل المثال استعمال التلفزيون أو الإنترنت في تعلّم موضوعات مدرسية أخرى.

تنصبّ التربية الإعلامية على وسائل الإعلام التي نواجهها جميعاً في حياتنا اليومية خارج المدرسة، كبرامج التلفزيون التي نشاهدها ونستمع بها، والمجلات التي نقرأها، والأفلام التي نشاهدها، والموسيقى التي نستمع إليها.

جميع هذه الوسائل موجود حولنا، ويقوم بدور مهم في حياتنا. فوسائل الإعلام تساعدنا على معرفة العالم ومعرفة مكاننا فيه. ولهذا السبب فمن المهم جداً لنا أن نفهمها وندرسها.

التربية الإعلامية تشتمل على "صنع" الإعلام "وتحليله" أيضاً. ومع ذلك، فإن اهتمامنا الأول في هذا الدليل سينصبّ على التحليل.

### الوحدة ١

#### لماذا؟

## مسألة وسائل الإعلام

هدفنا ليس منعكم من مشاهدة برامجكم التلفزيونية المفضلة، أو إقناكم مما يراه بعض الناس تأثيرات ضارة. وليس هدفنا إقناعكم بالموافقة على وجهة نظر معينة عن وسائل الإعلام.

إن هدفنا هو تشجيعكم على تمحيص وسائل الإعلام التي تستعملونها كل يوم. والسعي لمعرفة المزيد عن طريقة عملها.

سنستعرض بمزيد من التفصيل، في هذا الدليل، أربع مسائل ترتبط بأربعة مفاهيم أساسية هي:

الإنتاج: من الذي يصنع وسائل الإعلام؟

اللغات: كيف تنقل وسائل الإعلام المعنى؟

التفسيرات: كيف تصوّر وسائل الإعلام العالم؟

ال جماهير: كيف يفهم الناس وسائل الإعلام؟

### الوحدة ٢

#### ماذا؟

## الإنتاج

لا تخرج النصوص الإعلامية من مكان مجهول. إنّ إنتاجها يستغرق زمناً ويحتاج إلى كثير من المال. بعضها يُعدّه أفراد يعملون بمفردهم، لأنفسهم أو لعائلاتهم وأصدقائهم. ومع ذلك، فإن معظم النصوص الإعلامية التي نستهلكها تنتجها وتوزعها مجموعات من الناس، تعمل عادة لحساب مؤسسات كبرى. إن الإعلام تجارة كبرى. فالأفلام وبرامج الترفيه التلفزيونية التي تستهوي أفئدة أكبر عدد من الجمهور تدرّ أرباحاً طائلة. ووسائل الإعلام أيضاً نطاق عالمي. فالأفلام والتسجيلات وبرامج التلفزيون ذاتها تتوفر في سائر بلدان العالم.

### أسئلة رئيسية

دراسة الإعلام تعني دراسة ما يلي:

**التقنيات.** ما هي التقنيات المستعملة في إنتاج النصوص الإعلامية وتوزيعها؟ وما الفرق التي تُحدثه بالنسبة للمنتج؟

**الممارسات الاحترافية.** من الذي يصنع النصوص الإعلامية؟ من يعمل ماذا وكيف يعملون معاً؟

**الصناعة.** من يملك الشركات التي تشتري وتبيع المواد الإعلامية؟ وكيف يحققون أرباحاً؟

**الإرتباطات بين وسائل الإعلام.** كيف تتبع الشركات المنتجات ذاتها لمختلف وسائل الإعلام؟

**الضبط.** من يضبط إنتاج المواد الإعلامية وتوزيعها؟ هل توجد قوانين لذلك؟ وماهي مدى فعاليتها؟

**التدوير والتوزيع.** كيف تصل النصوص إلى جماهيرها؟ ما هو مدى الاختيار والتحكم المتوفر للجماهير؟

**الوصول والمشاركة.** من الذي تُسمع أصواتهم في وسائل الإعلام؟ ومن تُستبعد أصواتهم؟ ولماذا؟

## أمثلة

## الانتقال مسافة أبعد

١- الملكية. خذ نسخة من مجلتك المفضلة، أو الصحيفة التي تقرأها أسرتك. أنظر لترى إن كنت تعرف الشركة التي تملكها. وما هي الشركات الأخرى التي تملكها، كشركات الإعلام، على سبيل المثال؟

٢- التصنيف. خذ قناتين تلفزيونيتين في بلدك، قارن بين الشعارين اللذين تستعملانهما، والارتباطات التي تجمع بين البرامج. ما نوع الهوية أو ما نوع الشعور الذي تسعيان إلى إيجاده؟ من الذي يبدو أنهما تستهدفانه؟

٣- الدعايات. خذ ظاهرة إعلامية مشهورة كأن تكون فيلماً أو لعبة كمبيوتر. أنظر إلى وسائل الإعلام الأخرى التي تحيط بها، كالتغطية الصحفية، والعروض المجانية، والدعايات. كيف تحاول تلك الوسائل أن تزيد عدد أفراد الجمهور إلى أقصى حد ممكن؟

## أسئلة للمناقشة

١- الثقافة العالمية. أنظر إلى قائمة أشهر الأفلام أو الأغاني، كم منها أنتج في بلدك؟ من أين تأتي أصلاً؟ هل تعتقد أن الأمر سينتهي بها جميعاً إلى وسائل الإعلام ذاتها- وهل هذا بهم؟

٢- التركيز على جني أكبر ربح. كم من المواد الإعلامية في بلدك تُنتج لتحقيق الربح؟ كم منها تنتجها الحكومة، أو المؤسسات غير الحكومية؟ ما هي مزايا وعيوب النظام "العام" في مقابل نظام "السوق"؟

٣- الضبط. إذا كانت مؤسسات كبرى تضبط وسائل الإعلام، هل هذا يجعل من الصعب على أصوات الأقلية أن تُسمع؟ وهل يتيح بعض وسائل الإعلام من الفرص أكثر مما يتيح الآخرون؟

ماذا ؟

الوحدة ٣

## اللغات

لكل وسيلة إعلام "لغتها" أو مجموعة لغاتها التي تستعملها في إيصال المعنى. فالتلفزيون، مثلاً، يستعمل لغة مسموعة ومكتوبة - بالإضافة إلى لغات الصور المتحركة والصوت. ونسمي هذه "لغات" لأنها تستعمل رموزاً واصطلاحات مألوقة تكون مفهومة بشكل عام. وقد تستعمل أنواع

## ١- مؤسسة الأخبار

مؤسسة الأخبار مثال على شركات الإعلام الكبرى المتعددة الجنسية. فمؤسسة نيوز كوربوريشن، التي يملكها روبرت مردوخ، كانت قد بدأت كمؤسسة تنشر صحيفة ثم أصبحت لها مصالح في التلفزيون والأفلام والإنترنت. وهي تملك شبكات تلفزيون فوكس، وصحيفتي التايمز، ومؤسسة فوكس للقرن العشرين وتلفزيون ستار. أنظروا لترؤا إن كنتم تعرفون الشركات والماركات الأخرى التي تملكها مؤسسة نيوز كوربوريشن وكيف ترتبط جميع هذه الشركات ببعضها البعض؟ وما هي محاسن ومساوئ إدارة مؤسسات ضخمة من هذا القبيل لوسائل الإعلام؟

## ٢- الأخ الأكبر

"البرنامج الترفيهي الواقعي" "الأخ الأكبر" هو مثال على البرامج التلفزيونية التي تباع حول العالم. هذه الصيغة هي من اختراع شركة تلفزيون في هولندا. وقد عرضت نسخ منها في أكثر من أربعين بلداً. وقد أدى برنامج "الأخ الأكبر" أيضاً إلى إنتاج كثير من برامج الترفيه الواقعية التي يكلف فيها أشخاص حقيقيون بمهام، حيث يمكن أن "يصوت الجمهور على إخراجهم". انظروا لترؤا إن كنتم تعرفون أمثلة أخرى على هذا النمط من البرامج، وكيف تستعمل برامج ترفيهية كهذه وسائل الإعلام الأخرى، كالصحافة والإنترنت؟ وهل هذه البرامج "تفاعلية"، وهل تُكسب المشاهد نفوذاً حسبما يقول بعض الناس؟

## ٣- GAP (مشروع العمل العالمي)

GAP هي مؤسسة صغيرة تعمل مع الشبان في إنتاج أشرطة فيديو وبرامج تلفزيون. وتتخذ المؤسسة من مدينة نيويورك مقراً لها، إلا أنها عملت مع شبان في عدة بلدان، ومن بينها غواتيمالا وإيرلندا وإسرائيل. ولا تسعى هذه المؤسسة إلى الربح، وتمولها جمعيات ومؤسسات خيرية. إنظروا لترؤا إن كنتم تعرفون عن مواد انتجتها، وأين عرضت. هل توجد في بلدكم شركات إنتاج مثلها؟ وما هي المصاعب التي تواجهها مؤسسات كهذه؟ ولماذا لا تظهر بشكل أكبر في التلفزيونات الرئيسية؟

## ٢- رموز أخبار التلفزيون

لأخبار التلفزيون عادة قواعد واصطلاحات صارمة جدا. فقراء الأخبار أنيقو الملبس، ويجلسون عادة وراء منضدة، وتلتقط لهم صور متوسطة القرب، ونادرا ما يظهرون عواطفهم، وينظرون مباشرة إلى الكاميرا، بينما لا يُسمح لأي أحد آخر بأن يفعل ذلك. تبدأ نشرة الأنباء بأخبار "جادة"، وتنتهي بأخبار "خفيفة"، وتسلب الضوء عادة على أحداث مثيرة أو غير عادية، وتميل إلى إظهار الساسة والمشاهير أكثر من عامة الناس. فلماذا تصبح بعض الأشياء "أخبارا" ولا تكون أشياء أخرى كذلك؟ ولماذا يميل جميع البرامج الإخبارية إلى التشابه إلى حد بعيد؟

## ٣- لغة التحرير

يُعنى منتج الأفلام كثيرا بانتقاء اللقطات وتجميعها معا لكي تحكي قصة، ولكي تُحدث التأثيرات التي يريدونها. ويستخدم معظم الأفلام السينمائية الرئيسية أسلوب "التحرير المتواصل"، الذي له قواعد محددة. فمثلا، عندما نرى لقطة لإحدى الشخصيات وهو ينظر بعيدا خارج إطار الصورة، ثم تُتبعها بلقطة أخرى لشيء ما أو لشخص ما، فإننا نفترض تلقائيا أن هذا هو ما تنظر إليه تلك الشخصية. ويستخدم كثير من فيديوهات البوب وبعض الأفلام التجريبية أسلوب التحرير بالمونتاج، الذي يجمع لقطات على نحو ينقل مشاعر وأفكارا. شاهد فيلما وحاول التركيز على التحرير فقط. هل هو سريع أم بطيء، سلس أم مُزعج؟ كيف يعمل على سرد القصة أو يهيئ الجو المطلوب؟

## الانتقال مسافة أبعد

١- **الإيماءات.** إجمع بعض الصور من مجلة موضة يظهر فيها رجال ونساء. قارن بين أوضاعهم والكيفية التي ينظر بها العارضون إلى الكاميرا (أو إلى بعضهم بعضا أو خارج اللقطة)، واستعمال الإضاءة والألوان. ما هي أوجه الشبه وأوجه الاختلاف، وما الذي يبلغونه لك؟

٢- **برنامج النقاش الإذاعي.** سجّل برنامجا إذاعيا تناقش فيه شؤون الساعة بين مقدمه والمستمعين الذين يتصلون به هاتفيا. واستمع بعناية إلى نوع اللغة المستعملة، ولاحظ من يدير النقاش. ما هي القواعد التي تحكم هذا النوع من البرامج؟ وما هي الأشياء الممنوعة فيه؟

مُعَيّنة من الموسيقى أو زوايا الكاميرات للإشارة إلى مشاعر معيَّنة. فمثلا، توضع صفحة من جريدة أو مجموعة من اللقطات معا في فيلم باستعمال نوع معيّن من "القواعد اللغوية". وعن طريق تحليل هذه اللغات، يمكننا أن نستوعب معقولية وسائل الإعلام بشكل أفضل.

## أسئلة مهمة

النظر إلى لغات الإعلام يعني النظر إلى :

١- **المعاني.** كيف تستعمل وسائل الإعلام أنماطا لغوية مختلفة لإيصال الأفكار والمعاني؟

٢- **الاصطلاحات.** كيف تصبح هذه الاستخدامات اللغوية مقبولة بشكل عام.

٣- **الرموز.** كيف تترسخ "قواعد" لغة الإعلام؟

وماذا يحدث إذا خولفت؟

٤- **الأسلوب.** كيف تعمل هذه الاصطلاحات والرموز في النصوص الإعلامية المختلفة - كالأخبار أو أفلام الرعب؟

٥- **الاختيارات.** ما هي تأثيرات اختيار أنماط معينة من اللغة -

مثل استعمال نوع معيّن من لقطات الكاميرا؟

٦- **التجميعات.** كيف يُنقل المعنى عن طريق تجميع عدد من الصور أو الأصوات أو الكلمات؟

٧- **التقنيات.** كيف تؤثر التقنيات في المعاني؟

## أمثلة

### ١- الصور في الإعلانات

يستعمل المعلنون صورا ورسومات بيانية لبيان ما تتميز به منتجاتهم من قيمة وخصائص فريدة. فمثلا، يستعملون الألوان والإضاءة لتهيئة الجو، كما يستعملون زوايا كاميرا غير معتادة لإضافة عنصر من الدراما، ويستعملون أنواع حروف متميزة للديباجة. ويتنقى الأشخاص الذين يظهرون في الإعلانات ملاسهم بعناية. ويتخذون أوضاعا تظهر أن المنتج يزيدهم قوة ويجعلهم أكثر جاذبية أو أكثر ذكاء. قارنوا بين مجموعة من الإعلانات لمنتج معيّن. كيف يظهر المعلنون أنّ المنتج عادي أو حديث، طبيعي أو متقدم تقنيا، راقٍ أو بسيط؟

### أسئلة مهمة

## استعراض تفسيرات وسائل الإعلام يعني استعراض ما يلي:

١- الواقعية. هل المقصود من هذا النص أن يكون واقعياً؟

لماذا يبدو بعض النصوص أكثر واقعية من غيره؟

٢- قول الحقيقة. كيف تدعي وسائل الإعلام أنها تقول الحقيقة عن العالم؟ وكيف تسعى إلى أن تظهر بمظهر الصدق؟

٣- الحضور والغياب. ما الذي تم تضمينه في عالم الإعلام وما الذي استُبعد منه؟ من الذي يتكلم ومن الذي يتم إسكاته؟

٤- الانحياز والموضوعية. هل تؤيد نصوص وسائل الإعلام وجهات نظر معينة عن العالم؟ وهل تروّج لقيم أخلاقية أو سياسية؟

٥- تصنيف الناس في قوالب جامدة. كيف تصوّر وسائل الإعلام فئات اجتماعية معينة؟ هل ذلك التصوير دقيق؟

٦- التفسيرات. لماذا تقبل الجماهير بعض التفسيرات من وسائل الإعلام على أنها صحيحة، وترفض غيرها باعتبارها غير صحيحة؟

٧- التأثيرات. هل تؤثر تفسيرات وسائل الإعلام على آرائنا في فئات اجتماعية معينة أو قضايا معينة؟

### أمثلة

#### ١- في الأخبار

لمعظم الصحف "خطأ" سياسي معين، أو حزب معين تؤيده. ويتضح هذا في العادة من "المقالات الافتتاحية" بالصحف، حيث يُسمح للصحفيين أن يقدموا وجهات نظرهم الخاصة بطريقة مباشرة. ومع ذلك، فإن المعتقدات السياسية قد تؤثر أيضاً على نوعية المواضيع الجديدة التي يختارون تناولها بالتعليق، وعلى الكيفية التي يفسرونها بها. قارن بين الطريقتين اللتين تناولتا بهما مسألة الانتخابات، مثلاً. كيف تظهر معتقداتهما السياسية في

٣- إعداد لوحة القصة. اصنع لوحة قصة لإعلان تلفزيوني سجّلته أنت. إسحب كل صورة، وبين إن كانت مقرّبة أو بعيدة، منخفضة الزاوية أو عالية الزاوية، كيف تُلحَق كل لقطة بالتعليق عليها. كيف يستعمل المعلن "اللغة" المرئية في سرد قصة أو إضفاء هوية فريدة على المنتج؟

### أسئلة للمناقشة

١- اللغات البديلة. أنظر لتري إن كنت تجد في نماذج الأفلام أو الفيديوها تلك "المخالفة للقواعد" أو حاول أن تخلق لغة مختلفة، من قبيل لغة الأفلام التجريبية التي ينتجها فنانون على سبيل المثال، هل هي أصعب على الفهم أو أقل إقناعاً من الأفلام الرائجة؟ لماذا / لم لا؟

٢- خلط الأساليب. أنظر إلى النصوص الإعلامية التي تمزج أو تجمع بين الأساليب - من أفلام الرعب الكوميدية، أو الوثائقيات الدرامية في التلفزيون. ما المشكلة في المزج بين الأساليب؟ ما هي الأفكار الجديدة التي يمكن إيصالها بهذه الطريقة.

٣- التقنيات الجديدة. لقد وفّرت التقنيات الرقمية لنا أشكالاً جديدة من اللغة الإعلامية - كما في ألعاب الكمبيوتر والإنترنت، مثلاً. ولكن كيف أثرت هذه التقنيات على وسائل الإعلام "القديمة" مثل الصحف أو التلفزيون أو الموسيقى المسجلة؟

### ماذا؟

### الوحدة ٤

## التفسيرات

لا تقتصر وسائل الإعلام على تزويدنا بنافاذة على العالم. ولا تقتصر على تقديم الواقع، بل تفسّره لنا. ومن المحتم أن المنتجين الإعلاميين يقومون باختيارات، حيث ينتقون ويمزجون. ويحوّلون الأحداث إلى قصص وموضوعات، ويبتكرون شخصيات، ويدعوننا إلى أن نرى العالم بطريقة معينة وتقدّم وسائل الإعلام لنا نماذج من الواقع إلا أن الجمهور أيضاً يقارن بين وسائل الإعلام وبين تجاربه هو، ثمّ يصدر أحكاماً عن مدى ثقته فيها. وقد تكون تفسيرات وسائل الإعلام واقعية من بعض الوجوه وغير واقعية من وجوه أخرى. وقد نلاحظ أن شيئاً ما إنما هو ضربٌ من الخيال، ومع ذلك فإنه يخبرنا عن الواقع.

بالشباب، أو بهواية لديك. هل يعطي البرنامج الوثائقي صورة دقيقة؟ هل يدعي بأنه يقول الحقيقة؟

٣- **الخيال.** انظر إلى نص خيالي، كأن يكون فيلماً أو رواية أو لعبة كمبيوتر - أدرس المكان والظروف والمشاهد، والحبكة وأدوار الشخصيات، وانظر كيف تم تصويرها. ما هو الواقعي في هذا النص وما هو غير الواقعي فيه؟ هل يمكن أن يجمع بين الأثنين معاً؟

#### أسئلة للمناقشة

١- **الحياد.** يرى بعض الناس في وسائل الإعلام مصدراً رئيسياً للتحيّزات من قبيل العنصرية أو التحيز ضد النساء. ولكن، ما مدى أهمية وسائل الإعلام، عندما تقارن بتأثيرات أخرى كالأسرة أو المدرسة؟

٢- **النفوذ والتأثيرات.** يرى بعض الناس في وسائل الإعلام مصدراً رئيسياً للتحيّزات من قبيل العنصرية أو التحيز ضد النساء. ولكن، ما مدى أهمية وسائل الإعلام، عندما تقارن بتأثيرات أخرى كالأسرة أو المدرسة؟

٣- **الصور الإيجابية.** لطالما دفع الناقدون بالقول إن وسائل الإعلام تظهر الأقليات أو الفئات غير المتنفذة في المجتمع بمظهر سلبي. ولقد دَعَوْا إلى تقديم "صور إيجابية". فهل تكون للصور الإيجابية دائماً تأثيرات إيجابية على مواقف الجمهور، على سبيل المثال؟

مَنْ؟

الوحدة هـ

### الجماهير

لم تكن وسائل الإعلام لتوجد لولا وجود الجماهير. ومع ذلك، فإن وسائل الإعلام مضطرة لأن تتنافس فيما بينها على اجتذاب اهتمام الجمهور. وليس من السهل إيجاد الجمهور المطلوب والاحتفاظ به. قد يتصور المنتجون أنهم يعرفون ما تريده فئات الشعب المختلفة، لكن من الصعب عادة تفسير سبب استهواء أشياء معينة لأفئدة الجمهور ونفور الناس من أشياء أخرى. ثم إن الناس يستخدمون وسائل الإعلام ويفسرون انتاجها وتصدر عنهم ردود أفعال عليها تتفاوتت تفاوتاً بيّناً. فنصّ إعلامي معين لن يعني الشيء ذاته للجميع. ولذا فإن فهم استخدامنا واستخدام غيرنا لوسائل الإعلام والتفكير في ذلك هو

اختيارهما للغة والتصويرات التي تستعملانها؟ هل يؤثر الانحياز في الأخبار بالضرورة على القراء؟

#### ٢- تمثيل الفئات الاجتماعية

كثيراً ما دفع المنتقدون بالقول إن وسائل الإعلام تتجاهل الأقليات أو الفئات غير المتنفذة، أو إنها تُظهرها بصورة سلبية. فمثلاً، تكون نسبة النساء أو الأشخاص الذين ينتمون إلى أقليات عرقية والذين يظهرون على شاشة التلفزيون أقل بشكل عام من نسبتهم في المجتمع. وقد وجد الباحثون أيضاً أن الشخصيات غير البيضاء يتم على الأغلب إظهارها في صورة مجرمين أو أوباش، وأن النساء لا يظهرن في العادة بمظهر المتنفذات. ما هي في رأيك تبعات وضع من هذا القبيل؟ هل تعرف عن أي استثناءات لذلك تلفت النظر، وماذا يعني ذلك بالنسبة لك؟

#### ٣- الوصول

وسائل الإعلام الكبرى تسيطر عليها عادة فئات متنفذة. ومع ذلك فإن كثيراً من محطات الإذاعة والتلفزيون تخصص حيز "وصول" يسمح للناس العاديين بعرض وجهات نظرهم. قد يكون هذا في صورة بث مباشرة أو برنامج يتحدث فيه مقدّمه وضيوفه بصورة غير رسمية عن موضوعات مختلفة، أو في صورة برنامج منفصل. ويصدر كثير من الأقليات أيضاً صحفاً أو يصورون أشرطة فيديو لإيصال وجهات نظره بشأن مسائل تهّمه. حاول أن تحصل على نسخة من جريدة أو مجلة تُصدرها أقلية، أو شاهد برنامج "وصول" على التلفزيون. إلى أي مدى تكون هذه مختلفة عن وسائل الإعلام الرئيسية - سواءً فيما تقوله، أو في الكيفية التي تقوله بها؟

#### السّير مسافة أبعد

١- **الناس في الدراما.** خذ مسلسلين تلفزيونيين شهيرين. ما هي الأدوار التي تقوم بها النساء أو الشخصيات التي تمثل الأقليات في هذين المسلسلين؟ هل ترى أن أيّاً منها إنما هي شخصيات مقبولة؟

لماذا تبدو القوالب ضرورية إلى هذا الحدّ؟

٢- **الوثائقيات.** شاهد برنامجاً وثائقياً يعالج مسألة تعرف أنت عنها أصلاً. يمكن أن تتعلق بالمدرسة أو

عَرَضَ إعلانها. فما هي في رأيكم أوجه القصور في هذا النظام؟

## ٢- ثقافة المعجبين.

يوجد لكثير من برامج التلفزيون، ونجوم السينما وفرق البوب معجبون مولعون بهم. وفي كثير من الأحيان، تشجّع وسائل الإعلام ذلك عن طريق تشكيل نوادٍ وإصدار مجلات للمعجبين وتخصيص مواقع على الإنترنت - ومع ذلك، كثيرا ما يتبادل المعجبون المعلومات فيما بينهم عن طريق المجلات أو الإنترنت، أو خلال الاجتماعات أو "المؤتمرات". بل إنهم في بعض الحالات يكتبون قصصا أو يعدّون أشرطة فيديو عن نجومهم المفضلين. أنظر لترى إن كنت تجد بعض الأمثلة على هذه المواد. ما الذي تقوله لك عن المتع التي يستمدها الناس من وسائل الإعلام؟ وهل تعتقد أن المعجبين يمثلون نموذجا عن جماهير وسائل الإعلام بشكل عام؟

## ٣- العنف في وسائل الإعلام

تمثّل أحد أهم مجالات البحث الخاصة بجمهور وسائل الإعلام في العنف في وسائل الإعلام. وقد اشتمل بعض الأبحاث على إجراء اختبارات تجري خلالها متابعة ردود فعل الناس تجاه وسائل الإعلام وقياسها. واشتمل البعض الآخر على إجراء عمليات مسح يُسأل الناس خلالها عن مشاهدتهم للتلفزيون ومواقفهم من العنف- وثمة قدر كبير من الخلاف بين الباحثين حول طبيعة ومدى تأثيرات من ذلك القبيل. ما هو في رأيك سبب إجراء هذا القدر الكبير من الأبحاث عن هذه المسألة؟ وهل سنجد يوما ما ردّا شافيا على ذلك؟

السير مسافة أبعد

١- استهداف القراء. خذ صحيفتين يبدو أنه تُستهدف بهما فئتان من القراء. أنظر إلى الفرق بينهما- في السعر، مثلا، وفي التصميم، وفي اللغة، وفي استعمال الصور، وفي عدد الأبواب التي تحتويانها، وفي تطرقهما لمواضيع معيَّنة. ما الذي يفترضه محرّرا هاتين الصحيفتين في قرأتهما؟

٢-اليوميّات الإعلامية. احتفظ بيوميّة عن استخداماتك لوسائل الإعلام خلال أسبوع أو أسبوعين. وإنّ أمكن، قارنها بيوميّة صديق لك. هل هناك أنماط متوقعة في استخدامك

جانب في التربية الإعلامية.

## أسئلة مهمة

استعراض جماهير وسائل الإعلام يعني استعراض ما يلي:

١- الاستهداف. كيف توجّه وسائل الإعلام إلى جماهير معيَّنة؟

وكيف يسعى القائمون عليها إلى اجتذاب الجمهور إليها؟

٢- المخاطبة. كيف تتحدث وسائل الإعلام إلى الجمهور؟ ما هي الافتراضات التي يفترضها منتجوا المواد الإعلامية عن الجماهير؟

٣- البثّ الواسع. كيف تصل وسائل الإعلام إلى الجماهير؟ كيف يعرف الجمهور ما هو متاح؟

٤- الاستخدامات. كيف تفسّر الجماهير ما يصدر عن وسائل الإعلام؟ وما هي المعاني التي تجدها فيها؟

٥- فهم المعاني. كيف تفسّر الجماهير ما يصدر عن وسائل الإعلام؟ وكيف تستمد مدلولات ذلك؟

٦- المتع. ما هي المتع التي تكتسبها الجماهير من وسائل الإعلام؟ ما الذي تحبّه وما الذي لا تحبّه؟

٧- الفروق الاجتماعية. ما هو الدور الذي يلعبه الجنس (ذكر أم أنثى)، وتلعبه الطبقة الاجتماعية، والسن، والخلفية العرقية في سلوك الجمهور؟

## أمثلة

### ١- قياس جماهير التلفزيون.

تقاس شعبية برامج التلفزيون، في معظم البلدان، عن طريق "عدد المشاهدين". وكثيرا ما تركّب عدّادات على تلفزيونات عدد صغير من المشاهدين لتسجيل الوقت الذي يُشغل فيه التلفزيون. ولدى بعض المشاهدين "عدّادات للبشر" تبين من الذي كان موجودا في الحجرة في ذلك الوقت. ويضاعف العدد المسجّل لتقدير العدد الإجمالي لجمهور المشاهدين. هذه المعلومات مهمة لشركات الإعلان التي تريد أن تعرف عدد المشاهدين ونوعيتهم. وتستخدم شركات التلفزيون أيضا هذا الأسلوب لتحديد الرسوم التي تتقاضاها من شركات الإعلان - مقابل

لوسائل الإعلام؟ وهل تعتقد أنك تمثل في ذلك أبناء جيلك أو الفئة الاجتماعية التي تنتمي إليها.

٣- **مراقبة الجمهور.** خصّص أمسيةً أو عطلةً أسبوعية في متابعة استخدام أسرتك لوسائل الإعلام. ما هي المناقشات أو التفاعلات التي تجري عندما يشاهد الناس التلفزيون، أو يقرأون الصحف أو يطلعون على الإنترنت؟ هل يجمع الناس بين وسائل إعلام مختلفة؟ من يتحكم في استخدام وسائل الإعلام، وكيف؟

### أسئلة للمناقشة.

١- **التأثيرات السلبية؟** يدفع كثير من الناس بالقول إن الأطفال والشباب بوجه خاص يكونون عرضة لتأثير وسائل الإعلام. أما البعض الآخر فيرى أنهم أعلم وأمهر من الكبار. ما رأيك؟ وما دليلك عليه؟

٢- **الجماهير العالمية.** يلقي بعض النصوص الإعلامية هوياً لدى الجماهير في جميع أنحاء العالم- لا سيّما ما يُنتج في الولايات المتحدة. ويرى بعض النقاد أن هذا يعني أن الجماهير جميعاً تدفع إلى قبول القيم والأيدولوجيات الأميركية. هل توافق على ذلك؟

٣- **وسائل الإعلام التفاعلية.** توصف الإنترنت وألعاب الكمبيوتر عادةً بأنها وسائل إعلام "تفاعلية". إلى أي حد، وبأي الطرق تسمح هذه الوسائل للجمهور بأن يكون "فاعلاً"؟ ما مدى التأثير الذي تتمتع به الجماهير حقاً؟

## صنع الإعلام

لا تقتصر التربية الإعلامية على تحليل الإعلام ووسائله، بل تتعداه إلى صنع الإعلام على يديك. وثمة أسباب كثيرة تدعوك إلى أن تصنع وسائل الإعلام الخاصة بك. وهذه الأسباب هي:

١- إيصال وجهات نظرك إلى جمهورٍ ما.

٢- تمكينك من التحرّي عن أفكارك وتجاربك.

٣- تعلم العمل مع أشخاص آخرين.

٤- الاستمتاع!

### التقنيات

توفر التقنيات الجديدة إمكانيات كثيرة لصناعة الإعلام. فباستعمال مجموعة مناسبة من البرامج المترابطة في الكمبيوتر، يمكنك تحريك الصور والرسومات وعمل تصاميم للصحف والمجلات، وتحرير الفيديو والصوت، ووضع عملك على الشبكة العالمية. وتتناقص تكلفة هذه التقنية باستمرار. ويمكن لهذه التقنية أن تُظهر عملك بالمظهر الاحترافي فعلاً.

إلا أن الانتاج الإعلامي لا يُشترط أن يتم بتقنية متقدمة. فبإمكانك إنجاز عمل عظيم باستعمال كاميرات فورية، أو بمجرد استعمال الورق والمقص والفراء. ويُعدُّ تصنيع المجلات والملصقات والمعروضات المصورة زهيد التكلفة وسهل الإنجاز، ويمكن أن يكون وسيلة ناجحة لإيصال الرسالة المطلوبة. ويمكن أن يكون الراديو والشريط الصوتي أيضاً وسيلة عظيمة لإنجاز العمل المطلوب.

### الجماهير

يجد المرء، بطبيعة الحال، قدراً كبيراً من المتعة بمجرد العبث بوسائل الإعلام. أمّا إن أردتَ حقاً تحسين عملك، فيمكنك أن تتعلم الكثير من السعي إلى الوصول إلى جمهور معين. ومن شأن ذلك أن يساعدك على التفكير ملياً فيما تريد أن تقوله وفي الكيفية التي ستقله بها.

ومن شأن التحرّي عن ردود فعل الناس على ما تنتجه أن يواجهك بمفاجآت ويُطَلِّعك على أشياء كثيرة- ومن شأن ذلك (إن كنت محظوظاً) أن يكسبك ثقة في نفسك. وثمة مزيد ومزيد من الطرق التي يمكن للشباب بها أن يلفتوا الأنظار إلى إنتاجهم. استعمل الشبكة العالمية، أو اتصل بمحطة التلفزيون أو الإذاعة في منطقتك.

### مساءلة وسائل الإعلام

صنعك للإعلام بنفسك يمكن أيضاً أن يساعدك على التفكير في الكيفية التي يصنع المحترفون الإعلام بها. ويمكن طرح عدد من الأسئلة التي أثرناها في هذا الدليل عن إنتاجك الإعلامي أيضاً. وفيما يلي بعض الأشياء التي يمكن التفكير فيها:

### الإنتاج

١- ما هي التكنولوجيا التي يمكن أن نستعملها، وكيف

٣- التفسيرات: كيف تصوّر وسائل الإعلام العالم؟

٤- الجماهير: كيف يفهم الناس وسائل الإعلام؟

هذه الأسئلة مرتبطة بالمفاهيم الأساسية. وهي جميعا مترابطة مع بعضها البعض. فإن طرحت سؤالاً منها، فمن المحتم على الأغلب أن تشرع في طرح الأسئلة الأخرى.

هذه الأسئلة تنطبق على أي ظاهرة إعلامية. وسواء كانت تلك الظاهرة هي ” بوكيمون “ أو ” سبايس جيرلز “ أو ” من سيربح المليون؟ “، فلا بدّ لهذه الأسئلة من أن تساعد على التفكير فيما يحدث. ويمكن تطبيق هذه الأسئلة أيضا على إنتاجك - سواء كانت صورة لألبومك العائلي أم فيديو منزلي، أم مجلة معجبين - أم شريط موسيقى تسجله مع أصدقائك.

#### استقصاء المزيد

ثمة طرق كثيرة يمكن بها استقصاء المزيد عن وسائل الإعلام وهي،

١- إقرا مجلات متخصصة، وابحث عن صفحات الإعلام في الجرائد.

٢- اتصل بمحطة التلفزيون أو الإذاعة أو الجريدة في منطقتك واطلب من العاملين فيها أن يرسلوا لك معلومات عن عملهم.

٣- استعمل الشبكة العالمية للبحث عن مواقع وسائل الإعلام في الإنترنت.

٤- إبحث عن معلومات تتعلق بحلقات دراسية وورش عن الإعلام، وتتعلق بمهرجانات وفعاليات الأفلام والفيديوهات.

ملاحظة: يمكن تعزيز هذه القائمة، بمعلومات وأمثلة محلية.

ستؤثر في منتجنا النهائي؟

٢- كيف سننظّم عملنا معا؟

٣- كيف سيصل منتجنا إلى جمهور ما؟

#### اللغات

١- ما هي أنجع السبل لايصال رسالتنا؟

٢- هل يمكن أن نستعمل اصطلاحات أو أساليب معروفة، أم إننا نحتاج إلى تجديد؟

٣- ما هي الاختيارات التي تتقيها، وما هي التبعات التي ستترتب عليها؟

#### التفسيرات

١- ما هي الأفكار أو القيم التي نسعى إلى إيصالها؟

٢- ما هي الصور التي نريد أن نصوّر بها العالم؟

٣- هل نستعمل قوالب جامدة في تصنيف الجمهور في فئات معينة، وما هي تبعات ذلك؟

#### الجماهير

١- مع من نتواصل، ولماذا؟

٢- ما هي الافتراضات التي نفترضها في الجمهور؟

٣- كيف سنقنع أفراد الجمهور بها، أو نجعلهم يصدّقوننا؟

#### الخلاصة

طرحنا، في هذا الدليل، أربعة أسئلة أساسية هي:

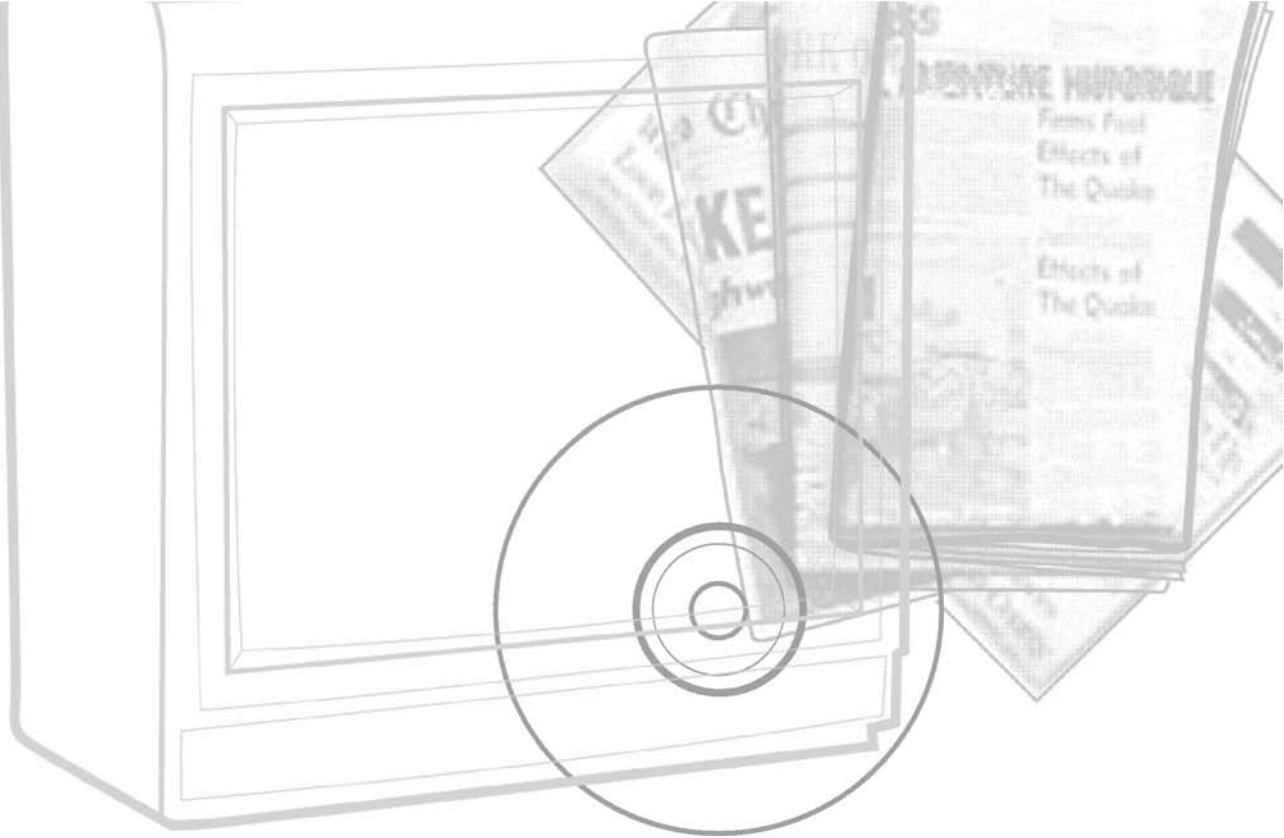
١- الإنتاج: من الذي يصنع الإعلام؟

٢- اللغات: كيف تنقل وسائل الإعلام المعنى المقصود؟









## دليل للوالدين



هدف هذا الدليل هو تهيئة فرص وأوضاع تمكّن الوالدين وأولياء الأمور من مشاهدة التلفزيون ووسائل الإعلام الأخرى مع أطفالهم على نحوٍ بناء. ويقترح هذا الدليل أنشطة مختلفة تقوم بها العائلات، وتوفّر بعض الأدوات لمتابعة وسائل الإعلام واستيعابها على نحو أفضل والتدخّل، إن كان ذلك ممكناً أو لازماً، والإسهام في تطویرها. ولا ينبغي الأخذ بهذه الإرشادات باعتبارها صفات، بل باعتبارها اقتراحات لمسارات استقلالية ومجدّدة ومبدعة.

### التغيرات في الأسرة

على الرغم من كلّ التغيرات الكبرى التي تعرضت لها الأسرة على مدى العقود الماضية، فلا تزال المرجع و"العنصر الأساسي" في المجتمع. إذ يولد ويتعرّع معظم الأطفال بين الأسر، وفيها يتلقون الرعاية والمحبة منذ نعومة أظفارهم. ومنها يتعلمون كيف يعيشون مع أناس يختلفون عنهم. ومن الأسرة يتعلمون الاستماع والتكلم. وبهذه الطريقة، يقولون ما يعتقدونه ويبينون مشاعرهم. واستناداً إلى هذه المحبة، وهذه العلاقات والمبادرات فإنّ

من المؤكّد أنه لا يمكن الاستغناء عن دور المدرسة في التربية الإعلامية، لكنه لا يمكن أن يكون الوسيلة الوحيدة إطلاقاً. إذ يمكن تخطيط وإنجاز الكثير مع السعي إلى تحقيق الهدف ذاته ضمن الأسرة، أو المؤسسة الدينية، أو المكتبة الإعلامية في المدينة أو البلدة. والفكرة الكامنة وراء ذلك هي أن التلفزيون ووسائل الإعلام الأخرى تُعدّ موضوعاً جديراً بالمناقشة والدراسة. وهذا يعني الإقرار بالمكانة التي تشغلها في كثير من البيوت وكثير من الحيوانات، كما يعني تمكين الناس، ولا سيّما الأطفال، من أن يكون لهم دور في ذلك.

- ٣- العوامل العلمية الطبيّة (برامج صحة الأم والطفل، برامج الصحة، انتشار حبوب منع الحمل).
- ٤- العوامل التكنولوجية (المواصلات، والأجهزة المنزلية، الخ).

#### ينعكس بعض التبعات في ظواهر من قبيل:

- ١- النقص الشديد في عدد المواليد.
- ٢- الانخفاض الحاد في وفيات الأطفال.
- ٣- الانخفاض الواضح في عدد الأولاد والأسر الكبيرة.
- ٤- الازدياد الكبير في عدد حالات الطلاق والأولاد الذين يولدون خارج نطاق الزوجية.

#### لا بدّ من أن تضاف إلى هذه الاتجاهات عوامل أخرى وهي:

- ١- ازدياد التعليم المدرسي للسكان.
- ٢- التناقص التدريجي في الأمية والازدياد الملحوظ في عدد الجامعيين الذين ينتمون إلى الفئات العمرية ذات العلاقة، ولا سيما بين النساء.
- ٣- الهجرة التدريجية والمستمرة من الريف، وكل ما يصاحب ذلك من علاقات.
- ٤- التركّز المتزايد في البيئات الحضرية مع ما يحتمل من توفر أنواع جديدة من الفرص (فيما يتعلق بالوظائف، مثلاً) ولكن دون أن يعني ذلك بالضرورة تحسن الأحوال المعيشية.

من المؤكّد أن جميع هذه العناصر غير كاف لكي يشمل كلّ التحولات التي حدثت على مدى العقود الماضية، لا سيما وأنّ ثقافة كلّ بلد وتقاليد وموارده تختلف عن ثقافة البلدان الأخرى وتقاليد ومواردها. ومع ذلك، فإن هذه العناصر تمكننا من فهم تعدّد الأوضاع والأطر التي توجد فيها الحياة الأسرية حالياً.

#### العوامل الداخلية والخارجية

تتكيف الحياة الأسرية بفعل عوامل داخلية وأخرى خارجية وهي:

- ١- الاستخدام (أو عدمه) هو بالتأكيد أحد العوامل،

كلّاً يتصل بالعالم المحيط بنا فيدرك أننا نتاج له وجزء فعّال فيه. وقد كشفت عدة عمليات مسح أنه من بين القيم التي عبّر الجمهور عن قبوله بها، ظهرت الأسرة باعتبارها أهم تلك القيم أو إحدى أهمّها وأن الغالبية تشعر بأن الطفل يحتاج إلى كلّ من الأب والأم في البيت كي يعيش طفولة سعيدة.

لأنّ الأسرة تمثّل تجربة أساسية، فلا عجب أنها كانت موضوعاً لكتابات ومناقشات متعددة بل ومعارضة - رغم أن أركانها اهتزّت في العقود الماضية بفعل تغييرات جذرية. ويسعى البعض إلى الدفاع عن الأسرة، فيعتبرونها متجانسة وثابتة لا تتغير، وبالتالي فإنهم يحولونها إلى حقيقة لها قالب أسطوري. أما البعض الآخر، فلقد حلموا ولا يزالون يحلمون بتخفيف روابطها كي تكتسب ما يسمّى بشكل متقدّم من الحياة الاجتماعية. ولقد أدت الأسرة نفسها كحقيقة جماعية في صور ملموسة من الوجود والتطور، باعتبارها تعبيراً عن التغيير الاجتماعي ووسيطاً له.

من أجل سبر أغوار التحولات التي حدثت أو لا تزال تحدث داخل مؤسسة الأسرة، فإنه يتمّ عادةً الاستناد إلى عدة عوامل، منها ما يلي:

- ١- التمدّن وانتشار أنماط الحياة الحضرية.
- ٢- التحوّل من أنظمة الحكم المتسلطة إلى سوق العمل.
- ٣- ازدياد دخول النساء إلى سوق العمل.
- ٤- انتشار مُثُل المساواة في الحقوق والواجبات بين الرجال والنساء.

٥- فصل العلاقات الجنسية عن التناسل وانتشار وسائل منع الحمل.

لذا، يمكن للمرء أن يقول إن التغييرات التي أثرت على الأسرة

#### حدثت عند تقاطع:

- ١- العوامل الثقافية (الحركات النسائية وازدياد القبول بالتفريق والطلاق بين الأزواج).
- ٢- العوامل السياسية والاقتصادية (إضفاء الصفة المهنية على السياسات الأسرية وتطبيقها).

## الأطفال فئة يساء فهمها

في تاريخ العالم الغربي، كان الأطفال ولا يزالون موضوعاً لمواقف وسلوكيات شهدت تعبيرات متنوعة بمرور الزمن. ولقد شهدنا عمليات هجر مواليد جدد، وتسليم رُضع إلى أشخاص غير والديهم كي يعتنوا بهم ويربّوهم. ولا يعني هذا القول إن الأطفال، في الماضي، لم يُعطوا ما يكفي من الحب والرعاية والاهتمام. وإن ما حدث هو أنه، نظراً لعددهم، وارتفاع عدد الوفيات بينهم، فإن الاهتمام بالانفاق على كلٍ منهم ورعايتهم في طفولتهم لم يكتسب الأهمية التي اكتسبها في القرن العشرين.

إنّ ما نطلق عليه في هذه الأيام عبارة "الطفولة" - باعتبارها مدة طويلة يقضيها الأطفال في الدراسة واكتساب المعارف- لا يتجاوز عمرها بضعة قرون من الزمن. فعندما كان الأطفال، في الأزمان الغابرة، يبلغون سنّ الرشد ويكتسبون بعض القدرات اللغوية والبدنية المستقلة، كانوا يُدمجون في العالم ويتولون مهام الكبار. أمّا المؤسسة الكبرى التي أسهمت في نهاية المطاف في جعل الطفولة فئة اجتماعية مُحددة فكانت المدرسة وانتشارها التدريجي لدى المومنين أولاً، ومن ثم لدى الآخرين باطراد. ولقد امتدت الفترة اللازمة لاكتساب مهارات القراءة، والكتابة، وقواعد اللغة، والحساب بفعل اتساع المعارف والمتطلبات اللازمة لتولي المهام والوظائف الاجتماعية أيضاً. وقد نجم عن ذلك امتداد متزايد لفترة التحضير إلى أن وصلت إلى الوضع الذي هو عليه الآن. ولا يقبل معظم الدول أن ينخرط الأطفال في العمل، سواء بأجر أم بدون أجر، قبل بلوغهم سنّاً معيّنة (تذكر سن السادسة عشرة على الأغلب باعتبارها السن المعتمدة لذلك)، على افتراض أنهم يبقون في المدرسة حتى تلك المرحلة على أقرب تقدير - وقد يقول المرء إن من المفترض أن تكون الدراسة هي عملهم.

### أفكار غير مفهومة بما يكفي عن الطفولة وإمكاناتها

لقد تفاوتت طريقة دراسة وفهم الطفولة وتطورها نحو البلوغ والمواطنة الكاملة تفاوتاً بيننا، ولا تزال موضعاً لمفاهيم متباينة جداً. فثمة من يعتبرون الطفل صفحة بيضاء أو لوحاً من الشمع يطبع الوالدان أولاً، ثم المجتمع

وهو يتراوح بين الاستقرار والاضطراب، وبين الرضى والانفعال.

٢- خصائص السكنى وموقعها هي عامل آخر. إنها تحدّد كثيراً من روتين الحياة اليومية والجوانب الحاسمة بالنسبة لنوعية الحياة، من قبيل استخدام الأدوات الاجتماعية والثقافية، بالإضافة إلى أن لها أثراً كبيراً على طول العلاقة مع الأطفال ونوعيتها. فمثلاً، تجد أسرة تعيش في ضواحي مدينة كبرى وتحتاج ساعة أو ساعتين للوصول إلى مكان عملها، ومثل ذلك في العودة، إضافة إلى اضطرابها لايصال أطفالها إلى مدارسهم وحضاناتهم أو إلى بيت أقارب لها، تجد تلك الأسرة نفسها في وضع يختلف تماماً عن وضع أسرة تعيش في المنطقة التي تعمل فيها.

٣- يصبح إيقاع الحياة اليومية ومطالبها أحياناً مبعثاً لإجهاد شديد، إلى حدّ أن أفراد الأسرة يصلون إلى البيت منهكين بينما تكون عليهم واجبات أخرى يجب تأديتها.

من المهم التأكيد، في هذا الصدد، على أن المطالبة التي ترفعها النساء من أجل الاقتصار على نصيب عادل من الأعمال المنزلية والعناية بالأطفال لم تترجم إلى واقع حتى الآن، رغم إحراز بعض التقدم في بعض البيئات الاجتماعية والثقافية، على الأقل. فعندما يكون لدى النساء عمل مهنيّ، فإنّه يضخّ بهن مرتين أحياناً ضمن إطار اجتماعي لا يزال العمل المنزلي فيه مفتقراً إلى التقدير، بسبب طبيعته غير المنظورة - وكثيراً ما تكون البيانات التي توفرها دوائر الإحصاء الرسمية عن ذلك مضللة لأن المعدلات تخفي تناظرات واسعة في التوزيع بين الجنسين - ويُعدّ العمل المنزلي والعناية بالإسرة مثلاً ينطبق على ذلك. والحقيقة هي أن الوقت أصبح، لدى العائلات الحديثة، يزداد ضيقاً باستمرار. وسواء استغرق العمل كثيراً من الوقت، أو تطلبت الحياة تفرغاً، فمن السهل عادة جعل الأطفال يجلسون أمام جهاز التلفزيون، أو لوحات ألعاب الفيديو، أو شاشة الكمبيوتر، بدلاً من الجلوس معهم. ويدفع الشعور بالعجز أو الذنب كثيراً من الوالدين إلى تعويض الأطفال بالدمى والألعاب، أو بالنقود، بالنظر إلى قصر الوقت الذي يقضونه مع أطفالهم.

حيوية لاكتشاف الأطفال لأنفسهم والعالم حولهم. وهذه سياقات وفرص يكونها بدرجة كبيرة الأطفال أنفسهم، ويكون بإمكانهم فيها أن يطوروا آفاق الخيال لديهم ويطوروا مهاراتهم العلائقية، وصدقاتهم وتضامنهم - بعيدا قدر الإمكان، عن مشاريع الكبار وبرامجهم.

ورغم إدراك أهمية هذه الشبكات والفرص، فالحقيقة هي أن ظروف السكن لدى كثير من العائلات، وقدرات كثير من الوالدين ونمط حياتهم، والافتقار إلى البصيرة والحس المرهف لدى الوكلاء السياسيين تجاه تطوّر الأزمان والأمكنة التي يمكن أن يترك فيها الأطفال بمفردهم في أمان، تجعل حياة عدد من الأطفال متميزة إما بالبرمجة المفرطة وإما بالإهمال والعزلة غير المقبولين.

### حق الأطفال في المشاركة

إذا نظرنا إلى نص المعاهدة الخاصة بحقوق الأطفال والتي اعتمدها الأمم المتحدة عام الف وتسعمئة وتسعة وثمانين - والتي هي قانون في البلدان التي صدقت عليها (الجميع باستثناء الولايات المتحدة والصومال) فسنرى أنها تنص على الحقوق التالية:

- 1- حقوق الحماية، لمنع الناس من إيذاء بعضهم بعضاً.
- 2- حقوق توفير الاحتياجات، لتزويدهم بما يفتقرون إليه.
- 3- حقوق المشاركة، لتشجيع الأطفال على التعبير عن آرائهم في المسائل التي تمهم بصورة مباشرة.

على الرغم من المشاركة الهائلة التي لا تزال تَعْتَوِرُ الطفولة في العالم كله، فإن على المرء أن يعترف بالتقدم الهائل الذي أحرز، ولا يزال يُحرَزُ بالنسبة للنوعين الأوليين من الحقوق. ومع ذلك، فإن هذا لا يمنع الأطفال انفسهم من أن يكونوا الفئة الاجتماعية التي تتأثر أكثر من غيرها بالفقر والحروب أو ظهور أشكال جديدة من الاستغلال والعنف ضدهم ( من الأمثلة التي تنطبق على ذلك دعارة القاصرات المرتبطة بالسياحة الجنسية، وإصابة الأطفال بفيروس إتش أي في المسبب لمرض نقص المناعة المكتسب، وازدياد عدد أطفال الشوارع في بعض الحواضر الضخمة، ولا سيما في الدول النامية ). ولا يمكن أن يمنعا هذا من إدراك النقص الشديد في مجال حقوق المشاركة (راجع

ككل، بالتدريج عليه المعرفة والقيم والسلوكيات والمشاعر. وبالتالي يكتسب الأفراد المهارات والأدوات اللازمة لاستقلالهم، انطلاقاً في الأساس من موقف المتلقي السلبي.

وثمة منظور مختلف عن هذا وهو أنه بينما لا تُتكر أهمية دور الكبار، فإن من الضروري التركيز على الدور الفعّال الذي يقوم به الأطفال، أو يجب عليهم أن يقوموا به، في عملية استكشافهم للعالم من حولهم، وللآخرين، وبهذه الطريقة، لأنفسهم. يضاف إلى ذلك أهمية الإقرار بالمهارات التي لدى الأطفال أصلاً ومكافأتهم عليها.

يُنظر إلى الفرد، في الرأي الأول، باعتباره نتاجاً للمجتمع، أي أن ما نهتم به أولاً هو ما (لا يزال) الفرد مفتقراً إليه. أمّا في الرأي الثاني، فلا يعتبر الفرد مجرد نتاج بل يعتبر أيضاً منتجاً - بعبارة أخرى، فإن التركيز يكون على ما لدى الفرد (أصلاً) أو ما يستطيع (حالياً) أن يكون عليه.

ومع كل ذلك، فإن هاتين الطريقتين تكملان بعضهما بعضاً في رؤية الواقع ذاته. والأمر أشبه ما يكون بكأس ماء نصفه مملوء. فالبعض يعتبرونه نصف مملوء، بينما يعتبره البعض الآخر نصف فارغ. ومهما يكن من أمر، فقد تختلف تبعات الرأي والرأي الآخر بالنسبة للتوجّهات التي تتخذ في التربية وفي العلاقات الاجتماعية، إذا أخذ بأحد الرأيين دون الآخر. وعبارة أخرى، إذا كنتُ أنا أعتبر أن الأطفال يفتقرون إلى الكفاءة والقدرة، فسأميل إلى جعل الكبار في بؤرة العملية الاجتماعية، وهو الموضع الذي يكمن فيه نوع من البرمجة الثقافية التي يجب نقلها إلى عالم الطفل. وعلى العكس من ذلك، فإذا اعترفتُ بأن الأطفال، بمستواهم وبطريقتهم، مقتدرين (نسبياً وتدرجياً)، فسأسعى (دون الاستغناء عن دور الكبار) إلى الإقرار بتلك المهارات وتعزيزها والبناء على أساسها بطريقة تضمن ألا يقتصر الشبان على الأخذ بل يتجاوزونه إلى العطاء أيضاً.

لقد لفتت مجموعة هائلة من الدراسات أجريت في العقود الماضية الأنظار إلى أهمية شبكات الأصدقاء، والزملاء، ومجموعات الجيران في حياة الأطفال ونموهم. فالتبادلات والعلاقات التي تنامي في هذه الأوضاع والمواقف، وعمليات التضامن والتنافس التي تتولد عنها، وتبني الأدوار وظواهر القيادة التي تحدث تحوّل تلك الأزمنة والأمكنة إلى أبعاد

في الوقت ذاته، من العدل الإقرار بأن عدداً متزايداً من التربويين المحترفين يعكف منذ مدة على جعل المدرسة ووقتها مكاناً وزماناً يجب الاطفال ان يكونوا فيه، وجعل المدرسة مكاناً يتعلمون فيه كيف يعيشون، إضافة الى ما يتطلبه المنهاج المدرسي. وبعد ان كانت المدرسة تعتبر منذ وقت بعيد مكاناً للاستعداد للحياة، فقد دأبت المدرسة منذ ما قبل قرن من الزمن، على تعزيز وظيفتها باعتبارها «سقالة»، وكذلك تعزيز الحياة التي تُبنى داخلها ويتم التعبير عنها داخلها أيضاً. بعبارة أخرى، فان المدرسة تعكف على استكشاف وتعزيز «الشخص الكائن داخل الطالب». وهؤلاء ليسوا مجرد رجال الدُ ونسائه فحسب، بل انهم أيضاً الموضوع الدراسي في الوقت الحاضر.

وبينما يرى البعض في المدرسة عامل مساواة اجتماعية ويرى البعض الآخر فيها عاملاً من العوامل المسببة للفروق الاجتماعية، فقد اظهرت نشاطاً ملحوظاً في اثبات ذاتها باعتبارها احدى المؤسسات التي يقوم المجتمع على اساسها. لقد تتحى الطوباويون الذين توقعوا زوال المدرسة جانباً كما تلاشت فتاوى من اعتقدوا بتغييرات العولة والمركزية. في الوقت ذاته، فقد اجريت تجارب كثيرة مبتكرة، الا ان النموذج التقليدي الاساسي قاوم التغيير. وما عليكم الا ان تفكروا كيف ان منطق قياس الزمن الذي يكمن وراء تنظيم اوقات التربية والتعليم وحيزهما قد استمر ودام. ويرى كثير من التربويين، من امثال بياجيه وغيره، ان الهدف الاول من التربية المدرسية ليس تكرار ما فعلته الاجيال السابقة، او المعارف التي شكلتها، بل تنمية مهارات خلاقة ومهارات استكشاف من خلال وسائل فعالة تستند الى البحث وتحليل المعلومات. والحقيقة هي ان نموذج التحويل او النموذج «المصري»، كما سماه باولو فريري الذي يتركز على شخص المدرس، لا يزال يُظهر نشاطاً لا يتزعزع.

وعلى الرغم من الجهود التي تمخضت عن تيارات تربوية مختلفة تهدف الى حفز الطلبة على التعلم وجعل تجربتهم المدرسية (وبمعنى اوسع، خبرتهم الحياتية) اكثر جاذبية، فلا بد من القول ان التربية المدرسية مهمة شاقة. اذ انها تتطلب تنظيمًا وانضباطاً، وتدرجاً وتقدماً، وتقانياً وتقييماً، ومن هذا المنطلق الفكري، فان التربية المدرسية تستند الى منطقٍ مخالفٍ - بل قد يقول البعض مُعارضاً

العمل. وفي هذا الوضع، فإن الأطفال لا يختلون بأنفسهم مطلقاً، وهم يحضرون أنشطة تكمل تعليمهم المدرسي، وهو ما قد تثبت أهميته الكبيرة في المستقبل. إلا أنهم لا يعرفون كيف ينظمون وقتهم، ومُتعة الألعاب المبتكرة والاتصال غير المبرمج مع الطبيعة.

وثمة صورة مختلفة وهي صورة الأطفال الذين يبقون في البيت، بمفردهم عادةً، أو بوجود أخ أو أخت أكبر أو تحت إشراف من بُعدٍ من جانب جيران يتولون مسؤولية إطعامهم وإيصالهم إلى المدرسة، ويتولون الأعمال المنزلية داخل البيت أو خارجه أو داخله وخارجه، وهي أعمال يمكن أن تكون شاقة أحياناً أو تتطلب عناية كبيرة. وفي هذه الأوضاع، قد يقتصر التعلم على أفق حياتي ضيق، وان كان يعادل ذلك قدر أكبر من تحمل الطفل للمسؤولية وإدارة الأوقات- بما فيها أوقات اللعب- التي يحددها وينظمها بدرجة كبيرة الطفل نفسه.

من المؤكد أن عدداً من هذه الجوانب يكتسب أهمية مختلفة تعتمد على سن الطفل ومدى علاقته مع الكبار المهمين (الأجداد، والأقارب، الخ). إلا أنه صحيح أن عدداً كبيراً من الأطفال ينتهي بهم المطاف إلى أن يصبحوا بالدرجة الأولى ضحايا لمستحيلات عالم الكبار وفوارقه وافتقاره إلى الإحساس بالمسؤولية.

## المدرسة تبحث عن اتجاهات جديدة.

بقدر ما تنتقد المدرسة، وبقدر ما يكون وضع التعليم ضعيفاً، فإن الأطفال بشكل عام يحبون المدرسة. لكنهم لا يحبونها بالضرورة لنفس الاسباب التي يفكر فيها الكبار، لا لسبب ما يدرّس ويُدرّس هناك، او بسبب المعلمين الذين يدرسون هناك. إنهم يحبون المدرسة لأنها تجمع بين الاصدقاء والزملاء، ولأنها تتيح لهم الوقت للترفيه واللعب قبل الحصة الدراسية وبعدها وفيما بينها. ويحبونها لأنها، رغم كل شيء، تتيح لهم الفرصة للانعتاق من وصاية ابويهم. ولعل بإمكان المرء ان يقول، ان من المؤكد مع بعض المبالغة، ان المدرسة التي يحبها الاطفال هي "مدرسة فترات الفسحة". وهذه نقطة تظهر بشكل بارز في الدراسات التي يجريها الباحثون، والتي تستحق من العناية والاهتمام اكثر مما هو عليه الحال في الوقت الحاضر، وذلك من جانب الوالدين والمدرسين، سواء بسواء.

– لمنطق التربية الاعلامية، ولا سيما التلفزيون الذي يكون الاطفال على اتصال يومي وثيق به منذ ولادتهم.

ويتعلق سوء فهم كبير في هذا الميدان بالمشروع الذي ارادت له النخب السياسية والثقافية، ولا سيما في اوروبا، ان يثمر، وذلك بتصميم صيغة للاذاعة، اولاً، ومن ثم للتلفزيون، تحوّل هاتين الوسيلتين الاعلاميتين الى مدرستين شعبيتين كبيرتين تتقلان نور المدنية الى اركان الأرض الاربعة. وفي حالة التلفزيون بشكل خاص، الذي تحوّل إلى وسيلة موجّهة أساساً إلى الترفيه، فان خيبة الامل ولدت جفوة ورفضاً، عزّزا الفكرة القائلة ان التلفزيون منافس للمدرسة او معارض لها.

وثمة اتجاه لا يقل إشكالاً، ترسّخ تدريجياً في الحقل المدرسي، نحو إدخال الوسائل المسموعة والمرئية في التعليم، لا من اجل دراستها بالأشكال والتعبيرات التي جعلت منها ظواهر اجتماعية وثقافية، بل من اجل تكييفها مع منطق المدرسة. وعلى الرغم من جميع الافكار والاختبارات الصادرة عن عدة جهات، فقد اصيحت وسائل الاعلام المسموعة والمرئية تعتبر قبل كل شيء بمثابة تكنولوجيا تُكتسب وليست بعداً لعالم ثقافي يجب استيعابه وفهمه. ومع ذلك، فان وسائل الاعلام المسموعة والمرئية تتطوي على أسئلة اساسية تتعلق بكيفية التوفيق بين عالم الشبان ورموزهم ولغتهم.

لعل ثمة تناظراً في الوقت الراهن بين شبكات الكمبيوتر والانترنت. بل ان الاصرار على توفير الكمبيوترات على نطاق واسع في المدارس وعلى استعمال المدرسين والطلبة لها قد يؤدي، كما يقول سيمور بابت، الى «إدانة أساليب التعلّم والتعليم التي ابتكرت في القرن التاسع عشر، مع تزيينها بالتكنولوجيا». ونحن نعتقد، في بعض الاوقات، ان إدخال التقنيات إلى المدرسة سيغيّر على نحو تلقائي تقريباً جميع السنن التربوية. ويوجّه كليفوردي ستول، وهو من رواد الانترنت، كلمة تنبيه في هذا الصدد يقول فيها: «انني مقتنع تماماً بأن من العبث ان نعصّ حجرات الدرس بالكمبيوترات وتوصيلات الانترنت (...) فالأسئلة الوجيهة لا يمكن ان تصدر عن كمبيوتر (...) ولا تعلّمنا الانترنت سوى النقر. (...) لست مضطراً لأن تفكر، وما عليك إلا أن تنقر (...). ومن هنا فان التحول من موقع الى موقع على الانترنت يعد وصفاً لا مثيل لها لمنعنا من التفكير».

المبالغة هنا واضحة، لكن التنبيه يستحق ان يؤخذ بعين الاعتبار.

لقد قيل ان المدرسة تزداد بعداً من الوضع السابق، حين كانت تشكل المصدر الاول لنشر المعرفة والتعلم. ولم يزد تكاثر قنوات المعلومات والمعرفة والمعارف وتنوعها هذا الوضع الا وضوحاً. فالانترنت، بكل التطورات التي شهدتها، والتي ستشهدها في المستقبل القريب، هي اكثر بكثير من كونها مجرد وسيلة جديدة للتواصل. انها بيئة تفاعلية للتواصل والمعلومات يمكن للمرء من خلالها ان يطلع على انماط متنوعة من المخاطبات، بما في ذلك عدد لا يحصى من وسائل الاعلام التقليدية، المطبوعة والسمعية والبصرية.

وثمة مشكلة، في هذا السياق، يجب اخذها في الحسبان، ألا وهي ان تتوفر لدى الاطفال والشبان وسائل للوصول الى معلومات تكون احياناً اكثر اثاراً للاهتمام بكثير مما يجده في حجرة الدرس. وهذا وضع يعرّض النموذج المدرسي النقلّي الجوهر للخطر، وسيعرضه مستقبلاً لخطر متزايد. ولقد ادرك كثير من الخبراء التربويين وكثير من المدرسين ذلك فكافحوا ولا يزالون من اجل اجراء تغيير جذري. وقد تصادف ايضاً ان هذا الوضع ينطوي على عوامل كثيرة اخرى، من قبيل تدريب المدرسين، والظروف المتعلقة بالحيز، والاجهزة، والموارد، وحجم حجرة الدرس، وكيفية تنظيم حياة المؤسسات التعليمية وادارتها، والدور المنوط بالطلبة، وما الى ذلك.

لقد اتضح ان من المحتم، ان عاجلاً ام آجلاً، ان تُرغم الظروف المدرسة على تغيير طريقة تصميمها وتنظيمها، لأنه لا يتوقع حتى الآن ان تتبوأ مكانها اي مؤسسة اخرى. والواقع ان ثمة مهام، في اطار المجتمعات الحالية، لا يمكن الا للمدرسة ان تنجح فيها. وقد اشار بورديو الى تلك المهام في تقرير رفعه الى الحكومة الفرنسية عام ألف وتسعمئة وخمسة وثمانين، وهي:

١- تطوير واكتساب المهارات والادوات الفكرية اللازمة لفهم جميع الرسائل وللتكامل الرشيد بين جميع المعارف، من ناحية،

٢- ومن ناحية اخرى، تنمية القدرة على التحليل والتركيب النقدي للمعلومات والمعارف التي تُكتسب بوسائل اخرى، بالاضافة الى ظروف هذا الاكتساب.

مركزياً يستحوذ على الاهتمام، شيئاً نادراً يثير فضول الناس بل ويثير قدراً من الحذر لديهم.

لم يكن في معظم البلدان، حينئذ، سوى قناة واحدة تبث بالابيض والاسود لبضع ساعات في اليوم، مع انقطاعات متكررة في البث بسبب خلل في شبكات الارسال. وكان لأجهزة التلفزيون تصميم قد يبدو في هذه الايام تصميماً من عصور ما قبل التاريخ، كما كان ثمة أناس، ولا سيما بين كبار السن، يعتقدون انه كان باستطاعة قراء الاخبار ومقدمي برامج الترفيه ان يروههم. ولتقارن ذلك بما يحدث اليوم، حيث توجد عدة قنوات حرة، وعشرات من القنوات التي تبث عن طريق الاقمار الصناعية والتي يمكن التقاط بثها إما باستعمال طبق للاقمار الصناعية وإما عن طريق الكابل، اضافة الى التلفزيون الرقمي الذي يجري تدشينه، مما يفتح المجال لزيادة التفاعلية مع المشاهدين. وبين السنوات الاولى للتلفزيون وواقع هذه الايام، ظهر عدد من الاختراعات التي مهدت الطريق لتغييرات هامة، لا بالنسبة لطريقة مشاهدتنا للتلفزيون فحسب، بل ايضاً بالنسبة لتجربة التلفزيون ذاتها. وفي ما يلي بعض الامثلة:

١- «التلفزيون الملون»، الذي كان قد وجد اصلاً في الولايات المتحدة الاميركية في خمسينيات القرن الماضي لكنه لم ينتشر في اوروبا واقطار المغرب العربي الا اعتباراً من الستينيات، وبشكل رئيسي في السبعينيات.

٢- «مسجل الفيديو»، الذي انتشر في كل مكان خلال الثمانينيات، والذي مكننا من ارجاء وقت مشاهدة برامج التلفزيون وطريقة مشاهدتها، اضافة الى اتاحة استعمالات اخرى لجهاز التلفزيون، من قبيل مشاهدة الافلام المسجلة على اشربة فيديو.

٣- واخيراً، «جهاز التحكم من بعد» (الريموت كونترول)، الذي يمكّن المشاهدين من تغيير القنوات دون القيام من مقاعدهم، وبالتالي مكنهم من تقليد القنوات بسرعة، وهو ما يعني وجود تحدٍ إضافي لدى أصحاب البرامج الملتزمين بعدم السماح للمشاهدين بالانصراف عن برامجهم وملتزمين ايضاً باجتذاب مشاهدين جدد، إن أمكن.

وعلى المرء ان يضيف الى الابتكارات التقنية الانخفاض في ثمن اجهزة التلفزيون، وهو ما سهل الزيادة السريعة في

ويخصص تقرير اليونسكو الهام «التعليم - كنز مخبأ فيه»، الذي نشر عام الف وتسعمئة وستة وتسعين، هذه المهارات الجديدة في اربعة محاور برامجية رئيسية هي:

١- «تعلم المعرفة»، باكتساب ادوات الفهم.

٢- «تعلم العمل»، كي يتسنى اتخاذ اجراء بشأن البيئية.

٣- «تعلم كيفية العيش مع الآخرين»، من اجل التعاون والمشاركة في الحياة الاجتماعية.

٤- «تعلم الكينونة»، وهو مسار اساسي ينطلق من المحاور الثلاثة الآنف الذكر.

تحتاج هذه المهارات الى زمن وتسلزم مناخات انسانية راقية، يصبح فيها عمل الفريق وطريقة المدرس الجديدة في الكينونة والتدخل متطلبات لا غنى عنها. وهذا كله يؤدي بنا الى الاعتقاد بأن مؤسسة المدرسة لا يمكن حتى الآن تبديلها بغيرها. الا ان من المحتمل خلال العقود المقبلة ان ترسم لنفسها خط سير جديداً، ينطوي على قدرة هائلة على التحول استجابة للتغيرات الثقافية والاجتماعية او نتيجة لضغوط خارجية شديدة جداً او نتيجة للالتين معاً. ولن يكون غريباً اذا ما قام الطلبة بدور بارز في هذا التغيير، لأنهم هم، قبل غيرهم في المشهد التربوي، الذين يشعرون او قد يشعرون في نهاية المطاف بالضيق من الوضع الحالي.

## التلفزيون،

## والتجارة، والمواطنة

يواجه الاطفال والمراهقون هذه الايام عالماً «يتكون من تغييرات»، حسبما قال الشاعر الكبير لوي دو كامو ذات مرة، في القرن السادس عشر، في مرحلة هامة اخرى من مراحل التحول الاجتماعي. الا ان ثمة جوانب تبدو وكأنها كانت موجودة دائماً، وذلك لأنها مندمجة في حياتنا اليومية. ولا ينطبق ذلك حتى الآن على الانترنت، التي ترسخت وانتشرت بسرعة متزايدة في النصف الثاني من تسعينيات القرن العشرين. لكن من المحتمل ان يكون ذلك قد حدث للتلفزيون. فبالنسبة للشبان، يبدو من الغريب انه قبل اربعين سنة، حيث كان والدوهم شباناً، كان هذا الجهاز الكهربائي المنزلي الصغير، الذي يشغل مكاناً



او برامج اخرى ليست جيدة النوعية وذلك لسبب واضح وبسيط وهو ان اخرجها وانتاجها يعد ضعيفاً من الناحية الفنية والجمالية.

إن أول فكرة مهمة يجب وضعها في الاعتبار هي ان هذا يعني ان جودة النوعية لا تتأتى من نمط او اسلوب تلفزيوني معين، بل يجب تكوينها بمراعاة معايير محددة للاسلوب المعني. اذ لا يُعقل ان تفرض فئة اجتماعية او ثقافية معاييرها واذواقها كمعرف عام على الآخرين باعتبارها جدية بالاهتمام. الا ان على المرء ان يدرك ان الطريق بين الصفوة والدهماء طريق ضيق وجاف. فنحن نحكم على برنامج بأنه جيد النوعية اذا ترك لدينا شعوراً بأن ثمة شيئاً غير منظور تحت السطح، وانه مبتكرة بالنسبة للحلول التي يجدها، وان بإمكانه أن يجتذب اهتمام فئات مختلفة من الناس، اي انه يتيح الفرصة لمستويات مختلفة من المدلولات، وانه يثري العواطف والمدارك، وانه يوسع آفاق من يشاهدونه. فضلاً عن ذلك، من المهم ان نذكر ان قياس النوعية لا يقتصر على برامج دون غيرها، بل يتعداها ايضاً الى جدول البرامج.

كثيراً ما يعتبر المرء جودة النوعية نقياً للشعبية. وهذا التفريق يعني ان ما هو جيد النوعية لا يكون شعبياً (أي، لا يجتذب جماهير غفيرة)، والعكس بالعكس، حيث ان القاعدة العامة تقول ان ما يستهوي الجماهير العريضة لا يكون جيد النوعية. وثمة حالات تبين ان هذه المقابلة ليست حتمية. الا ان الواقع هو انه عندما تتحكم السوق في منطق اختيار برامج التلفزيون، فان الحلول التي يتم تبنيها تميل الى ان تكون الحلول التي تكلف اقل المبالغ والتي تلجأ الى ابسط الخيارات، وهو «القاسم المشترك الاصغر». والهدف الاول هو «انتاج» اكبر جمهور ممكن من اجل «توليف» البرامج وبيعها الى شركات الاعلان. انها عملية تنظر الى مشاهدي التلفزيون باعتبارهم هدفاً، وباعتبارهم زبائن محتملين، من الضروري الحفاظ على ولائهم.

ان مشروعية هذا المنظور ليست مسألة موضع نزاع هنا، لكنه لا بد للمرء من ان يقول انه لا يمكن لها ان تكون المسألة الوحيدة التي توضع في الاعتبار. فمشاهدو التلفزيون هم مستهلكون، حقيقيون او محتملون، لكنهم قبل ذلك اناس موجودون في أطر اجتماعية، ولهم مشاكلهم واحتياجاتهم واهتماماتهم وهوياتهم المختلفة، وتحرُّكهم أسباب

عدد الاجهزة في المنازل، الى جانب تعدد القنوات المتاحة وتحسن القوة الشرائية لدى العائلات. وقد ادى وجود جهاز تلفزيون ثان (بل واحياناً أكثر من ذلك)، باعتبار ذلك اسهل وسيلة لتفادي الاختلاف على اختيار البرامج او لمجرد مشاهدة التلفزيون على نحو مريح، ادى الى ظاهرة يمكن للمرء ان يسميها «خصخصة استعمال التلفزيون». والواقع ان مشاهدة التلفزيون في العقود الاولى للتلفزيون كانت وسيلة لاجتماع العائلات والجيران في بيت من لديه جهاز تلفزيون، او سبباً لالتقاء الناس في المقاهي والحانات لمتابعة احداث معينة. وهكذا، فمع انتشار وسيلة الاعلام الجديدة، شهدنا «خصخصة» مطردة للاستهلاك. وقد ظهرت، في العقود الاخيرة، خصخصة ثانية، حدثت هذه المرة في البيت، حيث لم تعد حجرة الجلوس (او المطبخ) مكان الاجتماع او التفاعل الذي توفره برامج التلفزيون، لأن هذا يحدث في حجرات النوم في هذه الأيام.

ولقد أشار كثير من الخبراء الى ان الزيادة في عدد القنوات التلفزيونية المتاحة وعدد ساعات البث، لا يعني زيادة في تنوع امكانيات الاختيار. ومع ان هذه الملاحظة تُشير في المقام الاول الى قنوات المنوعات الكبرى التي تميل الى تقليد بعضها بعضاً، لكن الواقع، بشكل عام، هو ان ساعات ذروة مشاهدة التلفزيون قد تراجعت بسبب تشابهها. وكما قيل، فان لدينا «مزيداً من الشيء ذاته». ولا يعني هذا القول انه لا توجد اية برامج جيدة، حتى في قنوات المنوعات. إن ما حدث هو ان بث تلك البرامج قد حوّل الى اوقات لا تناسب معظم الناس.

وهنا تكمن مشكلة يواجهها من يهتمون بالتلفزيون ودوره الثقافي والاجتماعي، وهي مشكلة تتعلق بجودة النوعية، لكنه لا يجرؤ اناس كثيرون على تحديد ما تعنيه جودة النوعية او المعايير التي يقيسون بها جودة النوعية. ولا يزال لثقافة الترفع اثر في هذه الاعتبارات. وبعض التعليقات تحددنا بوضوح على النحو التالي: جودة النوعية لا تتجاوز حدّاً ادنى لأن ساعات الذروة يجب ان تتضمن مزيداً من البرامج الوثائقية والمسرحيات والمناظرات، وانواع الموسيقى وافلام كبار المخرجين ورياضات غير كرة القدم. ويمكن للمرء ان يرد على ذلك بالقول ان ثمة قنوات اخرى مخصصة لهذه الاهتمامات لكنها لا تلقى قبولاً واسعاً. وتعرض تلك القنوات برامج وثائقية او مسرحيات

كانت المقاهي والمراكز الرياضية والثقافية وغيرها من المؤسسات المحلية اماكن مفضلة لمتابعة البرامج. وبالتالي، يمكن للمرء ان يقول ان مشاهدة التلفزيون كانت عملية جماعية، والى حد بعيد، مناسبة اجتماعية، ثم اصبحت بمرور الزمن عملية فردية. ومن ناحية، عمل هذا التغيير الكبير على حل عدد من التنازعات والتوترات التي كان من المحتم ان تحدث - عندما لم يكن يوجد سوى جهاز تلفزيون واحد - بسبب مسائل من قبيل تشغيل جهاز التلفزيون او إغلاقه، أو اختيار القناة او البرنامج، او ضبط الصوت، او التحكم في استعمال جهاز التحكم من بعد (الريموت كونترول).

ومن الغريب اننا الآن قد نذكر في مشاهدة التلفزيون معاً كسبب للترفيه المشترك، بينما كان احد الانتقادات التي كانت توجه عادة الى التلفزيون هي انه يقوّض الحوار داخل الاسرة. صحيح ان مشاهدة بعض البرامج، ولا سيما خلال الوجبات، يمكن ان تستعمل كحائل يمنع التحدث. لكن من الصحيح ايضاً انه كانت، ولا تزال، تحدث مواقف تكون فيها مواضيع البرامج، بما فيها الاخبار وشؤون الساعة، هي التي تُحدث التفاعلات التي لم يكن لها لتحدث لولا ذلك.

ويتعلق احد الاسئلة التي يمكن ان تُسأل في هذا الصدد بالعوامل التي تؤثر على مشاهدة التلفزيون. وقد تتفاوت هذه العوامل تفاوتاً يَبيناً من حيث النوع والعدد. وبشكل عام، يمكن ان نقول ان هذه العوامل تتعلق بنوعين رئيسيين من الاسئلة:

- ١- العوامل المتعلقة بالمعروض من التلفزيون.
- ٢- العوامل المتعلقة بالسياق والتلقي.

**إن ما يهم بالنسبة للعوامل المتعلقة بالمعروض هو، على سبيل المثال:**

- ١- عدد القنوات المتاحة وتعددتها.
- ٢- الصورة والمعلومات التي ترتبط في ذهن المرء بقناة او اخرى، ونوع البرامج التي تبثها عادة، ودرجة الرضى والاهتمام التي تحدها، والبرنامج الخاص الذي تبثه في يوم محدد، الخ.

مختلفة، وهم يشتركون في الآمال والقيَم. إنهم ليسوا مجرد زبائن مستدرَجين أو زبائن يجب اغواؤهم، بل انهم مواطنون يشعرون بمكانهم في العالم ويدعون الى المشاركة في حياة جماعية. لذا، فانهم يستحقون من التلفزيون ان يدرك هذه التعددية في الحالات والاطواق الاجتماعية ويحتضنها، لا كمجرد فرصة تجارية، بل ايضاً كخدمة للمجتمع.

وصحيح كذلك ان كثيراً ممن يطالبون بالحد من الاتجاه التجاري في التلفزيون انما يشجعون فكرة مغلوبة عن التلفزيون، لأنهم ينسون انه بينما يمكن ان يسهم التلفزيون في تزويد الناس بالمعلومات وتعليمهم، فانه قبل كل شيء وسيلة للترفيه، او حكواتي. ومن الضروري مراجعة القواعد السائدة في هذا المجال. فمبادرة المسؤولين عن قنوات التلفزيون، التي تشكل البرامج - على نحو غير مرض، في رأي الكثيرين - يمكن ان تستفيد من تعزيز التفاعل مع مختلف المبادرات الصادرة عن كيانات ومؤسسات ما يعرف بالمجتمع المدني.

ان تنبّه المجتمع المدني لمشكلة التلفزيون، بما في ذلك جمعيات المستهلكين والمشاهدين، بالاضافة الى المدارس والمجتمعات الدينية، ومراكز الابحاث، ومؤسسات الانتاج الثقافي، يمكن ان يؤدي به الى القيام بدور افضل إماماً في الإشادة بعمل وسائل الاعلام وإماماً في انتقاده.

## التلفزيون لدى الأسرة

بعد اخذ جميع الامور بعين الاعتبار، يمكن للمرء ان يقول انه من بين جميع وسائل الاعلام الجماعية الكبرى، فان التلفزيون يمكن ان يكون بحق مسألة عائلية. فبادئ ذي بدء، هنا يتم القسط الاكبر من الاستهلاك، من جانب البالغين والصغار. الا ان التلفزيون مسألة موجودة في الاسرة وهي مسألة ترجع الى الاسرة ايضاً، لأنها تحولت الى عامل من عوامل تشكيل وقت الاسرة والحيّز الذي تعيش فيه.

ومع ذلك، فلم يكن الوضع كذلك على الدوام. ففي المراحل الاولى من البث التلفزيوني، كان السياق الاستهلاكي مختلفاً الى حد ما. وهذا يُعزى من ناحية الى قلة من كان لديهم جهاز تلفزيون في البيت. وفي تلك الايام،

## وبالنسبة للعوامل المتعلقة بالسياق، فقد تكون مرتبطة بجوانب من قبيل:

١- القيم، والأيديولوجيات والأذواق لدى كل منا أو لدى كل أسرة، وهو ما يجعلنا نبحث عن أساليب ومضامين معينة ونفضلها على غيرها.

٢- أنماط المعيشة التي تكمن وراء حياتنا اليومية، وهي الأنماط التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالموارد المادية والرمزية المتاحة كما ترتبط بوتيرة الحياة.

٣- وجود بدائل للتلفزيون، سواء داخل البيئة المنزلية، أو في إطار المجتمع المحلي، بما في ذلك شروط استعمالها من قبل المستخدمين المحتملين.

٤- توفر الوقت المثير للاهتمام، استناداً إلى وقت محدد من اليوم، وإيام الأسبوع، وفصول السنة، واحوال الطقس، الخ.

فضلاً عن ذلك، توجد عوامل اقل اتصالاً بالسياق لكنها تتعلق بموضع كل شخص في دورة الحياة. بعبارة اوضح، اذا نظرنا الى الحياة الانسانية باعتبارها دورة، فان الشبان والمسنين يمثلون حدّاً متطرفاً من حيث ان لديهم، من حيث المبدأ، اطول اوقات فراغ لا يضطرون فيها الى أداء اعمال اجبارية او التزامات. ولذا، فلا عجب اننا نجد لدى هاتين الفئتين العمريتين بالتحديد اعلى معدلات مشاهدة التلفزيون. وعندما يكبر الاطفال ويقل اعتمادهم على والديهم، فان آفاقهم تتسع كثيراً فيفقد التلفزيون مكانه البارز لديهم. اما عندما يبدأ الشبان في تكوين عائلات ويتمحورون في البيت، يعود التلفزيون الى اجتذاب قدر من اهتمامهم وهو ما يستمر في الزيادة كلما تقدم بهم العمر. (راجع الجدول)

ومن ثم تستدعي فكرة «انماط الحياة» مزيداً من التطورات. وقد تُفهم «انماط الحياة»، حسبما يرى علماء الاجتماع من قبيل الفرنسي بيير بورديو والانجليزي أنتوني غدنز، على انها المعايير التي توجّه وتنظم ما نفضله وما نختاره والتي تُعزى، بدرجة كبيرة الى البيئة التي نشأ فيها (ولكن دون الاقتصار على ذلك). وثمة سؤال يمكن ان يبرز هنا وهو: هل توجد طرق مختلفة للتفكير في تعليم ابنائنا ووضع تلك الافكار موضع التنفيذ؟ اي، هل توجد قيم، ووسائل، ومشاريع، واستثمارات؟ وهل انعكس

ذلك التنوع في «الانماط» والممارسات التربوية ايضاً في استخدام التلفزيون ولا سيما بالنسبة للاطفال؟ بعبارة اخرى، هل توجد علاقة بين القيم التربوية، وأنماط الحياة، واستخدام التلفزيون؟

لقد سعى عدد من الباحثين الى حل هذه المسائل، فحددوا «ثلاثة أنماط» على الاقل. وكانت تلك مجرد وسيلة اخرى للحديث عن نوع سائد من العلاقات بين الآباء والابناء. والانماط الثلاثة هي:

١- نمط «تسلطي أو يقوم على الوصاية» - يتميز بالتحكم الشديد في عادات الاطفال المتعلقة بالتلفزيون كما يمارسه آباؤهم، وهو ما قد يُعزى الى الخوف من التأثيرات المحتملة للتلفزيون في تشكيل شخصية الطفل.

٢- نمط «ليبرالي» أو، في صورته المتطرفة «ليسبه فير» أي (دع الاطفال وشأنهم)، حيث يترك الوالدان زمام المبادرة كله في يد الاطفال، إمّا اقتناعاً بعدم اهمية المسألة، وإما تهاوناً واهمالاً.

٣- نمط «ديمقراطي أو تشاركي»، يكون اتخاذ القرارات فيه خاضعاً «للتفاوض» والحوار بين الطرفين، عندما يتعلق الامر بالتلفزيون.

في معظم الدراسات، تتوزع غالبية الاطفال (الذين هم بين سن الثامنة وسن الثانية عشرة) بالتساوي بين النمط الليبرالي والنمط المتسلط، اي ان معظم الآباء يميل الى اعتماد سلوكيات مفروضة او ليبرالية، بينما تمثل حالات اعتماد الحوار الاقلية.

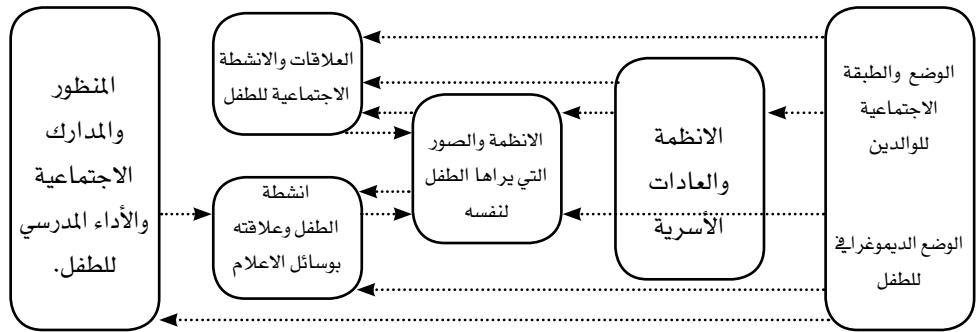
ومع ذلك، فاننا نعلم تمام العلم ان ظروف المعيشة وبوتيرة الحياة العائلية كثيراً جداً ما تحول دون تطبيق القيم والمواقف التي نفضلها. ويتمثل احد اكبر المصاعب في تعارض جداول افراد العائلة بحيث يصعب إيلاء مزيد من العناية والاهتمام بحيات الاسرة والاطفال معاً. فبُعد المسافات، ومصاعب المواصلات، وظروف العمل، والمبالغة في تقدير العمل، تحيل الحياة اليومية لكثير من العائلات الى دوامة لا ينجو منها الجميع. وقد تكون التغيرات في النماذج والانماط لدى الاسرة والفروق بين الجنسين في تولي الانواع المختلفة من المهام المنزلية عوامل تزيد من قتامة الوضع.

ونتيجة هذه الانماط والعوامل المتنوعة هي ان كثيراً من

الحياة، ويملاً عالم الطفل بالقصص (الى حد انه سُمي «الجدة الالكترونية»)، وقبل كل شيء فانه يشغل الاطفال ويبيدهم عن المخاطر الكامنة في الشوارع هذه الايام، ولا سيما في المدن (وبالتالي فقد سُمي «جليس الطفل»). وهكذا، اصبح التلفزيون في الحياة اليومية انجع وسيلة لبقاء الاطفال مشغولين، وهو بالضبط نفس التلفزيون الذي كثيراً ما يُتهم بممارسة نفوذ شرير على الصغار. وهذا ينطوي على كثير من التناقضات الظاهرية.

الاطفال يقضون جانباً متزايداً من يومهم بمفردهم في البيت او مع اخوتهم (الاكبر او الاصغر سناً منهم)، بينما يجد عدد من الاطفال الآخرين انفسهم منغمكين في حياتهم اليومية على نحو يمثل استراتيجية يمكن ان تكون استثماراً في مؤهل عال من جانب والديهم وملاً لمعالجة الاختلافات والفراغات في جداول مختلف افراد الاسرة. ويظهر التلفزيون في هذا الوضع باعتباره المورد الجذاب المتاح والسهل. فهو يثير الاهتمام منذ الاشهر الاولى من

### جدول استخدام الاطفال للتلفزيون بناءً على المفاهيم



المصدر: روزينغويون أند ويندال (١٩٨٩)، «ميديا ماتر»: «استخدام التلفزيون في الطفولة والمراهقة»، نورود، نيوجيرزي: أليكس، صفحة ٩.

إذا كان بعض مصاعب الحياة اليومية ناجماً عن عدم المعرفة الدقيقة بكيفية التصرف فيما يتعلق بكيفية مشاهدة التلفزيون ومدتها، او إذا كانت هذه الرسالة في العادة مصدراً لمشاكل ومصاعب داخل الاسرة، أو إذا كانت غالبية الأسر تعاني من هذه المصاعب - فلم لا تكون هذه المسألة نقطة بداية للاجتماع والتدرب؟ الى جانب ذلك، فان التلفزيون ليس مجرد مصدر للمشاكل والحروب، بل مصدر للمتعة والتعلم والاستكشاف. ويصبح من المهم أخذ تجارب التلفزيون بأبعادها المتعددة.

### جمع معلومات عن البرامج

يستلزم اتخاذ موقف متبني من التلفزيون معلومات عن برامج التلفزيون. ومن المهم ان تكون هذه المعلومات كاملة (تتألف من عدة قنوات يمكن للمرء ان يطلع على إحداها) وحسنة التوقيت (تعود الى فترة سابقة ما، كي يتمكن

## أنشطة مقترحة

### تدرب الوالدين (ذاتياً)

يقال عادةً إن ثمة دورات عن كل شيء، باستثناء كيفية تعلم الأبوة أو الأمومة. فمدرسة الحياة تبقى بارزة في رأس قائمة المدارس الممكنة، الا ان ذلك لا يمنع الناس من أن يكونوا قادرين على التفكير في إيجاد الزمان والمكان لتبادل الخبرات والهموم، بالإضافة الى إيجاد مزيد من الطرق المنطقية لمواجهة التحديات التي يثيرها تعليم ابنائهم في هذه الايام.

أما المشاكل التي تقترن عادة بالتلفزيون فقد توفر فرصة ممتازة للناس كي يتلاقوا، سواء كان ذلك في إطار أنظمة قائمة أصلاً، من قبيل مجالس الآباء، او الحركات النسائية او جمعيات التدريب المتنوعة، أو من خلال أنشطة خاصة بين الاشخاص الذين تجمعهم مشاكل متماثلة.

8- في أي ظروف يصوّر الافراد الكبار في الاسرة؟  
9- كم مرة تتكرر المواقف المتعلقة بانهاية الحياة الأسرية، كالانفصال، والطلاق، الخ؟  
10- كيف تُصوّر المهام المنزلية؟

### تحليل صور الأطفال على التلفزيون

ان المبحث الذي يسلط عليه الضوء بشكل خاص، في هذه العملية، هو الطريقة التي يصوّر بها الاطفال في برامج التلفزيون (لاحظوا أنّ المسألة لا تقتصر على البرمجة للشبان). مرة أخرى، ثمة بضعة مواضيع تساعد في دراسة المسألة، وهي:

1- ما هو المكان الذي يتبوّاه الأطفال في برامج القنوات المختلفة؟

2- إلى أي مدى وفي أي سياقات وظروف يكون للاطفال رأي في هذه البرامج؟

3- ما هي الأدوار التي تُسند إليهم عندما يأتون الى الاستديو؟

4- الى أي حدّ يتم الحفاظ على حقوق الأطفال في السريّة وعدم الكشف عن هويّتهم وعدم استغلال ضعفهم، ولا سيما عند الحصول على معلومات من الاطفال يمكن ان تتصدّر الغلاف؟

### مناقشة العنف

يتكرر الحديث عن العنف في المناقشات المتعلقة بالتلفزيون. وهذه الفكرة ليست فكرة واضحة في ذاتها. اذ اننا لا نفرّق بين العنف الحقيقي الذي يكون قد حدث فعلاً وبين العنف المتخيّل، أو بين العنف البدني والعنف الاجتماعي أو النفساني، أو بين العنف القابل للتصديق والعنف غير القابل للتصديق، أو بين العنف كملاذ لانتصار الشر أو لانتصار الخير، الخ واستناداً الى الانواع المختلفة من البرامج، فيمكن ان يكون هذا المبحث موضوعاً لنقاش في البيت (أو في مكان آخر).

فيما يلي بضعة مواضيع محتملة:

1- إلى أي حدّ توجد مبالغة في عرض صور من اعمال العنف على الشاشة تتعلق بالبيئة التي نعيش فيها؟

مستخدمها من «إعداد البرامج» بنفسه) قدر الامكان. وكما يبدو واضحاً، فلا يمكن لأي نشاط تدريبي أن يستغني عن هذه المعلومات.

ويمكن لمجلات التلفزيون أن تقوم بدور مهم، رغم أن الصحف المنوعة وعدداً من مواقع الانترنت تتيح ما يكفي من المواد الجديرة بالاهتمام عن هذه المسألة. ولعله من مصلحة الجميع ان تتوفر واحدة أو اكثر من الخدمات التي تجمّع وتقارن وتحلّل، وتنظّم، وتعالج وتوزّع المعلومات ذات العلاقة عن البرامج، بما في ذلك المصادر المكتملة وطرق الاستكشاف. ولعل هذه الخدمة، التي تهتم الأسر والمدارس والمؤسسات التعليمية الاخرى، تقوم على أساس من الشراكة التي تجمع بين روابط العائلات، وشركات التلفزيون، ومؤسسات الخدمة العامة بشكل خاص، والسلطات التعليمية (الوزراء، مجالس الحكم المحلي، الخ).

ويمكن ان تشكل الانترنت بيئة ريفية المستوى للحصول على المعلومات، في حين طموح، يشجع مناقشتها عن طريق الدردشات، والمدونات، الخ.

### تحديد صورة الأسرة على الشاشة الصغيرة

لقد كانت الطريقة التي تُعامل بها الحياة الأسرية وتُسرّرها بها في مختلف انواع البرامج مبعثاً أثار قلقاً في مختلف البلدان، وأدى الى كثير من الأبحاث.

فيما يلي بضعة اسئلة تُسهم في إعداد دليل عن هذه المسألة، ويمكن ان تستعمل في تنظيم اجتماعات مع الوالدين،

1- هل يسود بعض الأنماط العامة الجامدة والمقوّبة عند الأسرة؟

2- ما هي تلك الفئات التي تصنّف فيها الأسر، وكيف يمكن تحديد خصائصها؟

3- هل يناسبها نوع معين من البرامج؟

4- كيف يتم تصوير أسرة الشخصيات الرئيسية والابطال؟

5- ما هي النماذج الأسرية السائدة في المسلسلات التلفزيونية؟

6- ما هو دور كل شخصية تمثل الوالدين؟

7- أين مكان الأطفال وما هو دورهم؟

المولعون بالاستهلاك، ويجاد الضرورات، والادعاءات المبالغ فيها عن المنتجات، والفكرة القائلة انها تجلب السعادة. ويتمثل نشاطٌ مقترحٌ في وجود اطفال يُعدون قائمةً بالأشياء الجيدة والمهمة في حياتهم (الاشياء التي يقدرونها). ومن ثم عليهم ان يُعدوا قائمةً بالاشياء التي يتمنون ان يكونوا قادرين على شرائها. ومن شأن المقارنة بين الاثنتين ان تمكنهم من أن يعرفوا ما الذي سيُجلب لهم السعادة وما الذي لن يفعل ولماذا.

٣- اسرار المهنة: حدّد الوسائل المستعملة في إقناعنا بشراء منتجاتهم، مثل جعلنا نشعر بالارتياح، واستعمال عبارات مضلّة، ودعمها بنتائج دراسات، والقيام بعمليات وعرض منتجات يُشترط شراؤها مع منتجات اخرى من نفس الشركة، واستخدام مشاهير ونجوم وابطال.

٤- فكّك إعلانات الاطعمة: نوع المنتجات المعلن عنها (حبوب وجبات الافطار (بريكفاست سيريلانز مثل الكورن فليكس)، الاطعمة السريعة التحضير، الحلويات، الآيس كريم، المرطبات) واللغة المستعملة في توصيفها - "مغذية"، "طعمها طبيعي"، "فاكهة طبيعية".

٥- تحدّث عن القيمة المالية: في مواجهة البيئة التجارية التي تشجع على الانفاق بدلاً من الادّخار، والتي تطلق العنان للاستهلاك بكل وسيلة ممكنة، من المهم ان تتعلم الحكمة بالنسبة للمال كي تصبح مستهلكاً يشعر بالمسؤولية.

### تقييم أساليب التلفزيون التعليمية

هذه العملية يمكن ان تكون سبباً وجيهاً لاجتماع الوالدين بالتربويين، لمناقشة ما يقلق الطرفين بالنسبة للمكانة التي يشغلها التلفزيون في حياة الاطفال (واحياناً في حياة الكبار ايضاً). ثمة اشخاص يتشددون، على ما يبدو، من اجل التحكم في جميع التفاصيل المتعلقة بمشاهدة الاطفال للتلفزيون. وثمة من يستعملون التلفزيون كعقاب او كثواب. وثمة آخرون ايضاً ينظرون نظرة قاتمة الى التلفزيون، لكنهم يفضلونه على مخاطر الشارع. وهناك كذلك من لا يهتمون كثيراً. واخيراً، هناك من ينسبون الى التلفزيون

٢- إلى أي حد يُعدُّ العنف في التلفزيون انعكاساً دقيقاً للعنف الاجتماعي او وسيطاً ينتج هذا العنف او الاثنتين معاً؟

٣- ما هي نماذج حلول المشاكل والمنازعات التي تُعرض في المسلسلات والأفلام التلفزيونية؟

٤- ما هو العنف الذي يصدم اكثر من غيره؟ هل هو العنف في نشرات الأخبار أم في الأفلام؟

٥- ما مدى إمكانية تهيئة مناخ من العنف المفرط دون عرض مشاهد واضحة تُبين اعتداءات بدنية تُحدث فعلاً؟

٦- إلى أي مدى يوجد عدم اهتمام بالعنف؟ هل يمكن توليد عدم الاهتمام؟

### التحدث الى الأطفال عن الاعلانات

توجد ظاهرة الإعلان كلما وجد تلفزيون أو وجدت وسيلة إعلامية. ولقد أصبح الأطفال في هذه الايام أكثر الاجيال تعرضاً لتسويق المنتجات في التاريخ، لا بسبب قدرتهم الشرائية فحسب (وهو ما لا ينبغي التقليل من شأنه)، بل ايضاً، وهذا هو الهم، بسبب كونهم مستهلكين يتلقون ما يعرض عليهم من منتجات، اي تأثيرهم على والديهم ومن يوفرهم الرعاية لهم ويعتنون بهم. والى جانب ذلك، فانهم مستهلكون في طريقهم لأن يصبحوا كباراً. وبالنسبة لشركات الإعلان، فان إنفاق الأموال على الإعلان الآن إنما هو استثمار للمستقبل. ومن شأن التحدث الى الاطفال عن الاعلان ان يجعلهم مستهلكين حصيفين يقاومون الضغوط التي تدفعهم لأن يكونوا «على الموضة».

فيما يلي بضع نصائح نُقلت بتصرف من مقالة بعنوان:

Talking about television with children

في الموقع الكندي على الانترنت:

Media Awareness Network

١- ابدأ صغيراً: حتى سن السادسة او السابعة، يجد الاطفال صعوبة في فهم الغرض من عرض الاعلانات، وكثيراً ما يجدونها اكثر جاذبية من كثير من البرامج.

٢- كيف تؤدي الاعلانات وظيفتها وتحقق النتيجة المرجوة:

مطالب المستهلكين بما تبثه وسائل الاعلام، لكنها قد تتعلق ايضاً بما لا تبثه رغم أن عليها أن تبثه.

وثمة نقطة تُكسب اجراءات المواطنين مصداقية في مواجهة وسائل الاعلام. تكمن تلك النقطة في تقديم الأدلة التي تثبت صحة تلك الاجراءات، على أن تأخذ بعين الاعتبار طبيعة وسائل الإعلام ذاتها ومنطقها.

## التربية لوسائل الإعلام والأسرة

### والمدرسة

لقد تزايدت الجهود الرامية الى ترسيخ التربية الإعلامية، على مدى العقود الماضية، مدفوعة من عدد من المؤسسات، ولا سيما اليونسكو ومجلس اوروبا. ويرى البعض فيها تعليماً يعتمد على وسائل إذاعية، أي أنها تسعى إلى الاستفادة إلى أقصى حد من بعض محتوياتها. ومع ذلك، فإن ثمة إجماعاً على الفكرة القائلة إن التربية الإعلامية هي، أولاً وقبل كل شيء، نوع من التمكين الشخصي وأساس لممارسة المواطنة. والهدف من هذه التربية هو جعل الفرد أكثر تمحيصاً ومشاركة، سواء عن طريق شيء مماثل «لتعلم القراءة والكتابة» - استيعاب الرموز والاصطلاحات الخاصة بمختلف وسائل الاعلام -، او عن طريق الاستيعاب (السياسي والاقتصادي والثقافي) للصناعات الاعلامية. ومن المحتم ان يجعله ذلك اقدر على الإسهام في تحويل وسائل الاعلام الى منابر متعددة لتقديم المعلومات والتدريب والتسليّة.

ويبدو من الضروري ايضاً استعادة تراث من ركّزوا على التواصل الشعبي، مثل بولو فريري وماريو كابلون. وبناء على ذلك، لا ينبغي النظر الى التربية الإعلامية باعتبارها مجرد وسيلة لفهم أكثر تمحيصاً للبيئة الإعلامية، بل أيضاً كوسيلة للتعلّم والتواصل على نحو افضل، بين المرء ونفسه وبين المرء وغيره. بعبارة اخرى، يجب ان تنصبّ هذه التربية على عملية التواصل أكثر من تركيزها على وسائل الإعلام.

ورغم المدلولات التي تحملها عبارة التربية الإعلامية، فإنها ليست موضوعاً متعلقاً بالمدرسة فقط او بشيء يتصل بالتلاميذ والاطفال والمراهقين وحدهم. صحيح ان المدرسة، كضامن لتعليم عام ومتسق ومتسلسل للفرد

بشكل عام، او الى محتويات معينة في برامج، اوضح سبب لتصرفات ومواقف معينة لدى أبنائهم فيما يتعلق باللغة التي يستعملونها، وبتركيزهم على الدراسة، وبأدائهم المدرسي، وبعلاقتهم مع والديهم وزملائهم، الخ..

ويشير بعض الدراسات التي اجريت في هذا الشأن الى أننا يمكن ان نبدأ بداية موفقة في سبيل التصدي لمصاعب حالية كبيرة والتغلب عليها وذلك بالتعبير عن التجارب الشخصية والعائلية وإطلاع بعضنا بعضاً عليها، وبيان المخاوف وما يتم اكتشافه وتعلمه وثمة جانب لا بد انه سيظهر وهو أن ما يحدث بالنسبة للتلفزيون يتعلق الى حد بعيد بكل الاشياء الاخرى التي تحدث في حياتنا اليومية والتحديات التي تثيرها.

### التأييد والاحتجاج

تكمن احدى اخطر مشاكل علاقة المجتمع بوسائل الاعلام في اننا نقبل بسهولة ممارسات كل من معدي البرامج والمسؤولين باعتبارها امراً واقعاً. والواقع انه توجد بين الطرفين علاقة غير متكافئة تؤدي بنا ضمناً الى اعتبار ان قدرتنا على الحركة كمشاهدين قدرة محدودة وان تأثيرنا لا يستحق الذكر. الا انه لا ينبغي لنا ان ننسى ان جانباً من قوة وسائل الاعلام يعتمد على مواقف الجمهور وسلوكياته. وهنا لا يستوي الرضى مع الرضى او مع اللامبالاة.

ومع ان العامل الحاسم ينطلق من عدد المشاهدين، فقد يكون ثمة اثر للسعي الى الاقتناع ايضاً. فالرد على ما يُبث، والرد على ما تقدمه وسائل الاعلام، لا يتم - ولا يمكن ان يتم - بمجرد انتقاده، بل يجب ان يشمل ايضاً تأييد ما نعتبره جيداً بالثناء والمطالبة بمزيد مما نعتبره مواد برامجية مفيدة. ولهذه الاسباب، نقترح ان نبليغ إشاراتنا واحتجاجاتنا كلما سنحت الفرصة، باستعمال الوسائل المتاحة لدينا - كالرسائل، والمكالمات الهاتفية، والبريد الالكتروني. ولا ينبغي لنا ان ننسى انه يجدر بنا احياناً ان نستفيد من الوسائل الاخرى مثل باب الرسائل الموجهة الى المحرر في الصحف المحلية او الوطنية، بالاضافة الى مواقع الانترنت ذات العلاقة، هذا فضلاً عن الاتصال بالقنوات المعينة.

ومن الواضح انه لا ينبغي للمحتوى ان يكون الهدف الأوحد للإجراءات التي يتخذها المواطنون. فجدول البث تشكل احياناً مسألة حساسة جديرة بالاهتمام. واخيراً، قد تتعلق

يمكن للمدرسة ان تفعله او ما تفعله اصلاً، في هذا الميدان. اما الجانب الآخر فيمكن في أشكال التعاون بين الاسرة والمدرسة على تعزيز التربية الإعلامية.

### ما الذي تفعله المدرسة وما الذي تستطيع ان تفعله

اصبح عدد متزايد من مديري المدارس والمعلمين يدرك ان التربية الإعلامية يجب أن تكون جزءاً مما يدرّس من مواد وما يمارس من أنشطة في المدرسة. ومن المهم جداً إبلاغ الوالدين دائماً عن هذا النوع من المبادرات، التي يجب عليهم ان يشجعوها ويتابعوها عن كثب. ومن شأن ذلك ان يحول بينهم وبين ردّ الفعل العكسي إذا أبلغهم أبناؤهم، مثلاً، أنهم يقرأون الصحف اثناء الحصص الدراسية او انهم كلفوا بواجب بيتي يتمثل في مشاهدة برنامج تلفزيوني معين او دراسة كلمات أغانٍ حديثة.

واعتماداً على مدى استعداد المدرسين، والطريق الذي تسلكه كل مدرسة، او الموارد المتاحة، فقد تتراوح المبادرات في هذا الشأن بين تنظيم فعاليات خاصة وبين تأسيس برامج متواصلة ترتبط بالمنهاج ارتباطاً مباشراً.

وعندما نفكر في التلفزيون ووسائل الاعلام بشكل عام، فاننا نميل الى النظر بشكل خاص في المضامين التي تنقلها وفي تقنيات البث. ونفكر، احياناً، كذلك في المهنيين المحترفين سواء كانوا مراسلين ام مقدمي برامج أم فنانيين. الا ان المرء ينسى بسهولة، في حقل الانتاج والبث، ان من العوامل المقيدة جداً لكل ما يُنتج ويذاع، «عمليات الاتصال وشركاته»، التي تعمل في سوق تحددها القوانين بشكل صارم وتخضع لقيود قانونية متعددة، على الصعيدين المحلي والعالمي. وينسى المرء بسهولة اكبر، كل ما يحدث في الجانب الآخر من عملية البث، اي، بالنسبة للاستقبال. ولذا، ربما يكون من المفيد ان ندرك ان يصعب التطرق الى عمل ودور وسائل معينة وفهم ذلك العمل وذلك الدور دون التفكير في البيئات والمفاهيم الاساسية التالية:

1- الانتاج والبيئة التجارية - دراسة مشاريع واهداف شركة ما، ووضعها بالنسبة لمنافسيها التجاريين، وطريقتها في ادارة نفسها، وتحديد من يملكها ويتحكم فيها، وتحديد ارتباطاتها، اذا كانت لها ارتباطات، مع مجموعات اقتصادية محلية او

المواطن، يجب ان تقوم بدور حاسم، او حتى دور لا يمكن تبديله بغيره. ومع ذلك، فان ظاهرة وسائل الإعلام ظاهرة هائلة وتأثيراتها على الفرد والمجتمع هي من الاهمية بمكان بحيث لا يمكن ان تبقى اي مؤسسة اجتماعية غير مبالية بها.

وعلى الرغم من عمق التغيرات التي تعرضت لها الاسرة على مدى العقود الماضية، فلا تزال اساساً لتفتّح العقل، ولا يمكن لأي مؤسسة اخرى ان تحل محلها حقاً. ولهذا السبب بالذات، فان الاسرة هي المكان الذي يعي المرء فيه العالم ويدرك معنى الحياة. ووسائل الاعلام دور في ذلك الوعي، باعتبارها مصدراً وواسطة. ومن هنا نمت وجهة النظر القائلة إن على الأسرة أن تتولى تربية ابنائها على وسائل الإعلام.

لقد استعرضنا حالة التلفزيون بالتحديد وكيف يمكن للوالدين والتربويين، بمفردهم او مع غيرهم، ان يتخذوا من تلك الوسيلة مبرراً للاجتماع والتفكير. ومع ذلك، فان الحياة اليومية تبين لنا انه رغم اضطلاع التلفزيون بدور هام فعلاً، فلا يُعتبر اطلاقاً محط الاهتمام الوحيد.

فالمجلات، واسطوانات الليزر الالكترونية (سي دي)، الانترنت، والالعاب، كلها تقسّر وتصور حياة الأجيال الشابّة في هذه الايام. وعن طريق هذه الوسائل وادوات المساندة جميعاً يتم توجيه الأجنات والبرامج ويتم التعبير عن أذواق ويجري إنتاج موزعات كما يجري عرض قيم وأساليب حياة، وإيجاد مراجع ودوافع وحوافز للتفاعل والتواصل بين الاطفال والمراهقين. ولذا، فان التربية الاعلامية ستكون عرجاء اذا ما اختزلت في وسيلة واحدة.

ولا تُكتسب التجربة الاعلامية بمعزل عن انماط الحياة اليومية ومشاغلاها ككل. فهي ترتبط، بدرجات متفاوتة، مع المظاهر والأعمال الاخرى كما يجب فهمها على اساس من تلك «اللحمة المنفردة» التي تصنع حياتنا اليومية. وبالتالي، فان التربية الاعلامية تكون مفيدة جداً اذا تم تناولها، مثلاً، من منظور بيئي، يشمل الجوانب التي يمكن ان تسهم بشكل شامل في تحسين نوعية الحياة.

يوجد، من منظور الاسرة، جانبان يبدو انهما مترابطان ومناسبان فيما يتعلق بالتربية الاعلامية. اولهما معرفة ما



اجنبية او محلية واجنبية.

الافراد وبفعل ذلك المجتمع. فهي نتاج اجتماعي ومنتج اجتماعي، في وقت واحد معاً.

ومهما يكن من أمر، فلا بد من ملاحظة انه عندما يقول المرء إن المجتمع ينكشف او ينعكس في وسائل الاعلام، فان ذلك لا يحدث كما لو كان صورة او مرآة. فالواقع انه يمكن لوسائل الاعلام ان تستعيد واقع العالم. وإن ما تفعله هو انها تقوم بعملية تفسير ذلك الواقع وإعادة تركيب له، من خلال استعمال لغات مختلفة. وفي هذا التعبير عن الواقع، كما هو الحال بالنسبة لأي عملية تشكيل، فاننا نواجه، بالضرورة، دائماً تفسيرات وطرقاً للفهم والاستيعاب، ولا نواجه مطلقاً أحداثاً فعلية واشياء حقيقية. واذا صح هذا بالتحديد بالنسبة للإعداد والإنتاج ككل، فانه يصح بنفس القدر بالنسبة لعالم المعلومات والاعلام والصحافة.

ان الافتراض بأن وسائل الاعلام لا تعكس الواقع بل تعيد تركيبه وتعيد تفسيره، وبالتالي، توسع أفقه وتثريه، إنما هو مبدأ اساسي، إذا جاز التعبير من مبادئ التربية الإعلامية. وكمثال على اهمية هذه الفكرة، فان من الشائع ربط التلفزيون بفكرة محاكاة الحياة الواقعية بدقة وأصالة، بالنظر إلى علاقة التناظر والتشابه بين التفسير (الصور المعروضة عن حدث او وضع) وبين الشيء المفسر (ما حدث او ما يحدث فعلاً). وتتفصم العلاقة بين الحقيقة وبين ما تراه العين بسهولة عندما يكتشف المرء، باستعمال قواعد الصورة، كيف يمكنه، باستعمال نفس المادة الخام، ان يفسر عدة روايات، تكون متضاربة أحياناً.

ومن المحتم ان تُحرز التربية الإعلامية تقدماً ذا مغزى إذا ما جعله الآباء وجعلته المنظمات الأسرية جزءاً من أجداتهم وبرامجهم. ويتضمن الاجراء الاول من جانب الوالدين جعل الاعلام واحداً من البنود التي يناقشونها في اجتماعاتهم ولقاءاتهم، في المدرسة، والحي، وعلى الصعيدين المحلي والوطني. ويمكنهم ان يفعلوا ذلك بمساعدة محترفين اعلاميين، وصنّاع قرار، وعلماء اجتماع مختصين بالإعلام، وتربويين لهم خبرة في هذا المجال. والهدف هو الاستجابة لآمال وآلام الوالدين، على اساس تجاربهم اليومية.

ويمكننا أيضاً أن نتخيل سيناريوهات يمكن ان يتمخض التعاون فيها بين مجالس الآباء وبين المدارس عن مبادرات

٢- اللغات وبيئة الموارد المتعلقة بالدلالات - تعدد اللغات، والرموز، والاساليب (من قبيل المعلومات، والقصة، والاعلان، وكذلك الصور، والنصوص، والتصاميم الخ).

٣- التفسيرات والبيئة السياسية والثقافية للرسائل - التي تحدد الاطار والسياق لجميع القيم والقواعد والمعايير، التي يجب على وسائل الاعلام ان تتبعها بصورة مباشرة او غير مباشرة، سواء على المستوى المحلي او العالمي (كما في حالة عدد من الشروط والقواعد المنبثقة، على سبيل المثال، من عضوية منظمات من قبيل الامم المتحدة، والاتحاد الاوروي، الخ).

٤- الجمهور وبيئة التلقي - اي، مجموعة الاشخاص المتعددين الذين يطلعون، انطلاقاً من بيئات محددة، على وسائل الاعلام والمضامين التي تنقلها والذين يدخلون تلك المضامين في حياتهم اليومية، بطرق اجتماعية متفاوتة.

من المهم، بالنسبة للانتاج، ان نفكر في بُعدين فرعيين هما: بيئة المهنيين المحترفين الذين تصدر عنهم الرسائل - لا يقتصر هذا على المرسلين بل يتعداهم الى المنتجين والمخرجين وكتّاب النصوص ومعدّي البرامج، في اطار انظمة هرمية محددة وانظمة عمل مختلفة، وكذلك بيئة التقنيات، حيث تعمل الانظمة الرقمية الجديدة للإعلام المتعدد على اجراء تغييرات جذرية، لا بالنسبة للإعداد والإنتاج والتحرير فحسب، بل ايضاً بالنسبة لطرق الحصول على مضامين الوسائل الإعلامية المتعددة.

توجد بين وسائل الاعلام والمجتمع علاقة وثيقة من التأثير والتأثير المتبادل. ويبيّن عددٌ ضخم من الابحاث ان لوسائل الاعلام اثرًا متزايداً وملحوظاً في الحياة الاجتماعية ككل، فيما يتعلق بالقيم الاساسية، والمواقف تجاه المشاكل، والسلوك الفردي والجماعي. الا ان هذه الدراسات تظهر ايضاً ان وسائل الإعلام ذاتها تُعد، إلى حدّ ما، انعكاساً للمجتمعات التي انبثقت منها والتي عادت لتتدخل فيها. بعبارة ايسر، فان وسائل الإعلام تُقولِبُ حياة الأفراد والمجتمع، إلا أنها تتقولَّبُ هي نفسها ايضاً بفعل أولئك

الواقع، شيء حديث.

**الاشتراك في مبادرات من قبيل «اسبوع بدون تلفزيون».** لقد أصبح «الصوم والعزوف»، في بعض البلدان، بالنسبة للتلفزيون ظاهرة شائعة منذ سنوات. ويتم تبني اتجاهات متباينة جداً بالنسبة لهذا النوع من المبادرات. فالبعض يشرع في اتباع أسلوب اخلاقي واضح، يمكن للمرء ان يسميه «ضيق أفق معارض للتلفزيون». ويتبنى آخرون أسلوباً يحافظ على البيئة، يقضي بالتزام الصمت والعزوف عن مصادر «التلوث البيئي»، من قبيل التلفزيون. واخيراً، يتبنى آخرون هذا النوع من المبادرات، لا لأنهم يعترضون على التلفزيون، بل لأنهم يعتقدون بضرورة استكشاف التنوع الواسع في الأنشطة التي يمكن للمرء ان يقوم بها عندما لا يستنزف التلفزيون حياته اليومية.

**الاتصال بالعاملين في الإعلام والاجتماع بهم.** ليس ثمة ما هو افضل في هذا الصدد من القيام بزيارة او اكثر لمؤسسات اعلامية مختلفة او لسينما او مؤسسة لانتاج الفيديو. ويمكن للوالدين ان يقوموا بدور فعال في التحضير لهذه الزيارات وتنظيمها. ان عالم العاملين في التلفزيون ووسائل الاعلام الاخرى عالم جدير بالاهتمام للاستعلام والاستكشاف، بدءاً بأوضح الوظائف والأنشطة (مقدم الاخبار، مُعدّ التقارير، المراسل، مساعد التنفيذ، المصور، محرر، كاتب النصوص، المنتج، المخرج، المسؤول، المدير، الخ.). وقد يُلم المرء اثناء الزيارة وخلال التحضير لها باجراءات جمع المادة المطلوبة وتحريرها واذاعتها حسبما تتكشف في كل وسيلة إعلامية. ويمكن أن تكون التقنيات الرقمية الجديدة مصدراً اضافياً للاهتمام، بالنظر الى التغيرات التي أحدثتها في بعض الوظائف والمهام المتعلقة بالاعلام.

**تأسيس ناد للرسوم المتحركة.** يمكن ان يتركز هذا على السينما - من المؤكد ان يستذكر كبار السن متعة ارتياد نوادي سينما الريبيرتوار - وعلى التلفزيون، والفيديو، والذي في دي، الخ. وكما كان الحال بالنسبة لسينما الريبيرتوار القديمة، التي كان لها في بعض البلدان دور ثقافي بل وسياسي مهم، فان هذا هو نوع من العضوية، المنظمة تقريباً، والقائمة على اساس من الاهتمامات التي

مهمة وواسعة النطاق. ومن المحتمل، في بعض الحالات، ان تعمل مجالس الآباء على تنبيه المدارس الى اهمية اعتبار الإعلام موضوعاً وسبباً للعملية التعليمية. وفي حالات اخرى ستتضافر جهودهم باعتبارهم آباءً فاعلين، يتعاونون في مهام معينة.

ويمكن أن تعتمد الإجراءات والأنشطة التالية، بطريقة ما او باخرى، على الدعم الأبوي أو الأسري، وهو ما يتوقف على أساس من الأطر والسياقات والظروف المتاحة.

### أنشطة مقترحة للتعاون بين الأسر والمدارس

**تنظيم اسبوع يخصص للاعلام.** هذا النوع من الأنشطة التي تستغرق اسبوعاً أصبح تقليداً متبعاً في عدة بلدان. وتتصب هذه المبادرة على المشاكل المتعلقة بالإعلام وهي تهيئ فرصة لدعوة التربويين للحديث عن تجربتهم في المدارس. وتوفر هذه الفعالية المطوّلة، أحياناً، فرصة ممتازة لإقامة علاقات وثيقة مع وسائل الاعلام المحلية، ولا سيما اذا كانت لبعض آباء التلاميذ علاقة بها.

**انتاج صحيفة (او اذاعة) مدرسية.** ينتج كثير من المدارس وسيلة إعلامية خاصة بها تكون ملتزمة بها التزاماً شديداً، وتتفق عليها مبالغ كبيرة، وتسد لها دوراً يتمثل في اكتشاف المواهب وتشجيع التواصل في المدرسة وبين المدرسة والمجتمع. ويصل بعض المشاريع، وبالتحديد صحيفة Fax التي يتولى تسيقها Clemi

في فرنسا، الى حد التوزيع على نطاق عالمي. وقد يكون في الامكان اجراء بعض التجارب على إشراك الوالدين في وسيلة الاعلام المدرسية، حتى على هذا المستوى العالمي.

**استذكار تاريخ وسائل الاعلام.** من شأن سرعة التغيير، وبالتحديد في المجال التكنولوجي وفي الحياة الاسرية والاجتماعية، ان يعرض الذاكرة الجماعية للخطر. وان اسهام الوالدين والجدّين في شرح الكيفية التي كان الناس يتواصلون بها، وكيف ظهرت وسائل الاعلام المختلفة، وما هي العادات والاذواق التي كانت موجودة في السابق - كل هذه الامور يمكن ان تكون اسباباً وجيهة للاستماع الى ما شهدته الاجيال الاكبر سنّاً. واذا اخذنا التلفزيون كمثال، فان هذه المبادرة تثبت ان ما يبدو انه بدأ من «فجر الزمان» (لأن الأطفال وجدوا التلفزيون في بيوتهم منذ فتحوا اعينهم على الحياة) انما هو، في



الى التعلم العميق، والتخصص، والدورات التي تُقضى إلى الحصول على درجة الماجستير. ويمكن لمؤسسات التعليم العالي ومؤسسات التدريب المستمر والهيئات التي تمثل الآباء ان تقوم بدور حاسم في هذا المجال. ومن واجب السلطات التعليمية أيضاً ان تقوم بدور حاسم في تسهيل هذه المبادرات وتشجيعها ودعمها.

**تأسيس موقع على الانترنت للتربية الإعلامية.**  
يشعر مختلف الشركاء في التعليم بالحاجة الى التربية الإعلامية، ولكن ذلك الشعور يكون غامضاً في العادة. ولعل من المهم ان يكون بإمكان المدرسين والآباء والأطفال أن يطلعوا على وثائق عن مختلف الخبرات والتجارب، ووثائق الاعلام المتعددة الرسائل، وخطط العمل، ونماذج دورات التدريب، وبيانات عن مختلف وسائل الاعلام، ونتائج الأبحاث، وغير ذلك من المواد المساندة الأخرى كأساس لعملهم. ومن المؤكد ان أنسب بيئة لهذا النوع من الخدمات - التي يمكن تحديثها بسهولة - هي الانترنت.

ومن هنا جاء الاقتراح الداعي لتأسيس مواقع على المستويين المحلي والعالمي تشبه الموقع الموجود في كندا والمسمى

(Media Awareness Network)

### الخلاصة

ان ما يمكن ويجب فعله لتحويل العلاقة مع التلفزيون ووسائل الاعلام الى تجربة ثرية هو مهمة كبرى تعتمد على المشاركة النشطة منا جميعاً. ولا تعتمد هذه المهمة على وسائل الإعلام وحدها أو على المؤسسات الأخرى. وهذا بالتحديد هو ما يسعى بعض الافكار والاقتراحات الواردة في هذا الدليل الى توضيحه.

ولا بد من الإشارة الى ان اي اجراء مناهض للتلفزيون او وسائل الإعلام بشكل عام مقضي عليه بالفشل. فالتلفزيون، كغيره من وسائل الإعلام، هو جزء من البيئة الاجتماعية التي نعيش فيها. وبينما يُعدُّ أيضاً تعبيراً عن تلك البيئة الاجتماعية، فإنه وسيط يسهم في تشكيلها وبنائها. والتلفزيون يشبه السوبرماركت، اذ لا يمكننا الاستغناء عنه، لكن بإمكاننا ان نستخدم التلفزيون بطرق مختلفة كثيرة، ولأغراض مختلفة. وعلى المرء ان يدرك ان ثمة أبعاداً معينة لا يمكن للتلفزيون ان يوفرها ولا بد من

تشارك فيها مجموعة من الاشخاص بالنسبة لوسيلة اعلامية معينة او نوع معين من البرامج. ويمكن ان يتعلق أيضاً باهتمامهم بجوانب نموذجية تكون عامة بالنسبة لوسائل الاعلام هذه او البرامج هذه، من قبيل العنف او طريقة معالجة الاخبار. قائمة الأنشطة هذه قائمة طويلة جداً وهي تضم: مشاهدة التلفزيون معاً، واجراء عمليات نقدية حسنة التأسيس، ويجاد وثائق اضافية، وتنظيم أنشطة لا تخصص للنادي وحده بل أيضاً للعالم خارجه، وإعداد منتجات سمعية وبصرية لوسائل إعلام متعددة. ولا يجد من هذه القائمة سوى قدرة الابتكار لدى اعضاء النادي، الذين لن تسند لهم ادوار مدرسين او طلبة. وفي هذا السياق فقد تظهر الفائدة الكبرى لاستخدام المرافق الأهلية مثل مكتبات الفيديو والافلام ووسائل الإعلام.

### التفاعل مع المؤسسات العامة للاذاعة والتلفزيون.

لقد جمعت قنوات التلفزيون العامة، على مدى تاريخها، خبرات تثبت ان في الامكان التوفيق بين المحتوى الموجه نحو التعليم وبين اهتمامات المشاهدين الشبان (بل وحتى كبار السن). وبينما تواجه الخدمات الاذاعية العامة ازمة، فمن المؤكد ان زيادة مسؤولية المواطنين والمؤسسات التعليمية والثقافية عن سياسات التخطيط لمؤسسات الاذاعة والتلفزيون يمكن ان تكون طريقة تستحق التجربة. وتسترشد مؤسسات الخدمة العامة، من الناحية الرسمية على الأقل، بمبادئ لا تخضع لآليات السوق، لأن دافعي الضرائب هم الذين يمولونها. ولذا، فمن الطبيعي ان يشارك المواطنون في تحريّات عامة عن انشطتها تتميز بالحرص.

### تدريب المدرسين والتربويين والآباء والممارسين.

هذا خط استراتيجي للعمل تعتمد عليه فعالية التربية الإعلامية ويعتمد عليه عمقها. ومع ان هذا الاسلوب قد جُرب على نطاق محدود، فلا تزال توجد نواقص كبيرة في هذا المجال. وقد مالت مؤسسات التدريب الى توجيه اهتماماتها بالدرجة الاولى نحو الجوانب التقنية. ويجب الاهتمام بالاثار الاجتماعي والثقافي لوسائل الإعلام، والسلوك الاجتماعي، والمهارات اللازمة للاستفادة الى اقصى حد ممكن من وسائل الإعلام من زاوية تربوية. ومن الضروري جداً في هذا السياق القيام بمبادرات تدريبية مستمرة في مراكز تدريب المدرسين، بالإضافة

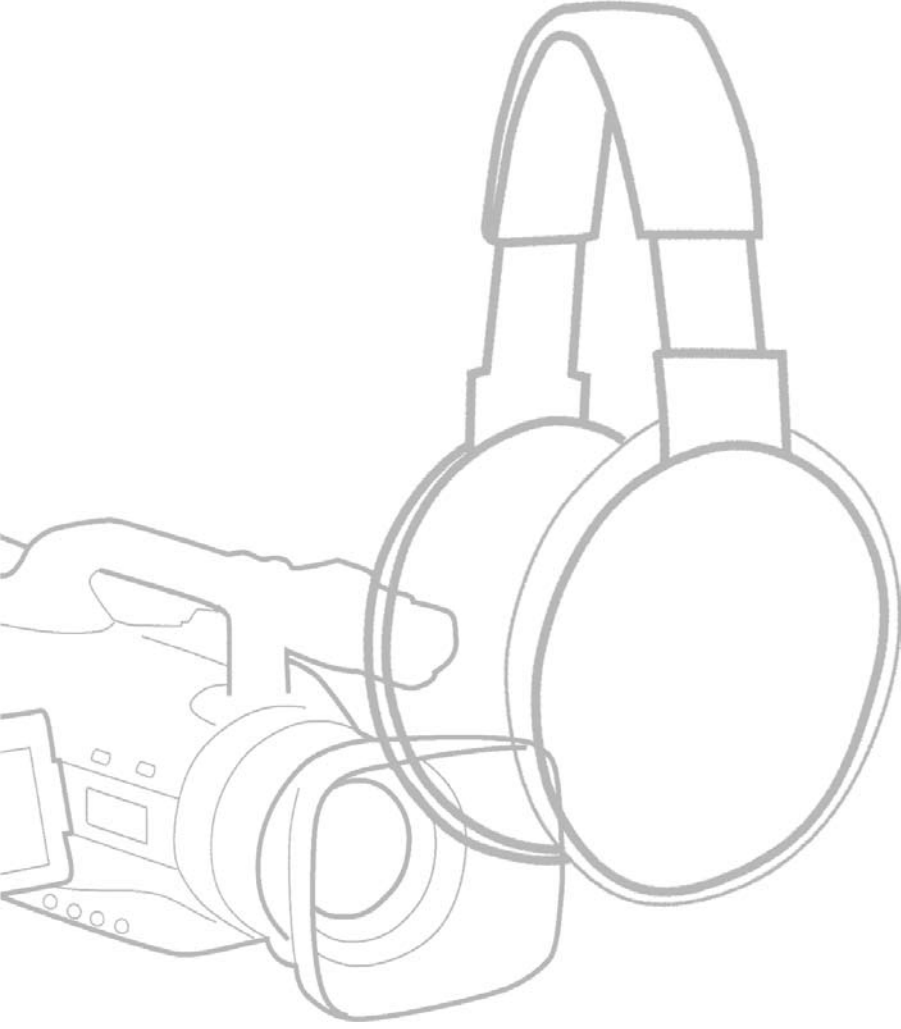
هل نشاهد التلفزيون أم لا  
قال الوالد: «أغلق التلفزيون»  
«أُخرج وعش حياتك»  
خرجتُ ثم عدتُ في المساء  
وفي أذني نحلة  
وفي حذائي فأر  
وعلى قميصي غراء  
وعلى أنفي طباشير  
وفي جيوبي الممزقة جراد  
وعلى ركبتي خنفساء  
وعلى بطني نملة  
وعند يدي أسد  
وخلفي جمل، يشدني من شعري  
قال الوالد: «لا تخرج بعد الآن»  
«شغل التلفزيون»

البحث عنها في مكان آخر. ومع ذلك، فبالنسبة لما يوفره التلفزيون، يمكن للمرء ان ينتقي ما يناسبه. ومن شأن التلقي الكسول لبرامج التلفزيون ان يؤدي الى جشع كسول في مشاهدة البرامج. ويسترشد القائمون على القنوات التلفزيونية ايضاً برودود الفعل التي نبلغها لهم (الصمت في حد ذاته يمكن ان يكون رسالة).

ولا نعني بهذا ان نقول انه ليس من حقنا ان نعبر عن غضبنا كلما كان ثمة سبب لذلك. فمن حقنا ان نشعر بالسخط. والعلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع ليست أحادية الاتجاه. اذ توجد وجهات نظر ومصالح، وادوار، ومسؤوليات لدى الطرفين. واذا اقتصرنا في نظرتنا الى التلفزيون على النظر فيما هو موجود في الجانب الآخر وفيما وراء الشاشة، فلن نرى سوى نصف المشكلة. اما النصف الآخر فيوجد في هذا الجانب، اي جانبنا، ونعني بذلك سلوكنا، ومواقفنا، وروتيننا، وقيودنا، وأنماط حياتنا. وينطبق الشيء ذاته على وسائل الاتصال والإعلام الأخرى، القديم منها والجديد.

ترجمة بتصرف من قصيدة برتغالية من تأليف  
لويزا دو كالا سوارش





## دليل للعلاقات الأخلاقية مع الإعلاميين



يهدف هذا الدليل إلى تحليل العلاقات التبادلية والتكاملية بين وسائل الإعلام والمدارس والجمهور. وهذا يسلط الضوء على مختلف الأطراف المشاركة في عملية التواصل وهم الإعلاميون والمدرسون والمجتمع المدني والقطاع الخاص ومؤسسات الدولة. ويوفر هذا الدليل إطاراً مختلف طرق تطبيق مبادئ حرية التعبير والتواصل على نطاق عالمي، كما يستعرض المظاهر المموسة للانضباط، والضبط المشترك.

- ١- زيادة وعي الطلاب وأفراد الجمهور بمسؤوليات وسائل الإعلام في ممارستها لعملها.
- ٢- تذكير العاملين في الإعلام بمسؤوليتهم الأخلاقية وضرورة مراعاة المعايير التي تحددها مهنتهم.
- ٣- تشجيع المواطنين على معرفة حقوقهم وتمحيصها بالنسبة لوسائل الإعلام بالإضافة إلى المسؤولية الاجتماعية للمقاتلة على عاتق الإعلاميين المحترفين ومساعدتهم على حل المشاكل التي يمكن أن يواجهوها.

٤- تعزيز إمكانيات التواصل والتعاون بين وسائل الإعلام والجمهور من أجل توضيح وتطبيق مبادئ الحرية والاستقلال للصحافة مع أخذ العناصر الأخلاقية والمسؤوليات الاجتماعية التي تقتضيها بالنسبة للإعلام بعين الاعتبار.

- ٥- تشجيع الانضباط والضبط المشترك، بالإضافة إلى الضبط عند الحاجة، أي المفاهيم الرسمية وغير الرسمية للالتزام الأخلاقي والمدني من جانب سائر المشاركين في عملية التواصل.

#### أهداف محدّدة لهذا الدليل

- ١- توفير أدوات تعليمية لتطبيق أخلاقيات الإعلام في التربية الإعلامية، مع التركيز بشكل خاص على الدراسة المنسّقة للمبادئ الأخلاقية وعلى تصادمها مع المؤسسات التي تطبّق فيها.
- ٢- التمييز بين مختلف الأصعدة الأخلاقية، أي المستوى الأخلاقي لكل ما ينطبق على أي شخص يشارك في عملية التواصل من ناحية، والمستوى المحدّد للأخلاقيات التي تطبّق على العاملين في الإعلام.
- ٣- تقديم معلومات مغللة عن الوثائق واللوائح والمؤسسات التي تضم في إطارها المبادئ الأخلاقية الرئيسية ذات العلاقة بالإعلام.

- ٤- توفير أدوات لتحسين استيعابنا لاستفادة وسائل الإعلام والعاملين لديها من مهامهم.

- ٥- زيادة وعي الطلبة والجمهور بالوسائل المتاحة حالياً للاطلاع على وسائل الإعلام والإسهام في نشاطها بالإضافة إلى المتطلبات المقبولة لمراعاة وسائل

يزداد في هذه الأيام غموض الحدود التي تفصل بين المدرسة وبين المؤسسات التعليمية والإعلامية الأخرى. ويتولد كثير من الاهتمام بفعل مختلف مواقف التعلم «غير الرسمية»، التي يمكن أن تحدث خارج حجرة الدّرس، بالتعاون مع الإعلاميين المحترفين الذين تدعو الحاجة إلى التعرف بصورة أفضل على ثقافتهم وأخلاقياتهم. وهذا يشمل أخلاقيات التربية الإعلامية، التي تتمثل في أخذ التوازن الدقيق في المناقشات حول القيم، بعين الاعتبار، دونما تحييز.

في عام ثلاثة وثمانين وتسعمئة وألف، كانت اليونسكو قد لفتت الأنظار إلى أهمية المبادئ الأخلاقية العملية للصحافة في نشرة بعنوان «بيان المبادئ الدولية لأخلاقيات الصحافة». ويتعلق أهم هذه المبادئ بالمسؤولية الاجتماعية للمقاتلة على عاتق الصحفيين، واحترام الصالح العام، بالإضافة إلى مشاركة المواطنين وقدرتهم على الحصول على المعلومات. وقد دعا كثير من المؤسسات الصحفية والإعلامية أيضاً لهذه المبادئ الأخلاقية بين المحترفين العاملين لديها.

ولكي نفهم هذه المبادئ بالإضافة إلى حرّية التعبير ومسؤوليات الإعلام، فإنّ العاملين في مجال التواصل يساعدوننا في استيعاب ظروف حرّية الجميع ومسؤولياتهم.

والتربية الإعلامية، باعتبارها تخصصاً يهدف إلى تسليط الضوء على العلاقات بين وسائل الإعلام والجمهور، تحتاج إلى إبراز هذه الأفكار. وكما تسعى إلى تشجيع المواطنين على تحليل الإعلام تحليلاً نقدياً وتأهيلهم للمشاركة الديمقراطية، فبإمكانها أن تشجّع على إدراك واستيعاب المبادئ الأخلاقية التي تحكم مسؤوليات وسائل الإعلام والعاملين لديها. وبهذه الطريقة، فلن تقتصر على الإسهام في إيجاد بيئة مناسبة للممارسة المحترفة فحسب، بل ستمكّن الجمهور أيضاً من مواجهة وسائل الإعلام بحقوقه وشروطه الأخلاقية.

#### أهداف التربية الإعلامية فيما يتعلق بأخلاقيات الإعلاميين المحترفين.

وهكذا، فإن مسألة أخلاقيات الإعلاميين المحترفين ومسؤولياتهم تعدّ جزءاً من التربية الإعلامية، وهي ترمي إلى الأهداف التالية:

بعضها بعضاً. فبين التربويين، لا يقتصر الأمر على وجود آباء ومدرسين، بل يوجد أيضاً قِيمو مكاتب، ومقدمو معلومات، ومعلمو مدارس .. وكما هو الحال بالنسبة للمبْلِغين، فلا يقتصر الأمر على وجود صحفيين، بل يوجد أيضاً منتجون ومخرجون وإذاعيون الخ.

يجب أن يبدأ هذا التحالف بفهم عميق ومتبادل للقيم المحددة لكل مجال ويبدأ بأنشطة اعتراف متبادل بين المشاركين. وتعدُّ المدارس هيئات اجتماعية تنقل معلومات وتذيع وتوفّر توجهات ورموزاً ولغات. وهذا ما تفعله الأسر وتفعله وسائل الإعلام أيضاً. فشركات الصحافة ومؤسسات التواصل تُعدُّ، من ناحية، انظمة تثبت المعرفة إلى جمهور محدد. ولذا، فإن الفهم المشترك ضروري لإبرام عقد تنسيق بين المبلِّغين والتربويين، خارج نطاق التربية الإعلامية في أوضاع رسمية، وفي ظروف غير رسمية خارج جدران حُجرة الدرس.

ومع ذلك لا تزال هذه العلاقة مثاراً لجدل كثير.

فوسائل الاتصال تدافع عن حرّية التعبير وتجعلها فوق أي حق آخر. وهي تشك في أي تدخل يمكن أن يتم في ممارستها وابداعاتها. وهي تعتقد أن بإمكان وسائل الإعلام ويجب عليها أن تنقل رسائلها بكل حرّية، ودون ضغط أو رقابة. وتعدُّ حرّية التعبير شرطاً أزلياً لتعزيز حرّية الضمير والاستقلال الفردي وهي حجر الزاوية بالنسبة للالتزام بهما.

وتتعارض هذه الفكرة مع ركن التزام المرّبي، وهي ترمي إلى تربية الأطفال والشباب على التحكّم في فيض تعبيراتهم، واختيار البرامج المناسبة وتقييم مخاطرها، نتيجة لذلك. ويتمثل التفويض الممنوح لهم في تقييم المخاطر والحق في الخصوصية وكرامة الأفراد، بمن فيهم القاصرون. وهم يعتقدون أنه يجب رصد وسائل الإعلام بعناية. ويرون أنه يجب أن يكون للآباء والمرّبين رأي في تلقي الأطفال والشباب للنتائج الإعلامية. وهذا يُعزى من ناحية إلى أن وسائل الإعلام تستجيب للاتجاه التجاري والصناعي الذي لا يكون محايداً على الدوام فيما يتعلق بحماية الفرد. ويميل قطاع الإعلان ورعاية البرامج إلى الإفراط في الغزو والترويج لثقافة الإعلام التي تفصل الطفل والمراهق عن ثقافتهما الأسرية أو المدرسة. ورغم

الإعلام لالتزامها الأخلاقية.

6- تعزيز فهم دور مسؤولي التحقيق في الشكاوى ودورهم في تشجيع وسائل الإعلام على الانضباط.

7- بيان دور المؤسسات العامة المكلفة بضبط وسائل الإعلام ومهمة تلك المؤسسات فيما يتعلق بأخلاقيات العاملين في الإعلام.

8- تشجيع التضامن في مجال التواصل لتمكين العاملين في المجتمع المدني من الإسهام في الضبط المشترك لوسائل الإعلام.

9- التشجيع على الإلمام بأخلاقيات التواصل في السياقات والأطر التكنولوجية المتّردة التّطور.

## العلاقات الخلاقية بين التعليم

### والتواصل

العلاقات الاجتماعية للشبان بواسطة وسائل الإعلام ظاهرة لا يمكن الرجوع عنها.

يشير كثير من الدلائل إلى أن معظم الأطفال والشباب في القرن الحادي والعشرين سيكتسبون معارفهم وقيمهم عن طريق وسائل الإعلام، بالإضافة إلى رأس المال الثقافي للعالم. ويستلزم ذلك تغييراً في موقف مختلف الأطراف العاملة في مجال التربية والتعليم والتواصل، والوسطاء الذين يُدعَوْنَ إلى أن يكونوا أكثر إدراكاً لمسؤوليتهم الاجتماعية، والمرّبين كي يأخذوا بعين الاعتبار مكانة وسائل الإعلام أثناء ممارستها لمهامهم التربوية والتعليمية. إذ لم يُعدّ ثمة مكان للجهل التبادلي ولا للتلاوم، بل إن ثمة حاجة ملحة لتعزيز وعي الأهالي بضرورة النشاط المقترن بالتمحيص، كي يستفيدوا من وسائل الإعلام بصورة بناءة وخلاقية.

ولم يعد بإمكان عوالم التعليم والأسرة والتواصل أن تحدّق ببعضها بعضاً كحيوانات أليفة معادية لبعضها البعض، لا سيّما عندما يتصل الأمر بالعلاقات الاجتماعية للأطفال. ويحتاج الأفراد الذين ينتمون إلى هذه العوالم المختلفة إلى إبرام نوع من الهدنة أو التحالف وإلى التفاعل بروح من الحوار. وعلى الرغم من تنوّع مهنتهم، فإن أنشطتهم تكمل



إذاعية، والتي تستفيد من التراخيص التي تمنحها الدولة (أي محطات الإذاعة والتلفزيون التي تقدم خدمة عامة) هي وسائل الإعلام التي تتحمل معظم الالتزامات التي تقتضي منها مراعاة حقوق الأطفال. أما بالنسبة لوسائل الإعلام التجارية، التي لا تخضع لرقابة تحريرية، والتي يتوفر إنتاجها مجاناً (كالصحف والكتب وتلفزيونات الكابل الخ..)، فتقع على عاتقها أقل الالتزامات تجاه الأطفال ( ما لم تنص تراخيصها على ذلك بصورة محدّدة). وبالتالي، فإن وسائل إعلام الخدمة العامة ولا سيما التلفزيون، هي التي تكون مسؤولة عن مصلحة الشبان. وتكرر البرامج الموجهة إليهم على شاشاتها أكثر من غيرها.

ومهما يكن من أمر، فإن التزامات وسائل الإعلام تجاه التربية والتعليم لا تقف عند حدّ العناية بالشبان. فبالنسبة للتواصل باعتباره خدمة عامة للجمهور، لا بدّ لها من أن تقي ببعض الالتزامات المتعلقة بالتربية والتعليم. وتتفاوت طريقة تفسير هذه الالتزامات تفاوتاً بيّناً من بلدٍ إلى آخر ومن مجتمعٍ إلى آخر.

وتعتبر وسائل الإعلام، ولا سيّما التلفزيون (العامة وليس التجارية) في معظم الحالات، أنه إلى جانب الأخبار والترفيه، تُعدّ التربية إحدى وظائفها الرئيسية. وتميل إلى تفسير هذا الواجب التعليمي باعتباره أسهاماً في الضمير العام والأخلاقي للبلاد، بالإضافة إلى أنه يعمل على نشر المعرفة والثقافة العامة. وهي تترجم هذا الواجب، في عملها اليومي، إلى التزام بتقديم برامج تربوية لمختلف فئات الجمهور، وللأطفال والشبان بشكلٍ خاص.

أما في السياق العام لعملية التعلم طول العمر في مجتمع المعلومات، فإن كثيراً من وسائل الإعلام، ولا سيّما التلفزيونات الخاصة والعامة، يميل إلى الإقرار بأن أبرز مهامه تتمثل في بث المعرفة وتشجيع الكفاءة للناس على اختلاف أعمارهم وفي أي مبحث. ولقد أفتت هذه الوظيفة التربوية كثيراً من وسائل الإعلام، ولا سيّما في قطاع الوسائل المسموعة والمرئية ببلورة خدمات محدّدة لجماهيرها، وهي الخدمات التي درجت العادة على اعتبارها خدمات «تربوية» أو «تعليمية».

كون حرية التعبير عاملاً حاسماً، فلا يمكنها أن تكون حقاً مطلقاً يتدخل في الخصوصيات.

ليس من الضروري أن يجرب المرء هذه الاختلافات المتصورة في القيمة بين التربويين والتواصلين سواء بالنسبة للتوتر أو التضارب. ويستلزم اتخاذ موقف توفيق في هذا الصدد قدراً من الالتزام الذي يتحلى به الإعلاميون تجاه احترام القيم التربوية، كي يوضع في الحسبان التألم الذي يشعر به الشبان عندما يتعرضون لهذه التوترات والتضاربات. وعلى العكس من ذلك، فإن اتخاذ ذلك الموقف يستلزم من المدرسين والتربويين أن يثقوا الشبان على تقدير ثمن حرية التعبير بالإضافة إلى الحقوق والواجبات المرتبطة بها. ويُعدّ التوازن بين هذين القطبين الذي يصعب الحفاظ عليه، جزءاً من المسؤولية الاجتماعية للجميع. ومن المحتمل أن يعمل الإبقاء على التفريق الواضح بين المسائل العامة المتعلقة بأخلاقيات الاتصالات، التي تطبق على الجميع مهما كانت عملية التواصل، والتي تطبق على التواصلين بالنسبة لممارسة مهامهم، من المحتمل أن يعمل ذلك على التوفيق بين موقفي الطرفين.

#### هذه الالتزامات يمكن أن تكون ذات نوعين هما :

أولاً، التزامات فاعلة وإيجابية، تميل إلى تأييد ونشر الرسائل أو المحتويات التي تعزز النموّ الذهني والأخلاقي، والعقلي والبدني للشبان؛ وثانياً، التزامات سلبية ترضى الذات بالحدّ من الاطلاع على محتوى يمكن أن يكون ضاراً ويمكن أحياناً أن يعرض الطفل للخطر.

تميل الالتزامات الفعالة إلى إنتاج برامج تُكرّس للأطفال، ويكون لها محتوى يمكن لهم أن يجدوا أنفسهم فيه، كما يكون مكيّفاً بما يناسب احتياجاتهم وسنّهم. ويمكن أيضاً أن تتمثل في تخصيص بعض من فترة البث لبرامج تربوية تُصمّم لتنشيط النموّ الذهني والأخلاقي للأطفال. أما الالتزامات السلبية فتتميل إلى التقييد واقتراح حلول للحدّ من الضرر، بدلاً من أن تعمل على تحويل المضمون أو تحسينه.

يمكن القول بشكل عام إن وسائل الإعلام التي لديها مهام

الوثائق في معالجة المعلومات والأخبار. ومع ذلك، يمكن إثارة مسائل أخرى تتعلق بالتربية والقيم في البرامج الأخرى، سواء كانت قصصاً أو روايات خيالية أو ألعاباً أو غيرها. وقد شاع في كثير من البلدان أن تتقيد وسائل الإعلام بالتزامات محددة، ولا سيما بالنسبة للمساواة بين الجنسين ومساندة قضية المرأة، ومكافحة العنصرية وأي نوع من الفصل (الثقافي أو الديني أو السياسي أو غير ذلك)، وحقوق الأقليات ومراعاة التنوع الثقافي واحترام المعوقين وكبار السن. ويتعلق بعضها أيضاً بنقل الفعاليات المحلية أو الإقليمية أو الثقافية ومساندة المدارس وما إلى ذلك.

وتتعلق هذه الالتزامات جميعاً، بالمعنى الواسع للكلمة، بالتعليم والتواصل. وتعدّ التربية الإعلامية، من عدّة وجوه، أكثر وسائل التعاون تربيّناً وثباتاً (في المدى البعيد) بين البيئتين وأكثرهما تربيّناً وثباتاً بالنسبة لفهم المسائل المشتركة بينهما.

## أساليب التعاون بين التواصلين والتربويين

تتشابه مهام التواصلين والتربويين، من عدّة وجوه، ويكتمل بعضها بعضاً. ومن الصعب تصوّر وجود نظام اجتماعي يمكنه أن يستند إلى اختلاف دائم بين هاتين البيئتين الاحترافيتين.

ويقتضي هذا الفهم من التواصلين أن يحترموا عمل التربويين، بل إن عليهم أن يسهموا في هذا العمل. وفي المقابل، فإن هذا يقتضي من التربويين أن يضمّنوا عملهم المسائل التي تثيرها وسائل الإعلام، ورسائلها، ودورها الاجتماعي. وهذا الفهم المتبادل يفتح المجال واسعاً أمام إمكانات جديدة. ويمكن للعاملين في الإعلام أن يوسعوا نطاق التزامهم الأخلاقي بحيث يتضمن التزاماً تربوياً، أي الالتزام الأدبي بوضع التبعات التربوية لعملمهم في الحسبان. ويمكن للمدرسين أن يعالجوا مسألة الإعلام أثناء التعليم، أي أن يجعلوا من الإعلام التزاماً يُعنى بالأخبار اليومية ويضع في الاعتبار أيضاً الأساليب الجديدة للتواصل والتعليم التي توفرها وسائل الإعلام، لإنها يمكن أن تكون مفيدة جداً في حجرات الدرس.

## التلفزيون التعليمي يمكن تطويره بأشكال مختلفة على النحو التالي:

١- يمكن أن يكون بديلاً للمدارس في البلدان أو المناطق التي يصعب فيها استكمال منهاج شامل. وفي حالة كهذه، يمكن للتلفزيون أن يبيث مواد مدرسية يمكن أن تصل إلى الطلبة مباشرة، حتى عندما يكونون في المدرسة.

٢- يمكن أن يخصّص لأنشطة علاجية أو تكميلية، دون أن تكون بديلاً للمناهج المدرسية. ومن ثم فإنه يبيث برامج إما أن تكون مكملة لعمل المدرسة أو برامج تروّج لقيم وسلوكيات ترتبط بالدراسة والتعليم.

٣- يمكنه أن يفسّر مهمته التعليمية بمعنى أوسع، ويتولى مهام ويلتزم بقيم تتقاطع مع بعضها البعض، في إطار برامج ككل. ومن ثم يكون هدفه تهيئة فرص تسهم في تعليم جمهوره وتدريبه بواسطة برامج متنوعة، لا تكون تعليمية بشكل رسمي صارم.

٤- أخيراً، فإن الشائع هو أنه يسهم في التعليم بعدة برامج تجمع استراتيجياً بين الجوانب الثلاثة المذكورة آنفاً.

ومع ذلك، فإن التزام وسائل الإعلام لا يقف عند حدّ التلفزيون التعليمي. فقد اعترف منذ مدة، في بلدان مختلفة، بأن إسهام التلفزيون، ووسائل الإعلام بشكل عام، إنما هو مسألة تضبيب محدودة لتحقيق أفضل أداء، كي تكون القيم التي تنشرها على وفاق مع القيم التي تنشرها المدارس. وهذا يعني أنه يجب التركيز على التطابق - أو الاختلاف - بين المواقف والقيم التي تبثها وسائل الإعلام والقيم التي يروّج لها داخل المدرسة.

وكما أن للمدارس مناهج أو برامج (بيّنة أو مستترة)، فيمكن القول إن لوسائل الإعلام منهاجاً (واضحاً أو خفياً)، ولا سيما في المسائل المتعلقة بالبرامج المسموعة والمرئية. ومن أجل توضيح هذا المنهاج والتعريف به، فقد اضطر العاملون في وسائل الإعلام إلى إعداد وثائق للاستعمال الداخلي (موثيق، إشارات، أساليب...) لبيان القيم التي يجب أن تستند إليها برامجها.

تتعلق هذه الوثائق، عموماً، بالتزامات الشبكات الإعلامية بالنسبة للحياد والأمانة في نقل المعلومات. وتتحصر هذه

طريق الإنترنت والتلفزيون - على إتاحة كثير من الفرص لإيجاد وسائل إعلام تُخصَّص للتربية والتعليم. وقد أتاح هذا الفرصة لظهور عدد كبير من محطات الإذاعة والتلفزيون التي تُخصَّص لأغراض محدَّدة والتي تؤدي مهمة تعليمية، بالإضافة إلى موقع الإنترنت يوفر مواد تعليمية، الخ. وقد استلزم هذا تعاوناً منسقاً بين التربويين والتواصلين. وأصبحت برامج التلفزيون المخصصة للشبان، على سبيل المثال، أرضية اختبار مثمرة جدا للتعاون.

وقد ظهرت في الجانب التعليمي أيضا تقنيات جديدة يمكن أن تضيف إلى الوسائل التعليمية، من قبيل الكمبيوترات، والتلفزيونات الواضحة الصورة، والإنترنت، والوسائل النقالية. ولقد أدت هذه التقنيات إلى ظهور تخصص حديث جدا يمكن أن يطلق عليه اسم « التكنولوجيا التعليمية» أو «تكنولوجيا التواصل التربوي». وقد انبثق من ذلك التخصص عدد لا حصر له من المناهج والأنشطة. وقد أرغم المسؤولون على دمج المعارف التواصلية والتربوية بعدما كانت منفصلة عن بعضها البعض. وبالتالي، فقد تعزَّزت العلاقة بين الإعلاميين والتربويين في كلا المجالين. إلا أن البعد الأهلي في عدَّة بلدان هو الذي أدى أخيرا إلى توسيع التعاون بين التواصلين والتربويين، بحيث تجاوز الحدود المهنية الضيقة. ولقد أخذت أنماط جديدة من العلاقات في الظهور عند ملتقى مهام التواصل ومهام التربية. وقد مرَّ هذا الوعي المتنامي بسلسلة من الخطوات المتماثلة مهما كان البلد ذو العلاقة. وهذه الخطوات هي:

١- تُقابل الخطوة الأولى توتراً وتلملا اجتماعيا وأهليا نجم عن أثر غريب من تأثيرات وسائل الإعلام. ويتمثل ذلك في العنف المفرط، والافتقار إلى المضمون التربوي، والشعور بفقدان البرامج النوعية، والتغاضي عن التزامات الخدمة العامة، الخ.

٢- يعبر هذا الاضطراب عن نفسه بطرق مختلفة إلى أن يصل إلى الميدان العام عن طريق الاحتجاجات والشكاوى والنداءات الموجهة إلى السلطات، الخ.

٣- من أجل حل النزاع، تميل السلطات كما يميل المجتمع المدني إلى توجيه نداء من أجل التعاون بين التربويين والتواصلين، بالإضافة إلى الإصرار على ضرورة الحوار بين الطرفين وإدراك كل منهما للواجبات الملقاة على عاتقه.

ولا تقتصر حاجة الإعلاميين على توسيع نطاق عملهم بحيث يشمل التواصل التربوي، بل تشمل أيضا إضفاء فلسفة تعليمية على عملهم. ولا ينبغي للتربويين أن يقتصرُوا على استخدام وسائل الإعلام في التعليم كمجرد أدوات، بل إن عليهم أيضا أن يدمجوا التربية الإعلامية كمادة عملية. وتبثق بؤرتنا اهتمام جديدتان من هذا التعاون، دون ادعاء بشمول مجموعة كاملة من العلاقات بين التواصل والتربية، حيث تقع إحدهما في مجال الإعلام، وتقع الأخرى في مجال التربية، أي إعلام تربوي من ناحية، وتربية إعلامية من ناحية أخرى.

توفر بؤرتنا الاهتمام هاتان المزيَّة الإضافية المتمثلة في الانسجام مع المناقشات التي جرت حديثا بشأن مجتمع المعلومات، الذي ترى اليونسكو أنه يفضي إلى مجتمعات تتشارك في المعرفة؛ حيث يوضع اكتساب المعرفة وتجارب الإعلام والتواصل في لب تنظيم حياة الفرد والمجتمع. هذا هو الإطار المناسب للتطوير المزدوج للإعلام التربوي وللتربية الإعلامية. إذ لم يعد اكتساب المعارف مقصورا على بعض الفئات العمرية وبعض المواضيع المحدودة. ويقتضي هذا الإطار بالضرورة توفر إمكانية التعلم في كل زمان ومكان. وقد ازدادت الحاجة إلى اكتساب معارف جديدة وتطوير المعلومات المكتسبة ازديادا هائلا. ومن الآن فصاعداً، سيكون طلب العلم من المهدي إلى اللحد حقيقة واقعة، حيث تكون معرفة التعلم مبدأ أساسياً. وهذا يبرز إلى حدٍّ أبعد ضرورة التعاون المنسق بين التربويين والتواصلين.

### الأساليب الرسمية والأساليب غير الرسمية

يمكن إرساء التعاون بين التواصلين والتربويين إما بطريقة رسمية وإما بطريقة غير رسمية. وقد برز أخيرا اتجاه نحو إقامة علاقات رسمية، بغية التأكيد على العلاقات الواضحة بل والمؤسسية بين الطرفين. وتميل العلاقات غير الرسمية إلى أن تكون ضمنية، باعتبارها حقيقة واقعة. ويحتاج التواصليون إلى معالجة مسائل التربية في عملهم (بالنسبة للمحتوى ولأثر ذلك المحتوى على التعليم أيضا).

وبالتالي، فإن الأساليب الرسمية للتعاون آخذة في التوسع. وفي الجانب الإعلامي فقد عمل تحويل المعلومات إلى النظام الرقمي وتوسيع وسائل الإرسال - ولا سيَّما عن

الإعلام. وتوجد ضمن وزارات التربية والتعليم بشكل عام، مجالس أو لجان مكلفة بالمناهج تتمثل مهمتها في تعزيز الأنشطة المتصلة بالصحافة، ووسائل الاتصال المسموعة والمرئية، ووسائل الإعلام الجديدة.

وتتكفل هذه الكيانات بأن تعمل المدارس على إدراج الإعلام في مناهجها كمادة للدراسة أو كأداة للتعلّم وتمتية الابتكار التعليمي. وبناءً على ذلك، فإنها تعمل على بلورة مقترحات لمناهج التربية الإعلامية. وتسعى، قبل كل شيء، إلى إثارة اهتمام الهيئة التربوية بهذا المبحث وتعميق ذلك الاهتمام، بالإضافة إلى توفير التدريب اللازم. وتشثى هذه الكيانات أنشطة تتعلق بتقنيات التواصل، واللغة المسموعة والمرئية، والتواصل المتعدّد الوسائل، الخ.

### نحو أساليب جديدة للتعاون والإنتاج

حدثت، أخيراً، تطورات تعزى إلى التقدم التكنولوجي في مجال الاتصالات والتعليم. وتتعلق هذه التطورات بالإمكانات الجديدة للتكنولوجيا التي أصبحت نقالة وجوّالة، وأصبحت تمثل مكسباً كبيراً يضاف إلى ميدان التعليم. ويعمل ترقيم المعلومات، وانخفاض تكلفة الانتاج وتقنيات التسجيل بالإضافة إلى توسع قنوات التلفزيون الرقمية والإنترنت على إتاحة مجال توسع قنوات التلفزيون الرقمية والإنترنت على إتاحة مجال يتسع أكثر فأكثر ويمكن التربويين من استخدام وسائل الإعلام والإسهام فيها إلى حدّ لم يكن متاحاً من قبل.

إن ابتكار الفيديو الرقمي الزهيد التكلفة، وبرامج التحرير غير أحادية البعد (القادرة على تحرير الصوّر إضافة إلى تحرير الأصوات) التي يمكن تحميلها على كمبيوتر شخصي أساسي، وإمكانات النشر الزهيد التكلفة لجميع أنواع النصوص، وقبل كلّ شيء، وجود الإنترنت والشبكة الإلكترونية العالمية، كلّ ذلك أسهم في تحديد الاهتمام بالتواصل بين الكيانات التربوية والكيانات المدرسية.

ويشهد على تجدد هذا الاهتمام، وجود محطات إذاعة وتلفزيون في المدارس، والصحف التعليمية في الإنترنت، ومواقع الإنترنت التعليمية التي يديرها تربويون، ومواد التدريب المنشورة على شبكات التوزيع، والمنتديات ومنابر التعاون في استعمالات الإنترنت. وقد زاد من هذا الاهتمام

٤- نتيجة لذلك، ظهر اقتراحان يكملان بعضهما بعضاً، وهما:

أ- ضرورة تجديد التزام التواصلين تجاه التربية والتعليم، وهو ما أدى في العادة إلى اعتماد حلول سياسية سلبية لصالح الأطفال والقاصرين، من قبيل الساعات التي تخصّص للأسرة، من أجل تجنب بث بعض المواد الضارّة، أو حتى استبعاد بث بعض البرامج التي تُعدّ مفسدة للأخلاق، الخ.

ب- قبول التربويين بضرورة أن يدرجوا في مناهجهم تخصصاً جديداً يسمّى في معظم الحالات «التربية الإعلامية» (ويعرف أيضاً باسم «التعليم من أجل التواصل» أو «الكفاءة الإعلامية»، الخ).

٥- الخطوة الأخيرة لا تكون دائماً حاضرة في كل مكان. ففي بعض البلدان فقط، أقرّت هذه المقترحات بعدة طرق تتمثل في تأسيس اتحادات لتعزيز التعاون بين التواصلين والمربين، أو اعتماد هيئات أو مجالس رسمية تكون مهمتها إما تنمية الجانب التعليمي في مجال الإعلام وإما تنمية الأنشطة التواصلية في مجال التعليم.

وفي هذا السياق، ظهرت في عدّة بلدان دلائل واضحة على تحقيق إنجازات ملموسة تتمثل في ازدياد التعاون بين التواصلين والتربويين. ويمكن أن تكون هذه المنجزات مرنة وغير رسمية عندما تتحقق بين وسائل الإعلام والتربويين، حيث تضمن وسائل الإعلام أن تكون هذه المنجزات على صلة دينامية نشطة مع عالم التعليم، بينما تُثري برامجها. ويمكن أن تكون أيضاً رسمية، وذلك بأن تشرك السلطات المكلفة بتنظيم عمل وسائل الإعلام أو المشاركة في ذلك التنظيم تشرك في أنشطتها خبراء أو لجاناً تربوية استشارية أو منتديات حيث يتسنى للتربويين والمدرّبين أن يعبروا عن أنفسهم ويعرضوا عملهم وتجاربهم. وهكذا، فإن العلاقات لا تتطور حالياً بين التواصلين والتربويين فحسب، بل تتطور أيضاً مع صنّاع القرار والجهات المكلفة بتنظيم عمل وسائل الإعلام.

لقد أنشأت عدة بلدان في البيئة التربوية، هيئات اندمجت في المدارس وكانت مهمتها تنشيط العلاقات مع وسائل



في مجال التربية والتعليم، مع التزام محدد لصالحها. وكتيجة دينامية، فقد حلت مرحلة جديدة من التطور في مجال التربية الإعلامية، التي تستفيد من تنوع الأساليب التي تحكم العلاقات مع الإعلاميين.

## العلاقات مع الإعلاميين المحترفين:

### مجموعة كبيرة من التفاعلات.

لا يمكن لوسائل الإعلام، في هذا السياق، أن تستمر في تجاهل احتياجات التربية الإعلامية والحاجة إليها وكذلك الدعوات المنادية بالتعاور مع التربويين (سواء كانوا آباء أم مدرّسين).

ولقد تطور مفهوم صناعة الإعلام والإعلاميين بمرور الزمن. فقد انتقل من مرحلة الحماية، عندما كانت وسائل الإعلام تقول إنها مستقلة تماما عن الجمهور وعن السلطة، إلى مرحلة منفتحة، يمكن أن يدور فيها حوار بطرق مختلفة من قبيل: الانضباط بين الإعلاميين، وتنظيم قطاع الإعلام من قبل الهيئات الحكومية المكلفة بهذه المهمة، بل وحتى المشاركة في الضبط والتنظيم، وهو ما أدى إلى توسيع الشراكة بحيث شملت قطاعات أخرى، من قبيل المجتمع المدني والأهالي. وتفاوتت هذه الأساليب المتنوعة بين بلد وآخر. وهي تتحدد بالحاجة التي يشعُر بها جميع المسؤولين عن التربية الإعلامية بالنسبة للشراكة ومنح صلاحيات لجميع العاملين في هذا الميدان، مع أخذ التطورات الاجتماعية ذات العلاقة في الحسبان. وتعدّ هذه الأساليب رداً تاريخياً على منتقدي وسائل الإعلام. وقد تطورت فاكتسبت أشكالاً مرنة من التبادل، مع إمكانية التشارك في الخبرات، والتعاون في مشاريع مشتركة وتعزيز المعرفة بثقافة صناعة الإعلام بشكل عام.

### انضباط الإعلاميين

سعى الإعلاميون جاهدين لجعل مناهجهم (سراً أو علانية) مناهجاً واضحة، لا سيّما بالنسبة لأخلاقيات مهنتهم. وأعدّوا كثيراً من الأدوات التي استهدفت الجمهور وكُرّست للاستخدام الداخلي. وعن طريق هذه الأدوات، وضحو نظام القيمة الذي شُرح المضمون على أساسه.

خيارات الصحافة المتاحة باستعمال الكمبيوتر، عن طريق سجلات في شبكة الانترنت بالإضافة إلى المواقع الشخصية ومواقع المؤسسات على الإنترنت، الخ.

ويتزامن هذا الاتجاه مع إنشاء حلقة تواصل تربوية جديدة، تعمل على توسيع نطاق المهمة التربوية للمدارس كما تعمل في الوقت ذاته على تكوين مؤهلات تواصل جديدة بين جميع المشاركين في عملية التعلّم. ويتمخض عن ذلك ظهور نوع جديد من الإنتاج، وظهور تواصل تعليمي يشارك فيه بالدرجة الأولى التربويون والطلبة.

وتدرج التطبيقات المدرسية التي تتعلق بالتواصل والتي كانت مقصورة على حجرة الدّرس، تدرج في الحيز العام. وقد ازدهرت ثقافة تواصل جديدة على مستوى التطبيقات التعليمية تستوعب قدرات التربويين وكفاءاتهم في قدرات التواصلين وكفاءاتهم، وهو ما تكون له تبعات على المجال الإعلامي.

ويعمل توسّع القدرات التواصلية للجميع (بدءاً بالطلاب)، كما تعمل إمكانية التحويل من نظام إلى آخر وكذلك تحويل الصورة والصوت إلى شكل رقمي يمكن معالجته بالكمبيوتر، على إتاحة الفرصة لإدراج فيض من المحتويات الجديدة في وسائل الإعلام. ويدل هذا الفيض، إلى حدّ ما، على التأثيرات التي أحدثتها ثورة وسائل الإعلام في التربية والتعليم.

تتضح هذه الظاهرة بشكل خاص على الصعيد المحلي. فما يسمى بوسائل التواصل المحلية (الصحافة المحلية ومحطات الإذاعة والتلفزيون المحلية) إنما ينصبّ على مجتمعات صغيرة (المقاطعات، الأقاليم...) . ويجري تخصيص هذه الوسائل بأطراد لبرامج تديرها المدارس. فمثلاً، يمكن لوسائل الإعلام المحلية هذه أن تبث مواد أنتجتها مدارس المنطقة التي توجد فيها. ويمكنها أيضاً أن تخصص حيزاً لبث بعض البرامج الوثائقية، والأفلام القصيرة، أو حتى القصص الخيالية، التي تنتجها مدرسة ثانوية في المنطقة. ويمكن لبعض وسائل الإعلام الوطنية أيضاً أن يبث بعض المواد التي تنتجها المدارس في مناطق البلاد المختلفة.

وتعمل هذه الظاهرة، مع الظواهر الأخرى جميعاً، على تعزيز عملية تكوين القدرات المتعلقة بالإنشطة التواصلية

واختيار الكلمات ومستوى اللغة المناسب، الخ. ولا تكون هذه اللوائح ملزمة في حد ذاتها بل تكون في معظمها توجيهات.

٢- تدوين إرشادات عن معايير الممارسات السليمة تتم بالتفاوض. تميل هذه الإرشادات إلى التركيز على مسائل الحياد، والعدل، وحماية المصادر، والاستقلال، وتجنب تضارب المصالح وبالأخص عندما يتعلق الأمر بالجهات التي توفر الرعاية التجارية للبرامج، والنظام الاجتماعي الذي يعتمد على علاقات المؤازرة السياسية أو محاباة الأقارب. ويضع بعض الإرشادات في الحسبان حقوق الجمهور وواجبات الإعلاميين نحو الجمهور. وهي تتطابق مع قيم حرية التعبير. كما أنها تحاكي مبادئ المهنة كما تعبر عنها المواثيق الدولية، مثل البيان الذي أصدرته اليونسكو عام ألف وتسعمئة وثلاثة وثمانين عن أخلاقيات الصحافة أو البيان المماثل الذي اعتمده المجلس الأوروبي عام ألف وتسعمئة وثلاثة وتسعين. وهي ترسخ المحاسبة الاجتماعية للصحفيين، واستقامة المهنة، واحترام كرامة الإنسان والصالح العام، وتنوع الثقافات وثقافة السلام. وبشكل عام فإن هذه الإرشادات ليست ملزمة كما أنها لا تحدد غرامات أو عقوبات.

٣- تعيين محققين في الأخبار لمحطة تلفزيون بكاملها. تشيع هذه الظاهرة في قنوات الخدمة العامة. ويكون المحققون في العادة حلقة وصل بين وسائل الإعلام وجمهورها، لأنهم يسعون إلى نقل الاقتراحات التي ترفع إليهم. وبإمكانهم أن يذكروا زملاءهم بالإرشادات الأساسية التي تحكم مهنتهم، من قبيل: المصلحة الصحفية في مبحث معين، والانتباه إلى وقت البث، وتطبيق التوصيات الواردة في الأنظمة التأسيسية أو الإرشادات المتعلقة بالممارسات السليمة. وبالتالي، يمكنهم أن يكونوا أعاوناً على تحسين استيعاب المسائل الأساسية في التواصل بين الإعلاميين وبين المواطنين. ويمكن أن تكون وساطتهم متعلقة بتفاوض غير رسمي، داخلي، دون أن يصل ذلك إلى حد التحكيم.

٤- تشكيل لجان للأخلاقيات أو للاتصال. يمكن أن تتألف هذه اللجان من أعضاء من خارج الوسط الإعلامي (مدرسين، معالجين، رؤساء روابط...) يمكنهم بما لهم من خبرة وكفاءة أن يبينوا بعض مصالح الجمهور. وهم يساعدون وسائل الإعلام في استقرار سبل تقديم المناظرة

تمثل الحلول التي اعتمدت في هذا الصدد انضباطاً يتميز بالتفصيل والعناية كما يتميز باستعمال التواصلين أنفسهم أدوات لكسب ثقة الجمهور. وهم يتفاوضون بتفاوت بلدانهم، إلا أنهم يميلون عموماً إلى التأكيد على عمليات متماثلة. ويرسخون أيضاً معايير وإرشادات يلتزم التواصليون بها في عملهم اليومي. وهذه الالتزامات تكون في العادة مكتوبة في دساتير الدول، إن لم يكن في المواثيق التي يقوم قطاع إعلامي على أساسها. وتؤكد هذه الالتزامات أهمية حرية التعبير وتذكر بأن الإعلام مصلحة اجتماعية عامة، وليس مجرد منتج تجاري.

ومن ثم يمكن إعادة تفسير هذه المبادئ على مستوى كل مؤسسة إعلامية أو شخص يحترف الإعلام، وذلك في صورة قانون أخلاقي يتقيد به كل فرد في سلوكه وتصرفاته. وهي تؤكد على وعي التواصلين بمسؤوليتهم الاجتماعية، ولهذا السبب فإنه يُشار إليها عادةً بعبارة "أنظمة المحاسبة الإعلامية" (MAS).

هذه الحلول والأدوات يمكن أن تعود بالنفع على التربويين والطلبة والأسر إذا ما فهمت على نحو أفضل، إلا أنه لا يتم التقيد بها على الوجه اللازم. فتزويد الجمهور بالإجراءات الداخلية، والخطط التنظيمية، ومعايير الممارسة والاختيارات التحريرية، والموقف العام من كل شركة إعلامية بالنسبة للأخلاق، لا تزال عملية عشوائية تتفاوت بين وسيلة إعلامية وأخرى وبين بلد وآخر. وتنتشر مواقع الإنترنت الخاصة بوسائل الإعلام تلك التوجيهات لكنها لا تحظى حتى الآن بالتعريف اللازم. ولو أن الجمهور عرف بصورة أفضل عن الإرشادات والممارسات الإعلامية، لكان بإمكانه أن يطبقها بصورة بناءة وفعالة. ويجب تخصيص جانب من التربية الإعلامية والحلول التعليمية لحوار التواصل والتعليم لزيادة الوعي بتلك المبادرات وبالفرص المتاحة للتفاعل والتفاوض.

هذه الأنماط من التفاعلات متفاوتة وتوجد على عدة مستويات، لكل منها مزاياه ونواقصه، وهي:

١- إعداد لوائح أسلوب. تميل هذه اللوائح إلى تقديم توصيات والتزامات عن طريق معالجة الأخبار والمعلومات. وهي تساعد الإعلاميين على معالجة المسائل الشائكة، من قبيل تفسير العنف أو المحتوى الذي يمكن أن يثير حساسية لدى الجمهور، ورسم صورة للأقليات وللشبان القاصرين،

هذه الحلقات الدراسية هو الجمع بين الطرفين كي يُعدوا نصوص الأخبار معاً، بل بلورة التفاهم بين الصحفيين وجماهيرهم المختلفة. إنها مجالات للمناقشة والمناظرة، على المستوى المحلي عادةً، لكنّه يمكن توسيعها بحيث تصبح فعاليات واسعة النطاق، كأن تكون على سبيل المثال "أسبوع من الصحافة".

٨- بث برامج اتصال هاتفي. تتيح هذه البرامج لأفراد الجمهور أن يعبروا عن آرائهم بحريّة وهي توازي الطريقة القديمة جداً المتمثلة في نشر "رسائل إلى المحرر" في وسائل الإعلام المطبوعة. وهي تتيح الفرصة لنشر تعليقات متعارضة أو ترديد أسئلة القراء أو المستمعين. وتميل مواقع الإنترنت الخاصة بهذه البرامج، بالإضافة لبرامج الشباب إلى الاعتماد عليها. وهذا يتيح إمكانات إضافية للتعليم بفضل التفاعل. إنها من أسسط أنظمة الحاسبة الإعلامية لكنها أيضاً واحدة من أكثرها فعالية، بسبب بساطتها، وفوريّتها، وجوّ الأصالة والمشاركة فيها. وتحتاج القنوات عادة إلى اتخاذ احتياطات كي تردّ على مكالمات طالبي المساعدة أو للردّ على استفزازات التمييز والتحيز ضد المرأة أو العنف. وتحتاج أيضاً إلى التحلي بالشعور بالمسؤولية في نقل القيم المدنية والديمقراطية إلى الشباب.

٩- تقديم الجوائز. إنها تحاكي الحوافز الشخصية والعرفان المهني. ويمكن تضمينها مكافآت مالية. وتعدّ جائزة بوليتزر برايز إحدى أرفع الجوائز، إلا أنه استحدثت جوائز أخرى كثيرة تخصص لميادين معيّنة (كالبيئة، والصحة، الخ.) في مجال المطبوعات، ووسائل الإعلام المسموعة والمرئية والإنترنت. ويُعدّ نشر قائمتها السنوية للفائزين، التي تسلط الضوء على نشرة ما أو برنامج، يُعدّ بديلاً جيداً بالاهتمام للاحتفالات التي تحيط بالجائزة الكبرى. وتعمل هذه الجوائز كأنظمة محاسبة وإعلامية في صورتها الإيجابية المتمثلة في تشجيع الجودة. وهي تمثل تعويضاً عن النقد السلبي للمهنة.

تميل أنظمة المساءلة الإعلامية هذه، بشكل عام، إلى البقاء في نطاق الأخبار وليس في نطاق الخيال. فالأشخاص الذين يتولون عملية الانضباط في وسائل الإعلام، من قبيل المحققين، يميلون إلى التفكير في أثر البرامج على الأطفال والمراهقين على حدة. إذ لا يوجد نظام أو مؤسسة أو شبكة

الديمقراطية واحترام الكرامة الإنسانية، وحماية القاصرين والاضطلاع بمسؤولية جعل سلوك الشبان مقبولاً لدى المجتمع. ويشيرون إلى أي نقص في إنتاج الأخبار، وأي غياب لأجندة الأخبار والمتابعة، بالإضافة إلى أي تراكم للتوافه والفساسف على نحو يضر بالمسائل ذات الأهمية الوطنية والعالمية. ولهم وضع استشاري كما أن وجودهم يسهم في تعزيز الصورة العامة لوسائل الإعلام.

٥- نشر صحف مهنية وإنتاج برامج تنتقد وسائل الإعلام وتُراجِعُها.

يشارك بعض الصحف أو البرامج المتخصصة في نقد ذاتي للمهنة ويشجع على مناقشة المعايير الصحفية. ويتفحص محتواها بشكل عام أساليب التحقيق وإعداد التقارير. ويمكن أن يتضمن ذلك كشف المقالات الركيكة أو التقارير غير الصحيحة. بل يمكن أن يصل ذلك أيضاً إلى حدّ نشر وثائق خضعت للرقابة. ويمكن أن تعالج تلك الصحف والبرامج كذلك المسائل العلائقية لدى هيئة التحرير (التمييز من حيث الجنس أو العرق، على سبيل المثال) وهي تندد في بعض الحالات بتصادم المصالح بين الصحافة وعالم السياسة أو الاقتصاد. وهي تعمل كمرجع في حقل الإعلام وتميل إلى تمكين الإعلاميين من التأكيد على استقلالهم.

٦- عقد اجتماعات لمجالس الصحافة. يتمثل دورها في التحقّق من الاستقلال الفعلي للصحافة مع وضع القراء في الحسبان. تعقد الاجتماعات بين الصحفيين ومدوبي المواطنين إمّا مرّة أو مرتين في الشهر وإمّا كل شهرين. ويُنظر في الشكاوى والحلول خلال تلك الاجتماعات. وتقتصر صلاحيات هذه المجالس على إسداء المشورة، ولا يجوز لها التوصية بفرض عقوبات، لكنه يمكن نشر توصيات في أعمدة الصحف. وتظهر فائدة هذه المجالس على المستوى المحلي أكثر من ظهورها على المستوى الوطني.

٧- عقد حلقات دراسية تناقش أخلاقيات المهنة. تُعرّف هذه الحلقات الدراسية المواطنين بالعمل اليومي للصحافة وتتاح الفرصة هنا للجمهور كي يناقش القرارات التحريرية مع الصحفيين، من قبيل أساليب التحقيقات الصحفية أو إعداد التقارير، والصعوبات التي يواجهونها في الحفاظ على الحياد والتعددية. وليس الغرض من

دي - وألعاب الفيديو، إما طوعيةً وإما بموجب شروط تحددها هيئة الضبط بالتنسيق مع الناشرين والمنتجين. ويجب إبراز التصنيف بالكامل على غلاف المنتج ( وهو ما ينطبق في معظم الأحيان على المنتجات التي تحتوي على عنصر من العنف أو الإباحية). ويجب على المنتجين أنفسهم أن يفعلوا آليات التصنيف ويحافظوا عليها. وقد شكّلت في بعض البلدان مجالس خاصة لحل القضايا التي تستدعي اتخاذ إجراء قانوني. أما في معظم البلدان فإن هذا التصنيف التطوعي من جانب المنتجين لا ينطبق على بيع المنتجات أو تأجيرها للقاصرين وبالتالي فإنها لا تفرض قيوداً على استعمالهم لتلك المنتجات التي لم تُصنع لهم.

٢- تأسيس لجان فرز. يتفاوت وضعها وتتفاوت تشكيلتها تفاوتاً كبيراً من بلد إلى آخر استناداً إلى الوسيلة السمعية والبصرية ( عامةً كانت أم تجاريةً). أمّا مديرو وحدات البرامج المسؤولون عن التقيّد بالالتزامات المفروضة على القناة ذات العلاقة فيعيّنهم أشخاص يمثلون الجمهور (آباء، محللون نفسانيون، معالجون...) . ويميل هؤلاء إلى اتخاذ القرارات النهائية أو شراء البرامج أو إعداد جداول لها. وهم لا يتولون فعلاً عملية التقييم، ثم إنه يصعب بسبب قوانين المناقشة التوفيق بين بعض القرارات التجارية وبين توصيات اللجان (بالنسبة لبرامج الشباب، على سبيل المثال).

٤- توفير أنظمة لجعل الاستقبال غير واضح أو للإغلاق بالتحكم من بُعد. يُوفّر بعض وسائل الإعلام أنظمة هندسية لترميز البرامج. ويستعمل الآباء هذه الأنظمة لجعل استقبال بعض البرامج غير واضح أو لمنع أطفالهم من الاطلاع على بعض البرامج أو مواقع الإنترنت التي لا تناسب أعمارهم أو القيم التي يلتزم بها والدوهم. وتعتمد هذه الأنظمة على الإمكانية الهندسية والقدرة على استعمال أدوات رقمية عن طريق الأقمار الصناعية، حتى وإن صُنِعَ مزيد ومزيد من أجهزة التلفزيون التي تحتوي على رقائق يمكن برمجتها حسب الطلب. ويجري في بعض البلدان تجريب أنظمة مزدوجة لجعل الاستقبال غير واضح أو مرموزاً، وذلك للفت انتباه الآباء إلى ضرورة اتخاذ القرارات بشأن محتويات البرامج المتاحة. ويوفر بعض برامج الكمبيوتر أنظمة الإغلاق هذه بحيث يتسنى نسخها

تنظّم عمل المسؤولين في ندوات منتظمة تتعلق بأنشطة وسائل الإعلام. بل لا يكاد يوجد أي تدريب لموظفي أنظمة المساءلة الإعلامية. وقلما يجتمعون بزملائهم العاملين لدى وسائل الإعلام الأخرى، ناهيك عن اجتماعهم بالباحثين وأعضاء الاتحادات. ويمكن لهذه الأوضاع أن تجعل ثمة جدوى لكفاءتهم وعملهم اليومي. وفي الوقت الحاضر، يوجد لأنظمة المساءلة الإعلامية نطاق محليّ محدود، لكنه لا يمكن اعتباره ذلك ممثلاً لها. فكثيراً ما تعتمد على العلاقات الشخصية وحسن النية لدى قلة من المشاركين. ويميل وجود تلك الأنظمة إلى المحدودية عندما يتعلق الأمر مباشرة بتناقض حركة الرأي العام. وبالنظر إلى اعتمادها على العلاقات الشخصية، فإنها تميل إلى إلقاء عبء المسؤولية الاجتماعية عن الأخبار على صحفي واحد، بينما تستر على قطاع الإعلام ككل. وقد يبدو هذا الأسلوب الشخصي ساذجاً كما يفسر التحفظات التي يلتزم بها المسؤولون الإعلاميون في هذا الصدد.

والى جانب الأخبار، فقد اعتمد العاملون في وسائل الإعلام حلولاً لتداولهم مع الجمهور فيما يتعلق بأساليب البرامج الأخرى (الرواية، الألعاب، الدعاية، والإعلان، على سبيل المثال) وهي:

١- إيجاد هيئات للرصد ذاتية الضبط. يشجع أسلوب الضبط الذاتي بالنسبة للدعاية والإعلان، في المواضيع التي تتعارض فيها الممارسات مع حقّ المواطنين في الاطلاع على المعلومات الصحيحة والمتضاربة. وبالنظر إلى أن اللوائح والقوانين تتفاوت بين وسيلة إرسال وأخرى، فإن هيئات الضبط الذاتي هذه تميل إلى التعارض مع جميع وسائل الإعلام. فالجهات الراعية للبرامج التي تعلن عن منتجاتها تتضمن إلى هذه الهيئات طوعية ويمكنها أن تطلب المشورة من الجهات التي تتولى الضبط الذاتي. ويمكن لهذه الهيئات أن تصوغ لوائح وتوصيات، لمواكبة التزامات الخدمة العامة لشبكات الإعلام من قبيل الفصل الواضح بين البرامج والإعلانات. وعندما يعبر الجمهور عن قلقه من الصورة التي يظهر بها الأطفال والنساء أو من الرعاية المستترة أو من وضع المنتجات في مواضع معينة، فيمكن لهذه الهيئات أن تستجيب له.

٢- ابتكار علامات وأنظمة تصنيف. يشترط بعض البلدان تصنيف كاسيتات الفيديو واسطوانات- الذي في





بالمعايير الأخلاقية والتزامات الخدمة العامة للشبكات الإعلامية. وقد مالت هذه الوكالات بصورة متزايدة إلى الكشف عن إجراءاتها واعتماد أسلوب الوضوح والشفافية بشأنها.

١- تأسيس هيئات ضبط. لهذه الهيئات صلاحية التصريح بإبرام الاتفاقات الإذاعية وتحديد الخدمات والالتزامات المتعلقة بها. ويجب عليها أن تجري الاتصالات مع كل مؤسسة تدير وسيلة إعلامية، حتى في المجالات المتعلقة بالصالح العام، من قبيل حماية القاصرين. وتهدف هذه الهيئات إلى الحفاظ على مبادئ التعددية والتنوع الثقالي بالإضافة إلى الموازنة بين مختلف وجهات النظر، والحقوق الحالية والتوقعات بالنسبة لمختلف قطاعات الجمهور. وتشتمل هذه الهيئات أحياناً على دوائر للبحث والتنمية. وهي تصدر عادة رسائل إخبارية وتقارير سنوية. وفي بعض البلدان يمكن أن تكون لديها صلاحيات ضبط تنظيمية كاملة، وقد يكون لديها قدر معين من الحرية لفرض عقوبات (عقوبات إذاعية، غرامات، استدعاءات رسمية). وتميل هذه الهيئات إلى ممارسة ضغط محدود على قطاع الإعلام فيما يتعلق بإيجاد قوانين تصنيف أو أنظمة تصنيف.

٢- إنشاء مكتب للشكاوى. يتفاوت وضع هذا النوع من المكاتب تفاوتاً بيناً من بلد إلى آخر، إذا ما وجد. فأحياناً يكون جزءاً من دائرة داخل هيئة ضبط تنظيمي، ويكون أحياناً أخرى جزءاً من دائرة لمراقبي القنوات الإعلامية العامة والتجارية. وتضمن هذه المكاتب وصول الملاحظات والانتقادات الصادرة عن الجمهور إلى مديري البرامج ومحرري الأخبار. ويبرر وجودها بالحق في تصحيح المعلومات، واحترام سمعة الأفراد، وإمكانية طلب التصحيح. وتتولى أيضاً رصد حق الرد في حالة الاعتداءات الشخصية أو تحريف الوقائع.

٣- تحديد التزامات للخدمة العامة. تنطبق هذه الالتزامات على القنوات التجارية والعامة. وهي تلخص حقوق وسائل الإعلام وواجباتها تجاه الجمهور. وتطبق هذه الالتزامات في حالة الأخبار (عن طريق إجراءات من قبيل القاعدة المتعلقة بحق الشخص المعني في الاطلاع على نتائج وسائل الإعلام والاعتداء الشخصي والقاعدة المتعلقة بتحريف الوقائع السياسية). وتوجد بالنسبة للجوانب

مجاناً. وينطبق هذا بشكل خاص على بعض مواقع مقدمي الخدمات الرقمية على الإنترنت وعلى مواقع الإنترنت المخصصة لألعاب الأطفال وأنشطتهم. ويمكن أن تظهر مشاكل أخرى تقترن بالتربية والقيم ولا تتعلق بالإعلام في حد ذاته بل تتعلق بمسائل تهم المجتمع ككل. وتتصل هذه المسائل عادة بالقرارات السياسية والاجتماعية التي يكون لها أثر على المساواة بين الجنسين، وحماية القاصرين، والعنصرية، والتنوع الثقافي، والمعوقين، وغيرهم من الأقليات. وفي تلك الحالات، يتمثل الاتجاه العام في السماح بعملية الضبط أو الضبط المشترك، ولا سيما بالنسبة لتطورها بمرور الزمن. وقد تحولت الهيئات المكلفة بالضبط من فكرة الرقابة إلى التركيز على إعداد المتلقين للإنتاج الإعلامي وإشراكهم فيه. وتعتبر التربية الإعلامية عادة بُعداً أساسياً في هذا المجال، إن لم تكن أداة للفرز والتمحيص والتقية من الشوائب.

#### الضبط من جانب الهيئات الرسمية.

تقوم الدولة عن طريق الضبط بنقل جزء من صلاحيتها إلى هيئة وسيطة. وتتم عملية الضبط بين الحكومة والإعلاميين للحفاظ على توازن السوق أو تصحيحه. ويمكن أن يتفاوت دور عملية الضبط من بلد إلى آخر، حيث يمكن أن تضمن احترام النصوص الرسمية وتطبيقها أو تشجع على اعتماد معايير لتحسين الممارسات المطبقة. وفي معظم البلدان، حيث توجد هذه الهيئات، فإنها تسمى "مفوضيات" أو "مجالس"، من قبيل "مفوضية الاتصالات الفدرالية" في الولايات المتحدة أو "المجلس الأعلى للوسائل المسموعة والمرئية" في فرنسا. وهذه الوكالات هي وكالات وسيطة تتألف من أعضاء ينتمون إلى الدولة وإلى وسائل الإعلام وينتمون أحياناً إلى المجتمع المدني. وقد تمثلت مهمتهم تاريخياً في رصد الأعراف الإذاعية (بالنسبة للأمانة التامة)، كما تمثلت في التفاوض بشأن التراخيص التجارية لموجات البث اللاسلكية، حسبما يشترطه القطاع الخاص نفسه عادةً. وبالنسبة للدولة فإن ثمة احتمالاً لفرض رقابة أولية على بعض البرامج (من قبيل البرامج ذات الدوافع السياسية). أما وسائل الإعلام فقد تحددت من الالتزامات التي تفرضها الخدمة العامة. وبالنظر إلى نشوء قطاع المستهلكين المنظم، فقد انخرطت وكالات الضبط تدريجياً في إدارة شؤون النزاعات المتعلقة

تُجرى على فترات منتظمة مع الجهات التي تتولى عملية الضبط والتنظيم. وتوجّه هذه الأنظمة رسالة أخلاقية شديدة اللهجة. ومع أنه فهم أولاً أنها نوع من الرقابة، فقد تمّ قبولها تدريجياً باعتبارها أداة أبوية لاتخاذ القرارات.

٦- رعاية البث العام لبرامج القراءة النقدية. تستهدف هذه البرامج عادة الأطفال وعائلاتهم في الإذاعات والتلفزيونات العامة. ويمكن إنتاجها بالتعاون مع المحققين في الشكاوي لكن دون أن يكون ذلك شرطاً بالضرورة. وتناقش مقتطفات من البرامج من حيث كيفية إنتاجها والقرارات التحريرية التي اتخذت بشأنها. ويلتقي المنتجون مع الخبراء الإعلاميين والتربويين، وأحياناً مع أفراد من الجمهور يعبرون عن ردود فعلهم.

تسعى هذه الهيئات والمبادرات العامة، في معظم الحالات، إلى حلّ النزاعات قبل عملية الضبط التنظيمية أو بعدها. ولا تتدخل في حقوق من قبيل حرية التعبير أو حرية الحصول على المعلومات (بما في ذلك حقوق الشبان، حسبما حدّتها معاهدة الأمم المتحدة الخاصة بحقوق الأطفال). وهي تحافظ أثناء عملها على التوازن بين القرارات السياسية والقانونية المطبقة في بلدها (بخصوص حماية القاصرين، أو بخصوص العنصرية، أو بخصوص الأقليات الأخرى من غير القاصرين). وتضع في الحسبان أن كل وسيلة إعلام تعتبر حالة فريدة تحكمها مجموعة معينة من القوانين والإرشادات. وهي تعتبر أنه، من زاوية وسائل الإعلام وأخلاقيات التواصل، توجد مبادئ عامة يجب تطبيقها على الجميع، لا سيما بالنسبة للجمهور.

### الضبط التنظيمي المشترك ودور المجتمع المدني

كما هو الحال بالنسبة للضبط الذاتي، فإن الضبط المشترك يقضي بالتعاون بين قطاع الإعلام وقطاعات الإعلام الأخرى، ولكن على نحو أكثر نشاطاً وتنظيماً. والضبط المشترك في التربية الإعلامية هو عملية تفاوض يقف فيها جميع راعي الموارد حول الطفل (الوالدان، التربويين، المعالجون، الخ...) على قدم المساواة مع المنتجين والموزعين. ويضطلع عددٌ من المؤسسات بدور هامّ في هذا المجال، لا سيما هيئات الضبط الذاتي في قطاع الإعلام بالإضافة إلى الوزارات أو الهيئات الحكومية المكلفة بمهام تتعلق بهذه العملية (الثقافة، والتواصل، والتعليم). ولا يمكن أن يكون الضبط المشترك بديلاً من السلطات

الخيالية، ولا سيما في الدعاية والإعلان. وفي برامج الشباب وفي البرامج الوثائقية قواعد أيضاً. وبالنسبة لوسائل الإعلام المحلية، يمكن إلحاق هذه القواعد بقائمة مواضيع الأولويات الخاصة بسكان منطقة ما أو بقائمة ما في اجتماعات البلديات. وتختص هذه الالتزامات بتراخيص القنوات واتفاقياتها ويمكن أن تتعلق بمتطلبات التقييم السنوي للعلاقات مع الجمهور.

٤- تطبيق مجموعة من الإجراءات لحماية القاصرين. تحتاج وسائل الإعلام، في معظم البلدان، إلى فرض حقوق الأطفال المنصوص عليها حالياً. وتدرج هذه الحقوق عادة في التزامات الخدمة العامة المتعلقة بهم. وتستدعي الضرورة هنا وجود إطار مناسب بالإضافة إلى ثقافة معينة، تتضمن قواعد من قبيل حقّ المرء في أن تكون له صورة خاصة به وحقّه في الخصوصية. ويمكن أن تفضي هذه الحقوق إلى اتخاذ إجراءات من قبيل حماية الحق في إغفال الإشارة إلى هوية الشخص ذي العلاقة، بالإضافة إلى طلب تصريح رسمي ببث أخبار أو مواد خيالية تتعلق بالأطفال. وتتميز هذه المجموعة من الإجراءات عادة بالجمع بين قواعد مختلفة، وفقاً لفترات ظهور وسائل الإعلام المختلفة، وهي تقتصر إلى الترابط العام فيما هو مطبّق في أي بلد من البلدان. ويمكن أن تتعلق أيضاً بالمؤسسات العالمية التي تتأط بها مهمة الدفاع عن حقوق الأطفال، من قبيل اليونسيف (لن هم دون سن الثانية عشرة) واليونسكو (لن هم فوق سن الثانية عشرة). ولا سيما بالنسبة لحماية القاصرين، والترويج للثقافة والتواصل والتربية.

٥- بلورة أنظمة تنبيه للوالدين. تهدف هذه الأنظمة إلى تصنيف البرامج قبل إذاعتها وفقاً لمضمونها، عن طريق الإشارة إلى وجود أو غياب العنف أو الرسائل الخلاعية بالإضافة إلى فئات أخرى من المواد التي يمكن أن تضرّ بحساسيات الشبان. وتنتمي هذه الأنظمة إلى مجموعة فرعية من الإجراءات الرامية إلى حماية القاصرين والالتزامات الخدمة العامة. وتتفاوت طبيعتها وبنيتها وفقاً للقنوات ذات العلاقة، بالنظر إلى أن لجان الفرز تتولى بلورتها مع وسيلة الإعلام المعنية ذاتها. ويمكن أن تتعلق بقيود الجدولة، بل وتعلق أحياناً بمحظورات البث. ويمكن مراجعة هذه الأنظمة في تقارير سنوية تقدّم أثناء نقاشات

الأصليين، والدفاع عن توازن انتقال المعلومات والتواصل بين الشمال والجنوب، والاطلاع على البرامج المذاعة، ووسائل الإعلام المطبوعة والرقمية، ونقل الأخبار المتعلقة بالصحة (إتش آي في/ الإيدز على الأغلّب ولكن أيضا الأوبئة والمشاكل الأخرى من قبيل البدانة).

تكشف هذه المواضيع المتكررة عن أن التربويين والمستهلكين والمتلقين بشكل عام يشعرون بقلق من أثر البيئة الإعلامية في الشبان والمجتمع ككل. وهم يريدون الاستفادة من مزايا التواصل الاجتماعي المتوازن عن طريق وسائل الإعلام بينما تدل تصرفاتهم على أنهم يدركون مخاطر العزلة الاجتماعية الناجمة عن الإفراط في التعرّض لتأثيرات وسائل الإعلام في بعض البلدان أو بفعل الندرة الناشئة عن الفقر أو القمع المنظم للأخريين من جانب وسائل الإعلام. وتميل كثرة التعرّض لوسائل الإعلام إلى عزل الشبان عن أهداف الحياة الحقيقية، وإضعاف الاهتمام بالعمل المدرسي، وإثارة التوتر والأرق الناجم عن الإجهاد الذي يُسبب بعض البرامج، وزيادة العدوانية أو التواكل. أما قلة الاطلاع على نتاج وسائل الإعلام فتُعزى إلى الرقابة ومختلف أنواع القيود المفروضة على الاطلاع على النتاج الإعلامي، وهو ما يؤدي إلى اختلال في العالم الحديث.

تقيم روابط المجتمع المدني نشاطها على أساس من الإدراك بأن من المستحيل أن نتوقع من المسؤولين الاقتصاديين والسياسة أن يقوموا بمبادرات حسبا يحلو لهم. وفي سياق الحكومة، فإن ما تطالب به الروابط يستجيب لتوقعات المشاركة المباشرة في العملية الديمقراطية. وتتضمن هذه المطالبة وسائل الإعلام التي طالما اعتبرت آلية أساسية في النظرية السياسية الديمقراطية. وتريد روابط المجتمع المدني المشاركة بصورة كاملة في عملية الضبط المشترك لقطاع الإعلام، على الأ يقتصر ذلك على تطبيق اللوائح ومتابعة مستوى التنفيذ، وهو المجال الذي عُرِفَت بالعمل فيه، بل يتعداه إلى اتخاذ القرارات. وهي تطلب معلومات أساسية خلال فترة كافية كي تقدم مقترحات مضادة وإسهامات إضافية. وتريد أيضا إقامة علاقة منظمة مع مسائل الإعلام وإقامة علاقات أخلاقية مع المحترفين.

تسعى هذه الروابط المستقلة إلى توعية الجمهور على نحو ممحص وفعال بمسائل من قبيل حقوق القاصرين

العامّة، لا سيّما إذا تعلّق الأمر بالحقوق الأساسية. ومع ذلك فإنه يعزّز الصالح العام. وتعدّ هذه العملية في بلدان من قبل فرنسا التي هي بلد رائد بالنظر إلى "منبر حقوق الإنترنت" الموجود فيها بمثابة "ضبط للضبط الذاتي". أما في بلدان أخرى، فتعتبر أشبه بعملية تفاوض تجري لدى شركات ومنابر متعددة المصالح.

"الحكومة" تصوغ فكرة الضبط المشترك. وهي نوع من الحكم الذي يهدف إلى إعادة تأسيس القاعدة الديمقراطية لممارسة السلطة، عن طريق تنفيذ توجيهات وتوصيات وليس تنفيذ قوانين وعقوبات. وتشارك فيها عدّة أطراف، على جميع الأصعدة، المحلية والوطنية والإقليمية بل وحتى العالمية. وهي تشجّع على المشاركة والسلوك المسؤول من جانب المواطنين في وجه تعقيدات هذه الأيام التي تسهم فيها البيئة الإعلامية بدرجة هائلة. واعتماداً على بلدان العالم وأقاليمه، فإن المشاركين من المجتمع المدني في الحكومة قد يتفاوتون، لكنهم يميلون إلى تمثيل فئات من المواطنين (المستهلكين، المزارعين، الآباء، الشبان..)، والمنظمات غير الحكومية، والنقابات والمؤسسات التجارية والجماعات المهنية، والحركات الشبابية، والحركات التربوية الشعبية، والمؤسسات الخيرية، والمجتمعات المحلية، والباحثين.

توجد روابط المجتمع المدني الخاصة بالإعلام في كل مكان من العالم. وقد اكتسبت أهمية كبرى في بعض البلدان. وهي تميل إلى أن تكون إما منظمات مكرّسة خصيصا لقضايا التواصل وإما جماعات للمستهلكين أو المهنيين أضافت الإعلام إلى برنامجها العام. ويؤدي التزامها، في معظم الحالات، الى اختيارات موضوعية. وهي تدافع عادة عن الحقوق التي لا تحترمها السلطات السياسية الحاكمة أو القوى التجارية المهيمنة

أما على الصعيد العالمي، فإن أكثر الاختيارات الموضوعية شيوعاً وتكراراً، مهما كانت الوسيلة الإعلامية، تعالج وجود مضامين من العنف أو الجنس الفاضح، وحماية القاصرين، وتمثيل النساء والأقليات، والدعاية والإعلان. ويمكن إضافة قضايا أخرى إلى هذه القضايا، اعتماداً على الإقليم والقارة، من قبيل: مكافحة تصنيف الأخرين في فئات مقبولة والتمييز الجنسي، والمخالفات التي ترتكها فئات الأغلبية ضد الأقليات، والحقوق الخاصة بالسكان

٢- تأسيس هيئات لرصد وسائل الإعلام. يُعدّ هذا أحد أنظمة محاسبة وسائل الإعلام التي يفضلها المجتمع المدني كثيراً على غيرها من الأنظمة. والهدف هو إيجاد أنظمة مستقرة تتيح الفرصة للروابط كي تمارس قدرًا من الاستطلاع فيما يتعلق بجمهور الشباب. وتعمل هيئات المتابعة هذه أيضاً على تنمية الوعي لدى الجمهور بشكل عام، والترويج للأبحاث، وتعزيز الحوار مع التواصلين. وإلى جانب تخصيص حيز للتواصل مع السلطات العامة ومع وسائل الإعلام بشأن المسائل المتعلقة بالبيئة الإعلامية للشبان، فإن بإمكان هذه الهيئات أن تقاضي وسائل الإعلام وهيئات الضبط والضبط المشترك. ويغلب عليها الحصول على دعم من مؤسسات وجمعيات غير ربحية. ويمكنها أيضاً في بعض البلدان أن تعمل كجهات تضمن ألاّ تتصرف وسائل الإعلام على نحو غير قانوني أو على نحو لا ينم عن شعور بالمسؤولية، وتعلن ذلك على الملأ أو تقدّم استراتيجيات تحليل نقدي. وتتضمن شبكة الإنترنت عدداً كبيراً من هذه الهيئات، حيث إن سرعة المعلومات وسرعة الردّ تزيد من قدرتها على التيقظ الدائم.

٣- تنظيم فعاليات لذوي المصالح المتعددة. يمكن أن تتراوح هذه الفعاليات بين المهرجانات وبين الجامعات الصيفية والحلقات الدراسية بالإضافة إلى "استعراض الصحافة الأسبوعي" أو "يوم أهلي للمعلومات".... وتجذب هذه الفعاليات المشاركين المتعدّدي المصالح والضيوف الإعلاميين، والسلطات العامة وشبكة الروابط. وتسهم هذه اللقاءات شبه الرسمية في تعزيز الثقة والتواصل بين المشاركين الذين يندر أن تتاح لهم الفرصة للالتقاء في أماكن محايدة.

٤- إنشاء مراكز للموارد. يمكن أن تكون هذه المراكز مكاتب إعلامية أو قواعد بيانات كمبيوتر أو مواقع على الإنترنت. ويمكنها أن تخزن وثائق تستعملها الروابط التي تحتاج إلى تحديث معلوماتها عن الأحداث، ولتسليط أضواء جديدة على تحليلها هي نفسها للمسائل الإعلامية المتعلقة بالأطفال أو الشبان، بل وحتى لتدريب مندوبيها لدى الهيئات المختلفة والسلطات العامة.

٥- نشر مواد تعليمية. يمكن نشر هذه الوثائق بأشكال مختلفة: دلائل، رسائل إخبارية، وحتى برامج تذاق من القنوات المحلية وقنوات الجاليات. وهي تنشر طرق

والحقوق الأخرى المتعلقة بالتواصل والمعلومات. وتهدف إلى تحديد مبادئ، وتقديم توصيات، وتحديد معايير للممارسة والتطبيق ونشرها على نطاق واسع. وتشجّع على إبرام اتفاقيات تعاون بين مختلف المشاركين في العملية الإعلامية. وعندما لا تنبني للنقد أو الدفاع بحكم كون القائمين عليها تربويين إعلاميين، فإنها تظهر وحدة وتضامناً في تأييد الإجراءات الإيجابية التي تتخذها الدولة أو وسائل الإعلام. وفي الولايات المتحدة، على سبيل المثال، أمضت رابطة "أكشن فور تشلدرنز تليفجن" عقدين من الزمن وهي تضغط على السلطات الأميركية وهيئات ضبط وسائل الإعلام كي تضمن تطبيق قطاع الإعلام بعضاً من المبادئ الأساسية لحماية القاصرين (فيما يتعلق بالدعاية والإعلان، والعنف...). وقد اتُخذت إجراءات مماثلة في بلدان أخرى، مثل اليابان ("منتدى تلفزيون الأطفال والمواطنين")، وكندا ("التحالف من أجل الأطفال والتلفزيون")، وفرنسا ("الجمعية الدولية للطفولة والإعلام").

ويمكن إشراك هيئات المجتمع المدني في هذه الإجراءات في مراحل مختلفة من التدخل، على سبيل المستوى المحلي أو الوطني أو الدولي. وتضم هذه الإجراءات مجموعة واسعة جداً هي:

١- المشاركة في مجالس استشارية للبرامج أو منتديات متعددة لذوي المصالح. تضم قنوات الخدمة العامة، في بعض البلدان، مستعملين كجزء من مجالسها. أما القنوات الأخرى فقد دعت المستعملين إلى حضور منتديات لمناقشة الحقوق على الإنترنت. ويمكن أن تكون المجالس أيضاً جزءاً من الوزارات مثل وزارة التربية والتعليم أو وزارة الثقافة. وتتولى الهيئات المسؤولة عن الضبط أو الضبط المشترك لوسائل الإعلام، في عدّة بلدان، رسمياً تعيين أعضاء المجالس الذين ينتمون إلى قطاع التربية والتعليم وقطاع طبّ الأطفال. ويمكنهم أن يقدموا أبحاثاً وتطبيقات متقدمة جداً. ويمكن لهؤلاء الأشخاص أن يشاركوا في عمليات التواصل التي تتجاوز من يتخذون القرارات وتشمل المنتجين والإذاعيين. ويمكنهم أيضاً أن يُعدّوا توصيات عن قيم معينة، أو مسائل معينة تتعلق بالمحتوى، أو استراتيجيات تحريرية، أو صيغاً محدّدة تكون على مستوى آمال وتوقعات المجتمع الذي يمثلونه.



التدريب والتعلّم الذاتي لزيادة وعي الكبار بالإعلام. ويمكن توزيعها في نادٍ أو رابطة.

6- إطلاق حملات لزيادة الوعي العام. يَنصَّبُ معظم مبادرات التربية الإعلامية هذه على الوالدين لكنها يمكن أن تشمل على حملات تستهدف الأطفال. وهي تشجع البالغين على المشاركة وذلك بمعاملتهم على أنهم مشاركون نشطون بدلا من مجرد فرض أوامر عليهم بشأن ما يجب أن يفعلوه وما يجب أن يمتنعوا عنه. وأكثر ما تكون هذه الحملات نجاعة عندما تضع في الحسبان الفروق الثقافية والمصاعب الحياتية التي يواجهها الآباء في تربية أبنائهم.

7- إنشاء مراكز إعلامية ومراكز كمبيوتر للأهالي. لقد دأب القائمون على الأنشطة الأهلية منذ وقت بعيد على استعمال وسائل الإعلام، ولا سيّما وسائل الإعلام النقالة مثل الراديو والفيديو. وقد استحدثت مراكز الكمبيوتر في عدة بلدان أسلوب استعمال الكمبيوترات وشبكات الاتصال في الأماكن المحرومة من وسائل الإعلام في العالم. ويجري بصورة متزايدة اعتماد حلول هجينة، تجمع بين وسائل الإعلام القديمة والجديدة، على نحو يمكن تطويره بصورة مستدامة. ويجري عادةً ترشيد هذا الأسلوب بحجج عامة عن تعزيز الديمقراطية لا بالنسبة لوسائل الإعلام فحسب بل بالنسبة أيضاً للبيئة السياسية في بلد ما. وعن طريق تزويد منطقة ما بوسائل إعلام خاصة بها، تبدأ عملية "تعليم" أساسية، حتى وإنّ تفاوتت نسبة وضوح أهداف التعلم وتفاوتت سياقاتها.

8- إشراك الهيئات والمؤسسات الدينية في التربية الإعلامية. لقد اضطلعت الكنائس في بعض البلدان بدور كبير، عن طريق الترويج للتربية الإعلامية خارج نطاق نظام التعليم الرسمي. وكذلك فعلت المؤسسات التي تنتمي إلى القطاع غير الربحي وغير الديني. وتوجد لهذا العمل عدّة دوافع. ففي بعض الحالات، استعملت التربية الإعلامية وسيلة للاعتراض على القيم "الاستهلاكية" أو "اللادينية" التي يبدو في الظاهر أن وسائل الإعلام تروّج لها. وفي حالات أخرى، رُوّج لها كوسيلة أيديولوجية

لمناهضة وسائل الإعلام الأجنبية واستعمارها الثقافي وكوسيلة مضادة لنفوذها. وكان "لاهوت التحرير" في أمريكا اللاتينية قد تبلور حول أفكار باولو فريري، بغية التمهيد للتحوّلات الاجتماعية، ولا سيّما عن طريق التربية الشعبية على اعتبار أنه يمكن نقلها عن طريق وسائل الإعلام مثل الراديو. وقد أنتج كثير من الهيئات والمؤسسات الدينية مواد تعليمية خاصة به، بهدف إيصالها إلى الآباء. وتميل هذه المواد إلى التعريف بوسائل حداثيّة وتلقينيّة جداً للتعامل مع الإعلام أو وسائل متحررة واقتراحية جداً، بالإضافة إلى فيض من الاستشارات والأفكار العملية.

9- إنشاء منظمات غير حكومية. تعتمد هذه المنظمات على نظام الأمم المتحدة وتتكون من أعضاء ينتمون إلى عدّة دول. وتُعنى هذه المنظمات بقضايا محدّدة، وتطبّق المبادئ التي تتبنّاها الأمم المتحدة. وتسعى إلى تنسيق السياسات الدولية والمحليّة من منظور تنموي. وتشر تقاريرها على فترات منتظمة، ولا سيّما بالنسبة "للأهداف الألفية للتنمية". وتستعين عادةً بالمنظمات غير الحكومية الأخرى والمجتمع المدني، ولا سيّما على المستوى المحلي، لأنها تحتاج إلى تجربتها وخبرتها العملية. وبالنسبة للشباب والإعلام، فإن أكثر المنظمات غير الحكومية نشاطاً هما اليونيسيف واليونيسكو.

يتطلب إشراك المجتمع المدني في آليات الضبط المشترك هذه قدرًا من العناية واليقظ. وينطبق هذا بشكل خاص على الحالات التي يلمس فيها من الروابط المستقلة أن تشترك مع قطاع الإعلام في تحمّل مسؤولية القضايا التي يترك البت فيها لعوامل المنافسة. ويُعدُّ تصنيف البرامج، مع الإذاعيين، مثالاً على هذا المأزق. وثمة مثال آخر هو الاشتراك في مجالس إدارة وسائل الإعلام العامة أو الخاصة، حيث إن بإمكان المجتمع المدني أن يحتفظ بقدر من الإشراف على الخط التحريري العام دون أن يتدخل في اتخاذ القرارات اليومية للإذاعات والتلفزيونات. وهكذا فإن الضبط المشترك يعني أن مسؤوليات كل صاحب مصلحة ووظائفه الاجتماعية يجب أن تبقى منفصلة عن بعضها البعض ومحدّدة بشكل واضح.

في الصحافة أو شاهد برنامجاً تلفزيونياً، ثم أجرين اتصالاً مباشراً، إما لطرح أسئلة وإما لدعوة الطرف الآخر للمشاركة في مناظرة في حجرة الدرس أو مع الأهالي.

**أنشطة لفهم عملية الضبط.** تميل سلطات الضبط والتنظيم إلى تقديم تقارير سنوية، وإلى نشر وثائق أخرى (قرارات، توصيات، الخ)، بل ويمكنها أن تنظم استشارات عامة قبل التطرق للقرارات الكبرى (تجديد تراخيص محطات الإذاعة والتلفزيون، إنشاء محطة جديدة، تقييم أنظمة تصنيف...). ويمكن أن يكون التعرف على هذه الوثائق والعمليات الخيط الرئيسي لطريق السير. ومن شأن الاطلاع على البيانات، وزيارة بعض هذه الهيئات أيضاً أن يكون بمثابة قيمة إضافية باعتبار ذلك تجربة تعليمية وتربوية. ويمكن أيضاً للمنتديات والمناقشات الجماعية أثناء الاستشارات العامة أن توفر فرصاً للاتصال والمشاركة، عن طريق الروابط المستقلة بالدرجة الأولى وعلى أساس شخصي أيضاً. وتعدّ الأنشطة في هذا المجال كثيرة ومفيدة:

- 1- تفحص النصوص الرسمية للحقوق المتعلقة بصورة الشبان ونظم مناظرة في حجرة الدرس عن تشويش صورة الشبان في وسائل الإعلام.
- 2- أكتب إلى الهيئة التي تتولى عملية الضبط (رسالة شكوى أو تهنئة) ورتب زيارة لها.
- 3- تفحص رخصة المحطة، وعلم التزامات الخدمة العامة التي تنص عليها الرخصة.
- 4- أنشئ نظام تصنيف خاصاً بحجرة الدرس أو المنزل، باستعمال بعض الأفلام أو برامج التلفزيون كأمثلة، وتحقق من تبرير كل فئة وقرار على النحو الملائم.
- 5- تفحص مختلف أنظمة التصنيف والترميز الموجودة في مواقع الإنترنت وقارن بينها، وضع في الحسبان بشكل خاص المحتويات التي تقيّمها تلك الأنظمة، والعينات التي تستعملها وفئات الأعمار التي تشير إليها.
- 6- قيم قيود الضبط المفروضة على الدعاية والإعلان، على سبيل المثال.

## أنشطة في غرفة الدرس أو في المنزل

تضطلع التربية الإعلامية بدور مزدوج في معرفة أخلاقيات الإعلام وحقوق ومسؤوليات كل من الإعلاميين وأفراد الجمهور. إذ يمكنها، أولاً، أن تعرّف الأطفال والشبان بحقوقهم ومسؤولياتهم. وهي تزود البالغين، ثانياً، بالقدرة اللازمة لقيادة المفاوضات على نحو مدروس مع القطاعات الأخرى المعنية بالتواصل وبالعملية الإعلامية.

وفي كلتا الحالتين، فإن الاستعداد السليم لمواجهة البيئة الإعلامية هو الهدف. إذ يجب على الجمهور أن يتعلم كيف يتخذ قرارات مدروسة ومستقلة. ومن شأن هذا الاستيعاب لأخلاقيات الإعلام وتطبيقاتها العملية أن يعزز المشاركة اليومية في الثقافة المعاصرة. فعند تحليل جميع التفاعلات، لا بدّ أن تظهر اعتبارات ثقافية وأخلاقية وسياسية متضاربة تحتاج إلى حوار. وليس المهم تجنب هذه المسائل، بل المهم هو ضمان النظر فيها استناداً إلى أمثلة ملموسة، وضمان النظر في أوضاع ومواقف جميع القطاعات المنخرطة في العملية. وبالتالي، يمكن تشجيع الطلبة على التفكير النقدي، دون أن يطلب منهم أن يتبنوا خطأً فكرياً يحدّد مسبقاً.

**أنشطة لفهم الضبط الذاتي.** يمكن أن تكون القوانين الأخلاقية ومعايير الممارسة والتطبيق مصدراً أولياً مهماً جداً لهذا النشاط. وهي تشير إلى المبادئ التي يجب على الطلبة والشبان أن يعرفوها ويجربوها. ويمكن استخدامها كنموذج لتحليل مختلف وسائل الإعلام والمقارنة فيما بينها. ويمكنها أن تصبح أدوات للأنشطة التي تتجاوز الحدود المعتادة ولتعزيز علاقات التواصل. وفيما يلي إرشادات لذلك:

- 1- دوّن معايير الممارسة لجريدة مدرسة ثانوية.
- 2- تابع دعاوى تشهير أو دعاوى تتعلق بصحيفة تنطق بلسان وسيلة إعلام (تكون عادة على حساب الصحافة الشعبية).
- 3- شارك في برامج إذاعية أو تلفزيونية عن طريق الاتصال هاتفياً بالاستوديو.
- 4- حلّل دور المسؤولين الذين يحققون في الشكاوى المرفوعة ضد المؤسسات الإعلامية: إقرأ مقالات

**اللغات :** تحليل المونتاج والأسلوب المرئي في البرامج للاستعراض النقدي لوسائل الإعلام، ولغة المحققين، لا سيّما عندما يخاطبون زملاءهم في عالم الصحافة، والتحليل النقدي لمسلسل أو لألعاب تلفزيون باستعمال مواد توفرها مراكز الموارد التابعة لروابط مستقلة أو مؤسسات دينية.

**التفسيرات :** الواقعية في تصوير مشاهد عنف أو إيذاء، وتصور الممثلين لمسائل من قبيل التسامح أو العنصرية، وتركيب الشخصيات فيما يتعلق بهويّات الأقليات أو القيم الأخلاقية المتضاربة.

**الجماهير :** يمكن مقارنة عدد أفراد جمهور برنامج ما مع الأساليب الأخرى للتعبير عن الانتقاد: باروديات المحاكاة الساخرة في مواقع الإنترنت، وشكاوى روابط المجتمع المدني أو جماعات الضغط. ويمكن مقارنة مراجعات الفيلم أو لعبة في الصحافة المتخصصة مع مراجعات في الصحف اليومية. ويمكن مقارنة التبادلات التي تتم في مواقع الإنترنت الرسمية مع التبادلات التي تتم في مواقع المعجبين....

وتتلاءم هذه الأنشطة المختلفة أيضاً مع الاستراتيجيات التعليمية التالية:

١- **التحليل النصّي :** يمكن تطبيق هذا الأسلوب على وثائق من قبيل معايير الممارسات، والإعلانات العالمية (حقوق الإنسان، الصحافة...) بالإضافة إلى اتفاقيات القنوات وتجديد التراخيص.

٢- **التحليل السياقي :** يمكن تطبيق هذا الأسلوب على إيجاد المعلومات التي تنشرها هيئة ضبط ذاتي أو هيئة ضبط، من أجل فحص الوثائق التي تعدّها والأثر الذي يمكن أن تحدثه في إنتاج النصوص الإعلامية وبثها. ويمكن أن تواجه الأساليب التجارية أيضاً بقبود والتزامات يفرضها السياق الاجتماعي. ويمكن للمقارنات مع الأوضاع السائدة في بلدان أخرى أن تكون مفيدة جداً كما أنها تعود بنتائج قيّمة.

٣- **الترجمة :** يمكن استعمال هذا الأسلوب لمعرفة الكيفية التي تترجم القنوات أو الشبكات بها التعليمات أو الكيفية التي تترجم بها أنظمة التصنيف والتبسيهات الأبوية في البرامج الخيالية. ومن المهم متابعة مفاوضات

ومن المفيد الإلمام باستعمال الحيوانات أو تصوير القاصرين في التلفزيون. وعن طريق اختيار أمثلة محدّدة، يمكن للطلبة أن يراجعوا سلطات الضبط ويقارنوا بين قراراتهم وقرارات الجهات المهنية وجماعات الضغط ذات العلاقة، لدى قطاع الإعلام وروابط المجتمع المدني، سواء بسواء.

**أنشطة لفهم الضبط المشترك.** يمكن استعمال عدة مبادرات، لإشراك الآباء ووسائل الإعلام في هذه العملية، التي يمكن أن يقترن بها النظام التعليمي. وتميل الفعاليات المنتظمة إلى أن تكون مناسبة للتوحيد وأماكن للتواصل، خارج جدران حُجرات الدرس في المدارس. وهنا عليك بالخطوات التالية:

١- إنخرط في "أسبوع الصحافة" أو في برنامج لمراجعة محتوى إعلامي.

٢- شارك في مهرجان للإنتاج الشبابي، يعرض أفلاماً وبرامج أنتجها كبار أو شبّان، ولا سيّما إذا كانت قد جرت بلورتها في حجرة الدرس أو في إطار مشروع مدرسيّ - أَدْخِل الصفّ الدراسي في منافسة على أفضل السنياريوهات أو أفضل الصور.

٣- تفحص المواد التعليمية المتوفرة في مواقع الإنترنت وتبادل الانطباعات مع الروابط التي أعدتها.

٤- اشترك في حملة توعية للآباء والأطفال، كأن تكون حملة عن التنبيهات الأبوية أو السلوك المؤدي إلى الخطر على الإنترنت. يمكن استطلاع عدة أبعاد، من قبيل المصالح التربوية لوسائل الإعلام، وحبّ الاستطلاع لدى الأطفال وفضولهم، والحوار بين الشبّان وعائلاتهم.

تمثل هذه المجموعة من الأنشطة فرصة لمعالجة "العلاقة" القائمة بين مختلف المفاهيم الأساسية في التربية الإعلامية، أي الإنتاج، واللغات، والتفسيرات، والجماهير. وعن طريق اختبارها بالمسائل الأخلاقية، يمكن أن تشمل الأفكار التالية:

**الإنتاج :** دمج قيود الضبط الذاتي على الإنتاج، ومواقف وسائل الإعلام وشركات الإعلان من الانتقاءات الصادرة عن روابط المجتمع المدني، وتبعات القرارات الأخلاقية على بيع برامج معيّنة لعدة وسائل إعلام.

فعلية، بالنسبة لتصوير الشبان أو وجود العنصرية، على سبيل المثال. وعليهم أن يحلّوا مشكلتهم، ويقارنوا بين القرارات التي يتوصلون إليها والقرارات التي تتوصل إليها مجموعات أخرى في الصّفّ الدراسي.

٦- الإنتاج : يمكن أن يتم عن طريق إشراك صّفّ دراسي في مسابقة، أو مهرجان، أو حملة توعية، على سبيل المثال. وبحسب الوسائل المتاحة للصّفّ الدراسي، يمكن أن تُفضي هذه العملية إلى إنتاج حقيقي، من قبيل إنتاج فيلم قصير، أو لوحة قصة، أو سيناريو، يُعرض في الصّفّ الدراسي أو في المدرسة. وأهمّ شيء هو جعل عملية التواصل عملية مرئية وواضحة، خصوصاً بوضع مختلف الاعتبارات الأخلاقية ودوافع الاختيارات النهائية في الحسبان. ويمكن فيما بعد إجراء مقارنة مع حملات أو إنتاجات حقيقية، وذلك لتعزيز استيعاب هذه العملية وفهمها.

حقوق الملكية الفكرية حيث يحوّل نصّ ما من أسلوب إلى أسلوب آخر أو من وسيلة إعلام ما إلى وسيلة أخرى (فيلم - روائي، البرامج الواقعية وتراخيصها ..)، وخصوصاً عندما تختلف الجماهير أو البلدان عن بعضها البعض.

٤- دراسة حالة : يمكن إجراؤها عن طريق البحث المعمّق في مسألة أخلاقية يختارها الطلبة (تصوير النساء، التنوّع الثقافي، العنف، العدالة، حقوق الاقتباس، الخ..). ويمكن أن يتم ذلك أيضاً عن طريق التركيز على رابطة صغيرة من المجتمع المدني، أو على هيئة ضبط وعلى سياستها. ويمكن للطلبة أن يواصلوا هذه العملية عن طريق المراقبة، وعن طريق إجراء مقابلات وطرح أسئلة بحيث يتعرفون طيلة الوقت على مصادر "المطلعين على بواطن الأمور".

٥- المحاكاة : يمكن أن تتم عن طريق لعب الأدوار. ويمكن لكل واحد من الطلبة أن يقوم بدور المحقق، أو رئيس رابطة مشاهدين أو هيئة ضبط. وعليهم أن يتخذوا قرارات







يوجّه هذا الدليلُ الدعوةَ للتحريّ عن وسائل الإعلام حسبما هي مبيّنة في الفصول الأخرى من هذا الكتاب. وهو ينصبّ على الإنترنت والاطّلاع على شبكات المعلومات فيها. ويضع هذا الدليلُ الإنترنت في سياق إعلامي متسلسل، يضيف إليها خاصية أخرى، وهي التفاعلية. فالإنترنت بيئة تفاعلية للتواصل والمعلومات تفضي إلى طرق مختلفة للتبادل وإلى وسائل إعلام طباعية تقليدية ووسائل إعلام مسموعة ومرئية لا حصر لها. أمّا في التربية الإعلامية، فقد أصبحت وسيلةً أساسية تمكّن الجميع من إيجاد المعلومات - بالبحث عن البيانات والحصول عليها ومعالجتها من أجل إنتاج البيانات وتوزيعها. والإعلام (الذاتي) هو جزء من التربية (الذاتية). وبالتالي فإن هذا الدليل يعيد الجمع بين المفاهيم الأساسية، وذخائر الاستراتيجيات ومقترحات الأنشطة في صورة كشف بالبيانات العملية. وهذه ليست وصفات بل أفكار للاستكشاف عن طريق الإنترنت وعن طريق وسائل أخرى.

## دليل الإنترنت



## مقدمة

## ما الداعي لإعداد كشف بالبيانات اللازمة لمعرفة الإنترنت؟

على مدى العقد الماضي أو نحوه، عملت الإنترنت والتكنولوجيا الجوّالة على تغيير عدّة أوجه من الحياة في المجتمع عبر العالم . وقد عملت أيضاً على تغيير عملنا ونمط الترفيه الذي نتبعه كما زادت كثيراً من واجباتنا كمواطنين فاعلين.

ويُقصد بكشوف البيانات أن تكون مساعداً ومرشداً لنا في استخدام هذه الشبكة الرائعة من المعلومات ووسائل الاتصال والهدف هو:

١- تزويد المدرّسين والآباء بمعرفة تقنية كافية تمكنهم من أن يشركوا الشبّان والأطفال في رحلاتهم الاستكشافية عن طريق تكنولوجيا الاتصالات.

٢- تسليط الضوء على المسائل الأخلاقية والتبصير بقيمتها الإضافية في التربية.

٣- تقديم أفكار لأنشطة عملية وبناءة في حجرة الدرس أو في المنزل لجني فوائد من الإنترنت والتكنولوجيا الجوّالة.

٤- الاستفادة من أفضل الأساليب المتعددة في استخدام الإنترنت.

٥- التعريف بالمواقع التي تعطي معلومات إضافية وأمثلة تطبيقية.

## المسائل الأخلاقية ومخاطر الإنترنت

كما نشير في كل كشف من كشوف البيانات، إلى جانب الفوائد الكثيرة التي

تجلبها الإنترنت، علينا أن نتصدى لتحديات معيئة. فالفيروسات [http://en.Wikipedia.org/wiki/Computer\\_virus](http://en.Wikipedia.org/wiki/Computer_virus)

على سبيل المثال، تكلف الإدارات والمؤسسات الخاصة في أوروبا وحدها ما يتراوح بين بليون يورو وثلاثة بلايين يورو سنوياً. أما الرسائل الإلكترونية العشوائية

[http://en.wikipedia.org/wiki/E-mail\\_spam](http://en.wikipedia.org/wiki/E-mail_spam)

فتشكّل حالياً قرابة تسعين في المائة من إجمالي الرسائل

الإلكترونية، كما يحتوي أكثر من واحد ونصف في المائة منها إيماءات مؤذية. وتعدّ نسبة كبيرة مما تحتوي عليه الإنترنت إمّا غير قانونية وإما متحيّزة، وبالتالي فإنها تقوّض أساس حقوق الإنسان والكرامة الإنسانية. فضلاً عن ذلك، فقد أصبح المفهوم الشبّان دائماً للمساواة مرّة أخرى عرضة للخطر بالنظر إلى أن خطّ التقسيم الرقميّ [http://whkikipedia.org/wiki/Digital\\_divide](http://whkikipedia.org/wiki/Digital_divide)

يجعل المعلومات ملكاً للميسورين ويحرم منها «المعوزين». ويعاني كثير من الشبّان من عوز متزايد بالنظر إلى افتقاره إلى الوسائل المادية اللازمة لاستعمال الإنترنت والاستفادة منها، وافتقاره إلى المهارات الفنية اللازمة للبحث عن المعلومات في الإنترنت واستعمالها بصورة فعّالة.

## الاستفادة القصوى من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

لا تعدو الإنترنت، كما يشير اسمها، كونها مجرد طريق بين المعلومات والشبكات. ولقد أخذت وسائل استعمالها في التغيّر بالنظر إلى ابتكار تكنولوجيا جديدة من قبيل التواصل اللاسلكي وخدمات «جي ثلاثة» الجوّالة.

يحتاج كل مواطن في هذه الأيام إلى أن يلمّ بطرق الحصول على المعلومات، باعتبار ذلك نمط المعرفة في القرن الحادي والعشرين القائم على أساس الأعمدة التربوية الأربعة التي تشكل أركان المجتمع. وهذه الأركان هي تعلّم المعرفة، وتعلّم الفعل، وتعلّم الكينونة، وتعلّم العيش الجماعي.

## دليل متطور يلبي احتياجات المدرّسين والآباء.

بالنظر إلى تطوّر التقنيات وتوفر مصادر المعلومات الأخرى، فسيتم تحديث كشوف البيانات الحالية وإضافة أخرى إليها. وبإمكانكم أن تشاركوا في هذا المشروع وذلك بإبلاغنا بتعليقاتكم وتزويدنا بأرائكم عن الأنشطة المدرسية، وعن أفضل التطبيقات أو المواقع المرتبطة بها.

## تلميحات مفيدة للقارئ

لشرح العبارات الواردة في هذا الدليل، يشير المؤلفون إلى موسوعة Wikipedia-a المجانية، التي كتبها معاً أشخاص من مختلف بقاع العالم، والتي يجري تحديثها باستمرار. ويحتوي الدليل على عناوين الكترونية توصلكم مباشرة

مليون شخص يستعملون الإنترنت في العالم وكان أكثر من مائتين وخمسين مليوناً منهم في أوروبا.

### المزايا التعليمية

- 1- توفر الإنترنت ثروة من الأفكار والموارد الجديدة للمدرّسين . ومن ذلك خطط للدروس، وتمارين أون لاين للطلاب وألعاب تعليمية إلكترونية.
- 2- تسهّل الإنترنت تبادل الخبرات والتواصل بين المدرّسين والدّارسين عبر الحدود الدولية.
- 3- تتيح الإنترنت للطلاب الفرصة للمشاركة في مشاريع للتّمرّن على اللغة والاطلاع على الثقافات الأخرى. وهذا الأسلوب يكون أسرع وأكثر فاعلية من صداقة المراسلة التقليدية ولا ينطوي على تحمّل تكاليف كما هو الحال بالنسبة للرحلات المدرسية.
- 4- تتيح الإنترنت إمكانية الإطلاع على أدوات البحث حتى بالنسبة لمن ليست لديهم عادة زيارة مكتبة تقليدية.

### الاعتبارات الأخلاقية

- 1- كما هو الحال بالنسبة للعالم خارج نطاق الكمبيوتر والإنترنت يوجد احتيال وتوجد معلومات زائفة ومواد لا تناسب الأطفال.
- 2- بينما تتيح الإنترنت إمكانيات جديدة، فلا تكون الحلول التّقنيّة دائماً أفضل من الحلول التقليدية. صحيح أن البريد الإلكتروني على سبيل المثال أحدث ثورةً في عالم الاتصالات، لكنه لن يحلّ أبداً محلّ الاتصال الشخصي وجهاً لوجه.

### كيف

- 1- إذا كنت تجري الاتصال من مؤسسة (جامعة، إدارة) فقد يكون الكمبيوتر الذي تستعمله مربوطاً تلقائياً ببرنامج داخل تلك المؤسسة.
- 2- إذا كنت تريد استعمال الإنترنت من البيت، فستحتاج إلى:

- كمبيوتر مزوّد بمودم

- خط هاتفي

إلى كثير من العبارات المحددة في Wikipedia من قبيل 'Boolean search' أو 'zombie computer' أو phishing.

ويمكن الوصول إلى عبارات أخرى عن طريق صفحة Wikipedia الرئيسية

<http://www.wikipedia.org>.

وتوضع عناوين Wikipedia بين علامتي حصر، هكذا [ ] . أما عناوين مواقع الشبكة العنكبوتية فتوضع بين علامتين من النوع < > .

يرجى ملاحظة أن مراجع Wikipedia ترتبط مباشرة بالنسخة الإنجليزية من موقع Wikipedia، الذي يحتوي على نسخ بلغات أخرى.

وتفادياً لكتابة العناوين الطويلة المزعجة المدونة في هذا الدليل، راجعوا نسخة الأون لاين، التي توفر روابط تلقائية. ويمكن الوصول إليها على

<http://www.coe.int/media>

ويمكنكم مراجعتها أيضاً للحصول على أي عناوين عنكبوتية يتعذر عليكم فتحها.

يستعمل الدليل العبارة «طالب» في كل فصوله. وهي تشير إلى جميع الشبان، سواء كانوا طلبة أو تلاميذ يتعلمون في مدرسة أو في البيت، بصرف النظر عن سنهم ومستواهم.

وجميع عناوين الإنترنت المذكورة كان قد تم الحصول عليها آخر مرة في يناير كانون الثاني ٢٠٠٦.

## كشف البيانات ١

## التوصيل

الإنترنت شبكة عالمية من الكمبيوترات المربوطة بعضها ببعض عن طريق برامج تتولى إدارة عملية الدخول إلى خدمة مركزية وتعمل كحلقات وصل.

[[http://en.wikipedia.org/wiki/Node\\_%28networking%29](http://en.wikipedia.org/wiki/Node_%28networking%29)

وفي مارس/ آذار ٢٠٠٥ كان هناك ما يقدر بتسعمائة

الفرصة لاستعمال ISP ويُتيح اشتراك البرودباند في مزوّد خدمة الإنترنت

الخدمة لوقت غير محدود ورسوم ثابتة. ومع ذلك قد يُشترط حدّ أقصى لكمية المعلومات التي يمكن نسخها. وتكون سرعة التوصيل هنا أكبر بكثير، كما أن هذا النوع من الخطوط يتيح إمكانية استعمال الهاتف دون الحاجة إلى قطع الاتصال بالإنترنت.

٧- يجري تزويد عدد متزايد من الكمبيوترات ولا سيّما الكمبيوترات الصغيرة النّقالة (لابتوب)، ببطاقات توصيل لا سلكي بالإنترنت

Wifi

<http://en.wikipedia.org/wiki/wifi>

وتتيح هذه البطاقات إمكانية استعمال الإنترنت لا سلكياً في البيت أو في «الأماكن اللاسلكية العامة» التي تخصص في المقاهي وأحد الأركان في المطارات.

٨- اختر واصلا يناسب استعمالك للإنترنت. ومن الممكن أن يكون واصل البرودباند مفيداً إذا كنت ممن يستعملون الإنترنت باستمرار.

٩- إذا كان لديك برودباند فلا تَبَقِّ موصولاً بالإنترنت عندما لا تستعملها. قد لا يكلفك ذلك مبلغاً إضافياً من المال، لكنه يزيد من احتمال انكشاف بياناتك للآخرين (راجع كشف البيانات ١٦ الخاص بالأمن).

١٠ - أرسم سياسة مقبولة للاستعمال (AUP)

[\[http://en.wikipedia.org/wiki/AUP](http://en.wikipedia.org/wiki/AUP)

إذا كان أشخاص آخرون سيستعملون الكمبيوتر أو الشبكة التي تكون أنت مسؤولاً عنهما.

-اشترك لدى مزوّد خدمة إنترنت.

٣- تشكل مزوّدات خدمة الإنترنت.

[http://en.wikipedia.org/wiki/internet\\_service\\_provider](http://en.wikipedia.org/wiki/internet_service_provider)

الرّابط الضروري بين المستخدم وبين الإنترنت. وقد تكون هذه شركات خاصة كشركات الاتصالات الهاتفية أو الكابل، أو مؤسسات من قبيل الجامعات.

٤- مزوّد خدمة الإنترنت يتطلب عادة دفع رسوم اشتراك شهري، ويوفر مجموعة من الخدمات.

٥- استعمال الواصل الهاتفي:

<http://en.wikipedia.org/wiki/Dialup>

يتيح لك الدخول إلى الإنترنت عن طريق خط هاتف أنالوغ عادي. ويتم عادة تقاضي رسوم من المستخدم باحتساب وقت التوصيل، كما هو الحال بالنسبة للمكالمات الهاتفية المعتادة. ولا يتيح خط الأنالوغ إمكانية استعمال الإنترنت والهاتف في وقت واحد، لأن سرعة التوصيل تكون محدودة.

٦- واصل البرودباند

[http://en.wikipedia.org/wiki/Broadband\\_Internet\\_access](http://en.wikipedia.org/wiki/Broadband_Internet_access)

يوفر الاتصال عن طريق خط رقمي. ومثال ذلك الشبكة الرقمية للخدمات المتكاملة أي إس دي إن

<http://en.wikipedia.org/wiki/ISDN>

وتكنولوجيا الاشتراك الرقمي السريع للمعلومات عن طريق الخط الهاتفي العادي دي إس إل

[http://en.wikipedia.org/wiki/Digital\\_Subscriber\\_Line](http://en.wikipedia.org/wiki/Digital_Subscriber_Line)

### لمزيد من المعلومات

<<http://www.the.list.com/>> القائمة هي دليل علمي لمزوّد خدمة الكمبيوتر:

مواقع تربوية من قبيل European Schoolnet على:

Global Schoolhouse <<http://www.eun.org/portal/index.htm>> على:

Education World و <<http://www.globalschoolnet.org/GSH/>> على:

<<http://www.educationworld.com/>>

نصائح عن كتابة نموذج سياسة استعمال مقبولة يمكن الحصول عليها من Becta ، وهي الوكالة البريطانية المختصة بتقنية المعلومات والكمبيوتر في التربية والتعليم:

<<http://www.ictadvice.org.uk/index.php?sections>

\_ap&catcode=as\_pl



٣- من هو جمهور موقعك ؟ أم هو العالم ، أم المقاطعة ، أم المدينة أم مجرد الطلبة والآباء؟

٤- ماذا سيكون محتواه؟

### تحويل المدارس المحلية إلى مدارس عالمية

١- تتيح الإنترنت للطلاب في جميع أنحاء العالم إمكانية التواصل والتعاون بسهولة كبيرة. ويتحدّى الصف الدراسي في هذه الأيام الصورة التقليدية للحجرة الدراسية المبنية من الطوب والطين والكائنة في موقع جغرافي ثابت. فعندما تُستعمل الإنترنت كوسيلة للتواصل، تتلاشى جدران حجرة الدرس وتتحول المدرسة المحلية إلى مدرسة عالمية.

٢- يكون موقع المدرسة الناجح على الإنترنت موقعاً تفاعلياً، وعن طريق أدوات من قبيل لوحات الرسائل [http://en.wikipedia.org/wiki/Message\_boards

يكون بإمكان الطلبة والآباء والمدرسين أن يطلعوا على أحدث المعلومات عن المدرسة في أي وقت وفي أي مكان.

٣- يمكن للطلاب أن يضطلعوا بدور فعال في إنشاء مواقع على الإنترنت. والواقع أننا، عندما ننظر إلى مسابقات

### كشف البيانات ٢

### إنشاء مواقع على الشبكة

إذا، تريد أن تنشئ موقعاً على شبكة الإنترنت؟

يشعر مديرو المدارس والمعلمون والطلاب بحاجة متزايدة إلى تقديم مدرستهم أو عملهم أو الإثتين معاً على الشبكة العالمية - وبالتالي فإن نمو عدد وثائق التعريف على الإنترنت نمو مدهل. ويُعدّ وجود موقع مدرسي مناسب وسيلة تعريفية رائعة يمكن استعمالها بعدة طرق مختلفة، كأن تكون لتقديم معلومات عن المدرسة أو نشر خطط دراسية. وهو، بطبيعة الحال أيضاً وسيلة تعليمية مهمة جداً.

لكنه بالنظر إلى إمكانية استعمال مواقع الإنترنت بهذه الطرق الكثيرة، فإن المميّز أحياناً للمديرين والمعلمين والطلاب أو الآباء الراغبين في إنشاء موقع لهم أن يعرفوا من أين يبدأون.

قبل أن تبدأ في إنشاء موقعك، عليك أن تفكر في الاعتبارات التالية:

١- ما هو الهدف من موقعك؟

٢- ما سبب حاجتك لموقع؟

٣- بسبب اعتبارات السلامة والسريّة والخصوصيّة، فإن كثيراً من المدارس لا يذكر الأسماء، أو قد يقتصر على ذكر الأسماء الأولى لمن يظهرون في الصور المنشورة. ويجب أخذ هذا الاعتبار بالحسبان عن إنشاء موقع، وتحديد بروتوكول السلامة في هذا الشأن.

٤- من المفيد تدقيق أدوات الربط الخارجي بين وثائق الإسناد التّرافيقي من فصل إلى آخر التي تشغل بالنّقر على كلمة أو صورة مظّلة (هابيرلنكس) وبين مواقع أخرى وذلك لضمان دقّة المعلومات كما أن من المفيد أن تعكس المواقع بقدر كافٍ موقف المدرسة من سلامة الإنترنت.

٥- هل ستقوم بتصفيّة دخولك إلى الإنترنت أم هل ستُعَلِّم طلبتِك كيف

«تكون لديهم المهارات والمعرفة اللازمة لمواجهة حياة المدينة الحديثة؟» يرى كثير من المدارس أن الجمع بين هذين الأسلوبين يكون فعّالاً.

٦- عندما ينشئ الطلبة موقعاً باعتبار ذلك درساً مفروضاً عليهم، فيجب تذكّر أنه يمكن لأشخاص من جميع أنحاء العالم أن يطلعوا عليه. أنظر إلى هذه المواقع باعتبارها ضرباً من التعريف بمدرستك. ولذا فمن الحكمة أن يشرف المعلّمون على عمل الطلبة ويرشدوهم أثناء عملية إنشاء الموقع.

٧- يتحمل المدرّسون في نهاية المطاف المسؤولية عن جميع ما ينجزه الطلاب من عمل. ولذا فيجب أن تكون لدى المدرسين صلاحية رفض أي صفحات أو حذفها من الموقع المدرسي أو الموقع الذي يمثل مشروعاً. ومن أجل الإشراف بالقدر الكافي على عمل الطلاب، فيجب أن يكون بمقدور المدرسين دائماً أن يستعملوا كلمات السرّ

<http://en.wikipedia.org/wiki/Password>

والمواقع:

<http://en.wikipedia.org/wiki/Website>

وهلّمّ جرّاً.

**إنشاء موقع مدرسي على الإنترنت.**

إذا استعمل الموقع المدرسي استعمالاً سليماً فيمكن أن يكون أداة ناجعة للجمع بين مختلف قطاعات مجتمع

من قبيل Think Quest في الموقع

<http://www.thinkquest.org/>

و Cyber Fair في الموقع

<http://www.globalschoolnet.org/hndex.html>

وغيرهما، فإن مواقع طلاب المدارس الثانوية الدنيا والعليا كثيراً ما تكون أفضل نوعيةً عندما ينشئها معلمون.

٤- يمكن تصوّر أسس إنشاء موقع باعتبارها جزءاً من المنهاج الدراسي، حيث يمكن للطلبة أن ينشئوا مواقع باعتبار ذلك مهام في الرياضيات أو الأحياء أو اللغة أو الموسيقى. . والواقع أن جميع المواد تتواءم مع إنشاء موقع على الإنترنت.

٥- إن الرائع في الإنترنت هو أن لا يكون الطالب مقيداً في إنشاء مواقع مع زملائهم فقط، بل يمكنهم التعاون مع طلاب من جميع أنحاء العالم وذلك باستعمال أدوات اتصال من قبيل العنوان الإلكتروني

[http:// en.wikipedia.org/wiki/Email](http://en.wikipedia.org/wiki/Email)

ومؤتمر الفيديو

[http://en.wikipedia.org/wiki/Video\\_conference](http://en.wikipedia.org/wiki/Video_conference)

وغرفة الدردشة

<http://en.wikipedia-org/wiki/Chat>

لمزيد من المعلومات، راجع بإمعان كشف البيانات السابع عن الدردشة، والكشف الحادي عشر عن الإبداع والكشف الأول عن التوصليل.

### سلوك طريق السلامة

من المهم وضع مسائل السلامة في الاعتبار عند إنشاء أي نوع من المواقع المدرسية.

١- يجب تحديد موقف المدرسة من سلامة الإنترنت وكون استعمالها مقبولاً بوضوح قبل إنشاء موقع رسمي أو إشراك الطلبة في مسابقات إنشاء موقع.

٢- يجب أن يعكس تصميم الموقع والصورة المستعملة فيه سياسة سلامة الإنترنت التي تتبناها المدرسة.

وتُستعمل أنظمة إدارة المحتوى التي صُمم بعضها بحيث يناسب المدارس.

٢- **الأجهزة:** من المفيد استعمال جهاز متواضع، من قبيل الأجهزة التي تصوّر الوثائق وتحوّلها إلى بيانات رقمية تعمل بنظام

[[http://en.wikipedia.org/wiki/Image\\_scanner](http://en.wikipedia.org/wiki/Image_scanner)]  
وكاميرات التصوير الرقمي، وكاميرات الفيديو الرقمية، وحاملات ثلاثية القوائم ومسجلات أشرطة

### ٣- **الهوستنغ**

[[http://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_hosting](http://en.wikipedia.org/wiki/Web_hosting)]

تحتاج المدارس إلى أن تجد مؤسسة تزودها بنظام أونلان لتخزين صفحات الشبكة العالمية والصور، وفيديو الملفات، وهلم جراً، وتوفير إمكانية الدخول إليه عن طريق الشبكة. ومن المهم البحث عن عدة مزوّدي خدمات وذلك لضمان أن تلبي الخطة احتياجات مدرستك.

### **أفضل الممارسات**

عن طريق التجربة والخطأ، ستبلور مدرستك طريقة للوصول إلى جمهورك المقصود على نحو فعال. ويتضمن الموقع المدرسي النموذجي ما يلي:

- ١- معلومات اتصال كالعناوين وأرقام الهواتف.
- ٢- معلومات عن المدرسة، من قبيل خطط الدروس، والرعاية وما إلى ذلك.
- ٣- معلومات عن الموظفين.
- ٤- معلومات عن دور مجالس الآباء والمعلمين.
- ٥- صفحات حجرات الدّرس مع أحدث المعلومات، والرسومات والصور عن الطلاب.
- ٦- روابط موصّلة إلى مواقع تعليمية ذات علاقة.
- ٧- «سجّل ضيوف» يوفّق» فيه الزائرون.

**بعض الاعتبارات الفنية لأفضل الممارسات ما يلي:**

- ١- تصميم أنيق تسهّل قراءة محتوياته.
- ٢- التزام بإمكانية الوصول إلى الموقع من الشبكة العالمية بحيث يمكن لذوي الإعاقات أن يطلّعوا عليه.

ما. ويمكن أن يحدث إحساساً بالتماسك، كما يكون أداة تواصل قيّمة، تجعل المعلومات متاحة بسهولة لدى جميع الأطراف. وفيما يلي بعض الاقتراحات المفيدة بالنسبة لمحتوى الموقع.

١- يمكن للمدرسين أن يقدموا خططاً للدروس، أو عرضاً لما قام به الطلبة خلال فترة معيّنة.

٢- يمكن للمديرين أن ينشروا جداول أو إعلانات.

٣- قد يرغب الطلبة في نشر أعمال فنيّة، أو قصائد، أو قصص، أو تقارير، أو أعمال أخرى.

٤- يمكن للآباء أن يستعملوا الموقع للإعلان عن الأنشطة التي تجمع بين الآباء والمدرسين، من قبيل المهرجانات واللقاءات الأخرى.

٥- يمكن للمجتمع بشكل عام أن يستعمل الموقع كمنبر للإعلانات الصادرة من فرق كرة القدم أو عنها، وعن الرحلات الميدانية، والشرطة، وعمّال ترميم الطرق، والعدائين الذين يتمرنون في الطرق، وهلم جراً.

ويمكن للتنوع الكبير في المحتويات أن يثري الموقع. ويمكن أن يكون تحديث الموقع عملية مربكة إذا ما وجدت قاعدة واسعة من المساهمين في الموقع. ومن المهم اختيار فريق صغير من الأشخاص يكون مسؤولاً عن جمع المواد وتحريرها. ولعلّ خير من يتولّى هذه المهمة مدرّس أو موظّف إداري أو شخص آخر يُختار للعمل كمنسّق تكنولوجيا معلومات واتصالات (ICT)

فيما يلي بعض المتطلبات الأساسية الواجب دراستها قبل إنشاء الموقع:

١- **البرامج:** يفضل معظم محرّري المواقع استعمال برامج

WYSIWYG

[<http://en.wikipedia.org/wiki/WYSIWYG>]

التي تعمل بنظام محرري «هايبيرتكست ماركأب لانغويج» html

مثل برنامجي «دريمويفر» و «فروننت بيج». وتتيح هذه البرامج الفرصة للتحرير في بيئة مألوفة دون أن يحتاج المرء إلى معرفة نظام html



- ٣- تجنّب التصاميم الضخمة أو الملفات التي يحتاج تحميلها إلى زمن طويل.
- ٤- اتّساق استعمال التصميم، وسهولة التنقل في الموقع ومعلومات عن آخر مرّة تمّ فيها تحديث الموقع.
- ٥- نسخ بلغات مختلفة عندما يكون ذلك مناسباً وضرورياً. وفي هذا السياق، تختار الإنجليزية عادة باعتبارها اللغة الشائعة للوصول إلى الطلاب في بلدان مختلفة.
- ٦- احترام لازم لحقوق الأطفال، وللتنوّع الاجتماعي والثقافي، والاستفادة الشخصية والسلامة البدنية وقيم المساواة والحرية والصدقة. فمثلاً، إذا كان الطلبة سيستعملون موقع مدرستك للتواصل فيما بينهم، فقد يكون من المفيد استخدام إرشادات كالمشورة في موقع تشاتدينجر :
- http://www.chatdenger\_com/» http://www.»  
/chatdenger\_com

### لمزيد من المعلومات

ثمة آلاف من المواقع المفيدة التي تستوفي هذه المعايير ومنها موقع مدرسة St Joan of Arc الابتدائية في المملكة المتحدة وعنوانه

<[http://www.st\\_joanar.sefton.sch.uk/index./php](http://www.st_joanar.sefton.sch.uk/index./php)>

وموقع مدرسة أمستردام الدوليّة في هولندا وعنوانه

<<http://www.isa.n.l/About/abouthome.html>>

ويمكن الحصول على مزيد من المعلومات لمساعدتك في إنشاء موقع لمدرستك من المواقع التالية:

١- إنشاء موقع مدرسي:

< <http://www.wigglebits.com> >

٢- عالم التعليم - خير صديق للمربي:

<[http://www.education\\_world.com/](http://www.education_world.com/)>

٣- مقالات ويبمونكي - دروس خصوصية عن تصميم وتطوير هايبرتكست ماركأب لانغويج

٤- ويبمونكي للأطفال:

< [http://webmonkeywired.com/webmonkey/kids/lessons\\_index.html](http://webmonkeywired.com/webmonkey/kids/lessons_index.html) >

٥- «درس تعليم الكتابة من تصميم موقع على الشبكة العالمية». أستاذ في جامعة واشنطن يعرض طرقاً تمكّن الطلاب من نقل المهارات المستعملة في إنشاء موقع على الشبكة العالمية يفضي إلى عملية الكتابة:

<<http://www.newhorizons.org/strategies/literacy/stone.htm>>

شركاء مدرسيون محتملون وتشكيلة واسعة من المواقع المدرسية توجد في العناوين التالية:

أ- التوأمة الإلكترونية بين مواقع المدارس الأوروبية:

<<http://www.etwinning.net/ww/ea/pub/etwinning/index>>

2005.htm>

ب- المجلس الأوروبي للمدارس الدولية:

<http://www.ecis.org/>» <http://www.ecis.org/>

ج- دليل مواقع مدارس المملكة المتحدة على الشبكة العالمية:

<http://www.schoolswebdirectory.co.uk/>

د- اتحاد مشاريع المدارس الأوروبية:

<http://www.esp.uva.nl/>» <http://www.esp.uva.nl/>



برامج البحث المعروف Google وعنوانه

<http://www.google.com/>>

يتمخض عن أكثر من بليون نتيجة خلال ٠,٠٧ ثانية.

### قيمة تعليمية إضافية

١- الإنترنت مورد استثنائي يتيح إمكانية البحث السريع والفعال عن أي عدد من المواضيع.

٢- تتشابه المهارات اللازمة للبحث في الإنترنت وفي المكتبات التقليدية. وتتطلب عمليات البحث الناجحة تحليلاً نقدياً للمحتوى ومعرفة بالإنترنت.

### اعتبارات أخلاقية

١- إلترّم بتشكك صحي في المواد التي تجدها. فالإنترنت تتيح المجال للناس مجاناً كي يعبروا عن وجهات نظرهم وأفكارهم. تأكد من التقييم بعين ناقدة كي تتفادي الترويج لخرافات والانخداع بادعاءات كاذبة.

٢- يقدم عدد من المواقع مقالات كاملة عن مجموعة واسعة من المواضيع كي يستعملها الطلبة. وإذا ما استعمل الطلبة هذه الملفات، فإنهم يشوّهون عملهم وينتحلون آراء غيرهم.

٣- تنبّه للمسائل المتعلقة بحقوق الاقتباس عندما تستعمل

### كشف البيانات ٣

## البحث عن المعلومات

### مقدمة

الإنترنت مصدر لكمية لم يسبق لها مثيل من المعلومات، وهي تتغير وتتسع باستمرار. وكانت أوائل برامج البحث في الإنترنت وهي

[[http://en.wikipedia.org/wiki/Search\\_engine](http://en.wikipedia.org/wiki/Search_engine)

قد ظهرت عام ١٩٩٣.

يعمل معظم برامج البحث عن طريق جمع معلومات عن المواقع باستعمال برنامج يبحث في الإنترنت لإنشاء فهرس من البيانات

[[http://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_crawler](http://en.wikipedia.org/wiki/Web_crawler)]

يتابع الروابط ويخزن معلومات عن الإنترنت. وكثير من برامج البحث لا يقتصر على مراجعة صفحات الشبكة العالمية بل يتعداها إلى مجموعات مستخدمي الإنترنت الذين يتبادلون رسائل إلكترونية أونلاين عن مبحث ذي اهتمام مشترك.

[<http://en.wikipedia.org/wiki/Newsgroup>

وقواعد المعلومات، والبحث عن الكلمة "Website" في

يمكن أن يبيّن أن الكلمات المفتاحية تظهر معاً، أو يستبعد النتائج التي تتضمن كلمات مفتاحية معينة. وهذه تعمل بطريقة مختلفة قليلاً اعتماداً على برنامج البحث. ومن أكثر الطرق شيوعاً استعمال علامات اقتباس، وإشارات جمع وطرح.

٥- يحتوي بعض برامج البحث دلائل تقتضي البحث بين فئات رئيسية وفئات فرعية.

### أفضل الممارسات

١- استعمل مواقع متخصصة بدلاً من عمليات البحث العادية. فمثلاً، عند البحث عن معنى كلمة، استعمل موقع قاموس من قبيل

[</dictionary>](http://education.yahoo.com/reference/)

بدلاً من برنامج بحث.

٢- غير عبارات البحث. فمن شأن إجراء تركيبات مختلفة من الكلمات المفتاحية أن يعود بنتائج مختلفة كما أن إجراء مجموعة منتقاة من عمليات البحث يمكن أن يتمخض عن نتائج أفضل.

٣- علم المواقع المفيدة لكيلا تضطر إلى البحث عنها مرة أخرى.

٤- إذا وجدت مادة مفيدة، فاطبعها أو احفظها. قد لا تجدها مرة أخرى أو قد تحذف دون سابق إشعار.

٥- ضع عبارات معينة بين علامات اقتباس كي تضيق نطاق عمليات البحث وتجد المطلوب بالضبط.

٦- إذا تعذر عليك العثور على إجابات من برنامج بحث، فيمكنك أن ترسل استفساراً لدى مجموعة من مستخدمي الإنترنت الذين يتبادلون رسائل الكترونية عن موضوع يهمهم جميعاً (نيوزغروب) ويهكم (راجع كشف البيانات ٨ الخاص بالنيوزغروب).

مادة تجدها في الإنترنت (راجع كشف البيانات رقم ١٠ المتعلق بالموسيقى والصور).

٤- نوّه، قدر الإمكان، بالمؤلف واذكر مصدر المادة التي تقتبسها أو تستعملها. وهذا مهم للأسباب التالية:

- فيه إقرار بحق المؤلف أو المصدر.

- يحميك من أن تتهم بانتحال آراء غيرك.

- يمكن الآخرين من الحكم بأنفسهم على مصداقية المادة.

٥- تستعمل مواقع الشبكة عدة وسائل، بينها الدفع، لتحسين تصنيفها في نتائج برامج البحث. ومن الواضح أن بعض برامج البحث، مثل غوغل، تحدّد الإعلانات التي تراها جهات معينة. وثمة برامج كثيرة لا تفعل ذلك.

٦- أبرز عبارات البحث التي تدوّن في برامج البحث تستعمل للبحث عن مواد فاضحة جنسياً. ومع ذلك، فإن معظم برامج البحث تراقب هذه العبارات عندما تُعدّ قائمة بأبرز عمليات البحث التي تتم في مواقعها.

### كيف

١- يبحث السواد الأعظم من الناس عن المعلومات في الإنترنت باستعمال

[[http://en.wikipedia.org/wiki/Search\\_engine](http://en.wikipedia.org/wiki/Search_engine)]

٢- استعمال برنامج بحث «ميتاسيرش»

[[http://en.wikipedia.org/wiki/Metasearch\\_engine](http://en.wikipedia.org/wiki/Metasearch_engine)]

أو «فيريت» يتيح الفرصة للبحث في عدّة برامج في وقت واحد معاً.

٣- برامج البحث تستدعي من مستخدميها عادةً أن يدوّن عدداً من الكلمات المفتاحية.

٤- البحث في برنامج «بوليان» الجبري وعنوانه

[[http://en.wikipedia.org/wiki/Boolean\\_datatype](http://en.wikipedia.org/wiki/Boolean_datatype)]

### لمزيد من المعلومات

اشهر برامج البحث هي Google وعنوانه:

</http://www.google.com/> http://www.google.com

و Yahoo وعنوانه: </http://search.msn.com/>

٢- البرنامج «كلستي» وعنوانه </http://www.clusty.com/>

والبرنامج «غروكر» وعنوانه: </http://www.grokker.com/>

هما أداتا بحث مبتكرتان تتبعان أسلوباً مغايراً.

٣- برنامج Google Zeitgeist وعنوانه

</http://www.google.com/press/zeitgeist.html/> http://www.google.com/press/zeitgeist.html

يبين أحدث الاتجاهات بناء على عمليات البحث التي تجري في غوغل.

٤- Wikipedia هي موسوعة مجّانية ، كتبها معاً أشخاص يستعملون الإنترنت من جميع أنحاء العالم وعنوانها

هو: </http://www.wikipedia.org/> http://www.wikipedia.org



وألعاب عنوانها

[http://en.wikipedia.org/wiki/Online\_gaming

وخطوط أخبار بعنوان

[http://en.wikipedia.org/wiki/RSS\_%28\_file\_fermat%29

فضلا عن محتويات وأشياء أخرى. ويمكن تصنيف البورتالات بشكل عام إلى نوعين أحدهما أفقي والآخر عمودي. والبورتالات الأفقية توفر مجموعة كبيرة من الخدمات والأنشطة والمحتويات. ويمكنها أن تقدم أشياء كالأخبار والطقس، والمعلومات الماليّة، وروابط تفضي إلى مواد ثقافية، كالأفلام والموسيقى، بالإضافة إلى دليل عن الروابط المخصصة لمجالات معيّنة . ولعل أفضل مثال معروف على ذلك هو بورتال Yahoo وعنوانه

</http://www.yahoo.com/>

أمّا البورتالات العمودية فتوفر تشكيلة واسعة من المحتويات تستهدف فئة معيّنة من المستخدمين. ومن الأمثلة الجيدة على البورتالات العمودية المخصصة للتربية والتعليم

### كشف البيانات ٤

مواقع الإنترنت التي تحتوي على

دليل روابط تفضي إلى مواقع أخرى

(بورتال)

### ما هو البورتال؟

البورتال هو موقع في الشبكة العالمية يعمل كمنطلق يبدأ منه البحث عن المادة أو الأنشطة المطلوبة في الإنترنت. وهو يزود المستخدم بروابط مركزة ومعلومات محدّدة عن مجالات الاهتمام أو فئاتها. ويظهر البورتال عادةً كصفحة على الشبكة العالمية فيها خريطة للروابط المؤدية إلى المواضيع أو المجالات التي تهتم الباحث عنها. ويتضمن البورتال عادةً برنامج بحث عنوانه:

[http://en.wikipedia.org/wiki/Search\_engine

وغرفة دردشة عنوانها

[http://en.wikipedia.org/wiki/Chat

منتجات أو عمليات تشاركية لا تناسب أطفالك أو طلبتك .  
يمكنك الحد من الروابط «النشطة» وفقاً لما تراه ضرورياً  
وذلك باستعمال البرنامج  
[http://en.wikipedia.org/wiki/Content\_filtering\_software]

أو تضبيطات في برامج البراوزر الخاص بك الذي يبين  
ملفات الهايبرتكست ماركأب لانغويج المتقل والذي  
يُستعمل بين مواقع الشبكة العالمية.

### استعمال البورتلات في أنشطة حجرة الدرس.

١- حدّد هدفاً للبحث عن أي موضوع: شكّل فرقاً تستعمل  
بورتلات مختلفة، بالإضافة إلى فريق يستعمل أساليب  
البحث الأخرى المبيّنة في كشف البيانات ٢ الخاص بالبحث  
عن المعلومات. دع الفرقَ تقارنُ بين النتائج التي توصلت  
إليها، وبين سهولة الوصول إلى المعلومات ونوعيتها.

٢- استحدث مبحثاً للاستكشاف، كأن يكون الفن في  
القرن الثامن عشر الذي يصوّر الأطفال، أو ديناميات نوع  
معين من الأحياء في المحيطات.

٣- زوّد طلاب صفك الدراسي بمجّدات مواقع بورتال  
URL

[http://en.wikipedia.org/wiki/URL]

تؤدي إلى روابط (لنكس) تعزّز خطة الدرس.

٤- نظراً لاحتمال وجود عدة روابط (لنكس) يتبعها  
الأفراد فعليك أن تشكّل فرقاً تقاسم الروابط (لنكس)  
وتشمل أكبر عدد ممكن منها. واسمح لكل فريق أن يعرض  
النتائج التي توصل إليها.

٥- قد تتفاوت النتائج التي تتوصل إليها الفرق، وبالتالي  
يتم التركيز على جوانب محدّدة لتحسين وتشذيب ما  
يتعلمه طلاب الصف.

٦- أوجد بورتالاً لأي من الموضوعين الآتيين. تقنضي  
هذه العملية استحداث صفحة في الشبكة العالمية، وتحديد  
الفئات التي تتمخض عنها مشاريعك، وإنشاء الروابط  
(لنكس) التي تزود تلك الفئات بالمعلومات، وتختبر  
الصفحة مع صف دراسي آخر.

«البورتال التربوي التابع للأمم المتحدة» وعنوانه:

«http://www.un.org/Pubs/chronicle/  
eosportal\_index.asp» http://www.un.org/  
Pubs/chronicle/eosportal\_index.asp

### ما الذي تُستعمل فيه البورتلات؟

تعمل البورتلات كنقطة بداية للتحري عن موضوع ما.  
ويشبه البحث عن المعلومات في الإنترنت البحث في مكتبة  
تقليدية. إذ يجب أن تتم عملية البحث بطريقة منهجية  
ويمكن أن يساعدك البورتال في ذلك عن طريق تقسيم  
المواضيع إلى فئات منطقية.

تؤدي البورتلات مهمة «سريعة» ومفيدة لمجموعة من  
المواضيع في إطار مبحث واحد. فمثلاً، في إطار موضوع  
العلم، يمكننا أن نستعرض عدة مظاهر من البيولوجيا،  
مثل الاوقيانوغرافيا أو علم النبات. وبالمثل، فإن فئة تاريخ  
الفن تُعدّ مجالاً أخذ في التوسع في إطار فئة التاريخ.

### مسائل أخلاقية تتعلق بالبورتلات

كثيراً ما تعتمد البورتلات على الرعاية أو الإعلانات  
وبالتالي، فإنها تروّج لمنتجات وخدمات. ومن المهم تذكّر  
أن الروابط التي توفرها البورتلات تعكس قيم فئة معينة.  
لذا، تحقّق من أنّ تكون تلك القيم مقبولة لديك ولدى  
طلابك أو أبنائك، قبل أن تجعلها رابطاً (هايبرلنك) في  
موقعك على الشبكة العالمية.

قد يشترط بعض البورتلات عضوية أو تسجيلاً، وهو ما  
قد يستدعي دفع رسوم. لذا، عليك قبل التسجيل (حتى  
للخدمات «المجانية») أن تتحقق من استيعاب شروط تلك  
الخدمة، وأن تتفحص وتفهم سياسة الخصوصية للموقع  
على الشبكة العالمية، وفي هذا الصدد راجع

http://www.netlingo.com/right.cfm?term=privacy%20policy

استمر في استعمال مهارات التفكير النقدي. ومن  
المفيد أن تجرّب بورتلات جديدة باستمرار لمجرّد تعزيز  
المعلومات التي تتلقاها من القائمة المختصرة لاحتياجاتك  
المفضلة.

إتباع الروابط التي يفضي إليها البورتال قد يؤدي  
بالمستعمل غير المحصص إلى مواقع تتضمن محتويات أو

تستند عليه تلك الخدمة ؛ وما إذا كانت ثمة أي مسائل ثقافية أو لغوية يجب مراعاتها ؛ وإذا كان من خصائص الموقع أنه يقدم خدمات من قبيل البريد الإلكتروني أو الدردشة ؛ وإذا ما كنت تريد للطلبة أن يحصلوا على تلك الخدمات (راجع بند أفضل الممارسات في البورتلات الانجليزية أدناه من أجل إجراء مناقشة معمّقة).

١- اختر مجموعة من أفضل البورتلات - وبعثت استكشف تلك البورتلات على نحو مستفيض، واختبر وقيم الروابط (لنكس) أثناء ذلك. دونّ قوائم تبين المجالات التي تنطوي على مشاكل، وتخلص من الروابط (لنكس) غير المناسبة.

٢- لا تنس استعمال المهارات التي تعلمتها من كشف البيانات ٣. ومن شأن حفظك لبيانات تلك العملية وتوثيق الرجوع إليها وتصنيفها أن يسهّل الحصول على نتيجة مفيدة.

## أفضل الممارسات

١- كُن مستعداً: تحتاج لأن تتخذ عدة خطوات قبل إدخال البورتلات في مدرستك. شكّل فريقاً من المدرسين لبلورة هذه الموارد بما يتناسب مع احتياجاتك.

٢- حدّد مجالات الموضوع الذي تريد من طلابك أن يدرسهوا باستعمال البورتلات.

٣- بعدئذ، حدّد مجموعة من البورتلات، باستعمال برامج بحث (إنجنز). لكل مجال من مجالات الموضوع الذي يهتمك.

٤- قُم بعملية تقييم لكل بورتال وفقاً لمعايير يتفق عليها كسياسة في مدرستك، أو استخدم إرشادات عملية التقييم الواردة في كشف البيانات ٣.

فضلاً عن تقييم المعلومات، يمكنك أيضاً أن تحدّد إن كانت الخدمة مجانية أم لا، وما هو نظام القيمة الذي

## لمزيد من المعلومات

١- من أكثر البورتلات شعبية في الشبكة العالمية ما يلي:

Yahoo! وعنوانه <http://www.yahoo.com/>

و Netscape وعنوانه <http://www.netscape.com/>

و Lycos وعنوانه <http://www.lycos.com/>

و Infospace وعنوانه <http://www.infospace.com/>

و About.com وعنوانه <http://www.about.com/>

٢- ومن نماذج البورتلات التعليمية التي تعتمد أساليب مختلفة في التصميم والاستعمال والمحتوى ما يلي:

The Education Portal وعنوانه <http://www.theeducationportal.com/>

و Discovery School وعنوانه <http://school.discovery/schrockguide/index.html>

و <http://www.the.gateway.org/>

٣-Best Practice in Education Portals

و <http://www.col.org/Consultancies>

02EducationPortals.htm

هذا التقرير المعمق الممتاز عن تقييم أفضل الممارسات المتعلقة بالبورتلات التعليمية يستحق أن يقرأه التربويون الراغبون في رسم معايير مجدية لاستعمال البورتلات في المدرسة.

٤- Wonderport وعنوانه

<http://www.wonderport.com/>

يبين مختلف أنواع البورتالات بما فيها بورتالات الأخبار والمعاجم والمراجع ، وهلمّ جرّاً .

٥- مصادر تاريخ الفن في الشبكة العالمية توجد في العنوان التالي:

<http://whtcombe.sbc.edu/ARTHLinks.html>>

الخاص بتاريخ الفن والحائز على Christopher Witcombe بورتال

جائزة يستحق منك أن تطلع عليه مهما كان مجال اهتمامك .

## كشف البيانات ٥

# البريد الإلكتروني Email

## مقدمة

### العبارة Email

[<http://en.wikipedia.org/wiki/Email>]

وهي اختصار للعبارة electronic mail، نظام لإرسال رسائل بين كمبيوترات تتصل معاً في شبكة من قبيل الإنترنت. وتشير هذه العبارة أيضاً إلى الرسالة ذاتها. وتصل الرسالة الإلكترونية عادةً في ظرف ثوان كما يمكن لتلقيها أن يطلع عليها ويردّ عليها وقتما يناسبه ذلك. وبفضل مرونة نظام البريد الإلكتروني وفعالته، فقد غير طريقة عملنا وتواصلنا على نحو بالغ الأثر، حيث ترسل بلايين من الرسائل إلكترونياً كل يوم.

يتألف عنوان البريد الإلكتروني من جزئين هما: جزء يمكن استعماله في جانب واحد فقط من البرنامج (local وجزء فرعيّ مميّز من الإنترنت تشترك العناوين في المقطع الأخير منه domain) تفصل بينهما العلامة '@'. ويشير الاسم الوارد في الجزء الأول في معظم الأحيان إلى اسم من يستعمله. أما الجزء الثاني فيشير إلى المؤسسة أو الشركة أو مزوّد خدمة الإنترنت. وقد تشير الأسماء في الجزء الثاني إلى نوع المؤسسة أو البلد أو كليهما معاً. فمثلاً، العنوان name@ox.ac.uk

يشير إلى شخص ما يعمل أو يدرس في جامعة أكسفورد.

تتقسم الرسالة الإلكترونية إلى ترويسة ونصّ. وتتضمن الترويسة معلومات عن المرسل والمرسل إليه والتاريخ والوقت، والموضوع. أمّا النصّ فيتضمن الجزء الرئيسي من الرسالة وربّما يتضمن توفيقاً بما في ذلك تفاصيل عن بيانات الاتصال بالمرسل.

يمكن إرسال الرسالة الإلكترونية وتلقيها عن طريق برنامج وكالة مستعملي البريد الإلكتروني (MUA) [<http://en.wikipedia.org/wiki/MUA>]

وبرامج وكالة مستعملي البريد الإلكتروني (MUAs) هي برامج يجب

تركيبها في الكمبيوتر. ومع أنه يمكن الاطلاع على الرسائل العامة عن طريق شبكة، فإن برنامج البريد يُستعمل عادةً من نفس الموقع.

وهناك طريقة أخرى لإرسال البريد الإلكتروني تتم عن طريق بريد الشبكة العالمية

[<http://en.wikipedia.org/wiki/Webmail>]

تتيح لمستعملها نسخ البريد الإلكتروني وإرساله من أي كمبيوتر يتصل بالإنترنت. وتخزّن الرسائل في موقع بالشبكة وبالتالي تكون متاحة بصرف النظر عن مكان وجود مستعملها.

## التعليم

يتزايد استعمال البريد الإلكتروني كوسيلة للتواصل بين المدرس والطالب. فمثلاً، يمكن للمدرس أن يبلغ مجموعة

٦- البريد الإلكتروني هو أكثر الوسائل شيوعاً لانتشار البرامج الضارة

[http://en.wikipedia.org/wiki/Malware

من قبيل الفيروسات

[http://en.wikipedia.org/wiki/Computer\_virus

والبرامج التي تتكاثر عبر الشبكات وتكون لها تأثيرات ضارة

[http://en.wikipedia.org/wiki/Computer\_worm

٧- من السهل إخفاء اسم بهدف التضليل. ويمكن أن يتم ذلك بمجرد تغيير الاسم في الموقع أو عن طريق استحداث عنوان في بريد الشبكة العالمية من قبيل. @elvispresley@hotmail.com

وحتى وإن تحققت من العنوان فلا تنس احتمال أن يكون كمبيوتر صاحبه «كمبيوتر زومبي».

[http://en.wikipedia.org/wiki/Computer\_zombie

متأثراً بمتسلل أو فيروس.

٨- ربما يظهر أن ثمة رابطاً يوجهك نحو موقع ما على الشبكة العالمية بينما هو يوجهك في الواقع نحو موقع آخر. ويشيع هذا بشكل خاص في عمليات الاحتيال التي يتم فيها إرسال رسائل الكترونية يتظاهر مرسلها بأنه من شركة محترمة وذلك بغية إقناع الأفراد بالكشف عن معلومات خصوصية مثل كلمات السر أو أرقام بطاقات الائتمان.

[http://en.wikipedia.org/wiki/Phishing

### أفضل الممارسات

١- إجعل الرسائل الالكترونية قصيرة واقتصر على ما قلّ ودلّ. وتجنّب كتابة نصوص طويلة.

٢- تأكد من تضمين كلمات مناسبة في بند الموضوع. من شأن ذلك أن يمكّن المرسل إليه من تحديد رسالتك باعتبارها حقيقية ويساعده في العثور عليها لاحقاً.

٣- راع شعور الآخرين بالنسبة لحجم البريد الالكتروني الذي ترسله. لا تستعمل خدمة «ردّ-على-الجميع» إلا إذا كانت الرسالة تهم الجميع، وتجنّب تحويل الرسائل إلى من لا يُحتمل أن يقدروها.

٤- تجنّب مراجعة بريدك الالكتروني كل عشر دقائق.

كاملة بتغييرات قادمة أو يوزّع ويستلم مادة للتعلّم بالمراسلة (راجع كشف البيانات ١٣ عن التعلّم بالمراسلة).

البريد الإلكتروني وسيلة قيّمة في المشاريع المتعددة الثقافات بين مجموعات من الطلبة في بلدان مختلفة. ويمكن للطلبة أن يستعملوه لتطوير مهاراتهم اللغوية ويتبادلوا المعلومات عن ثقافتهم.

وبعض الطلبة الهادئين والخجولين يعبرون عمّا في أنفسهم عن طريق البريد الإلكتروني على نحو أفضل مما لو شاركوا في نقاش مباشر وجهاً لوجه في حجرة الدرس.

### اعتبارات أخلاقية

١- يكون النقاش أقلّ رسميةً في البريد الإلكتروني منه في رسالة مكتوبة بالطريقة التقليدية.

٢- يكون التعبير عن العواطف صعباً عن طريق البريد الإلكتروني ويمكن حلّ هذه المشكلة باستخدام رسومات كاريكاتورية صغيرة تسمى «إموتيكون»

[http://en.wikipedia.org/wiki/Emoticons#Basic\_examples

ومع ذلك، لا تكثّر من هذه الرسومات لكي لا تحوّل الانتباه عن رسالتك.

٣- نسبة كبيرة من البريد الإلكتروني ترسل طواعية دون طلب وتكون في العادة غير مرغوب فيها.

[http://en.wikipedia.org/wiki/E-mail\_spam

(راجع كشف البيانات ٦ عن البريد غير المرغوب فيه).

٤- باستثناء الرسائل التجارية غير المرغوب فيها، فإن ثمة مشكلة بالنسبة للرسائل الإلكترونية التي يتبادلها الأصدقاء، والزملاء. فبعض الأشخاص يرسلون نسخاً إلى عدد من الناس يزيد على ما يكون له علاقة بمسألة ما، أو يوزعون نكاتاً أو يحولون رسائل من ذلك القبيل إلى أشخاص قد لا يريدونها.

٥- بعض «المحوّلات» يكون غير صحيح أو ينطوي على احتيال. مثال ذلك أن تنص رسالة الكترونية على أن ثمة طفلاً مريضاً يحتاج لعملية جراحية، وتدّعي زوراً أن ثمة شركة أو مؤسسة قد تعهدت بدفع مبلغ من المال وأنه تمّ تحويل تلك الرسالة إلى شخص آخر.





يحتاج إلى تركيب برنامج في كمبيوترك. ومعظم الكمبيوترات يكون برنامج MUA مركبا فيها أصلا.

[http://en.wikipedia.org/wiki/MUA

من قبيل Microsoft Outlook

٢- فتح حساب مجاني للبريد الإلكتروني على الشبكة العالمية عملية بسيطة جداً . ومواقع البريد المشهورة مثل Yahoo!

http://mail.yahoo.com

و Hotmail

http://login.passport.net/ui/login.srf?lc=1033&id=2

لها إجراءات تسجيل سهلة وبسيطة.

٣- للحصول على معلومات عن إنشاء مصفى لرسائل الاحتيال، راجع كشف البيانات السادس.

كثير من الناس يشغلون أنفسهم بالبريد الإلكتروني طيلة الوقت.

٥- فكّر بتروّ قيل إعطاء معلومات خاصة أو حساسة، من قبيل تفاصيل حسابك المصرفي. إذ يمكن اعتراض الرسائل الإلكترونية وتحويلها بسهولة.

٦- استعمل صيغة «النص الواضح فقط» في رسائلك. صحيح أن أسلوب «هايبرتكست ماركأب لانغويج» html يمكن أن يحسّن المظهر، لكنه يمكن استعماله أيضا في نشر رسائل مؤذية.

٧- مَحِّص الرسالة التي تصلك. لا تفتح أي رسائل لا تثق في مصدرها.

٨- احترس بشكل خاص من الملحقات. إذا لم تكن تتوقع أيّا منها أو شككت فيها لأي سبب، فامحّها دون فتحها.

٩- تأكد من مراجعة كشف البيانات السادس الخاص بالاحتيال والكشف السادس عشر الخاص بالأمن للحصول على إرشادات إضافية عن البريد الإلكتروني.

## كيف

١ - البريد الإلكتروني مع برنامج وكالة مستعملي البريد (MUA)

[http://en.wikipedia.org/wiki/MUA

## لمزيد من المعلومات

١- من الأمثلة المشهورة على وكالات مستعملي البريد MUAs

وكالة Microsoft Outlook وعنوانها:

http://office.microsoft.com/en-gb/Fx010857931033.aspx

أو Mozilla Thunderbird وعنوانها:

http://www.mozilla.org/projects/tgunderbird/

ومن أشهر مواقع البريد الإلكتروني اثنان هما موقع MSN وعنوانه

http://login.passport.net/ui/login.sr?lc=1033&id=2

وموقع Gmail التابع لخدمة Google

٢- صفحة منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OECD وعنوانها:

<http://www.oecd.org/department/0,2688,en\_2649\_22555297\_1\_1\_1\_1\_1,00.html>

٣- مقالة من بي بي سي بعنوان: «حان الوقت للإغلاق والتأني» في الموقع

<http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4682123stm>

٤- حقيقة أم خيال Truth or Fiction هو موقع لمستخدمي الإنترنت يتحققون فيه من صحّة ودقّة رسائل الكرتونية

يشيع تحويلها لهم. وعنوان هذا الموقع هو:

<http://www.truthorfiction.com/>

## كشف البيانات ٦

### السابام (رسائل في غير موضعها)

#### مقدمة

تشير عبارة «سابام» إلى كم هائل من الرسائل التي ترسل إلى عدد ضخم من الناس دون طلب منهم. وتقترن أكثر ما تقترن برسائل البريد الإلكتروني المباشرة، لكنها ترد أيضاً مع البريد الذي تتبادله مجموعة من الأشخاص عبر الإنترنت عن مبحث يهمهم جميعاً ومع الرسائل الفورية وما إلى ذلك.

تتباين تعريفات السابام من بلد إلى آخر، وبالتالي تختلف طرق التصدي لها. وقد شكلت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OECD) مجموعة كُلفت بمهمة العمل على تجانس تلك الأساليب: راجع الموقع

<http://www.oecd.org/department/>

<0,2688\_2649\_22552971\_1\_1\_1\_1\_1,00.html>

ويُعدّ «الفيشينغ» وهو الاحتيال بإرسال رسائل يدعي صاحبها أنه يمثل شركة محترمة كي يقنع الآخرين بالكشف عن معلومات شخصية مثل كلمة السرّ وأرقام بطاقات الائتمان

[\[http://en.wikipedia.org/wiki/Phishing](http://en.wikipedia.org/wiki/Phishing)

تطويراً حديثاً للسابام ويشكل مصدر قلق متزايد في العالم على سلامة مصالح المستهلكين. وفي الفيشينغ يتلقى الناس سباماً يغلّف في صورة رسائل قانونية من مؤسسة معروفة كأن تكون مصرفاً. وتحتوي هذه الرسائل عادة على رابط يؤدي إلى مواقع زائفة تُستعمل للحصول على معلومات حسّاسة.

يشيع استعمال السابام في الأغراض التجارية لأنه زهيد التكلفة ويصل إلى عدد هائل من الناس. وهُنّا يُجمَع عدد هائل من العناوين عادةً باستعمال برنامج يتفاعل مع الآخرين ولا سيّما كلاعب في بعض ألعاب الكمبيوتر.

[\[http://en.wikipedia.org/wiki/Internet\\_bot](http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_bot)

حيث يفتش في الإنترنت ويجمع عناوين من عدّة مواقع

#### اعتبارات أخلاقية

١- يحتوي السابام عادة على معلومات زائفة وتطوي على احتيال. ولأن المرسل يبقى مجهولاً، فلا يمكن حالياً المقاضاة عن ادعاءات كاذبة.

٢- يستغل مرسلو السابام عادةً حسن نية المرسل إليهم كي يحصلوا على عناوين الكرتونية لقاعدة بياناتهم. فمثلاً، قد تُرسل رسائل يُطلب فيها من المرسل إليهم أن يضيفوا معلوماتهم الشخصية إلى قائمة تأييداً لائتماس أو قضية ما. ويُساق لذلك عادةً سبب من قبيل الإشارة إلى طفل مريض يحتاج إلى عملية جراحية، حيث يدعي المرسل أن شركة أو مؤسسة ما قد تعهدت بدفع مبلغ مالي في كلّ مرّة يتم فيها تحويل الرسالة إلى طرف آخر.

٣- قد يحتوي السابام على مواد مؤذية

[\[http://en.wikipedia.org/wiki/Maleware](http://en.wikipedia.org/wiki/Maleware)

٤- وثمة نوع آخر من الاحتيال يحمل الرقم «٤١٩» وهو رقم قانون في نيجيريا يحظر هذا النوع من الاحتيال. وتتضي هذه العملية عادةً بقطع وعود بإشراك المرسل إليه في مبلغ ضخم من المال مقابل أن يساعد المرسل في إنجاز تحويلات مصرفية.

٥- ويمكن أن يستعمل السبام أيضاً للتخريب. مثال ذلك إغراق مجموعة نقاش برسائل زائفة.

### أفضل الممارسات

- ١- إلزم بتشكك سليم في الرسائل الإلكترونية التي تتلقاها. لا تفتح الرسائل إذا لم تثق في مصدرها.
- ٢- احترس بشكل خاص من الملحقات. إذا تلقيت شيئاً يثير الشك، أو شيئاً لم تطلبه، فاشطبه فوراً ولا تفتحه.
- ٣- تحقق من جميع الروابط في الرسائل الإلكترونية قبل النقر عليها. يمكنك أن تفعل ذلك بتثبيت مؤشر «الكيرسور» على الرابط - وعندئذٍ يظهر محدد موقع المورد العام URL (عنوان الصفحة في الشبكة العالمية) في الزاوية السفلية اليسرى من الشاشة فوق شريط المهام مباشرة. وإذا تراءى لك أن الرابط لا يفضي إلى العنوان الذي يدعيه، فعليك أن تطبعه في برنامجك (البراوزر) بدلا من النقر عليه.
- ٤- استعمل مصافٍ للسبام تجنباً لإضاعة الوقت في شطب رسائل غير مرغوب فيها :

[[http://spam\\_filter\\_review.toptenreviews.com/](http://spam_filter_review.toptenreviews.com/)]

٦- إذا اضطررت لإرسال عنوانك الإلكتروني، فيمكنك التّسّتر عليه بإضافة حروف تخدع برنامجاً تلقائياً على الشبكة يمكنه أن يتفاعل مع أنظمة المستخدمين، وخصوصاً كلاعب في ألعاب كمبيوتر (بوت). راجع نصائح جامعة لانكاستر عن الحدّ من إمكانية رؤية الآخرين لعنوانك. موقع تلك النصائح هو:

٧- لا ترد على السبام. فهذا سيؤكد عنوانك الإلكتروني لدى مرسل السبام. وليكن معلوماً لديك أن الروابط (لنكس) التي تعد بحذف عنوانك من قائمة عناوينها قد لا تكون صادقة. وتشكّل ردود «خارج المكتب» أيضاً مشكلة بالنظر إلى أنها تصل إلى المحتالين كما تصل إلى الجهات ذات الوضع القانوني.

<<http://www.lancs.ac.uk/iss/email/spam.htm> # rednce

### لمزيد من المعلومات

- ١- مبادرة الاتحاد الأوروبي لمكافحة السبام:  
[http://europa.eu.int/information\\_society/topics/ecommerce/index\\_en.htm](http://europa.eu.int/information_society/topics/ecommerce/index_en.htm)
- ٢- التحالف الأوروبي ضد البريد الإلكتروني التجاري غير المطلوب:  
<http://www.euro.cause.org/en/index.html>
- ٣- صفحة مايكروسوفت للسبام والفيشنيغ. مقالة بيل غيتس بتاريخ ٢٨ يونيو حزيران ٢٠٠٤ عن «الحفاظ على فوائد البريد الإلكتروني وتعزيزها» :  
<http://www.microsoft.com/mscorp/exe-mail/2004>
- ٤- التحالف ٤١٩ يكافح ٤١٩ على الإنترنت:  
[http://home.rica.net/alpha/419\\_coal/](http://home.rica.net/alpha/419_coal/)
- ٥- منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية بخصوص السبام: (OECD)  
[http://www.oecd.org/departement/0,2688,en\\_2649\\_22555297\\_1\\_1\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.oecd.org/departement/0,2688,en_2649_22555297_1_1_1_1_1,00.html)
- ٦- «حقيقة أم خيال» موقع على الشبكة العالمية لمستخدمي الإنترنت يتحققون فيه من الإدعاءات التي تسوقها رسائل الكترونية يشيع تحويلها.

<http://www.truthorfiction.com/>

٧- نصائح لمكافحة السبام:

[http://www.anti\\_spam\\_tips.com/](http://www.anti_spam_tips.com/)

مساعدة ضد السبام:

<http://www.spamhelp.org/>

٨- Spam Bayes ، مصفى مجاني للسبام يمكن وصله مع Outlook:

<http://spambays.sourceforge.net/>

٩- تقييمات مصفى السبام:

<http://spam-filter-review.topenreviews.com>

مقالة من بي بي سي BBC (بتاريخ ١ فبراير شباط ٢٠٠٥):

«البريد الإلكتروني العديم القيمة يزداد بلا هوادة».

١٠- <<http://news.bbc.co.uk/1/technology/422595.stm>>

دراسة من Radicata\_Mirapoint عن العادات السيئة في البريد الإلكتروني:

١١- <<http://www.messagingpipeline.com/news/159903196>>



## كشف البيانات ٧

### الدردشة

#### ما هي الدردشة؟

الدردشة عبارة عامة تشير إلى اتصال تفاعلي يجري في وسيلة مخصصة للنقاش. ويمكن لمستخدمي هذه الوسيلة أن يتحدثوا إلى مجموعة من الناس في غرف دردشة.

[<http://en.wikipedia.org/wiki/Chatroom>]

أو يجروا محادثات خاصة مع أصدقاء ويختارونهم باستخدام خدمات رسائل فورية

[[http://en.wikipedia.org/wiki/Instant\\_messaging](http://en.wikipedia.org/wiki/Instant_messaging)]

الدردشة وسيلة غير رسمية للتواصل تشبه المحادثات التي تجري وجهاً لوجه بين شخصين أو أكثر. وتتألف الدردشات عادة من نصوص لكنها يمكن أيضاً أن تتضمن صوتاً وصورة

[<http://en.wikipedia.org/wiki/Streaming>]

باستعمال سماعات وكاميرات. وهذا النوع من التواصل يكون فورياً وبالتالي فإنه يختلف عن البريد الإلكتروني، الذي لا يعتمد على حضور المرسل إليه وقت إرسال الرسالة.

#### هل الدردشة خطيرة؟

تردد أخيراً كثير من الحديث السلبي عن المخاطر التي قد يتعرض لها الشبان عند استعمالهم غرف الدردشة. وبالنظر إلى بروز عدّة حالات جنائية، يشعر الآباء والمدرسون عادة بالقلق من احتمال أن يتصل الأطفال في غرف الدردشة مع من يجذبون جنسياً إلى الأطفال. ورغم وجود هذه المخاطر، فمن المهم ألا نهوّل منها. فالسواد الأعظم من مستخدمي غرف الدردشة لا ينتحلون شخصيات غيرهم، ومعظم الدردشات يكون بريئاً. وبدلاً من التخويف أو منع استعمال الدردشة، يجب على الكبار أن يُحصّنوا الشبان بتعليمهم كيفية سلوك طريق السلامة. وفيما يلي بعض من القواعد التي يُنصح باتباعها:

1- لا تعطِ أبداً معلومات شخصية عن نفسك أو صوراً لك. و AOL Chat وعنوانه

<http://site.aol.com/community/chat/allchats.htm>

2- أحضر معك دائماً شخصاً بالغاً إذا كنت ستلتقي بصديق في غرفة دردشة.

توفّر تشكيلة واسعة من غرف الدردشة مع مجموعة نقاش في وقت فعلي فوري. وعلى المستخدمين أولاً في العادة أن ينسخوا برنامجاً صغيراً لتشغيل الدردشة وللتسجيل لدى وسيط لكنّ بإمكانهم بعدئذٍ أن يسجّلوا ويشاركوا بحريّة.

3- أخبر شخصاً بالغاً إذا أزعجك شيء أثناء المحادثة.

### التطبيقات التربوية للدردشة

برامج الرسائل الفورية (applications)

[[http://en.wikipedia.org/wiki/Instant\\_message](http://en.wikipedia.org/wiki/Instant_message)]

التي تتيح الفرصة لمحادثات خاصة مع أشخاص يتم اختيارهم، تفوقت من حيث تفضيل الناس لها على غرف الدردشة. راجع

يستخفّ المدرسون عادةً بأهمية الدردشة للشبّان. فالدردشة وتبادل الرسائل الفورية وسيلة محببة للتسلية غيرت طريقة تواصل الشبّان مع بعضهم بعضاً. ومن الطبيعي تماماً أن يُستفاد من هذه الوسيلة في التربية والتعليم. ومن الأفكار التي يمكن تطبيقها في هذا الخصوص ما يلي:

[[http://www.safeinternet.org/ww/en/pub/hnsafe/news/articles/0305/uk\\_ukcgo.htm](http://www.safeinternet.org/ww/en/pub/hnsafe/news/articles/0305/uk_ukcgo.htm)].

1- إجراء مناقشات جماعية ابنة ساعتها للخروج بأفكار وحلول لمشاكل معيّنة.

يمكن العثور على هذه الإمكانيات بالبحث عن 'instant messaging'

2- ألعاب ومحاكاة يتم فيها لعب أدوار معيّنة.

في أي برنامج بحث (إنجن).

3- تبادل آراء ومناظرات ومناقشات تجريها مجموعات صغيرة.

[[http://en.wikipedia.org/wiki/Search\\_engine](http://en.wikipedia.org/wiki/Search_engine)].

4- دروس خصوصية وتوجيهات.

وهنا يُنسخ برنامج للرسائل الفورية ثمّ يتم إعداد قائمة بالأشخاص الذين يُراد الدردشة معهم. ولأنّ الاتصال يجري بين أفراد مجموعة محدّدة فإنّ الرسائل الفورية تعتبر عادةً «أسلم» من الدردشة في غرف الدردشة.

5- إنشاء جماعة أونلاين.

### كيفية البدء

تتوفر أنواع كثيرة من برامج الدردشة المجانية في الشبكة العالمية. ويمكنك

### كيف تستعمل غرف دردشة

1- افتح برنامج الدردشة الذي تستعمله.

أن تجد مجموعة واسعة منها بالبحث عن 'chat' في أي برنامج بحث

2- دوّن اسم استخدام وكلمة السر إذا لزم.

[[http://en.wikipedia.org/wiki/Search\\_engine](http://en.wikipedia.org/wiki/Search_engine)]

3- اختر غرفة دردشة مناسبة. توجد عادةً غرف لأغراض ومواضيع مختلفة، من قبيل المجموعات المعنيّة بالسيارات، والمجموعات المعنيّة بدراسة مواضيع محدّدة، وغرف دردشة للمدرسين وهلمّ جراً.

وكثير من برامج الدردشة في الشبكة العالمية مثل Yahoo Chat

وعنوانها:

4- حالما تدخل إلى البرنامج، سترى محادثة المشاركين تتحرك في شاشة النّصّ الرئيسيّة.

<http://chat.yahoo.com/? myHome>

و ICQ وعنوانه

<http://www.icq.com/>

### عن الأخلاقيات

تقوم الدردشة على أساس نصّي. ولأنه لا يمكن إرسال الإرشادات الاجتماعية والإيماءات والعبارات الشفوية كتابة، فمن السهل حدوث سوء فهم أثناء الاتصال عبر الإنترنت.

على المرء إذاً أن يكون لطيفاً ومؤدباً وحسن السلوك كما لو كان في موقف واقعي، وعليه أن يكتسب عادةً اتباع آداب السلوك في استعمال الإنترنت.

[http://en.wikipedia.org/wiki/Netiquette

ويمكن أيضاً التفكّه وإظهار العواطف عن طريق استعمال الأزرار التي تحمل رسومات تمثل تعبيرات الوجه (emotions)

[http://en.wikipedia.org/wiki/Emotion

وهي إشارات رمزية صغيرة تشبه وجوها مخطوطة بطريقة غير تقليدية.

عند الدردشة مع غرباء على الشبكة، على المرء أيضاً أن يتذكّر أن من المحتمل دائماً أن ينتحل الناس شخصيات غير شخصياتهم. عليه، فإن دردشات البرنامج المغلق

[http://en.wikipedia.org/wiki/Group\_ware

التي توفر إمكانية للاستعمال في جوّ مدرسة أو حُجرة درس هي أسلم في الاستعمال ولا تتطوي على هذه المشكلة لأن المشاركين فيها يمثلون مجموعة محدودة من الأشخاص.

راجع [http://www.netlingo.com/right\\_efm?term=username](http://www.netlingo.com/right_efm?term=username)

من المهم تذكّر أن تبادل الملفات يعرضها لخطر أمنيّ. لذا، تحقّق من فحص جميع الملفات للتأكد من خلوها من الفيروسات قبل إطلاع الآخرين عليها، ويجب عليك أن تفحص أي شيء تتلقاه قبل فتحه.

[see Fact\_Sheet. 16 on security

### بعض القواعد التقريبية العملية

اللغة المستعملة في الدردشة غير مترابطة وغير مكتملة وعامية جداً. لذا، فلا يجب على المشارك في الدردشة أن يكون سريعاً فحسب، بل عليه أيضاً أن يكون مرناً بما يكفي

٥- صُفِّ رسالتك واضغط 'enter' أو انقر 'send' كي يتمكن المشاركون في الدردشة من رؤيتها.

٦- إذا أردت إرسال رسالة إلى شخص معيّن، اختر شخصاً من قائمة المشاركين في الحيز المؤطر على شاشة العرض المخصص لاستعراض المعلومات 'window'

٧- يمكن استعمال كثير من غرف الدردشة أيضاً لتبادل الملفات حيث يعمل كل كمبيوتر كبرنامج (server) يدير عملية الوصول إلى الكمبيوترات الأخرى بين المشاركين (peer-to-peer).

[http://en.wikipedia.org/wiki/Peer\_to\_peer

وتتيح غرف الدردشة الفرصة لتبادل الملفات الضخمة التي لا يمكن إرسالها بالبريد الإلكتروني

[http://en.wikipedia.org/wiki/Email

### كيف تستعمل البريد الفوري

١- افتح برنامج البريد الفوري

[http://en.wikipedia.org/wiki/Instant\_message

٢- راجع قائمة الأشخاص الذين تتصل بهم لتعرف من يوجد على الخط للدردشة معه.

٣- يمكنك أن تضيف أسماء جديدة بتدوين العناوين الإلكترونية لأصحابها.

[http://en.wikipedia.org/wiki/Email

ودعوتهم للانضمام إلى مجموعة الاتصال التي تنتمي إليها. عندئذ، سيتلقون دعوة إلكترونية. وإذا قبلوا الدعوة، فسيستجّلون في قائمتك. وهذا سيمكّنك من الدردشة معهم في نفس الوقت عندما يكون كلاهما على الخط.

٤- أنقر على رمز التعريف بذلك الشخص لإرسال رسالة وبدء حوار للتواصل.

٥- أكتب رسالتك واضغط الرّزّ 'enter' أو أنقر على الحيز المؤطر على الشاشة 'send' لإرسالها كي يراها المشاركون في الدردشة.



٣- في ختام المشروع، يُعدّ الطلاب تقديمات تناسب جلسة دردشة. تبدأ الدردشة بتقديمات من جانب مجموعة صغيرة لمواضيع دراسة مختلفة. ويقوم أفراد مجموعة الدراسة معاً بتلخيص ما تعلموه خلال الدورة.

٤- بالنظر إلى أن جلسات الدردشة تحتذي حذو المحادثات الحقيقية، فإنها تتيح للطلبة فرصاً لتفاعل حقيقي ولذا فإنها تفيد في تعلّم لغات أجنبية. ويمكن للمدرس أن يشجع الطلبة على المشاركة في النقاش، فينصحهم بإرسال رسائل قصيرة. ويمكن تعزيز التفاعل بإيجاد أدوار للطلبة: يمكن أن يكون أحدهم مخترعاً وآخر نقّاداً. ويمكن للطلبة الآخرين أن يتابعوا المناقشات أولاً ثم يعلقوا عليها.

٥- مشروع Environment Online (ENO)

وعنوانه <<http://eno.joensuu.fi/tools/chat.htm>>

هو مشروع تربوي للبيئة أساسه موقع في الشبكة العالمية. في بداية الدورة، يحصل الطلبة على مواضيعهم من صفحات الشبكة الخاصة بالمشروع. ويجمع الطلبة بيانات علمية وعملية ويقيمون ظواهر مختلفة ويحددون حجمها ويلتقطون صوراً.

٦- خلال كل فترة من الفترات المخصصة لكل موضوع، يتم الترتيب لدروس تحاكي المواقع في صورة دردشات آنية تفاعلية ومتزامنة.

<<http://www.netlingo.com/right.cfm?term=real%20time%20chat>>

وأستلة ولوحات رسائل إلكترونية.

[[http://en.wikipedia.org/wiki/Message\\_boards](http://en.wikipedia.org/wiki/Message_boards)

وقبل الأنشطة المتعلقة بالدروس وبعدها يتبادل الطلبة الأفكار ويرصدون مهامهم عن طريق الدردشة ويراجعون ما تعلموه.

للتحوّل من مبحثٍ إلى آخر ومن مناقشة إلى أخرى. ودور المساندة الذي يقوم به المدرّس هنا دور مهم جداً لضمان جودة المحتوى وتوازن المشاركة من جانب جميع المشاركين في الدردشة. وكلما كان الطلبة أصغر سناً، كلما ازدادت أهمية أن يستضيف المدرّس الدردشة ويتفحصها.

١- تابع المناقشة بنشاط طوال جلسة الدردشة.

٢- اتفق مع المشاركين مسبقاً على جدول الجلسة. يجب أن يكون الجميع حاضرين في وقت واحد معاً.

٣- كن مؤدّباً ولطيفاً، كما لو كنت تقابل المشاركين وجهاً لوجه.

٤- تذكّر أن الرسالة إذا كتبت بإهمال فقد تؤذي الآخرين حتى وإن لم تقصد.

٥- خير الرسائل ما قصّر. لا تحتكر جلسة الدردشة الآنية بإلصاق قطع كبيرة من نصوص مكتوبة مسبقاً يرغم الآخرون على قراءتها والردّ عليها.

٦- إقرأ رسائل الآخرين بعناية كي تستوعب ما يقولونه. قد يؤدي ذلك إلى ملء الفراغات.

٧- لا تطلع أحداً على الاسم الذي تستخدمه في الإنترنت على كلمة السرّ.

### بعض الأفكار للعمل في حجرة الدرس

١- اختر مبحثاً واطلب من التلاميذ أن يوجّهوا أسئلة إلى بعضهم البعض ويتبادلوا معلومات في جوّ يماثل جلسة دردشة.

٢- حدّد مبحثاً للدراسة، كأن يكون الشعر في إنجلترا في القرن التاسع عشر. إجمع بعض المادة التوجيهية لمساعدة التلاميذ على أداء أنشطتهم السابقة للدرس. أطلب من التلاميذ أن يشتغلوا بالمهام التي حددتها لهم اثنين اثنين أو في مجموعات صغيرة. يجب ترتيب مرحلة عملهم بناءً على نموذج دراسة جماعية [ أفضل وسيلة للدردشة تكون في إجرائها في صورة تفاعلات بين أفراد مجموعات صغيرة، أي من ٢ إلى ٦ طلاب.

### لمزيد من المعلومات

١- دردشة مربّي المدرسة الابتدائية

<http://KGeducators.about.com/mpchat.htm>

٢- غرفة دردشة المدرسين على شبكة

<http://teachers.net/chartrooms/>

٣- هذه هي الدردشة (بالفرنسية):

<http://chat.voila.fr/>

٤- العرض الدولي لتعلم الأبحاث بالمراسلة : تطوّر المناخ الاجتماعي في مناقشات المحاكاة:

<http://www.irrod.org/content/v3.1/mioduser.html>

٥- غرف الدردشة للطلاب (المملكة المتحدة):

<http://www.ukstudentchat.com/>

٦- الدردشة في الغرفة كوسيلة اجتماعية:

<http://www.open2p.com/lpt/a/3061>

٧- معنى الدردشة - قاموس رابط:

<http://www.hyperdictionary.com/computing/chat>

للإطلاع على تعابير الوجه: Wikipedia راجع

[[http://en.wikipedia.org/wiki/Emotion#Basic\\_examples](http://en.wikipedia.org/wiki/Emotion#Basic_examples)]

٨- الرسائل الفورية: صديق أم عدو لكتابات الطلبة؟

خرّيج في التكنولوجيا التربوية يناقش أثر «اللغة» في كتابات الطلبة.

<<http://www.newhorizons.org/strategies/litracy/oconnor.htm>>



### كشف البيانات ٨

### نيوزغروب

إلى مجموعة من الرسائل المترابطة التي تُرسل على الإنترنت والتي تشترك في موضوع واحد. ويدوّن في هذه الرسائل اسم المرسل والوقت الذي أرسلت فيه.

لا يزال أسلوب النيوزغروب شائعاً جداً، ومعظم برامج الكمبيوتر التي تتحكم في الدخول إلى خدمة مركزية في الشبكة (سيرفر) والبرامج التي تعرض ملفات HTML المستعملة في التنقل عبر الشبكة العالمية (براوزر) تتيح هذه الخدمة للراغبين فيها.

### التعليم

١- النيوزغروب أسلوب مفيد للتنقيب عن المعلومات.

تشير عبارة نيوزغروب إلى مجموعة من مستخدمي الإنترنت يتبادلون رسائل الكترونية عن ميحث يهمهم جميعاً. تعود هذه الظاهرة إلى أوائل أيام الإنترنت، بل أنها تسبق الشبكة العالمية (www).

تتألف كل نيوزغروب من مجموعة من الاتصالات في صورة رسائل الكترونية. وتوجد مئات الآلاف من مجموعات النيوزغروب في العالم، حيث تتلقى المجموعات النشطة منها مئات من الرسائل الجديدة كل يوم. وتقسّم الرسائل



للحصول على معلومات عن كيفية فعل ذلك، سواء مع برنامج Outlook Express أو بدونه.

٣- مجموعات نيوزغروب تشمل حالياً عدداً من المواضيع المتخصصة، لكنّ بإمكانك أن تنشئ مجموعة نيوزغروب خاصة بك، ومع ذلك، فإن هذه العملية تتطلب عناية ومهارة بسبب صعوبتها. إذ أنّ الفئات 'Big 8'

أي (مجموعات نيوزغروب الثماني الأصلية) تسلك طريقاً بطيئاً وديمقراطياً في قبول مجموعات جديدة. وعليك أن ترسل اقتراحك إلى

news. groups

٤- أمّا مجموعات نيوزغروب الفوضوية alt

[http://en.wikipedia.org/wiki/Alt\\_hierarchy](http://en.wikipedia.org/wiki/Alt_hierarchy)  
فتقع خارج نطاق مجموعات 'Big 8'

ويمكنك أن تعرض فكرتك عن مجموعة alt جديدة في مجموعة alt.config newsgroup

### أفضل الممارسات

١- حاذِرْ أنّ تشر عنوانك الإلكتروني. فقد تتلقى بريداً غير مرغوب فيه إمّا من مستخدم مجموعة نيوزغروب أخرى وإمّا من جهات ترسل رسائل سبام تتضمن دعايات غير مطلوبة تلتقطها مع برامج مستقلة على الشبكة يمكنها أن تتفاعل مع أنظمة أو أشخاص، ولا سيّما في صورة لاعب في بعض ألعاب الكمبيوتر (bots) (راجع كشف البيانات الخاص بالسبام).

٢- عندما تنضم إلى نيوزغروب لأول مرّة إحرص على التحقق من الأسئلة التي تتردد كثيراً (FAQ)

[\[http://en.wikipedia.org/wiki/Faq\]](http://en.wikipedia.org/wiki/Faq)

للاطلاع على الإرشادات . من شأن ذلك أن يعطيك فكرة عن آداب السلوك الخاصة بالنيوزغروب. ولكل نيوزغروب قواعد خاصة بها.

٣- أبقِ رسائلك قصيرة قدر الإمكان ولكن تأكد من إعطاء جميع المعلومات اللازمة. فمثلاً، إذا كنت تريد حلاً لمشكلة هندسية، قدّم تفاصيل محدّدة عن الأجهزة والبرامج التي تستخدمها.

٢- النيوزغروب يمكن أن توفر مقياساً خصباً للمناقشات، وبالتالي فإنها تصقل مهارات الطلبة في المناظرة.

٣- يمكن للمدرسين أن يتبادلوا المعلومات والخبرات في موضوع معيّن أو في أساليب التدريس.

### الاعتبارات الأخلاقية

١- قلماً تُرصد النيوزغروب بالكامل ولذا فلا يتم تعقب مستعمليها. ويمكن أن يُستغل هذا الوضع في أنشطة غير قانونية مثل توزيع مواد محفوظة الحقوق أو مواد إباحية عن الأطفال.

٢- توجد للنيوزغروب قواعدها الاجتماعية الخاصة بها التي تسمى 'netiquette'

[\[http://en.wikipedia.org/wiki/Netiquette\]](http://en.wikipedia.org/wiki/Netiquette)

٣- بعض مستخدمي النيوزغروب الذين يستغلون عدم معرفة الآخرين بهم يرسلون رسائل فيها إساءة إلى الآخرين.

[\[http://en.wikipedia.org/wiki/Flaming\]](http://en.wikipedia.org/wiki/Flaming)

### كيف

١- إن شبكة Usenet وعنوانها:

[\[http://en.wikipedia.org/wiki/Unsent\]](http://en.wikipedia.org/wiki/Unsent)

هي شبكة تساند مجموعات النيوز غروب. ومزوّد خدمة الإنترنت لك (ISP)

يحدّد لك المجموعة

[\[http://en.wikipedia.org/wiki/Internet\\_service\\_provider\]](http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_service_provider)

ويمكن أيضاً العثور على مزوّدات خدمة عامة توصلك إلى مجموعة.

٢- يمكنك الدخول إلى عدّة مجموعات باستعمال برنامج يحصل على هذه الخدمة من برنامج آخر. وهذا يوجد في بعض برامج البريد مثل

Outlook Express راجع

<<http://www.microsoft.com/windows/ie/using/howto/oe/gettingnews.mspx>>

### لمزيد من المعلومات

١- Google newsgroups وعنوانها <http://groups.com/>

لديها قائمة كاملة بمجموعات نيوزغروب وأرشيف يزيد على بليون رسالة مرسلة إلى لوحة نشرات إنترنتية أو نيوزغروب.

٢- Dartmouth collage tips online classroom discussions

<<http://www.dartmouth.edu/~webteach/article/discussion.html>>

نصائح عن إنشاء مجموعة نيوزغروب من فئة 8 Big يقدمها ديفيد لورنس ورس اولبري.

٣- <<http://www.faqs.org/faqs/usenet/creating-newsgroup/part 1/>>

باب ويكبيديا لمجموعات نيوزغروب

[<http://en.wikipedia.org/wiki/Newsgroup>]

٤- Newsbot تحتوي على عدد من المواد والاستراتيجيات في Usenet ،

بما في ذلك أداة بحث عن برامج عامة تتضمن مجموعات نيوزغروب.

<http://www.newsbot.com/>



### كشف البيانات ٩

### المكتبات العالمية

ما الفرق بين مكتبة الأونلاين والمكتبة الرقمية؟

الفكرة الأصلية من وراء إنشاء الإنترنت كانت إيجاد مكتبة إلكترونية تسهّل للاطلاع على المعلومات وتوزيعها : راجع <[http://www.livinginternet.com/i/ii\\_summary.htm](http://www.livinginternet.com/i/ii_summary.htm)>

ولقد تحقق هذا الهدف من عدة وجوه : فالإنترنت تعمل في هذه الأيام كمكتبة هائلة. ويوجد في الإنترنت حالياً أكثر من ١٨٠٠ مكتبة ولها وثيقة تمثل نظاماً يسمح بالإسناد الترافقي القائم على أساس الإحالة من نصّ إلى آخر عن طريق الشبكة العالمية (ويب بيج) عنوانها <<http://www.libdex.com/>>

ويجب التفريق بين المكتبات التي لها حضور في الشبكة العالمية، والمكتبات الرقمية أو الإلكترونية. فمكتبات الأونلاين تحتفظ بويب بيج تزود مستخدميها بمعلومات أساسية عن البرامج، والأنشطة، والمجموعات والتشكيلات والتفاصيل اللازمة للاتصال. وقد تحتوي على إعاره كتب

ورقية مُدرّجة في دلائل مصوّرة (كاتالوجات) يمكن طلبها عبر الإنترنت. وتقدّم مكتبات الجامعات والمؤسسات التعليمية الأخرى هذه الخدمات، وإن كان كثير من المكتبات العامة يوفرها على الإنترنت أيضاً. أمّا المكتبات الرقمية فتقدّم خدمة تتمثل في الاطلاع على الكتب أونلاين، حيث تكون نصوص الكتب وصورها محوّلة إلى نصوص «إتش تي إم إل» القائمة على أساس الإسناد الترافقي

[<http://en.wikipedia/wiki/Html>]

أي أنها تبدو كويب بيج، أو كوثائق نصوص عادية (ASCII)

[<http://en.wikipedia.org/wiki/ASCII>]

أو كوثائق MSWord أو PDF وعنوانها

<http://www.census.gov/main/www/pdf.html>

لم استعمال مكتبات الأونلاين في المدرسة؟

١- تتشابه مهارات البحث اللازمة لكي يجوب المرء المكتبات التقليدية ومكتبات الأونلاين. ومن الضروري التمرّن على هذه المهارات وتعزيز فعاليتها في سائر مجالات المنهاج.

<Libraries.html#Copyright\_Plagiarism>

كحدّ أدنى أن يراعي مستعملها حقوق الاقتباس. وتذكّر أنّه ما لم تكن المواد موجودة في القسم العام من الإنترنت، فلا يحقّ لك أن تعيد توزيع المواد أو تنشرها دون إذن من الناشر.

٦- حقوق الاقتباس مسؤولية شخصية أيضاً. ومن أبرز ما يغري المرء انتحال آراء الآخرين أو كتاباتهم دون الإقرار بالمصدر. تأكّد من الإقرار بالمصادر التي تقتبس منها، واغرس هذه العادة في أذهان تلاميذك ونفوسهم.

### أفكار للتطبيق في حجرة الدرس

١- حدّد المكتبات العامة في بلدك الموجودة في الإنترنت على العنوان

<http://dSPACE.dial.pipex.com/town/square/ac940/eurolib.htm>

أطلب من التلاميذ أن يطلبوا كتاباً من إحدى هذه المكتبات لتعزيز عملية بحث جارية.

٢- باستعمال موضوع أني في حجرة الدرس لديك، حدّد مكتبة فئة على

<http://vib.org/>

أدرس مسألة إنشاء ويكيويست (webquest)

في الشبكة العالمية حول موارد من هذه المكتبة، أو استعمل ويكيويست موجود أصلاً في:

<http://sesd.sk.ca/teacherresource/webquest/webquest.htm>

يمكنك العثور على ويكيويست باستعمال برنامج بحث (سيرتش إنجين).

[[http://en.wikipedia.org/wiki/Search\\_engine](http://en.wikipedia.org/wiki/Search_engine)]

٣- باستعمال المبحث ذاته، حدّد نصاً في القسم الفرعي (domain) للمكتبة العامة.

<http://promo.net/pg/>

ثمّ راجع هذا النص أو ترجمه كجزء من مشاريع الأونلاين التطوعيّة بغية نشر النصوص أونلاين.

٤- أدرس فكرة إنشاء مكتبة إلكترونية في المدرسة. يمكن

٢- توجد آلاف من المكتبات المحدّدة الفئات على الشبكة العالمية، على العنوان

<http://dir.yahoo.com/Reference/Libraries/>

وتتعلق هذه المكتبات بمجالات ومواضيع محدّدة في المنهاج وتشير عبارة البحث في الشبكة العالمية (webquest) إلى «استفسار ينطوي على استقاء بعض أو كلّ المعلومات التي يتفاعل المتعلمون معها من مصادر موجودة في الإنترنت». ويمكن أن يكون النموذج الموجود في

<http://webquest.org/>

مفيداً جداً عند القيام بمبادرات يستعمل فيها الطلاب مكتبة على الإنترنت بينما يكتسبون عدداً من المهارات الأساسية، مثل إجراء الأبحاث، والأرشفة، والإلمام بالإنترنت، والتحليل والتقييم.

### مسائل أخلاقية

١- على الأفراد والمؤسسات أن يطبقوا معايير السّلامة المدرجة في كشوف البيانات ١٥ و١٦ و١٨ المتعلقة بالخصوصية، والسّريّة والتسوّق عن طريق الإنترنت، ومعايير التقييم الواردة في كشف البيانات ٣ الخاص بالبحث عن المعلومات. وقد تشترط المكتبات دفع رسوم اشتراك أو قد تشترط التسجيل للاستفادة من خدماتها.

٢- مكتبات الاشتراك: تشترط هذه المكتبات عادةً دفع رسوم سنويّة، وقد تشترط العضوية في جامعة أو مؤسسة.

٣- المكتبات المجانية تقتصر على نشر المواد غير المقيدة بحقوق الاقتباس. وعنوانها: Gutenberg Project والمكتبات الرائدة في هذا المجال هي

<http://promo.net/pg/>

٤- مكتبات التسجيل لا تشترط عليك سوى أن تسجّل المعلومات المتعلقة بك كي تتمكن من الاطلاع على موادّها. تأكّد من مراجعة سياسة الخصوصية وشروط الاستعمال:

<http://www.netling.com/right.cfm?term=privacy%20policy>

٥- غالبية المكتبات تسمح باستعمالها وفقاً لقواعد معيّنة. وتتطلب هذه القواعد الواردة في:

<<http://www.gallowglass.org/jadwiga/SCA/>

Archiving#Computing\_sense

على نحو مناسب.

٢- تحقّق من إمكانية إنجاز مهام استعمال مكتبة الأونلاين التي حدّدتها. وتحقق من وجود الموارد، وتحقق أيضاً من أن عناوين مُحدّد الموارد

[<http://en.wikipedia.org/wiki/URL>  
URL

صالحة للاستعمال.

٤- كثير من الملفات التي ستسخنها ستكون في صيغة Adobe PDF

لحماية حقوق الاقتباس. لذا، تحقّق من نسخ وتركيب نسخة حديثة من قارئ الأكروبات كي يتمكن الطلاب من فتح هذه الملفات. يمكن أن يتم ذلك من

<<http://www.adobe.com/products/acrobat/readstep2.html>>

٥- يجب تطبيق مبادئ السلامة الأساسية لاستعمال الإنترنت عند استعمالك مكتبات الأونلاين. راجع بيانات الخصوصية، وشروط الاستعمال وافحص الملفات للتأكد من خلوها من الفيروسات.

بدء ذلك بكتاب واحد يحوّل إلى وثيقة (ويب بيج) أو نص ASCII

ويخزّن في برنامج (السيرفر) الخاص بمدرستك. الاتحاد العالمي للمكتبات المدرسية (IASL) وعنوانه [http://www.iasl\\_slo.org/](http://www.iasl_slo.org/)

يوفر معلومات عن خطط المكتبات في الموقع [http://www.iasl\\_slo.org/documents3.html](http://www.iasl_slo.org/documents3.html)

وإرشادات.

### أفضل الممارسات

١- قبل أن تشجّع الطلبة على استعمال مكتبات الأونلاين، تأكد من مراجعة المهارات المكتبية الأساسية واستراتيجيات البحث:

<http://www.acts.tw.ca/lbr/preface.htm>.

٢- قبل أن تطلب من التلاميذ نسخ ملفات، تحدّث إلى مدير الشبكة في مدرستك. عليك أن تتحقق كي تضمن وجود حيّز في برنامج السيرفر الخاص بالمدرسة للنسخ.

[<http://www.walthowe.com/glossary/d.html/#download>

ولتخزين الملفات وأرشفتها

[<http://en.wikipedia.org/wiki/>

### لمزيد من المعلومات

١- The World e-book Foundation توفر آلاف النصوص :

<http://www.netlibrary.net>.

٢- The Library Spot توفر إمكانية محاكاة مجانية:

<<http://www.libraryspot.com/>>

٣- The International Association of School Librarians

يوفر مخزناً للمعلومات والمساعدات، والتطورات المهنية الاحترافية وإرشادات تتعلق بشكل خاص بمكتبات المدارس:

[http://www.ial\\_slo.org/](http://www.ial_slo.org/) -٤

The Alex Catalogue of Electronic Text

هي مجموعة من الوثائق العامة من الأدب الأميركي والإنجليزي بالإضافة إلى الفلسفة الغربية:

<http://www.information.com/alex2/>

٥ - The Electronic Text Centre تشكيلة من جامعة فرجينيا حيث

يمكنك أن تستعرض مواد بخمس عشرة لغة.

<[http://etext.lib\\_virginia.edu/uvaonline.html](http://etext.lib_virginia.edu/uvaonline.html)>

٦ - استراتيجيات الأبحاث:

Finding Your Way through the Information Fog

<<http://www.twu.ca/lbr/textbook.html>>

List of 1000 + webquests from Saskatoon School -v

Division Teaching Resurces:

<<http://sesd.sk.ca/teacherresource/webquest/webquest.htm>>

مقالة بعنوان: « البحث التاريخي في المكتبة الحديثة»

<<http://www.gallowglass.org/jadwiga/SCA/libraries.html>>-٨

## كشف البيانات ١٠

## الموسيقى والصور على الإنترنت

### مقدمة

توفر الإنترنت، باعتبارها مقياساً إعلامياً متعدد الجوانب، عدداً ضخماً من أساليب الاتصال بما فيها الملفات المسموعة، وملفات الفيديو والصور الرقمية. ولهذه الموارد أثر هائل بالنظر إلى أنها تتجاوز الحواجز اللغوية والثقافة الوطنية.

أما المسائل القانونية الكبرى فهي التعدي على حقوق الاقتباس ووجود مواد غير قانونية.

### حقوق الاقتباس

١- يوجد عدد من القوانين والاتفاقات الدولية في هذا الصدد. ففي عام ١٩٩٦ وقع أكثر من ١٠٠ بلد معاهدين دوليتين تنظمان الملكية الفكرية، وتعالجان المحتوى الرقمي:

<http://www.wipo.int/treaties/en/>

حق الاقتباس ما لم يتنازل عنه.

٣- قوانين معظم البلدان تحفظ حق الاقتباس ٥٠-٧٠ سنة بعد وفاة صاحبها.

٤- يوجد عادة أكثر من صاحب حق اقتباس واحد لكل قطعة موسيقية. فالمؤلف، والعاظم، وشركة التسجيل والناشر قد تكون لهم جميعاً حقوق أو «حقوق ذات علاقة».

٥- فضلاً عن الجانب الاقتصادي، تكون لصاحب المادة المسموعة المرئية «حقوق أدبية»

[[http://en.wikipedia.org/wiki/Moral\\_right](http://en.wikipedia.org/wiki/Moral_right)]

يتعلق هذا بحق الاعتراف للطرف المعني بأنه المنشئ ولا يجوز تغيير الحق في ذلك العمل أو تعديله دون إذن منه.

٦- يمكن شراء الموسيقى والأفلام أونلاين (راجع كشف البيانات ١٨ عن التبضع أونلاين). توجد عدة مواقع لشراء الموسيقى أونلاين، من قبيل iTunes على العنوان:

<http://www.apple.com/tunes/>

و Napster على

٢- كل من يُعدُّ مادة مسموعة - مرئية يكون تلقائياً صاحب

### اعتبارات ومخاطر أخلاقية

١- تراجعت مبيعات التسجيلات العالمية بنسبة ٢٥٪ بين عام ٢٠٠١ وعام ٢٠٠٥. وقد عزا الكثيرون ذلك إلى ازدياد عمليات النسخ غير القانونية للموسيقى.

٢- ردّ قطاع الموسيقى على ذلك برفع عدد من الدعاوى القضائية على مواقع في الشبكة العالمية وعلى أفراد.

٣- إنَّ استعمال برنامج بير-تو-بير

[<http://en.wikipedia.org/wiki/Peer-to-peer>]

يمكن أن ينطوي على خطر أمني على كمبيوترك لأنَّ الفيروسات

[<http://en.wikipedia.org/wiki/Viruses>]

وبرامج التجسس

[<http://wikipedia.org/wiki/Spyware>]

توزّع عادةً عن طريق إلحاقها بملفات موسيقى وصور.

### التعليم

١- يُسمح للمؤسسات التعليمية، في حالات معينة بإعادة إنتاج الأعمال ونقلها للجمهور. راجع القانون في بلدك أو التعليمات.

2001/29/EEC\_of 22 May 2001

٢- يجب أن تُقصر الأعمال المستخدمة على التعليم أو أغراض البحث العلمي.

٣- يجب ذكر المصدر، بما في ذلك اسم المؤلف - إلا إذا تعذر ذلك.

٤- لا يجوز جني أي منفعة اقتصادية أو تجارية مباشرة أو غير مباشرة من استخدام هذه المحتويات.

٥- تحتاج إلى إذن خطّي من والد أو وليّ أمر قبل نشر الصور لتلاميذ على الأونلاين.

٦- في حالة نشر مادة على موقع المدرسة، يكون جميع المحتويات، بما فيها المحتويات التي تعود لأطفال، تحت سلطة المدرسة.

<http://www.napster.com/>

لكنه توجد خدمات لأفلام أونلاين لا تزال في طور النشوء. وقد شاع نسخ الأفلام بالنظر إلى توفر وسائل اتصال أسرع لنسخ ملفات ضخمة.

٧- شراء الموسيقى أو الأفلام أونلاين يعطي حقاً لنسخ وتوزيع كمية محددة أو لا يعطي حقاً على الإطلاق. فمثلاً، يسمح مخزن موسيقى Apple أونلاين وهو مخزن iTunes

بشراء قطعة موسيقى بصريح بتحميلها

على ما يصل إلى خمسة كمبيوترات في بيت واحد:

<http://www.apple.com/itunes/share/>

٨- يقاضي قطاع الموسيقى كلا من شركات البرامج عندما توجد شبكة يمكن لكل كمبيوتر فيها أن يعمل بمثابة سيرفر للكمبيوترات الأخرى في الشبكة، كما يقاضي الأفراد الذين يتبادلون الأفلام. ويرجّح أن يقاضي شخص نقل موادّ إلى شبكة كمبيوترات أكبر، أكثر من احتمال أن يقاضي شخص نسّخ تلك المواد لاستعماله الشخصي.

٩- المشاعيات المبتكرة وعنوانها:

<http://creativecommons.org/>.

هي مؤسسة توفر بديلاً لحقوق الاقتباس الكاملة.

### المحتوى غير القانوني

١- يتفاوت تعريف المحتوى غير القانوني من بلد إلى آخر.

٢- تشير عبارة المحتوى غير القانوني على الأغلب إلى المواد الإباحية المتعلقة بالأطفال، والعنف المفرط، والتطرف السياسي أو التحريض على كراهية الأقليات.

٣- يوجد في كثير من البلدان خط ساخن للإبلاغ عن المحتويات غير القانونية:

<http://www.inhope.org/en/index.html>

٤- اتخاذ إجراء قد يكون عملية صعبة أو بطيئة تتوقف على طبيعة المحتوى ومكان وجوده.

٥- تعمل الخطوط الساخنة سويّاً مع مقدّمي خدمات الإنترنت (ISPs)

٦- Inhope هي شبكة من المخطوطات الوطنية الساخنة.



## في حُجرة الدّرس

- 1- أدرِ نقاشاً عن الجوانب الأخلاقية. هل قرصنة مواد سمعية بصرية تُعدُّ سرقة؟
- 2- بلِّغ الطلبة بمخاطر الفيروسات وبرامج التجسس التي تطوي عليها عمليات النسخ.
- 3- أخبر الطلبة عن إمكانية التعرض لدفع غرامات مقابل نسخ موسيقى أو أفلام محمية بحقوق اقتباس.
- 4- ناقش مسألة المواد المؤذية وغير القانونية. تشير الدراسات إلى أن كثيراً من التلاميذ يجدون هذا النوع من المواد على الإنترنت سواء عن قصد أو عن غير قصد، لكنّه قلّ منهم من يبلِّغ شخصاً بالغا بذلك.

## حقوق الاقتباس

- 1- احصل على اذن خطي من صاحب حقوق الاقتباس قبل استعمال المادة.
- 2- أقرّ للمؤلف - المنتج بأي مادة تستعملها.
- 3- طبّق تصنيفات العموم المبتكرة Creative Commons على المادة التي تتجهها لتوضيح الكيفية التي يمكن للآخرين أن يستعملوها بها:  
<http://creativecommons.org/>

## المحتوى غير القانوني

- 1- يمكن لفراغات البرامج أن تساعد في سدّ الطريق على المواقع غير القانونية.
- 2- لا يوجد فراغ مثالي. من المهم أيضاً مناقشة استخدام الأطفال للإنترنت.
- 3- شجّع الأطفال على التحدّث عن تجاربهم مع الأونلاين.
- 4- بلِّغ عن أي مواد غير قانونية عن طريق خطّ ساخن. راجع [inhope](http://inhope.org) أدناه.

## أفضل الممارسات

- 1- يجب أن تكون للمدارس والشركات سياسة استعمال مقبولة (AUP)
- 2- تتضمن المسائل المتعلقة بحقوق الاقتباس وبالمواد غير القانونية.
- 3- على الآباء أن يتفقوا مع أبنائهم على قواعد معيّنة بشأن استخدام الإنترنت.

## لمزيد من المعلومات

- 1- المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) :  
<http://www.wipo.int/Pro-music>
- 2- مصدر جيد للمعلومات عن قرصنة الموسيقى أونلاين. ويتضمّن نشرة للأطفال مع أسئلة وأجوبة عن نسخ الموسيقى:  
[http://www.pro\\_music.org/copyright/faq.htm](http://www.pro_music.org/copyright/faq.htm) Inhope
- 3- هي شبكة من الخطوط الساخنة للإبلاغ عن المواد غير القانونية في الإنترنت.  
<http://www.inhope.org/>
- 4- صفحة الإعلام التابعة لمجلس أوروبا تحتوي على معلومات عن عملها في مجال حقوق الاقتباس.  
[http://www.coe.int/T/E/human\\_rights/media/](http://www.coe.int/T/E/human_rights/media/)  
معلومات المفوضية الأوروبية عن حقوق الملكية الفردية:  
[http://www.europa.eu.int/comm/internal\\_market/copyright/index\\_en.htm](http://www.europa.eu.int/comm/internal_market/copyright/index_en.htm)

٥- معلومات عن قانون الاتحاد الأوروبي في مجال الملكية الفكرية :

<http://www.europa.eu.int/scadplus/leg/en/s06020.htm>

٦- الاتحاد الدولي لقطاع التسجيلات الصوتية (IFPI) يقدم استعراضاً

عن الموسيقى في الإنترنت:

<http://www.ifpi.org/>

٧- مقالة من بي بي سي ، خطط المفوضية الأوروبية لحقوق الاقتباس في الاتحاد الأوروبي:

<http://news.bbc.co.uk/1/hi/technology/4663731.stm>

## كشف البيانات ١١

### الابتكار

#### كيف تروّج الإنترنت للإبتكار؟

بالنظر إلى مرونة الإنترنت، فإن تصميم حجرة الدرس هذه الأيام أقل صرامة ممّا كان عليه في أي وقت مضى. ويتيح تطوّر التكنولوجيا السريع للطلبة فرصة استطلاع المواضيع التي تهمهم وفرصة التعلّم بطرق غير تقليدية. وباستعمال الأدوات التي توفرها التكنولوجيا الحديثة ، يمكن للطلبة أن يبتكروا مواد احترافية يمكن نشرها للجماهير في العالم كلّهم ويمكنهم أن يجروا تجارب ويقوموا بعمليات محاكاة من مختلف الأنواع داخل حُجرة الدرس، أو مع متعلمين آخرين عبر الإنترنت.

لقد عوّلت الإنترنت التربية والتعليم، وهي تهيئ الفرصة للطلبة كي يتواصلوا أنياً مع نظرائهم في العالم أجمع.

#### تعزيز العمليات الإبداعية في التعلّم

١- يتيح التكامل الناجح في التكنولوجيا داخل حُجرة الدرس الفرصة للطلبة كي يثبتوا قدراتهم على الاختراع والتميّز والابداع.

٢- استعمال برامج الابتكار والانترنت يمكّنك من تحسين تعلمك في حُجرة الدرس بطريقة مجدية.

٣- إمكانية التعبير عن الإبداع وأداء دور نشط في حجرة الدرس يشجّعان على التعلّم والنّماء.

٤- يمكن للطلبة أن يستعملوا الانترنت للاتصال بفنانين

في أي مكان من العالم كي يطلبوا المشورة والرأي بشأن عملهم. ويمكن للفنانين أن يستعملوا الدردشة (راجع كشف البيانات ٧). ومؤتمرات الفيديو

<http://www.netlingo.com/right.cfm?term=video%20conferencing>

أو اجتماعات المحاكاة لإعطاء حلقات دراسية وورشات.

٥- عن طريق استعمال لوحات الرسائل على الإنترنت [[http://en.wikipedia.org/wiki/Message\\_boards](http://en.wikipedia.org/wiki/Message_boards)]

يمكن للطلبة أن يعملوا معاً، ويتعاونوا في مشاريع أونلاين وهذا يوفّر فرصة مبتكرة جديدة كما أن الأفكار والحلول التي يتم الخروج بها نتيجة لذلك تنشّط عملية الإبداع.

#### كيف نستطيع ضمان ألا يقيد الإبداع؟

ثمة عدّة مسائل يجب أخذها في الاعتبار في بيئة التعلّم.

١- المسائل المتعلقة بإمكانية استعمال الأشياء: هل تتوفر لدى كل شخص في مدرستك إمكانية استعمال الأجهزة اللازمة؟ وهل تتوفر القدرة ذاتها لدى جميع الطلبة.

٢- المساواة: لا بدّ لجميع الطلبة - صبياناً وبنات في العالم كلّهم بصرف النظر عن سنّهم وقدراتهم - من أن يستفيدوا من تساوي الفرص التي تمكنهم من أن يكونوا مبدعين، أي أن يعرفوا كيف يستعملون التكنولوجيا المتوفرة في إنجاز أعمال مبتكرة.

٣- عامل السلامة أونلاين: هل برامج الفرز

[[http://en.wikipedia.org/wiki/Internet\\_filter](http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_filter)]





<<http://hotpot.uvie.ca/>>

هو برنامج مجاني يمكن استعماله لابتكار ألغاز وأنشطة للشبكة.

٥- يمكن للطلبة أن يؤلفوا قصصاً تفاعلية بنتائج متعددة عن طريق استعمال برنامج من قبيل البرامج الموجودة في موقع

Quai:

<<http://www.quai.com/>>

٦- يمكن لطلبة المدارس الثانوية والجامعات أن ينشئوا بيئة تعلم ثلاثية الأبعاد خاصة بهم في <http://www.activeworlds.com/>

يمكنهم أن ينشئوا بيئتهم Active Worlds باستعمال برنامج من قبيل

الثالية ومبانيهم الافتراضية . ويمكنهم أيضا أن يتعاونوا مع طلبة آخرين في مشاريع تتعلق بمواضيع مختلفة.

### أفضل الممارسات.

١- يمكن استعمال الإنترنت كأداة بحث أساسية عن معلومات تمثل خلفية لمواضيع مختلفة. ويمكن للطلبة أن يطبقوا المعرفة التي اكتسبوها على مهمة تثير الإبداع. وتتيح التكنولوجيا الفرصة والحرية لدى الطلبة كي يطوروا تفكيرهم.

٢- الإنترنت والتكنولوجيا الحديثة الأخرى تتيح الفرصة للتواصل والتعاون الوثيق بين الطلبة في مختلف البلدان والثقافات. وقد توفرت إمكانية لا سابق لها للنقاش والخروج بأفكار وحلول مبتكرة نتيجة لمداولات بين عدد كبير من الناس.

٣- وجد المدرسون أن تطبيق التكنولوجيا في حجرات الدرس على نحو يتضمن أنشطة عملية يمكن الطلبة من حل المشاكل والابتكار.

٤- احتفظ في ذهنك بأهداف التعلم : مفتاح الوصول إلى هذه الأهداف هو التركيز على العملية التي تؤدي إلى المنتج أكثر من المنتج ذاته.

٥- عندما ينشر الطلبة نتائج أنشطتهم الإبداعية أونلاين، عليهم أن يراعوا حقوق الاقتباس.

التي تحمي الطلبة تحول أيضا دون الوصول إلى المادة المطلوبة؟ هل يمكن معالجة ذلك كي يتمكن الطلبة من الاستمتاع بالاستعمال الآمن للمعلومات التي يحتاجونها؟ (راجع كشف البيانات ١٤ الخاص بالتصنيف والفرز)

٤- تدريب المدرسين: في كثير من حجرات الدرس يكون الطلبة أمهر في استعمال الإنترنت من معلمهم. ويحتاج المعلمون إلى الاستفادة من جميع فرص التدريب المتاحة لهم كي يتمكنوا من توجيه طلبتهم على نحو مناسب (ICT) في جميع جوانب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

٥- المسائل المتعلقة بالمساندة التقنية، هل توفر مدرستك المساندة التقنية اللازمة لكي لا تتعرقل البرامج والمشاريع؟

٦- بيئة يتوفر فيها الاعتدال: الإبداع يتيح الفرصة للمرء كي يعبر عن مشاعره كفرد. ومع أنه يجب في الظروف المثالية الحد من القيود المفروضة على عمليات الابتكار التي ينجزها الطالب، فمن المهم ضبط ما ينتج ومراقبته، لا سيما إذا خرجت مجموعة من مناقشتها بأفكار وحلول أثناء الدردشة مثلا. ويجب حضور مدرس أو مسؤول آخر لتوجيه العمل على نحو بناء.

### تعزيز الإبداع في حجرة الدرس

١- برنامج البحث (ويب كويست)،

<http://webquest.sd.su.edu/materials>

هو أسلوب استفساري لجعل الإنترنت جزءاً من حجرة الدرس. وتتوفر برامج ويب كويست إضافية في موقع التعليم الكندي: SEDS

<http://sesd.sk.ca/teacherresource/webquest/webquest.htm>

٢- يمكن للطلبة أن يختبروا قدرتهم على الابتكار بأن ينشئوا مواقع خاصة بهم في الشبكة. من شأن ذلك أن يعزز عمليات التفكير المبدع لديهم من عدة وجوه لأنه يتطلب إدخال تصاميم ومحتويات أخرى.

٣- يمكن للطلبة أن يتعاونوا في مشاريع تطور مهارات الكتابة لديهم بانتاج كتب وقصص أونلاين.

٤- البرنامج الخاص بالأوضاع الصعبة

[<http://en.wikipedia.org/wiki/Copyright>]

ذكر الطلبة بضرورة ذكر المصادر عندما يستعملون مادة أنتجتها آخرون.

### لمزيد من المعلومات

يمكن استعمال عدد من المواقع كمنطلق لإشراك الطلبة في مشاريع يكون التشجيع على الابتكار والتعاون فيها شرطاً أساسياً.

١- ThinkQuest هي مسابقة عالمية تختبر قدرة الطلبة والمدرسين على

إنشاء مواقع تتعلق بمواضيع تعليمية:

<<http://www.thinkquest.org/>>

٢- Global School Cyberfair هو ملتقى أونلاين يمكن فيه للآباء

والطلبة والتربويين أن يتعاونوا في الموارد التعليمية ويتفاعلوا بشأنها ويطوروها وينشروها ويكتشفوها:

<<http://www.globalschoolnet.org/GSH/>>

٣- Future Problem Solver Programme يشرك الطلبة في إيجاد حلول مبتكرة للمشاكل بتعزيز مهارات

التفكير النقدي والإبداعي:

<http://www.fpsp.org/>

٤- Mr Coulter's Internet tendency: to infinity and beyond معلم خبير في مدرسة ابتدائية يستعمل

النشر أونلاين لحفز الشبان على الكتابة والتأليف:

<<http://www.newhorizons.org/strategies/literacy/coulter.htm>>

Online Fanfiction ما يمكن أن نتعلمه من التكنولوجيا والثقافة الشعبية عن التأليف والتعلم يوجد في

<<http://www.newhorizons.org/strategies/literacy/black-0>

htm>

طالب يحضر الدكتوراة في جامعة ويسكونسين يستطلع عالماً أدبياً بديلاً في الإنترنت ، وهو ما يكون في العادة أسلوباً لا بد منه للكتابة المبتكرة خارج نطاق حجرة الدرس.

٦- مدخل إلى المواد التعليمية يزود التربويين بوسيلة سريعة وسهلة للوصول إلى الموارد التعليمية . إبحث عن 'creativity'

للحصول على خطط للدروس وأفكار لحجرات الدرس:

<http://www.thegateway.org/>

٧- Webquest مواد للقراءة والتدريب

<http://webquest.sdu.edu/materials.htm>>

قائمة تضم أكثر من ١٠٠٠ ويب كويست من SESD:

<<http://sesd.sk.ca/teacherresource/webquest/webquest.htm>>

## كشف البيانات ١٢

## الألعاب

## مقدمة

أكثر من نصف الأطفال الذين يستعملون الإنترنت يمارسون ألعاباً أونلاين ٧٠٪ في المملكة المتحدة و٩٠٪ في البلدان الاسكندنافية، حسبما تبين من دراسة أجرتها SAFT

(safety,awarness,facts,tools)

عام ٢٠٠٢ وتوجد في الموقع

<http://www.saftonline.org/>

يوجد كثير من فئات الألعاب من قبيل ألعاب التسلية، وأداء الأدوار، والاستراتيجية والرياضة. ويمكن للمرء ممارسة هذه الألعاب بمفرده أو مع أشخاص آخرين، في دوائر مغلقة أو حتى مع آلاف من الغرباء الذين يلعبون معاً.

لقد زاد الإنفاق بسرعة على تطوير الألعاب في السنوات الماضية. فقد تراوح معدل تكلفة إنتاج لعبة في عام ٢٠٠٥ بين ٥-٧ مليون دولار، بينما زادت تكلفة إنتاج بعض الألعاب على ٢٠ مليون دولار. ويتوقع تقرير أعدته DFC Intelligence في

<http://www.dfcint.com/>

أن تصل قيمة مبيعات ألعاب الفيديو في العالم عام ٢٠١٠ إلى ٢٦ بليون دولار.

## التطوير الشخصي والقيمة التعليمية

١- ممارسة الألعاب تتجاوز كونها تسلية، إنها نشاط تعاوني تُرّ يمارسه الصغار والكبار على اختلاف أعمارهم.

٢- الألعاب تعزّز الابتكار والتفاعل وتضطلع بدور هام في التنمية الاجتماعية والفكرية.

٣- تمثل الألعاب واحدة من مناسبات نادرة يتبادل الكبار والصغار فيها الأفكار على قدم المساواة (التواصل بين الأجيال).

٤- يتعلم الصغار الديمقراطية بممارسة اللعب ضمن نظم اجتماعية مختلفة في بيئة تحددها قواعد وحدود معينة.

٥- تشتمل الألعاب عادة على الشراكة واحترام حقوق الآخرين وممتلكاتهم، بل تشتمل أحياناً على إطلاع اللاعبين على ثقافات غير ثقافتهم وممارسات فكرية غير ممارساتهم. ويمكن للأطفال أن يطبقوا المهارات الاجتماعية دون خوف من الفشل وبشعور من الانضباط.

٦- لأن الألعاب تتطلب من الأطفال أن يلتزموا بالقواعد ويتبعوا التوجيهات فإنهم يزيدون قدرتهم على الانضباط الذاتي والاستقلال.

٧- الأحجيات، وألعاب الطاولة والمغامرات وعمليات البحث تتيح فرصاً للاعبين كي يطوروا عندهم عملية التفكير الاستراتيجي ومهارات حل المشاكل.

٨- يمكن استعمال ألعاب أخرى لزيادة المهارات المتعلقة بالحيّز لدى الأطفال وفي أغراض علاجية لدى المعوقين جسدياً.

٩- ألعاب الأونلاين مفيدة في تعريف الوافدين الجدد بالتكنولوجيا وتعزيز الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل عام.

[[http://en.wikipedia.org/wiki/information\\_technology](http://en.wikipedia.org/wiki/information_technology)]

١٠- يمكن إدخال ألعاب في أي مجال من مجالات المنهاج تقريباً، بدءاً بالرياضيات ومروراً بالاجتماعيات وانتهاءً باللغة.

## المخاطر المحتملة

١- اقترن عنف بعض ألعاب الكمبيوتر إلى حد ما بالسلوك العنيف لدى الشبان. ومع ذلك، أشار تقرير صادر عن مجلس الإعلام الدانمركي عام ٢٠٠٢ إلى أن عنف بعض الألعاب لا يزيد تأثيراً عن تأثير التلفزيون أو عنف الأفلام.

[http://resources.eun.org/insafe/datorspel\\_Playing\\_withpdf](http://resources.eun.org/insafe/datorspel_Playing_withpdf)

٢- تفاوتت نتائج الدراسات التي سعت إلى تحديد نسبة الشبان الذين يدمنون على ألعاب الكمبيوتر تفاوتاً بيناً. ويعزى هذا إلى أنه لا يوجد في الوقت الحاضر اتفاق على طريقة محايدة لتحديد المرحلة التي يمكن عندها اعتبار الإفراط في استعمال الكمبيوتر إدماناً. قد يقضي اللاعبون ساعات كثيرة كل أسبوع وهم يلعبون دون أن يلحق ضرر

ويصفوها. وهذا يمكّن اللاعبين أيضاً من الحكم على المحتوى وعلى ملاءمة الألعاب لسنّ معيّنّة والتنقل في سوق الألعاب بأمان.

٢- أرصد عدد الساعات التي تقضيها في اللعب. اتخذ إجراءً إذا تمّ تجنّب أنشطة اجتماعية أخرى أو إذا تغيّب التلاميذ عن مدارسهم كي يقضوا الوقت في اللعب.

٣- يمكن أن تعزّز مجموعات اللاعبين شعوراً بالإنتماء. ويمكن أن تدفع بالأطفال إلى الثقة في الآخرين بسرعة. ذكرهم أن أصدقاء الأونلاين قد لا يكونون دائماً الأشخاص الذين يقولون إنهم هم. ومن المهم ألاّ تكشف لأي أحد عن بياناتك الشخصية.

بحياتهم الاجتماعية أو المهنية. إلا أن من المقبول بشكل عام أن الإدمان مشكلة بين قلة من الألعاب. وقد برزت هذه المشكلة عندما أسهبت وسائل الإعلام في أغسطس آب ٢٠٠٥ في الحديث عن الرجل الكوري الذي توفّي بعدما قضى جلسة لعب استغرقت ٥٠ ساعة.

٣- اتهم بعض الألعاب بتعزيز عملية تصنيف الناس في قوالب على أساس العرق أو الجنس.

٤- بعض ألعاب الأونلاين تتيح الفرصة للالتقاء بغرباء والتواصل معهم

### أفضل الممارسات

١- أنظمة التصنيف واحتساب عدد مستخدمي ألعاب الكمبيوتر تشجّع الممثلين في قطاع الألعاب على التصرف بمسؤولية لأنه يُطلب منهم أن يحدّدوا منتجاتهم

### لمزيد من المعلومات

١- اتحاد ناشري برامج التسلية وأوقات الفراغ (ELSPA) <http://www.elspa.com/>

٢- دراسات الألعاب: مجلة دولية لأبحاث ألعاب الكمبيوتر: <http://www.gamestudies.org/>

٣- راجع قوائم أكثر الألعاب مبيعاً، وأخبار الألعاب، والتصنيفات، وElspace وتقارير الأبحاث، والمراجعات القانونية على موقع <http://www.elpa.com/>

٤- موقع معلومات الألعاب لعموم أوروبا (PEGI) يحتوي على معلومات عن عدد اللاعبين وعن التصنيف: <http://www.pegi.ifo.pegi/index.do>

٥- «الآباء يتجاهلون تقديرات أعداد اللاعبين» - مقالة نشرتها البي بي سي في يونيو حزيران ٢٠٠٥: <http://news-bbc-co.uk/1/hi/technology/41182700stm>

٦- توجد ألعاب أونلاين في موقع Amie Games وعنوانه: <http://www.amiegames.com/>

٧- تقرير «اللعب بالنار: كيف تؤثر ألعاب الكمبيوتر على اللاعب»، الصادر عن المجلس الدانمركي. [http://resources.eun.org/insafe/datorspel\\_Playing\\_with.pdf](http://resources.eun.org/insafe/datorspel_Playing_with.pdf)



## كشف البيانات ١٣

## التعلم

## ما هو التعلم بالمراسلة؟

## التعلم بالمراسلة

[http://en.wikipedia.org/wiki/Distance\_learnhng

تعرفه ويكيبيديا (راجع أيضا)

[http://en.wikipedia.org/wiki/Main\_Page

باعتباره « طريقة تعليم لا يطلب فيها من الطلبة أن يكونوا حاضرين بأنفسهم في مكان محدد أثناء الفصل الدراسي». وهذه الطريقة تفتح المجال للطلبة من جميع البلدان ومن جميع الأعمار، كي يحوزوا على دبلومات، وشهادات، ودرجات من أي جامعة أونلاين في العالم في أي مرحلة من حياتهم. كان التعلم بالمراسلة قد بدأ بسعي أجيال من الكبار للحصول على تعليم عالٍ في المنزل، أو وهم في القوات المسلحة أو في العمل. وكانت الدورات تتم بالمراسلة، حيث كانت المواد ترسل جيئة وذهاباً بالبريد العادي. أما هذه الأيام، فقد تطوّر التعليم بالمراسلة للاستفادة من التكنولوجيا الحالية. وقد ازدهر عن طريق الإنترنت، حيث يستطيع الطلبة أن يدرسوا للحصول على درجات علمية دون أن تطلّ أقدامهم حجرة درس مبنية من الطوب والطين. ولقد عملت التطورات في التعليم بالمراسلة على إحداث ثورة في مجال التعليم العالي. فمثلاً:

١- يمكن إلقاء المحاضرات بوسائل الترحيل

[http://en.wikipedia.org/wiki/Streaming\_media

أو كمواد مطبوعة تحفظ في ملفات على سيرفر المدرس.

[http://en.wikipedia.org/wiki/Web\_server

٢- يتصل الطلبة مع المدرّس ومع بعضهم بعضاً عن طريق لوحات الرسائل.

[http://en.wikipedia.org/wiki/Message\_boards

وعن طريق البريد الإلكتروني

[http://en.wikipedia.org/wiki/E\_mail

وكذلك عن طريق الدردشة

[http://en.wikipedia.org/wiki/Chat

٣- تحوّل الواجبات الدراسية إلى صندوق إيداع كما يمكن تحويل الامتحانات أونلاين.

٤- تكون الدورات جاهزة للتناول ويمكن تحديثها بسهولة.

٥- صيغة الأونلاين توفر مرونة لا مثيل لها للعمل الذي يتم التحكم فيه ذاتياً.

## ما هي مزايا التعلم بالمراسلة؟

١- تُعدّ الإنترنت مثالية لإنشاء بيئة تعلّم تحاكي الواقع، فبإمكان الطلبة مثلاً، أن يبقوا في مكان سكنهم بينما يدرسون في جامعة كمبيوترية في الخارج.

٢- تمكن الطلبة من الوصول إلى قاعدة كاملة من المواد التعليمية يعطيهم الفرصة للاستقلال في التعلّم.

٣- تكون للطلبة ملكية أوسع في التعلّم، حيث يتحوّل دور المدرس إلى دور الموجه.

٤- الدورات لا تكون مقيّدة بساعات دوام «معتادة» للمدارس والجامعات، وعليه يمكن للجميع أن يستفيدوا من مزيد من الفرص كي يتعلموا طوال حياتهم.

٥- التعلّم بالمراسلة يغيّر سلوك كل من المدرس والطلاب. فالطلاب الناجحون يكتسبون ماثرة ومهارات تنظيمية، بينما يصبح المدرّس حتماً ضليعاً بالتكنولوجيا.

## نقاط توضع في الاعتبار عند اختيار برنامج تعلّم

## بالمراسلة

عليك أن تدرك أنك تكون مسؤولاً عن اتخاذ احتياطات معينة عند اختيار درجة أو برنامج تعلّم آخر بالمراسلة.

١- تذكر أن الإنترنت ليست بيئة مضبوطة التنظيم. فهناك مؤسسات تعليم بالمراسلة تثير الشك إلى جانب المؤسسات القانونية. تأكد من إجراء بحث مستفيض عن البرنامج أو المؤسسة المعنية قبل التسجيل.

٢- المسائل الأمنية مهمة دائماً، كما هو الحال بالنسبة لأي تبادل للمعلومات عن طريق الإنترنت. فالفيروسات

### أفضل الممارسات

لقد غيرت الإنترنت طريقتنا في التعلّم. ومن المهم جداً للطلبة أن يتمكنوا من الاطلاع بصورة كاملة على المعلومات والوسائل المتاحة لهم. ويعتبر «خط التقسيم الرقمي»

[http://en.wikipedia.org/wiki/divide

مسألة رئيسية في النمو الاقتصادي والاجتماعي في كثير من الدول. ويمكن للتعلّم بالمراسلة أن يضيّق الهوة بينها.

ويوفر التعلّم بالمراسلة إمكانية التدريب عن طريق الإنترنت حيث يكتسب الطلبة مع عائلاتهم ومدرسيهم خبرة عملية. كما أن التعلّم بالمراسلة يتيح الفرصة للطلبة كي يكتسبوا مهارات ومؤهلات جديدة.

[http://en.wikipedia.org/wiki/Virus

والمتلصصون [http://en.wikipedia.org/wiki/Haker

يمكن أن يعيثوا فساداً في نظام التعلّم بالمراسلة. لذا عليك أن تتأكد من الاطلاع على كسفي البيانات ١٥ و ١٦ الخاصين بالسريّة والأمن لمعرفة الاحتياطات التي يجب عليك أن تتخذها.

٣- حقوق الاقتباس [http://en.wikipedia.org/wiki/

Copyright

تكون في العادة محمية بقانون البلد الذي يكون الطالب فيه. ومع ذلك، فعند الالتحاق ببرامج تعلّم بالمراسلة في بلدان أخرى تأكد من أن حقوق الاقتباس الدولية تشمل مصادر التعلّم هناك.

٤- الاستعمال العادل ودفع رسوم الدورة يعدان أيضا

مسألة صعبة، إذ يُتوقع من الطلبة أن يستعملوا رسائل التعلّم بأمانة وأن يسدّدوا رسوم الدورات في مواعيدها.



### لمزيد من المعلومات

١- « شبكة التعلّم بالمراسلة» توفر معلومات عن التعلّم بالمراسلة ، وتقدم تقارير عن مدى فعاليته - وعن مزاياه وعيوبه وأساليبه :

[http://www.distance learning.com/>

٢- «مجلس التعليم والتدريب بالمراسلة» يحتوي على عدد من التقارير عن التعلّم بالمراسلة يمكن نسخها مجاناً:

<http://www.detc.org/otherdownld.html>

٣- توجد في Yahoo! وثيقة دليلية عن برامج ومؤسسات التعلّم بالمراسلة

HYPERLINK «http://dir.yahoo.com/Education/Distance-learning» http://dir.yahoo.com/Education/Distance-learning

## كشف البيانات ١٤

## التصنيف والفرز

## التصنيف

تشير عبارة التصنيف إلى علامة ضمان الجودة التي تكون معروضة على البرامج والمواقع على الشبكة العالمية، أو تكون متضمنة في محتوى المواقع على الشبكة العالمية، أو تكون متضمنة في محتوى المواقع على الشبكة العالمية. وهي تتضمن استيفاء المنتج للمعايير والمواصفات التي تحددها وكالات التصنيف من قبيل مقياس انتقاء محتويات الإنترنت (PICS)

واتحاد تصنيف محتويات الإنترنت (ICRA).

تُصنّف المواقع لحماية القاصرين، ولتعزيز ثقة الجمهور فيها واطمئنانهم إلى استعمال ما فيها من مواد، ومن أجل الالتزام بالمعايير القانونية أيضاً. وعند تصنيف محتوى موقع، يدوّن رمز داخل وثيقة html ، وبالتالي

يمكن تقدير محتويات الوثيقة من خلال تفاصيل المحتوى. ويبين هذا التصنيف الذي لا يرى في الوثيقة ذاتها، التفاصيل المتعلقة بطبيعة المحتوى ويمكن ملاحظته باستعمال آليات الفرز التي بالتالي إما أنها تعترض الوثيقة وإما أنها تنسخها.

ويمكن تصنيف المواقع أيضاً بواسطة «علامات جودة» و«علامات ثقة» تدلّ على استيفاء ضوابط محدّدة. وتتضمن هذه الضوابط عادة تعليمات وتوصيات وأحكاما وقواعد تتعلق بسلامة المحتويات (راجع كشف البيانات ١٨ المتعلق بالتبضع الكترونياً). وثمة علامتا جودة مشهورتان هما

Verising وعنوانها

<<http://www.verisign.com/>>

و-e Truste وعنوانها

<http://www.truste.org/>

## الفرز

١- الفرز عملية اكتشاف وتعطيل المواد غير المناسبة في

الإنترنت. ويمكن إنجاز هذه العملية باستعمال برامج براورزر ووكلاء أو عن طريق تركيب مجسّات برامج كمبيوتر.

٢- ثمة بديل للفرز وهو «الجدولة البيضاء» حيث لا يسمح بالدخول إلاّ إلى مواقع معيّنة تُعتمد مسبقاً.

## التعليم

١- يمكن أن تكون أدوات الفرز مفيدة في الحدّ من خطر اطلاع الطلبة على مواد غير مناسبة أو ضارّة

٢- المسائل التي يثيرها التصنيف والفرز تحتوي على مادة غنيّة لمواضيع الجنسية والدراسات الاجتماعية. إبدأ مناقشة عن موضوع الفرز أونلاين. وهل هو شكل مقبول من أشكال الرقابة.

## مسائل مهمّة

١- لا يزال تصنيف المواقع ووضع علامات لها عملية اختيارية إلى حدّ بعيد، إلاّ في البلدان التي تعتمد قوانين تفرض معايير معيّنة.

٢- لا توجد حالياً سوى نسبة صغيرة من الوثائق المعلّمة من جانب المؤلفين.

٣- خدمات فرز البرامج تُعلّم الوثائق وفقاً لنظام القيم الخاص بها ووفقاً للأجندات الاجتماعية.

٤- برامج الفرز قد تعترض مواقع مفيدة تتعلق بموانع الحمل أو التربية الجنسية وذلك بسبب كلمات بارزة معيّنة فيها.

٥- بعض البلدان يمنع مواقع الأحزاب السياسية أو الأيدولوجيات المعارضة.

٦- بعض الناس يعتبر الفرز شكلاً من أشكال الرقابة وأنه بالتالي يناهض روح الإنترنت. ويقول بعضهم الآخر إنه لو لم توجد برامج فرز، لتعرضت الحكومات لضغط كي تضبط محتويات الأونلاين.

## كيف

١- إذا أردت أن تضع علامة على مادة وضعتها على موقعك، فاتبّع التعليمات الواردة في موقع تصنيف مثل ICRA وعنوانه

أيدلوجية أو ثقافية لا توافق عليها؟

<http://www.icra.org/>

٢- استعمل الوسائل المعينة بتمحيص، ولا تصدّق الدعاية. تحقّق بنفسك مما يدّعيه المنتجون.

٢- سيطلب منك أن تصنّف المادّة وفقاً لعدد من المعايير المحدّدة.

٣- تحدثنا باستمرار إلى الطلبة والآباء والمدرسين الآخرين عن استعمالهم لبرامج الفرز وعمّا يحتاجونه منها. إن من شأن فتح مناقشات أن يعزّز خبرة تلاميذك في الإنترنت. وهذا أسلوب أفضل من الرقابة والملاحقة.

٣- يمكن ضبط معظم برامج البراوزز بحيث تستبعد مواقع محدّدة. فمثلاً، يوجد هذا الخيار في

Microsoft Explorer

تحت عنوان Security options

٤- فكّر في «الجدولة البيضاء» التي لا تسمح للصغار إلا بالاطلاع على مواقع معتمدة.

٤- لا يباع سوى عدد قليل جداً من الكمبيوترات وقد رُكّب فيه برنامج فرز مسبقاً. لذا، ستحتاج لشراء برنامج فرز خاص ومقدم لفرز المواقع. ويتوفر عدد من تلك المنتجات في السوق.

٥- يوصي الخبراء الآباء أن يهتموا بما يفعله أبنائهم بالكمبيوتر وأن يقضوا معهم وقتاً على الإنترنت.

٥- يتيح معظم برامج الفرز الفرصة لك كي تحدد أنواع المواد التي ترغب في فرزها أو استقبالتها.

٦- يجب تشجيع الأطفال والشبان على التحدّث عن أي مواد غير ملائمة يجدونها على الإنترنت. بلّغ أي مواد قد تكون غير قانونية إلى خط ساخن:

<http://www.inhope.org>

أفضل الممارسات

١- ألق نظرة فاحصة على الكيفية التي يعمل بها برنامج الفرز قبل أن تركبّه في الكمبيوتر. هل يتخذ قرارات

### لمزيد من المعلومات

١- اتحاد تصنيف محتوى الإنترنت (ICRA) وعنوانه <http://www.icra.org/>

يمكنّ المواقع من وضع علامات بناءً على الفئات المختلفة. وهو يقترح أيضاً نسخ برنامج الفرز الخاص به.

٢- منبر انتقاء محتويات الإنترنت (PLCS) وعنوانه <http://www.w3org/pics/>

هو نظام آخر لوضع علامات على مواقع الشبكة العالمية.

٣- باب Wikipedia عن الرقابة في عالم الاتصالات بالكمبيوتر:

[http://en.wikipedia.org/wiki/Censorship\\_in\\_cyberspace](http://en.wikipedia.org/wiki/Censorship_in_cyberspace)

٤- موقع قسم الإعلام لدى مجلس أوروبا - معلومات عن تشجيعه للضبط الذاتي: <http://www.coe.int/media>

٥- وعنوانه Net Nanny

<<http://www.netnanny.com/media>>

و Cyberpatrol وعنوانه





<http://www.cyberpatrolcom/>>

هما من بين منتجات الفرز التجارية المعروفة.

٦- وعنوانه ICRA

<<http://www.icra.org/>>

و Weblocker وعنوانه

<http://weblocker.fameleads.com/>

يوفران برامج فرز مجانية.

٧- Selfregulation.info يوفر تقارير معمقة من مشروع أبحاث جامعة أكسفورد

<<http://www.selfregulation.hnfo/>>

٨- رقابة أقل بقليل - مقالة من البي بي سي :

<http://news.co.uk/2/hi/technology/4080886.5tm>

٩- رقائق فرز واعتراض عالمية من

The Open Initiative.

<http://www.opennetinitiative.net/>

١٠- تهدف مؤسسة الحدود الالكترونية (EFF) إلى الدفاع عن

الحريات المدنية على الانترنت

<http://www.eff.org/>

١١- مشروع برامج الرقابة:

<http://consorware.net/>

١٢- تقرير فرز محتويات الإنترنت لأوروبا - (INCORE) ملخص

تنفيذي لتقرير عن التصنيف الذاتي والفرز:

<http://europa.eu/int/ISPO/iap/INCOREexec.html>

إلى درجة التحكم التي يمكن أن يمارسها الفرد في الاطلاع على المعلومات الشخصية واستعمالها.

٢- يفترض معظم مستعملي البريد الالكتروني

[[http://en.wikipedia/wiki/E\\_mail](http://en.wikipedia/wiki/E_mail)

والإنترنت

[[http://en.wikipedia.org/wiki/E\\_mail](http://en.wikipedia.org/wiki/E_mail)

أن المعلومات الشخصية لن تستعمل دون إذن وأن تبادل

## كشف البيانات ١٥

## السرية

ما مدى سرية الإنترنت؟

١- تشير السرية

[<http://en.wikipedia.org/wiki/privacy>

٢- نحن مسؤولون عن جميع القرارات التي نتخذها فيما يتعلق بحقوقنا وحقوق الآخرين، مثل حق الاقتباس، على سبيل المثال.

[http://en.wikipedia.org/wiki/Copyright

والملكية الفكرية

[http://en.wikipedia/wiki/Intellectual\_property

٤- حرية الكلمة فكرة مقبولة سياسياً. أما في الواقع فإنها تقع في مجال غير محدد حيث لا توجد إجابات سهلة على الأسئلة. ما هو المقبول وما هو غير المقبول؟ كيف يطبق المرء الأنظمة دون أن يتعدى على حقوق المتكلم؟

### أفكار للعمل في حجرة الدرس؟

١- أنشئ إطاراً معرفياً أساسياً للسرية مع طلابك. حدّد مفاهيم، متخصصة واجتماعية، وحدّد التحيزات والخرافات للنقاش. إن من شأن طرح السؤالين «ما هي السرية؟» و«هل السرية ضرورية؟» أن يولد بعض وجهات النظر الشديدة للهجة.

٢- إبحث عن مواقع السرية في الإنترنت، واستعمل برامج طريق التعقب

[http://en.wikipedia.org/wiki/Traceroute

لتحديد العناوين البريدية العادية لتلك المواقع لبيان تنوع المسائل المتعلقة بعلم طبيعة الأرض التي تتحكم في الاعتبارات القانونية على الإنترنت.

أجر تحريات عن المسائل الأخرى (الثقافية، السياسية، والتاريخية) التي تتمخض عنها نتائج التعقب. فمثلاً، اختر موقع إعادة إرسال

[http://en.wikipedia.org/wiki/Remailer

أو خدمة وكالة غفلاً من الاسم، وقم بعملية تعقب، ثم ابحث عن أسباب وجود الخدمات في تلك البلدان.

٢- استطلع مدلولات قانون السرية، أو حقوق الاقتباس وحرية الكلمة ومعلومات عبر الحدود الإقليمية، أو فئات الأعمار والفئات الثقافية.

٤- علم الطلاب كيف يكونون كلمات سرّ آمنة.

[http://en.wikipedia.org/wiki/

المعلومات يكون سرّياً ومأموناً. إلا أن الواقع غير ذلك تماماً.

٢- في كل مرة تدخل فيها إلى موقع على الشبكة العالمية أو ترسل رسالة إلكترونية، فإنك تترك معلومات عن نفسك يمكن أن تتضمن عنوانك البريدي العاديّ وعنوانك الكمبيوتر، ورقم هاتفك ورقم بطاقتك الائتمانية، وبيانات عن نمطك الاستهلاكي وغير ذلك كثير.

٤- ترتبط السرية ارتباطاً وثيقاً بالأمن؛ فتأكد من قراءة كشف البيانات ١٦ الخاص بالأمن قراءة وافية.

### لماذا التحدث عن السرية في حجرة الدرس أو في المنزل؟

١- توفر الجوانب المتخصصة والاجتماعية من السرية مواضيع قيمة للتعلّم. فالجوانب المتخصصة قد تكون متضمنة في دراسات تكنولوجيا المعلومات، لكنها يجب أن تكون بالمثل جزءاً من منهاج المهارات الحياتية.

٢- يجب على كل طالب أن يكتسب المهارات اللازمة لمعالجة مسائل السلامة في الإنترنت، وذلك يتضمن معرفة الحماية الذاتية، والتواصل الفعّال والمسؤولية تجاه الآخرين.

٣- هناك انتقال طبيعي من هذا الموضوع إلى البعد المتعلق بالجنسية في أي منهاج. فالمسائل التي تثار عن سرية الأونلاين تعكس بدقة المسائل الاجتماعية السائدة في معظم الثقافات اليوم. فاستطلع دوافع المتلصصين:

[http://en.wikipedia.org/wiki/Hacker

والمتمدّخين

[http://en.wikipedia.org/wiki/Hacker#Hacker:intruder\_and\_criminal

وناشطي السرية توفر إمكانات كثيرة لمناقشة قيمة المبادئ الديمقراطية.

### مسائل أخلاقية

١- تُعدّ سرية الأونلاين أحد أعقد المسائل الأخلاقية والقانونية المتعلقة بالإنترنت.

٢- لكل شخص حق في السرية والخصوصية ولا بدّ من حمايته من النوايا المؤذية.

Password#Factors\_in\_the\_security\_of\_an\_individual\_password

## الكوكيز

١- الكوكي

[http://en>wikipedia.org/wiki/HTTP\_cookie

هو ملف نصي يُترك على كمبيوترك عندما تطلع على موقع. لا يضر هذا الملف كمبيوترك، لكنه يكشف عن سلوكك واهتماماتك. وهذا يمكن أن يهين جوّ تصفح شخصياً. فمثلاً، عندما تسجل لدخول موقع قد تحيي بالاسم لدى عودتك.

٢- من المهم أن تحدّد مدى السريّة التي تطلبها أثناء استعمالك للأونلاين. وبالنظر إلى امكانية استعمال الكوكيز لتعقب أنماط الاستعمال وإيصال المعلومات فإنها تتيح الإمكانية للتعدّي على خصوصياتك.

٣- يمكنك أن تستعمل برامج مكافحة التجسس

[http://en.wikipedia.org/wiki/Spy

لضبط البيانات التي يبيثها نظامك وللتخلص من أي كوكيات غير مرغوب فيها.

## حماية البيانات

١- تأكد من حماية برامج كمبيوترك وبريدك الالكتروني باستعمال كلمة سرّ

[http://en.wikipedia/wiki/Password

معظم الكمبيوترات المنزلية مضبوطة باسم مستعمل وبكلمة سرّ مسبقة «مالم يتحدّد غير ذلك»، وهو ما يسمح باستعماله بمجرد استخدام كلمات سرّ عادية مثل 'test'. راجع

http://www.netlingo.com/right.cfm?term=default

إحرص على تغيير هذا النظام باستعمال كلمة سرّ وهويّة آمنتين.

٢- من الأفضل تحويل أي معلومات حساسة ترسل بالإنترنت إلى رموز

[http://en.wikipedia.org/wiki/Encryption

ومن حسن الحظ أن هذا هو العرف السائد بالنسبة لمعظم الرسائل التجارية التي توجّه إلكترونياً عن طريق الإنترنت.

## افضل الممارسات

١- القاعدة الذهبية: لا تطلع أي أحد لا تعرفه ولا تثق فيه على بياناتك الشخصية.

٢- إدمع

[http://en.wikipedia.org/wiki/Back\_up

نظامك، واحتفظ بسياسة مساندة منتظمة.

٣- حدّد إجراءاتك الأمنية وقم ببعض الأبحاث عن الوسائل الإضافية في

http://www.epic/privacy/tools.html

لدعم ما تفضله في الأونلاين.

٤- برنامج أنتي فيروس

[http://wikipedia/wiki/Antivirus

وفايروول

[http://en.wikipedia.org/wiki/Firewall\_%28network%29

ضرورة لا بدّ منها، يمكنك أيضاً أن تفكر في وسائل أخرى من قبيل برامج الاعتراض التي تركب فوق الشاشة.

[http://en.wikipedia.org/wiki/Pop\_up#Add\_on\_programs\_that\_block\_pop\_up\_ads

وبرامج مكافحة التجسس

[http://en.wikipedia.org/wiki/Spyware

تأكد من فحص نظامك باستمرار.

٥- استعمل «كلمات سرّ قويّة»

[http://en.wikipedia.org/wiki/Password#Factors\_in\_the\_security\_of\_an\_individual\_password

لحماية كمبيوترك الشخصي، وبريدك الالكتروني وتوصيلاتك الإنترنتية.

٦- قبل الكشف عن بياناتك الخاصة، تحقق من وجود رمز القفل المغلق الذي يظهر في شريط أيقونات الوظائف. وجود هذه العلامة يعني أن اتصالاتك التبادلي يسير في طريقه عبر حلقة اتصال آمنة.

كلمات سرّ آمنة. صُغ كلمات سرّ للملفات التي تحتوي على مستندات ووثائق قيّمة مثل المشاريع السريّة والأبحاث، والتصاميم الأصليّة وهلمّ جرّاً.

[<http://en.wikipedia.org/wiki/Ecommerce>]  
ومع ذلك عليك أن تتحقق من أن الصفحات آمنة قبل أن ترسل معلومات عن بطاقات الاعتماد أو أرقام الحسابات المصرفية.

٣- يمكن تأمين مختلف أجزاء كمبيوترك باستعمال

#### لمزيد من المعلومات

١- صفحة الشؤون القانونيّة لمجلس أوروبا تتضمن معلومات عن عمل مجلس أوروبا في مجال حماية البيانات:

<[http://www.coe.int/T/E/Legal\\_affairs/Legal\\_co\\_operation/Data\\_protection/](http://www.coe.int/T/E/Legal_affairs/Legal_co_operation/Data_protection/)>

٢- مركز المعلومات السريّة الإلكترونيّة (EPIC) يحتفظ بقائمة

من الوسائل والمقالات المتعلقة بالسريّة:

<http://www.epic.org/privacy/tools.html>

٣- تحقق مما يبلغه كمبيوترك الشخصي لأي شخص على الشبكة وذلك باستعمال : Browser Spy

<http://gemal.dk/browserspy/>

٤- هل أنت قلق على حرّياتك المدنيّة؟ هذه المناقشات عن السريّة يمكن أن تبقي على صفّ الجنسية الخاص بك

لفترة ما: «مؤسسة الحدود الإلكترونيّة» على:

<<http://www.eff.org/>>

Privacy.org و على

<<http://www.privacy.org/>>

Privacy Intenational و على

<<http://privacyinternational.org/>>

و Privacy.net على

<http://www.privacy.net/>

٥- Cyper Angels على

<http://www.cyberangels.org/>

هو موقع لأمن الإنترنت يتضمن دروساً خصوصية وشروحات بسيطة.

٦- TuCows على

<http://www.tucows.com/>



هو موقع يوصل إلى أكثر من ٤٠,٠٠٠ برنامج إضافة إلى برامج مجانية.

وهو يعدُّ بنسخ مجانية تتعلق بالتجسس وتكون سريعة ومحلية ومأمونة من الفيروسات.

Zone Alarm على -٧

<http://www.zonelabs.com/store/content/home.jsp>

هو من أشهر برامج العزل التي تمنع دخول ما هو غير مصرَّح به. وهو يتيح لك إمكانية وضع ضوابط على الدخول إليك من جانب البرامج المختلفة التي ترسل معلومات الإنترنت.

Crypto Heaven -٨ هي مجموعة من البرامج المرموزة توفر بربداً

آمناً ، وملفات مشتركة ودردشة ، وتحوّل المواد إلى رموز متناظرة وأخرى غير متناظرة.

<http://www.cryptoheaven.com/>

LavaSoft Ad-aware -٩ هو برنامج مضاد لبرامج التعقب يفحص

كمبيوترك ويحافظ لك على السريّة:

<http://www.lavasoft.com/>

## كشف البيانات ١٦

والديدان

[[http://en.wikipedia.org/wiki/Computer\\_worm](http://en.wikipedia.org/wiki/Computer_worm)]

## الأمن

### مقدمة

١- يُشبهه أمنك على الأونلاين بأمنك في المنزل. فأنت تحمي محتويات بيتك بإبقاء النوافذ والأبواب موصدة.

[<http://en.wikipedia.org/wiki/Malware>-٢

### Malware

عبارة عامة تشير إلى البرامج المؤذية كالفيروسات

[[http://en.wikipedia.org/wiki/Computer\\_virus](http://en.wikipedia.org/wiki/Computer_virus)

virus التي يمكن أن تصيب الكمبيوتر بالعدوى ويمكن ان تحدث

عدداً من التأثيرات، مثل منع البرامج العمل بالطريقة المعتادة أو السماح بدخول مواد غير مصرَّح بها أو محو البيانات.

٣- من أكثر أشكال البرامج المؤذية شيوعاً الفيروسات

[[http://en.wikipedia.org/wiki/Computer\\_virus](http://en.wikipedia.org/wiki/Computer_virus)

وهو برنامج تنتج ذاتياً نسخاً طبق الأصل.

٤- رغم الاسم، فليست جميع الفيروسات والبرامج المؤذية الأخرى مصممة للإيذاء.

٥- يلاحظ ما معدّله ١٠ فيروسات جديدة كل يوم.

٦- كثير من المسائل المتعلقة بالأمن تتعلق أيضاً بالسريّة (راجع كشف البيانات ١٥).

### التعليم

١- ناقش المسائل المتعلقة بالحماية الذاتية والمسؤولية. ولإن كثيراً من الشبان أكثر إماماً ببعض الأمور من الكبار، فشجّعهم على إطلاع بعضهم بعضاً وإطلاع أفراد عائلاتهم على ما لديهم من معارف وخبرات وتجارب.

٢- يوجد عدد من المتخصصين ومصنّعي الفيروسات بين أصغر مستعملي الإنترنت سنّاً. أجر مناقشة في حجرة الدرس عن هذه المسائل.

وجده باستمرار.

٢- ركب قطع أمنية (Patches) حالما تتوفر. يمكنك أن تجهز أنظمة

تشغيل وبرامج تتولى عملية التجديد تلقائياً أو تخبرك حالما تصبح قطعة أمنية ما متاحة لنسخها.

٣- ركب جهاز فيروول (firewall)

[http://en.wikipedia.org/wiki/Firewall\_%28networking%29

للتحكم في الحركة الواردة إلى كمبيوترك والصادرة عنه.

٤- لا تترك كمبيوترك موصولاً بالإنترنت بلا داع. صحيح أن الاشتراك في البرودباند لا يقيدك بفترة محددة للاستعمال، لكن ذلك قد يؤثر عليك أمنياً.

٥- تجنب استعمال كلمات سر

[http://en.wikipedia.org/wiki/Password#Factors\_in\_the\_security\_of\_an\_individual\_password

لها علاقة واضحة بك. استعمل خليطاً من الحروف والأرقام.

٦- اضبط المتصفح الخاص بك

[http://en.wikipedia.org/wiki/Web\_browser

بحيث «يعطل النصوص». يمكنك أن ترفع القيود عن نصوص المواقع الموثوق بها.

٧- لا تفتح الرسائل الإلكترونية التي قد لا تكون حقيقية (راجع كشف البيانات ٥ الخاص بالبريد الإلكتروني).

٨- تأكد من أنك تثق في المصدر قبل أن تنسخ أي شيء في كمبيوترك. واحترس بشكل خاص من برامج البير-تو-بير.

[http://en.wikipedia.org/wiki/Peer\_to\_peer

التي تشتهر بدعم توزيع برامج تجسس (راجع كشف البيانات ١٠ الخاص بالموسيقى والصور).

٩- عزز الملفات المهمة باستمرار وذلك بوضعها في مكان منفصل عن كمبيوترك من قبيل سي دي روم.

١٠- إذا كنت تدير أكثر من مستعمل واحد للكمبيوتر

## الاعتبارات الأخلاقية ومخاطرها.

١- يمكن أن يكون لأمن كمبيوترك أثر على الآخرين. فالفيروسات التي تصيب كمبيوترك يمكن أن تنتقل إلى الآخرين.

٢- كل من يخزن بيانات شخصية عن ذبائنه أو معارفه يكون مسؤولاً عن الحفاظ على أمن هذه المعلومات.

٣- التلصص

[http://en.wikipedia.org/wiki/Hack\_%28technology\_slang%29

أو غيره من أساليب الوصول غير المصرح بها إلى معلومات عن الآخرين تعتبر تعدياً على حقوق الآخرين.

٤- من المهم أن تكون حذراً، ولكن لا تبالغ في اتخاذ إجراءات أمنية؛ فمن أكبر خصائص الشبكة الدولية هي إمكانية الدخول إليها. لذا، فإن تقييد حقوق الاطلاع عليها أو الإفراط في عمليات الفرز قد يشكل رقابة أو يحد من إمكانية الوصول إلى المواد المطلوبة.

٥- تشير عبارة برامج التجسس (spyware) إلى البرامج التي

تسيطر على كمبيوتر بدوافع تجارية في العادة. ويمكن أن يشتمل ذلك على

إضافة إعلانات غير مرغوب فيها أو سرقة معلومات عن بطاقات الائتمان. أما عبارة (diallers) فتشير إلى برامج تجعل المديمت تطلب

أرقام هواتف بصورة تلقائية ودونما إذن ممن يستعمل الكمبيوتر. ويستخدم هذا الأسلوب لإجراء مكالمات مع خطوط هاتفية باهظة التكلفة.

٦- تتضمن الكوكيز تخزين معلومات شخصية للحصول على مزيد من المعلومات. راجع كشف البيانات ١٥ الخاص بالسرية والخصوصية.

## أفضل الممارسات

١- ركب برنامجاً لمقاومة الفيروسات.

[http://en.wikipedia.org/wiki/Anti\_virus\_software



أو لشبكة الكمبيوترات، فأحرص على أن تكون لكل منهم حقوق مناسبة. ومن شأن تقييد الحقوق غير الضرورية أن يعمل على تفادي المشاكل الأمنية المقصودة وغير المقصودة.

١٢- نظام التشغيل Windows والبروازر Internet Explorer هما أبرز ما تستهدفه برامج الإيذاء. فكّر في بدائل من قبيل البرامج المفتوحة المصدر

[[http://en.wikipedia.org/wiki/Open\\_source](http://en.wikipedia.org/wiki/Open_source)

أو : Mozilla Firefox

<http://www.mozilla.org/>

١١- يجب على مديري الشبكات أن يرسموا سياسة استعمال مقبولة

[<http://en.wikipedia.org/wiki/AUP> (AUP)]

لكي لا يُعرّض المستعملون أمن الأنظمة للخطر.

#### لمزيد من المعلومات

١- صفحة مايكروسوفت الأمنية:

<http://www.microsoft.com/security/default.msp>

٢- صفحة أبل الأمنية

<http://www.apple.com/support/security/>.

معلومات مفصلة لمحتري في تكنولوجيا المعلومات.

<http://www.searchsecurity.com>

٣- الوكالة الأوروبية لأمن الشبكة والمعلومات

<http://www.enisa.enint/>

٤- إرشادات منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية عن أمن أنظمة المعلومات وشبكاتها.

[http://www.oecd.org/document/4,2/0,2340,en\\_2649\\_34255\\_15582250\\_1\\_1\\_1\\_1\\_0.html](http://www.oecd.org/document/4,2/0,2340,en_2649_34255_15582250_1_1_1_1_0.html)

٥- مجلة أمن المعلومات:

<<http://information.security.techtarget.com/>>

٦- موقع 2privacy يوجد به اختبار سرية لكمبيوترك:

<http://www.2privacy.com/>

٧- نصائح لأمن الأونلاين من حكومة المملكة المتحدة في

<http://www.itsafe.gov.uk/>

والولايات المتحدة في

[http://www.us\\_cert.gov/](http://www.us_cert.gov/)

٨- إرشادات عن أمن المعلومات للتسويق المباشر:

<[http://www.the\\_drma.org/guidelines/informationsecurity.shtml](http://www.the_drma.org/guidelines/informationsecurity.shtml)>

استعمال الكمبيوتر.

٤- يحتاج الطلبة إلى القدرة على تحمّل مسؤولية أفعالهم، إلا أن التخويف يقوض ثقتهم في أنفسهم وفي قيمتهم وقدراتهم.

٥- الطلبة الذين يشعرون بخطر (سواء كانوا يستعملون الأونلاين أم لا) يحتاجون إلى مساعدة من شخص بالغ يوثق به. وعلينا أن نتذكر أيضاً أن، الشخص الذي يمارس التخويف يحتاج كذلك إلى توجيه لئلا يتكرر هذا السلوك مستقبلاً.

٦- يجب أن تتوفر للمدارس إرشادات أيضاً. ولعل من المفيد إضافة إجراءات احترازية في سياسة مدرستك الخاصة بالإنترنت لمعالجة مشكلة التخويف.

### مسائل تتعلق بالأخلاق والسلامة

١- التخويف والإزعاج في حجرة الدرس يمكن أن يدهورا معنويات الصّف الدراسي برمته، ويوجد جواً من الخوف والتشكك ويجعلا التعلّم أقرب إلى المستحيل.

٢- يتمثل أحد الإجراءات الوقائية التي تحوّل دون تحوّل التخويف والإزعاج إلى مشكلة في جعل أسلوب قياس الغضب وحل المنازعات جزءاً من منهاجك. ومن شأن برامج من هذا القبيل تتنقى بعناية أن تمكّن التلاميذ والمدرسين من اكتشاف مواهبهم كوسطاء محتملين في النزاعات. وبذا ينحسر خطر تحوّل المنازعات الطفيفة إلى سلوك مخيف سواء أثناء استعمال الكمبيوتر أو في أي وقت آخر.

٣- يجب أن تكون لمدرستك سياسة واضحة - تسمّى عادةً سياسة الاستعمال المقبول

(AUP)

[http://en.wikipedia.org/wiki/Acceptable\_Use\_Policy]

لرصد الوقت والكيفية اللذين يستعمل بهما الطلبة والمدرّسون الإنترنت في المدرسة. ويجب أن تبين هذه الوثيقة بوضوح أن اللغة السّوقية ولغة التخويف والإزعاج لن تقبل. ويجب توضيح التبعات التي ستترتب على أي شخص يستعمل الإنترنت على نحو غير مناسب.

## كشف البيانات ١٧

### التخويف والإزعاج

ما العلاقة بين الإنترنت والتخويف أو الإزعاج؟

التخويف

[http://en.wikipedia.org/wiki/Bullying]

والإزعاج

[http://en.wikipedia.org/wiki/Harassment]

لهما أثر كبير في كيفية فهم الناس لأنفسهم وللعالم حولهم.

يتوقف تعريف التخويف عادة على من يعرفه. ومع ذلك، فإن التخويف بالنسبة لمعظم الناس، هو إجراء يُتخذ ضد شخص آخر لإيذائه على نحو يتكرر بأشكال مختلفة على مدى فترة من الزمن. ويختلف فهم الآباء والأبناء عادة لحجم هذه المشكلة. ويمكن أن يشتمل التخويف على الاتصال الشفوي أو البدني. ويمكن أن يتضمن، هذه الأيام، أيضاً التخويف الافتراضي بالمحاكاة عن طريق الإنترنت، حيث يشمل ذلك رسائل الكترونية مسيئة للمشاعر أو مؤذية، أو تعليقات في غرف الدردشة أو في لوحات الرسائل أو، حتى مواقع متطرفة تُنشأ بغرض إيذاء أفراد أو فئات معيّنة أو أشخاص معيّنين.

وقد كان على المربين دائماً أن يعالجوا التخويف والإزعاج داخل حجرات الدرس وخارجها. ومن الضروري لنا الآن أن نعرف كيف يشمل هذا النوع من الإزعاج الإنترنت أيضاً.

كيف يمكن أن يعالج التخويف والإزعاج في المدرسة

أو في البيت؟

١- لكي يتمكن الطلبة من التعلّم على نحو منتج، فإنهم يحتاجون إلى أن يكونوا في بيئة يشعرون فيها بالأمان وبالثقة في أنفسهم.

٢- إذا خُوفَ طالب أو أزعجَ، فستتأثر قدرته على التعلّم لأنه يتعذر عليه التركيز على الدراسة، ويشعر بالخطر ويفقد ثقته بنفسه.

٣- تقع على الآباء والمدرسين مسؤولية توفير أفضل بيئة للتعلّم، سواء في حجرة الدرس، أو في الملعب أو أثناء





٤- يجب أن تتوفر إجراءات لتوثيق عملية استخدام الإنترنت، بما ذلك تحديد من يجوز له استخدامها ومتى وأين.

٥- يجب أن يبلغ الطلبة بالكف عن الاتصال بأي شخص يزعمهم بأي طريقة عندما يستعملون الإنترنت.

٦- يجب على الطلبة أن يبلغوا فوراً شخصاً بالغاً بما حدث، وأن يطلعوه، إن أمكن، على المادة التي أثارت الاستياء لديهم. وعلى البالغ حينئذ أن يتبع الإجراءات المبيّنة في سياسة الاستعمال المقبول (AUP) بالمدرسة.

٧- الإجراء يكون كالإجراء المتبع في الحياة الواقعية، إذا ما تعرض طفل لإزعاج من جانب شخص ما. يجب على الأطفال التوقف عن الاتصال بالمعتدي وإبلاغ بالغ يوثق فيه بالحادثة. ولا ينبغي لهم أن يشعروا كما لو أنهم بمفردهم أو أن عليهم أن يعالجوا المشكلة بأنفسهم.

خلاصة القول هي أن سياسة استعمال الإنترنت في المدرسة يجب أن تتضمن وسائل تدخّل من قبيل حل المنازعات، وتدريب الطلبة والمدرسين على ما يجب أن يفعلوه إذا ما أزعجهم أحد، وتوفير دعم إيجابي لمن يتعرضون لإساءة، ومساعدة المعتدين، إن أمكن، على تغيير سلوكهم. وإذا ما وجدت سياسة كهذه فلن تجد المدارس صعوبة تذكر في التصدي للتخويف والإزعاج.

### أفكار للعمل في حجرة الدرس

١- لعب الأدوار، يشارك الطلبة في عملية حلّ لنزاع وهمي. ويحدّد المدرّس الأدوار وينظم مجموعات يكون الطلبة فيها مسؤولين عن تسوية النزاع. أما الخطوة التالية فهي عكس الأدوار، حيث تتاح للطلبة فرصة معالجة المسألة من منظور مختلف.

٢- مجموعات نقاش: يشارك الطلبة في مجموعات نقاش حيث يجري تقييم عملهم الجماعي، وحيث يشجّعون على التحدّث عن انطباعاتهم.

### أفضل الممارسات

فيما يلي بعض الأفكار المتعلقة بكيفية معالجة التخويف على الأونلاين، ورسائل الإزعاج الإلكترونيّة أو الرسائل من أي نوع:

١- يُطلب من التلاميذ ألاّ يفتحوا الرسائل الواردة من مصادر مجهولة.

٢- إذا فُتحت رسالة إلكترونية ووجدت فيها إساءة، فامحها فوراً.

٣- إذا دأب شخص ما على إرسال رسائل مسيئة أو مزعجة وكان في الإمكان تحديد المصدر (من خلال عنوان البريد الإلكتروني) فاتصل فوراً بمزوّد تلك الخدمة.

[[http://en.wikipedia.org/wiki/Internet\\_Service\\_Provider](http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_Service_Provider)]

لإبلاغه بتلك المضايقات.

٤- يجب ان تتضمن سياسة مدرستك الخاصة بالتخويف او سياسة الاستعمال المقبول لديها او الاثنتين معاً بنوداً تبين سبل معالجة الازعاج على الاونلاين من قبل الطلبة.

٥- كما هو الحال بالضبط بالنسبة لأي نوع آخر من التخويف، يجب على الطلبة ان يعلموا ان بإمكانهم ان يبلغوك او يبلغوا شخصاً بالغاً آخر كلّما تعرضوا لمضايقات على الاونلاين.

### لمزيد من المعلومات

Bullying. Org : <<http://www.bullying.org>>

٢- اوقف التخويف الآن

Stop Bullying Now!: <http://www.stopbullyingnow.com/>>

٣- اعرّف المخاطر: تحدي التخويف في الانترنت

[http://www.media-awareness.ca/english/teachers/wa\\_teachers/safe\\_passage\\_teachers/risks\\_bullying.cfm](http://www.media-awareness.ca/english/teachers/wa_teachers/safe_passage_teachers/risks_bullying.cfm)

٤- ما هو التخويف الانترنتي؟

<http://www.netalert.net.au/01569-what-is-eyber-bullying.asp?qnid=10398>

٥- بلغ عن مواد التخويف والايداء الى شبكة

Insafe:

<http://www.safereinternet.org/ww/en/pub/insafe/safety.htm>



### المصاحبة للتسوق اونلاين.

١- علم الطلبة على ان يبينوا من هو البائع ويعرفوا شروط البيع.

٢- اطلب من الطلبة، فرادى ومجموعات، ان يطلعوا على مواقع تجارية محددة للمنتجات والخدمات، وفي اذهانهم هدف محدد. مثال ذلك التخطيط لعطلة في نطاق مبلغ محدد (راجع كشف البيانات ٣ الخاص بالبحث عن المعلومات).

٣- ضع خطة لموقع تجاري الكتروني مع طلبتك (لبيع منتجات مدرسية، على سبيل المثال)، او قم بعمل اضافي يتعلق بمبادرات حالية من نوع المبادرة القائمة في اطار المدرسة. ادرس هيكل موقع تجاري جيد على الشبكة.

### الاعتبارات الاخلاقية والمخاطر

١- احم بيانات بطاقتك الائتمانية. اذ يمكن للمتصصين ان يحصلوا على معلومات عن بطاقتك الائتمانية بالدخول الى كمبيوترك عن طريق اختراق مواقع غير مؤمنة توجد فيها معلومات عنك.

٢- يحصل المجرمون ايضا على معلومات عن بطاقتك الائتمانية او حساباتك المصرفية بالاحتيال على الناس كي

### كشف البيانات ١٨

## التسوق أونلاين

يمكن تعريف التجارة الالكترونية بأنها مجموعة من الخدمات، والبرامج والاجراءات التي تتيح الفرصة لبيع المنتجات أونلاين. ويمكن شراء اي شيء تقريبا أونلاين ابتداءً بالكتب والرحلات السياحية وانتهاءً بالملابس والاجهزة الالكترونية. وفضلاً عن السلع المحسوسة، يمكنك ايضا ان تشتري خدمات من قبيل الدخول الى محتويات الاونلاين. واستناداً الى

Forrester Research

على العنوان:

<http://www.forrester.com/my/1,,1-0,FF.html>

فان من المتوقع ان تنمو سوق التجزئة الاوروبية اونلاين من ٤٠ بليوناً حسبما كانت عليه عام ٢٠٠٤ الى ١٦٧ بليوناً بحلول عام ٢٠٠٩.

### التعليم

يحتاج الشبان الى ان يكونوا مستهلكين مطلعين على الامور. وحيث يكتسب التسوق اونلاين اهمية، فمن الضروري ان يعرفوا كيف يستفيدون من المزايا ويتجنبون المخاطر

٣- اقرأ الشروط. قد يكون النص طويلاً ومخصصاً لكنه لا ينبغي لك ان تقر بالقول انك قرأته وفهمته ان لم تكن قد فعلت ذلك.

٤- التكاليف المستترة. قد تكون هذه ضرائب او رسوم تسليم يتقاضاها البائع. وقد تتقاضى جمارك ان كنت تطلب منتجات من الخارج.

٥- هل الموقع آمن. يشير رمز القفل او المفتاح في ادنى يمين البراوزر الى صفحات آمنة. ابحث عن شهادات

Secure Sockets Layer (SSL)

[http://en.wikipedia.org/wiki/Secure\_Sockets\_Layer

التي تضمن ان البيانات تكون مرموزة قبل ارسالها.

٦- تأكد من انك تتحكم في بياناتك الشخصية. انتبه الى المربعات المتعلقة باختيارات البائع في الاحتفاظ ببياناتك او امكانية اتصاله بك لاغراض تجارية.

يفصحوا عنها طواعيةً. وتدرج عمليات الفيشينغ

[http://en.wikipedia.org/wiki/phishing

في هذه الفئة (حيث ترسل رسائل يدعي مرسلها انها من شركات محترمة كي يغري الافراد بالكشف عن بيانات شخصية مثل كلمات السر وارقام بطاقات الائتمان). وتستهدف هذه الهجمات المتسوقين اونلاين او مواقع الدفع، حيث يُطلب منهم ان «يعيدوا تأكيد» المعلومات.

٣- بالنظر الى ان التسوق اونلاين يشتمل على الدفع ببطاقات الائتمان، فعلى المستهلكين ان يديروا مواردهم المالية بعناية لكي لا يفرطوا في الانفاق.

### افضل الممارسات

١- ابحث عنه تاجر تجزئة او بائع. وتتيح eBay مثلا، للبائعين ان يكونوا لنفسهم سمعة تعتمد على الانجازات والاداءات السابقة اضافة الى التعليقات عليها. لا تشتتر من مصادر ليست جديرة بالثقة، لاسيما المصادر التي يعلن عنها بالسبام. (راجع كشف البيانات ٦).

٢- تأكد من انك مؤمن ضد الاحتيال على بطاقاتك الائتمانية. تفحص كشوفات حساباتك بعناية لكي لا تتضمن مشتريات لم تصرح بها.

### لمزيد من المعلومات

١- علم طلبك عن التجارة اونلاين - من مايكروسوفت

http:// www.microsoft.com/office/prvious/frontpage/columns/edcolumn04.asp

٢- نموذج المفوضية الاوروبية لطلب التعويض، متوفر باحدى عشرة لغة:

http: europa.eu.int/comm./consmers/redress/indeed\_en.htm

٣- TRSTe مبادرة عالمية مستقلة غير ربحية تهدف الى بناء الثقة في صفقات الاونلاين:

http: www.truste.org

٤- معلومات مكتب المملكة المتحدة للتجار النزيه (OFT)

عن التسوق اونلاين:

http:www.oft.gov.uk/consumer/your+rights+when+shopping+from+home/online+shopping/default.htm

٥- صفحة المفوضية الاوروبية عن التجارة الالكترونية:

[http://eropa.eu.int/comm/internal\\_market/en/ecommerce/](http://eropa.eu.int/comm/internal_market/en/ecommerce/)

Amazon -٦

http://www.amazon.com على eBay

http://www.ebay.com على

هما من اشهر الاسماء في التسوق اونلاين.

Paypal من

لمنع الاحتيال:

<http://www.paypal.com/ebay/cgi-bin/webscr?cmd=gen/fraud-tipsbuyers-outside>

eBay- ٨ «اشهر اسم تجاري» اونلاين - مقالة من البي بي سي:

<http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4468745.stm>

Kelkoo -٩

هو موقع على الشبكة العالمية يُرجع اليه للمقارنة بين الاسعار من مختلف شركات البيع بالتجزئة:

<http://fr.kelkoo.com>



## كشف البيانات ١٩

### التحول الى مواطن الكتروني نشط

#### الحفاظ على حقوقنا كمواطنين الكترونيين

لقد كان الانتشار الواسع لاستعمال الانترنت، وتقنيات الاتصال الجديدة محركاً قوياً للنمو وللوظائف كما انه حسن نوعية المعيشة لكثير من المواطنين.

تعتمد المشاركة المدروسة من جانب جميع المواطنين فيما يعرف بالاقتصاد الرقمي على توسيع نطاق التوعية بشكل كبير جداً. وهذا يشمل القدرة على التحليل النقدي لمجموعة متنوعة من المعلومات التي تتعرض لها (وهذا هو المحتوى المسموع والمرئي). كي نكون وجهات نظر مستقلة ولكي ننخرط في قضايا المجتمع بشكل فعال.

#### ما هي المهارات الجديدة اللازمة للمواطنين كي يكونوا فاعلين في المجتمع

١- تتدخل تقنيات المعلومات والاتصالات بسرعة في كل جانب من جوانب حياتنا اليومية وتعمل على تغيير نوع

المهارات اللازمة لنا كي نكون اعضاء فاعلين في المجتمع.

٢- بالنظر الى ان الانترنت لا تزال تتطور بفعل توسع الشبكات اللاسلكية

[[http://en.wikipedia.org/wiki/sireless\\_network](http://en.wikipedia.org/wiki/sireless_network)]

و 3G [<http://en.wikipedia.org/wiki/3G>]

فستكتسب قدرتنا على استعمال التكنولوجيا الحديثة اهمية متزايدة في تلقي المعلومات وارسالها بفعالية وعلى نحو يتجاوز حد الامام بوسائل الاعلام وبالاتترنت.

#### ما هي المزايا التي توفرها الانترنت لمساعدتنا على ان نصبح مواطنين الكترونيين؟

١- تتجاوز الانترنت حد تمكيننا من نشر مزيد من المعلومات بسرعة اكبر وتحديث المعلومات باستمرار كي يلم المواطنون باحدث التطورات في اي مجال من مجالات اهتماماتهم.

٢- كنا نعتمد في الماضي على نماذج تختار الصحافة

لتنشيط الاقتصاد. وإذا اردنا ضمان تساوي الفرص للجميع، فعلياً ان نضمن تساوي امكانية اطلاع الجميع على المعلومات.

٢- حرية الكلمة: تضطلع تقنيات المعلومات والاتصالات بدور هام في حياتنا في هذه الايام. ولذا، فسرعان ما سيتمكن المتمرسون في استعمالها دون غيرهم فعلاً من اسماع «صوتهم» للآخرين.

٣- الحق في السرية: تعني الزيادة الهائلة في وسائل نقل المعلومات وتبادلها ان علينا ان نحرص على حماية بياناتنا وبالتالي حقنا في السرية (راجع «افضل الممارسات» ادناه).

### أفكار للعمل في حجرة الدرس

١- دراسة حقوق المواطنة وواجباتها: من افضل المراجع التي يمكن ان تكون اساساً لبرنامجك الخاص بدراسة حقوق المواطنة وواجباتها برنامج نشاط حقوق الانسان التابع لمجلس اوروبا (اونلاين) وعنوانه:

[http://www.hrea.org/erc/library/first\\_steps/index\\_eng.html](http://www.hrea.org/erc/library/first_steps/index_eng.html)

ويمكنك ايضاً ان تطلب من طلبة صفك الدراسي ان يعدوا ميثاقاً خاصاً بهم لحقوق الانسان. دعهم يطبقوا معلوماتهم الجديدة عن حقوق الانسان على بيئات افتراضية، من قبيل تحسين الانترنت كمكان يعملون فيه ويتسلون.

٢- التاريخ: الثورة الفرنسية: ساعد طلبتك على التفريق بين الحقائق والافتراضات عن طريق مقارنة لوحات الثورة البطولية لاقتحام سجن الباستيل بالروايات الحديثة. لا بد انهم سيتمكنون من «بيان اسباب الاختلاف في تفسير كيفية الهجوم على الباستيل واسبابه». ويمكن ربط ذلك بمفاهيم التربية الاعلامية، من قبيل كيفية تمثيل الواقع لاغراض مختلفة وامكانية الاخذ بالدليل.

٣- الجغرافيا: جواز سفر الى العالم: اطلب من الطلبة ان يناقشوا كيفية التي يجري بها تمثيل اماكن في العالم على الانترنت ثم يخللوا اسباب اختلاف مواقع الشبكة في اسلوب التركيز. او في نظرتها الى موقع معين.

٤- تحليل المحتوى: اختر موضوعاً، واطلع على ما كتب عنه في مواقع الاخبار من مصادر مختلفة، ثم حللها في حجرة

نشرها كي نبقى على علم بالامور. اما في ايامنا هذه، فكثيراً ما يكون بإمكاننا ان نصل الى المصدر مباشرة كي نحصل على المعلومات بأنفسنا.

٢- ان تحسن اطلاع المواطنين على المعلومات يعزز قدرتهم على المشاركة في الحياة الديمقراطية لبلادهم وعلى نطاق يشمل عموم اوروبا.

٤- ان المعلومات الجغرافية، ومعلومات حركة السير، والمعلومات الثقافية والسياحية التي تجمعها هيئات القطاعين العام والخاص لتثري حياة المواطنين الى حد بعيد. بل يمكن للمواطنين، في بعض البلدان، ان يستعملوا الانترنت لتغيير عنوانهم رسمياً، وطلب تجديد جوازات سفرهم او تنفيذ اعمال كانت في السابق تستغرق زمناً طويلاً. ومع ذلك، لا تنس انه يجب اتخاذ عدد من الاحتياطات عند الافصاح عن معلومات خاصة على الاونلاين (راجع كشي البيانات ١٥ و١٦ الخاصين بالسرية والامن).

٥- تمكّن الانترنت المواطنين ايضاً من المشاركة في مناقشات ومناظرات على الاونلاين عن مواضيع تهمهم في الحياة العامة او المحلية وتمكنهم حتى من المشاركة في الانتخابات بالادلاء بأصواتهم الكترونياً.

[<http://en.wikipedia.org/wiki/E-voting>]

### مسائل اخلاقية تتعلق بالمواطنة الالكترونية

بالنظر الى ان بإمكان المواطنين ان يطلعوا على معلومات جيدة تتطور باستمرار، فقد تعززت قدرتهم على ممارسة حقوقهم الانسانية الاساسية. ومع ذلك، علينا ان نحترس من التأثيرات السلبية التي يمكن ان تجلبها التكنولوجيا على هذه الحقوق، بوجه خاص:

١- تساوي الاطلاع على المعلومات: لقد اوجدت الهوية الرقمية مجتمعاً ذا شقين ينقسم بين «الموسرين» و«المعسرين». وإذا استمر هذا الوضع، فستعرض الديمقراطية للخطر، لأن قلبي الحظ سيفقدون استقلالهم في التعبير تدريجياً. وبدون الوصول مباشرة الى المعلومات، فلن نستطيع تشكيل وجهة نظر خاصة بنا وبالتالي سيسهل التحكم فينا من قبل المتمرسين في استخدام التقنيات الجديدة. فضلاً عن ذلك، فان معلومات القطاع الخاص مهمة جداً للحياة الديمقراطية والمدنية، ولا سيما كمصدر اساسي

كفاءة في استعمال الإنترنت بغية ضمان ان يكتسب الطلبة المهارات اللازمة للعيش والعمل والتسليه في مجتمع المعلومات هذه الايام. ومن هذه المهارات:

- أ- مهارات التنقل في متاهة المعلومات المتاحة في الانترنت.
- ب- اكتساب القدرة على التمييز بين المعلومات والاضاليل.
- ج - تحليل المعلومات لمعرفة صحتها وضرورتها.
- د - استخدام المعلومات في التعلم القائم على اساس المشروعات.
- هـ - استيعاب الفرص المتعددة التي يمكن ان يتيحها البراوزر والانترنت والاستفادة منها.

الدرس. واسأل هل تستعمل المؤسسات المختلفة اساليب مختلفة؟ ما سبب ذلك في رأيك؟

### أفضل الممارسات

- ١- من حق كل مواطن ان يحصل على نسخة من المعلومات الشخصية التي تُجمع وتُخزن عنه. تثبت بهذا الحق ولا تفصح عن معلومات خاصة ما لم تر ضرورة لذلك.
- ٢- اقرأ دائماً ما يكتب باحرف صغيرة عن الاسئلة كي تعرف الكيفية التي ستستعمل بها المعلومات التي تعطيتها عن نفسك، ولا تنس ان تراجع كشف البيانات ١٥ الخاص بالسرية لمعرفة المزيد عن ذلك.
- ٣- نقل مهارات التعلم عبر المدرسة، والتعليم العالي وفي المجتمع ضروري اذا اردنا تعزيز المشاركة في العملية الديمقراطية.
- ٤- يعكف عدد من المدارس حالياً على إعداد برامج



### لمزيد من المعلومات

١- منظمة العفو الدولية في

[http: www.amnesty.org](http://www.amnesty.org)

وهيومان رايتس ووتش في

[http: www.hrw.org](http://www.hrw.org)

هما منظمتان غير حكوميتين تدافعان عن حقوق الانسان. ويوجد لمنظمة العفو الدولية دليل بعدة لغات أعد للمدرسين كي يساعدوا الشبان على الالمام بحقوق الانسان، ولا سيما في وسط اوربا وشرقها:

[http: web.amnest.org/web/web.nsf/pages/hre\\_firtst](http://web.amnest.org/web/web.nsf/pages/hre_firtst)

٢- لدى المفوضية الاوروبية معلومات عن حماية الاطفال والكرامة الانسانية في خدمات مسموعة ومرئية:

[http:// europa.eu.int/comm/dupolicy/regl/new\\_srv/porhd\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/dupolicy/regl/new_srv/porhd_en.htm)

٣- لقد ألقوا الي بكمبيوتر... لكن ما كنت بحاجة اليه هو شيء يحافظ على الحياة، مقالة في

First Monday

وهي صحيفة يراجعها اشخاص متشابهو القدرات على الانترنت، وتحدد اربعة اسباب للهوة الرقمية - وهي التعليم ووسيلة الوصول، والمحتوى، والتدريب. وتناقش دور المكتبات والمتاحف في تعزيز كل من هذه المسائل:

[http: www.firstmonday.dk/issuses/issue6\\_4/wilhelm/indexhtml](http://www.firstmonday.dk/issuses/issue6_4/wilhelm/indexhtml)

٤- عولة الديمقراطية:

[http: www.prospect.org/print/v11/20/barber-b.html](http://www.prospect.org/print/v11/20/barber-b.html)

٥- مقالة. حجرة الدرس التجاوبية: اسلوب عملي لادخال المثل الديمقراطية الى النسيج اليومي للحياة في حجرة الدرس:

[http: www.newhorizons.org/strategies/democratic/gimbert.html](http://www.newhorizons.org/strategies/democratic/gimbert.html)

## كشف البيانات ٢٠

## التكنولوجيا النقالة

## مقدمة

لم يشتر كثير من الناس الهواتف النقالة عندما توفرت لأول مرة عام ١٩٨٣. اما في عام ١٩٩٥، فقد كانت ثمة خمسة اشتراكات لكل مئة من سكان الاتحاد الأوروبي. وطبقاً لإحصاءات Eurostat في عام ٢٠٠٥، فقد وصل المعدل عام ٢٠٠٢ الى ٨٠ هاتفاً لكل مئة شخص في دول الاتحاد الخمس والعشرين آنئذ. ويعد استعمال الهواتف النقالة ظاهرة عالمية، وهي اسرع ما تكون نمواً في افريقيا.

الخصائص الاساسية للهواتف النقالة هي المكالمات وخدمة الرسائل القصيرة

## (SMS)

[http: en.wikipedia.org/wiki/short\_message\_service

اما ما يسمى «الهواتف الذكية» فلها مزايا جديدة مثل البريد الالكتروني والرسائل المصورة والفيديو.

لقد تقارب عالم التكنولوجيا النقالة والكمبيوترات الشخصية كثيراً حيث يمكن استعمال كثير من الهواتف النقالة حالياً بمثابة براوزر للانترنت ووسيلة للبريد الالكتروني، بينما يتزايد عدد الكمبيوترات اللاسلكية كل يوم.

## التعليم

## ١- تشير عبارة

## M-Learning

الى التعلم بمساعدة تقنيات نقالة، مثل الهواتف النقالة والكمبيوترات المحمولة و

## PDA

(المساعد الرقمي الشخصي، وهو كمبيوتر اساسي صغير وبسيط يمكن حمله بيد واحدة).

## ٢- وجد بحث من اعداد

## SRI International

في عام ٢٠٠٣ ان ٩٠٪ من المدرسين الذين استعملوا

تكنولوجيا نقالة وجدوا انها اسهمت ايجابياً في التحصيل العلمي للطلبة:

http:// www.intel.com/edcacion/handhelds/SRI.pdf

## ٣- M- Learning

يتيح الفرصة لجعل تعليم الطلبة ذا طابع شخصي. فمثلاً، انشأت مدرسة في الولايات المتحدة «حجرة درس بلا ورق»، باستعمال التكنولوجيا لالقاء الدروس ولتقديم مساعدة اضافية لمن تُعد الانجليزية لغة ثانية لهم:

http:// www.paperlessclassroom.org

٤- لا يعتمد مستقبل التعلم بمساعدة التقنيات النقالة على تطور التكنولوجيا فحسب، بل يعتمد ايضاً على تطوير المواد التعليمية التي يمكن ايصالها عبر اجهزة تحمل باليد.

٥- يُعترف بكوريا الجنوبية باعتبارها احد رواد التعلم النقال. فمنذ عام ٢٠٠٤، استطاع الطلاب فيها نسخ المحاضرات في اجهزة نقالة تحمل باليد.

٦- تتزايد شعبية العاب الهواتف النقالة باستمرار كلما تحسنت التكنولوجيا. ومن المتوقع ان تصبح الالعاب التعليمية وانماط التعلم غير الرسمية الاخرى مناسبة جداً للهواتف النقالة.

٧- تُعد الكمبيوترات النقالة التي تحمل باليد مفيدة للمدرسين الذين لا يستقرون في مكان واحد. وللطلبة الذين يعملون في مجموعات او يؤدون عملاً ميدانياً.

٨- وُجد ان الكمبيوترات التي تحمل باليد تشجع الطلبة على تحمل المسؤولية عن عملهم وتقلل من احتمال فقدانهم للملاحظات والمهام.

٩- بالنظر الى ان الشبان مولعون بالهواتف النقالة، فيمكن للمدرسين ان يجعلوا استعمال الرسائل النصية وما شابهها جزءاً من الانشطة التي تؤدي في حجرة الدرس.

## مسائل مهمة

١- يُخشى على الاطفال من استعمال الهواتف النقالة في سن مبكرة جداً. ولم تكتمل الابحاث المتعلقة بمخاطر التعرض للاشعاع بمرور الزمن، حتى وان كانت محدودة.

[[http://en.wikipedia.org/wiki/computer\\_virus](http://en.wikipedia.org/wiki/computer_virus) والديدان وهي برامج تتكاثر وتروج لنفسها عبر الشبكة فتحدث أثراً ضاراً  
[[http://en.wikipedia.org/wiki/computer\\_worm](http://en.wikipedia.org/wiki/computer_worm) تصيب الاجهزة النقال بالعدوى منذ عام ٢٠٠٤. مثال ذلك "Cabir worm"

#### كيف

١- الهواتف النقاله تلقى هوى في نفوس الناس وهي سهلة الاستعمال وزهيدة الثمن نسبياً.  
٢- حاملاً تشتري هاتفاً نقلاً يمكنك ان تختار الدفع مقابل مرات الاستعمال انفرادياً مقابل الحصول على دقائق اضافية او يمكنك ان تشترك لدى مزود خدمة محدد ثم تدفع رسوماً شهرية مقابل الخدمات.

#### افضل الممارسات

١- شجع الشبان على تقييد استعمالهم للهواتف النقاله. ولكن لا تمنعهم من استعمالها. فاستعمال الهواتف النقاله ظاهرة واسعة الانتشار بين المراهقين وهي في كثير من الاوساط اساسية للربط بين النظراء.  
٢- لا تترك البلوتوث في وضع التشغيل عندما لا تستعمله وذلك تقادياً للمخاطر الامنية.  
٣- كما هو الحال بالنسبة للبريد الالكتروني، لا تتسلم بيانات الا من مصادر يوثق فيها.  
٤- راع مشاعر الآخرين في استعمالك للهاتف. فالناس حواليك قد لا يحبون الاستماع الى محادثتك.

٢- لا يزال استعمال الكمبيوتر يُضبط في المنزل. اما استعمال الهاتف النقال فيعتبره كثير من الآباء مسألة شخصية. وبالنظر الى شعور الاطفال بالثقة في انفسهم نتيجة للحرية الجديدة التي يتمتعون بها، فقد يوقعون انفسهم في مشاكل مالية عن طريق انفاق المال على الحملات الاعلامية التي تعد بتقديم جوائز او على توابع من قبيل نغمات قرع جرس الهاتف النقال.

٣- يمكن استعمال الاجهزة النقاله كوسائل تعقب. وتعد مسألة السلامة في مقابل الحرية مسألة خلافية.

٤- تكنولوجيا البلوتوث

[<http://en.wikipedia.org/wiki/Bluetooth>

تثير مسائل امنية من قبيل التلصص وارسال رسائل لا تكون مطلوبة.

٥- موبلوجز

[<http://en.wikipedia.org/wiki/moblog>

هي مدونات هواتف نقالة. ويرسل الشبان معلومات وصوراً فيعرضون سلامتهم للخطر.

٦- التخويف عن طريق الاجهزة النقاله يثير قلقاً متزايداً. فالشبان الذين يسمون

"happy slappers"

[[http://en.wikipedia.org/wiki/happy\\_slapping](http://en.wikipedia.org/wiki/happy_slapping)

يستعملون الهواتف النقاله لتسجيل اعتداءات ثم يرسلون صورها على الشبكة العالمية لاهانة الضحية. وهذا يحدث على الاغلب في المملكة المتحدة (راجع كشف البيانات ١٧ الخاص بالتخويف والازعاج).

٧- بالنظر الى ان الاجهزة النقاله تشتت الانتباه، فقد تشكل خطراً اثناء قيادة السيارة.

٨- الفيروسات

#### لمزيد من المعلومات

١- صفحة التعلم النقال الخاصة بمركز التعلم النقال:

<http://www.e-learningcentre.co.uk/eclipse/resources/mllearning.htm>

٢- موقع المملكة المتحدة المستقل لتفحص الهواتف النقاله:

<http://www.mobile-phones-uk.org.uk>



٢- استعراض نشرات التقنيات النّقالة والتعلم - تقرير مفصل من جامعة بيرمنغهام بما في ذلك دراسة حالات ونظرة على مستقبل التعلم النّقال:

[http://www.nestafturelab.org/research/reviews/reviews-11-and12/11\\_01.htm](http://www.nestafturelab.org/research/reviews/reviews-11-and12/11_01.htm)

٤- «التعلم النّقال» برنامج للبحث والتطوير يستعرض التعلم النّقال لدى الشبان المعرضين لخطر الاقصاء:

[www.m-learning.org](http://www.m-learning.org) <<http://www.m-learning.org>> HYPERLINK

٥- منتدى العالم اللاسلكي:

<http://www.w2forum.com>

٦- الاطفال والهواتف النّقالة، برنامج للعمل. نشرة اونلاين من

Childnet International

[http://www.childnet-int.org/downloads/CMPAAA\\_A4pdf](http://www.childnet-int.org/downloads/CMPAAA_A4pdf)

٧- الهيئة المستقلة لتصنيف الاجهزة النّقالة

<http://www.imcb.org.uk> (IMCB)

٨- اتحاد البيانات النّقالة

(MDA)

<http://www.mda-mobiledata.org/mda>

٩- صفحة نوكيا عن حماية هاتفك من البلوتوث والبرامج الضارة:

<http://Europe.nokia.com/nokia/0,,76016,00.html>

١٠- صفحة أمن البلوتوث:

<http://www.bluetooth.com/elp/security.asp>

١١- دليل المشغل النّقال فودافون للآباء:

<http://www.vodafone.co.uk/download/CSR%20parent%guide.pdf>

## كشف البيانات ٢١

٢- اضيفت عبارة

“weblog”

الى قاموس اكسفورد عام ٢٠٠٣. والمدونات هي ظاهرة حديثة في الانترنت.

٣- لأن المدونين يدونون مقالات ومعلومات على الاونلاين، فقد بدأ هذا الاتجاه يستحوذ على جانب كبير من رسائل النيوزغروب (راجع كشف البيانات عن النيوزغروب).

٤- مع ان لبعض الساسة والمشاهير مدونات، فلا تزال المدونات مقترنة افتراضاً وثيقاً بالناس العاديين حيث

## المدونات

### مقدمة

١- الكلمة “blog”

<http://en.wikipedia.org/wiki/blog>

هي اختصار للكلمة “weblog”

وهي تشير الى صحيفة على الاونلاين ينشئها وينشرها افراد او جماعات.

في الواقع النمط السائد في معظم برامج المدونات.

### الاستعمالات التعليمية للمدونات

١- تعطي المدونات الفرصة للطلبة كي يتحكموا فيما يتعلمونه وينشئوا منتدى ينشرون فيه افكارهم ومشاعرهم.

٢- يمكن استعمال المدونات كوسيلة تعليم مبتكرة للنقاش والتعاون. فمثلاً، استعمل طلاب صف يدرسون الادب الحديث المدونات لدراسة رواية «الحياة السرية للنحل»

<http://weblogs.herhs.k12.nj/bees/>

كتب المؤلف مقدمة للدرس ودُعي الطلبة وأباؤهم كي يكتبوا انطباعاتهم عما كانوا يكلفون بقراءته كل يوم. من ثم علق المؤلف عليها. راجع:

<http://weblogs.herhs.k12.nj.us/bees/>

٣- يلاحظ الخبراء ان تدوين المدونات عملية ثلاثية الخطوات. ويشرحون ذلك في

<http://www.thejournal.com/magazine/vdult/A4677c.cfm>

ويجب على المدونين ان ينقحوا المواد ويشدّبونها باستمرار. وبالبحث عن المواد للتعليق عليها تصبح النظريات والافكار المختلفة مألوفة لدى الطالب فيكتسب المهارات اللازمة لتحليل المحتويات تحليلاً نقدياً.

٤- يمكن استعمال التكنولوجيا كعامل مشجع في التعليم. ويبيد الطلبة اهتماماً بالمدونات بسبب جدتها وما تتيحها لهم من امكانية التعبير عما يدور بخلدهم. ويمكن ان يستعمل ذلك كوسيلة لتدريس مجموعة كبيرة من المواضيع.

٥- تتيح المدونات لكل طالب في الصف الفرصة للمشاركة في نقاش يعرض الاطفال لوجهات نظر مختلفة.

### الاعتبارات الاخلاقية والمخاطر

ذكر الطلبة بأن عليهم ألا يكشفوا عن معلومات شخصية في مواضع عامة بالانترنت. وتبرز هذه المشكلة بشكل خاص في المدونات، لأنها تكون في العادة شخصية بحكم طابعها.

يعبرون فيها عن وجهات نظرهم ويتحدثون فيها عن حياتهم اليومية.

٥- بالنظر الى اشتهاار المدونات اخيراً، فقد انشئ كثير من المواقع التي تعرض برامج لمساعدة الافراد على تأليف المواد ونشرها. ويمكن التعليق على كل بند في المدونة، وهو ما يتيح الفرصة للمناقشة ويمكن ان يعمل على توليد افكار جديدة. وقد ظهرت اخيراً المدونات النقالة

<http://en.wikipedia.org/wiki/moblogging>

بفضل تطور خصائص البريد الالكتروني في الهواتف النقالة (راجع كشف البيانات ٢٠ عن التكنولوجيا النقالة).

٦- مدونات الفيديو

<http://en.wikipedia.org/wiki/Vlog>

هي اتجاه جديد يعرض المدونون خلاله فيديوهات الى جانب تعليقاتهم.

[http://en.wikipedia.org/wiki/RSS\\_%28file\\_format%29](http://en.wikipedia.org/wiki/RSS_%28file_format%29)

اي ملخص المواقع النفيسة يستعمل حالياً في توزيع المدونات. فالراغبون في نشر موادهم على مواقع اخرى يمكنهم ذلك باستعمال

XML

<http://en.wikipedia.org/wiki/xml>

اي نسخة من اللغة المعلمة والموسعة  
Extendable mark-up langage

لتوزيعها في الشبكة العالمية. ان

XML

هو رمز يشبه

HTML

ويعرف ايضاً باسم

“feed”

اي خط تغذية. وهو يتيح الفرصة للقراء كي يطلبوا اشتراكاً للحصول على المواد اضافة الى تحديث محتويات المدونات التي تسلم اليهم لكي لا يضطروا الى زيارة المدونة للحصول عليها. قد تبدو هذه العملية معقدة لكنها



## كيف

والامساك عن الكشف عن بيانات شخصية معينة.

٢- يجب على الاطفال والشبان بشكل خاص ان يكونوا حريصين بالنسبة للكشف عن معلومات شخصية في مدونة.

٣- احترم حقوق الاقتباس ولا تستعمل تصاميم مدونات اشخاص آخرين دون اذن منهم.

٤- ابدأ بمدونة خاصة بك كي تتعرف على هذا الاسلوب قبل ان تطبقه في حجرة الدرس. قد يكون من المفيد الاطلاع على مدونات اخرى للحصول على افكار وحوافز. ويوجد في موقع

<http://www.schoolblogs.com>

اكثر من ٤٠٠٠ عضو وهو يتيح الفرصة لمن يطلعون عليه كي ينشئوا مدونة مدرسية خاصة بهم.

٥- قضّ وقتاً في شرح فكرة التدوين لطلابك. بين لهم سبب وجودها وقدم لهم امثلة على المدونات الجيدة والمدونات السيئة. من ثم اعط الطلاب مجموعة من القواعد الصارمة التي يمكن ان تتضمن طول ومدى تكرار الارساليات والمواضيع وعدد الروابط والصور وما الى ذلك. اطلب من الطلاب ان يحتفظوا بمدونة، وناقشوا تجاربهم وعلقوا على مدونات الآخرين.

١- اذا كانت لديك المهارات الفنية، فيمكنك ان تنشئ مدونة من لا شيء. ومعظم الناس يستعملون مواقع توفر ادوات لانشاء محتويات ونشرها في صورة مدونة. وتعد «مدونات المدارس» وعنوانها:

<http://www.schoolblogs.com>

و«المدون» (انظر ادناه) وسيطين يقدمان خدمات مجانية. وهما يوفران تعليمات سهلة ومتدرجة تساعدك على انشاء حساب، وتسمية مدونتك واختيار تصميم لها.

٢- حالما تصبح مدونتك جاهزة، فانك تحضر بنوداً وتحررها من صفحة في وثيقة مركزية في الشبكة العالمية. اما البرنامج الخاص بالقصيدة الشائعة فهو

WYSIWYG

<http://en.wikipedia.org/wiki/WYSIWYG>

وهو سهل الاستعمال والفهم الى حد بعيد.

٣- يمكن لمن يطلعون على مدونتك ان يعلقوا على محتواها بالنقر على تعليمات التوصيل link في نهاية كل بند.

٤- تأكد من تعزيز تعليقك باستعمال هايبرلنكس وصوراً توجد ازرار لهذه الادوات في شريط الايقونات بأعلى حيز النص حيث تودع المادة.

## افضل الممارسات

١- المدونة فرصة عظيمة للتعبير عن وجهات نظرك، ولكن قد ترغب في الحفاظ على سريتك باستعمال اسم مستعار

### لمزيد من المعلومات

١- Blogger

هو موقع يوفر ادوات للتدوين واصبح الآن للتدوين النقال:

<http://www.blogger.com/start>

٢- اربع عشرة نصيحة للمدونين عن حقوق الاقتباس:

<http://weblogs.about.com/od/issuessanddiscussions/a/copyrighttips.htm>

٣- مؤسسة الحدود الالكترونية

(EFF)

دليل قانوني للمدونين:

<http://www.eff.org/bloggers/1g>

٤- نصائح من كلية دارتموث عن مناقشات الاونلاين في حجرات الدرس:

<http://www.dartmouth.edu/webteach/articles/discussion.html>

٥- مقالة من البي بي سي بتاريخ ٢٣ يناير / كانون الثاني ٢٠٠٥ «اكاديميون يلقون دروساً عن المدونات»:

[http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk\\_news/education/4194669.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/education/4194669.stm)

٦- موقع

Weblogg-ed-this

يتبع اتجاهات التدوين الحالية في التعليم:

<http://www.weblogg-ed.com>

٧- مقالة في صحيفة «جورنال»، فبراير / شباط ٢٠٠٤، «ايصال المحتوى في مجال التدوين»:

<http://www.thejournal.com/magazine/vault/A4677.cfm>

٨- «التدريب وملخص المواقع النفيسة» - السؤال «ما هو؟» والسؤال «كيف» حسبما يناقشان في «ادوات الشبكة الجديدة القوية للتربويين»

<http://www.infotoday.com/mmschools/jan04/richardson.shtml>

مدونات تعليمية

<http://educational.blogs.com>

٩- «المدونة المثقفة»: استعمال المدونات للترويج للتعلم في حجرة الدرس:

<http://firstmonda.org/islues/issue9-6/hffaker>

١٠- ادوات لمؤازرة الكتابة الطلابية

[www.cesa12.k12.wi.us/teach/write/blogs.html](http://www.cesa12.k12.wi.us/teach/write/blogs.html)

١١- «ملف فكرة المدونة»: قائمة بالطرق التي يتبعها المدرسون في استعمال المدونات:

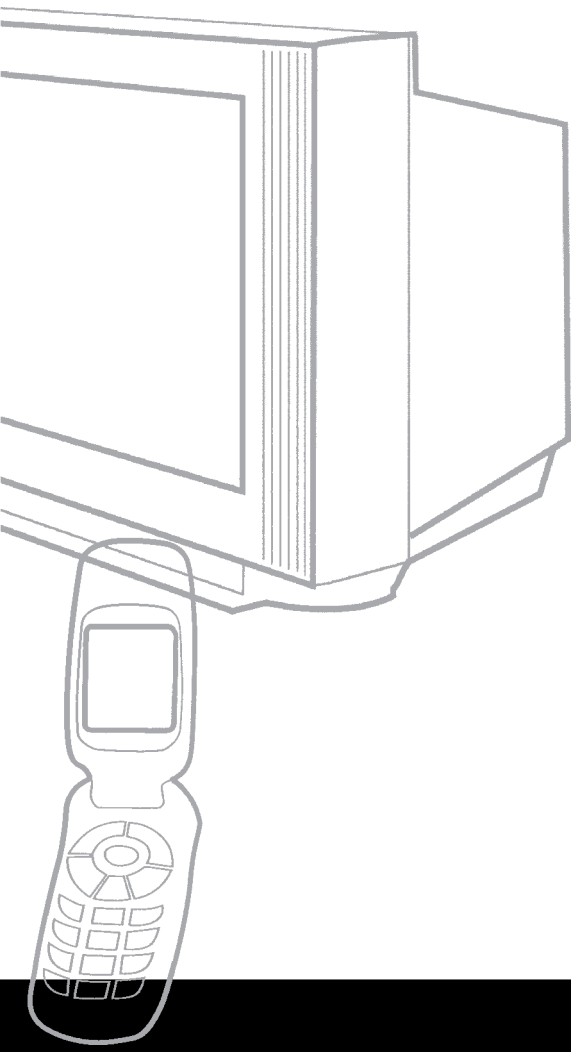
[http://www.weblogg-ed.com/stories/storyReader\\$100](http://www.weblogg-ed.com/stories/storyReader$100)

١٢- موارد التدوين للتربويين:

<http://www.3.essdak.org/socialstudies/blogs.htm>







نسعى في هذا الفصل إلى الرد على الأسئلة التي يتكرر طرحها أكثر من غيرها، وذلك في صورة مقابلة متخيّلة. والواقع هو أنّ لدى كثير من الناس أسئلة وشكوكاً، تستحق أن يُنظر فيها. وهذه مناسبة أخرى للتفكير في الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في حياة الناس وفي المجتمع بشكل عام. ويؤكد هذا الفصل على الحاجة الكبرى لإجراء أبحاث في مجالي وسائل الإعلام والترفيه الإعلامية.

## أسئلة يتكرر طرحها



### عن وسائل الإعلام وعن أثرها

لقد ردّ المجتمع، على كل وسيلة اتصال جديدة، بخوف وقلق من الآثار التي يمكن أن تحدثها في حياة الأفراد. وثمة حوار فيما عمله الفيلسوف اليوناني أفلاطون يشير إلى أسطورة مصرية عن اختراع الكتابة.

وسائل الإعلام، من عدّة وجوه، هي واقع مجهول، وهو ما يثير كثيراً من القلق لدى الجمهور. فهل ثمة أسباب ذات أساس راسخ لهذا القلق؟

أنه يثير القلق فهو الجاذبية التي ترتبط بكثير من وسائل الاتصال الجديدة هذه. ويبدو أن ثمة خوفاً من أن الاهتمام الذي تثيره قد يتنافس مع المؤسسات الأخرى المسؤولة عن تعليم الشبان وجعل سلوكهم مقبولاً لدى المجتمع؛ بل إنها قد تتفوق عليها. وبالتالي جعلها معزولة وعديمة الفائدة. ومع ذلك، فإن هذه المخاوف هي جزء لا يتجزأ من المهمة الاجتماعية لوسائل الاتصال ولا ينبغي الاستخفاف بها. ولا ينبغي، في الوقت ذاته، حرمان الناس من قدر معين من «الحق في التعبير عن الغضب»، لأن وسائل الاتصال الجديدة تميل إلى تجاوز قيم المجتمع وبعض حقوق الإنسان بشكل عام، مُستغلةً عدم وجود ضوابط وكونها أيضاً ظاهرة جديدة.

تثار هذه المخاوف عادةً حول الأطفال والمراهقين بشكل خاص. فكيف ستعالج المسألة الخلافية المتعلقة بتأثيرات التلفزيون على الشبان في أيامنا هذه؟

تعتبر الأجيال الشابة عرضة أكثر من غيرها للتأثر بالمواد التي لا تتحكم فيها الهيئات المسؤولة ثقافياً وأخلاقياً عن المهام المتعلقة بالتعليم. وهذا يمكن أن يفسر حملة الانتقادات الموجهة إلى التلفزيون حالياً.

ولا بدّ أن نتذكر أن الأبحاث تدلّ على أهمية النماذج والتفسيرات بالنسبة لتطور الشبان. ويظهر بعض أوائل الدراسات التي أجريت في هذا المجال اتفاقاً في النتائج في ذلك الاتجاه. فقد نشر البروفيسور هملافيت، منسق أحد هذه المشاريع دراسة في عام ١٩٥٨ قال فيها: «التلفزيون ليس بالقتامة التي يُصوّر بها، لكنه ليس رائداً عظيماً للثقافة والتثوير كما يريد له أنصاره».

ولقد تطوّرت الأبحاث بعدئذٍ، كما تطوّرت المادة التي تقدّمها الوسائط الجديدة وكذلك المحتويات الجديدة لوسائل الإعلام. وبالتالي، فإنّ نتائج الأبحاث تضع أمامنا عالماً معقداً جداً، ومثيراً لكثير من الجدل والخلاف والضجة، حيث يوجد اتجاهان رئيسيان، تمثلهما مدرسة تُعنى بالتأثيرات ومدرسة تُعنى بالاستعمالات والمتع.

تميل مدرسة التأثيرات إلى القول إنّ التلفزيون (ووسائل الإعلام بشكل عام) يسعى إلى التأثير في سلوك الشبان. فهم يشاهدونه بحثاً عن نماذج، وللتحقق من المواقف المتوقعة ومن قيمتها الاجتماعية. وهم يقيّمون سلطة

ففي هذه الأسطورة، يعبر الملك، الذي يبتغي مرضاة الله الذي خلق الفن الجديد، عن قلقه من التبعات الشريرة التي قد تترتب على الكتابة. إذ يمكن أن تسبب النسيان، لأنّ بني البشر سيهملون استعمال ذاكرتهم، لأنهم سيتقنون فيما هو خارج عنهم - وهي الحروف- ولا يثقون بعدئذٍ فيما هو داخلهم.

وقد كانت مطبعة غوتنبرغ هدفاً لتمحيص شديد - بما في ذلك الرقابة الرسميّة والدينيّة للمواد المنشورة. ويمكن أن يُقال الشيء ذاته عن السينما، وبالتالي، عن أفلام الرسوم الكاريكاتورية المتحركة، والراديو، والتلفزيون، والكمبيوتر، وألعاب الفيديو، والإنترنت، الخ. ومن المؤكد أن الشيء ذاته سيحدث بالنسبة لوسائل الاتصال في المستقبل. أمّا الراديو، الذي نعيش معه على وئام في هذه الأيام، فقد دفع بكتاب في أمريكا الشمالية إلى إصدار تعليق، عام ١٩٣٦، يقول فيه: «لقد ازدادت شعبية وسيلة التسلية هذه كثيرا بين الأطفال. لقد جلب هذا الغازي الجديد الذي اقتحم علينا خلوتنا في البيت تأثيراً مزعجاً على تطوّر الأطفال، حيث يلاحظ الآباء باستمرار تغيراً محيراً في تصرفات أبنائهم. وهم يشعرون بالارتباك بفعل مجموعة من المشاكل الجديدة التي لا يشعرون أنّهم قادرين على معالجتها».

ومع ذلك، من الذي يقلق من تأثيرات الراديو في هذه الأيام؟ وعلى الرغم مما يدعو إلى القلق، حسبما ظهر في بعض أنماط الاستماع لدى الشبان ولا سيّما في البرامج الحوارية، فمن المفيد أن ننظر إلى الجانب التاريخي. وهذا يدلّ على أن المشكلة لا تكمن في وسائل الاتصال بقدر ما تكمن في طريقة التفاعل مع مجموعة من ذوي الأدوار الاجتماعية، كالمنتجين والإذاعيين، والمراقبين، والجمهور. فضلاً عن ذلك، لا بدّ من أن نضع في الاعتبار الطريقة التي يتم بها تكييف تلك الوسائل بحيث تتناسب مع ثقافة ما.

### من أين جاءت هذه المخاوف؟

يبدو أنها نجمت، من ناحية، عن الاعتقاد بأن لهذه التقنيات قدرة ما على التأثير بشكل ملحوظ على من يستعملها ويتعامل معها، وعن المحتوى الذي تقدمه هذه التقنيات وتنشره، من ناحية أخرى. أمّا ما يبدو عادة

وأما فكرة جعل السلوك مقبولاً لدى المجتمع فتسعى إلى إيجاد موقف بين هذين النقيضين يكون مفيداً في التربية الإعلامية. وتضع في الحسبان ضغوط نظام الإنتاج وفهمه العميق للجماهير بالإضافة إلى درجات الحرية التي توجد تحت تصرّف الجماهير. ولا تعتمد على طريقة واحدة في التفكير النقدي وهي تقترح اتباع منطق التيقظ والاحتجاج بالإضافة إلى المشاركة واتباع أفضل الممارسات. وفكرة جعل السلوك مقبولاً لدى المجتمع ترى في ظاهرة التلقي ربطاً معقداً بين التأثير والمقاومة، يمكن أن يتفاوت من شخص إلى آخر وفقاً للزمان والمكان. ويمكن أن تصبح التربية الإعلامية أفضل أداة وأفضل وسيلة فرز، يمكن للكبار أن يستعملوها لمساعدة الشبان على بلورة وعيهم الخاص بتعقيدات النصوص الإعلامية وسياقاتها.

### لماذا يتعرض التلفزيون لهذه الانتقادات المستمرة؟

لا بدّ من القول إنّه لم تصل أي وسيلة تواصل أخرى على الإطلاق هذا الموضوع البارز الذي وصله التلفزيون في حياة الفرد والأسرة والمجتمع ككل لا بالنسبة لحضوره فحسب (كانت الإذاعة قد حققت ذلك أيضاً) بل بالنسبة أيضاً للالتباه والاهتمام اللذين يثيرهما التلفزيون حول نفسه. فمن ناحية، اكتسب القول السائر «لا تصدّق حتى ترى» بُعداً آخر. إذ كان بإمكان المرء، في السابق، أن يقول بصحّة شيء ما لأنه قرأه في الجريدة. أما الآن، فيمكن للمرء أن يذهب إلى أبعد من ذلك فيقول: يمكن أن تكون لكل واحد منا وجهة نظر عمّا رآه بعينه. وقد أصبح الإحساس بالواقع أكبر مما كان عليه من قبل بكثير. ومن ناحية أخرى، رسخ التلفزيون أركانه باعتباره راوي قصة خيالية مهمّاً وكبيراً. وبفضل استعماله للغة والتعبيرات المرتبطة بالمسرح والسينما والرسوم الكاريكاتورية والرومانسية، فإنه يتمتع بمزّيّة إيضاح القصص عن طريق الصور المتحركة. ومع القصص جاءت الحبكة ومغامرات الأبطال ومن خلالها تحققت حاجة المشاهدين إلى الاقتران بشخصيات معيّنة وتكوين صورة ذهنيّة من الواقع. إننا نعرف أن البعد الروائي هو أحد أهم الطرق القديمة للحديث عن الحياة والعالم. وقد استوعب التلفزيون ذلك البعد، وتمكّن منه.

الكبار حسبما تفسّر على الشاشة. وتضع هذه المدرسة في حساباتها أن نظام التلفزيون، باعتباره مؤسسة، إنّما يسعى إلى إحداث تغيير اجتماعي، ويقدم بصورة فعّالة نماذج وتفسيرات. ولقد بلورت شركات الإنتاج على سبيل المثال، استراتيجيات استهداف تتضمن رؤيتها للجمهور الذي تأمل في إغرائه. ومع ذلك، دلّت الأبحاث على أنّ تلك التأثيرات ليست مسألة آليّة، ثمّ إنها، قبل كل شيء، لا تكون في الموضوع المتوقع لها. وتفتقر بمرور الزمن إلى الوضوح والدقّة، وترتبط بمدى استخدام وسائل الإعلام، أو بمدى «رعائتها» حسبما قال البروفيسور جورج غيربندر في سبعينيات القرن الماضي. مثال ذلك مسألة العنف: فالعنف لا يجعل الناس عدوانيين (إلاّ في حالات التقليد التي تبالغ وسائل الإعلام في تفسيرها)، بل يخيفهم ولا سيّما البنات لأنهنّ يصوّرن دائماً كضحايا.

أمّا مدرسة الاستعمالات والمتع فتتميل إلى القول إنّ التلفزيون (ووسائل الإعلام بشكل عام) ليس له أثر. وتقول إنّ كل فرد يأخذ بصورة مستقلة جداً ما يراه وما يسمعه، دون أن تكون لذلك تبعات ضارة على سلوكه. ويبدو أن الفرد ينتج مضادّات من عنده تتصدى لتأثير وسائل الإعلام عن طريق الأنشطة الاجتماعية والفكرية. وترى هذه المدرسة أيضاً أنّه لا ضرر من الصورة (وهو موقف عدلّه أخيراً علماء نفس الطفل). وتقوم فئات مختلفة من الجمهور بمراجعة رسائل المنتجين وتحويرها، وتستعملها بطريقة مختلفة في حياته اليومية. ولقد أوضحت ذلك دراسات التلقّي، حسبما بيّنه البروفيسور ستوارت هول في ثمانينات القرن الماضي. ويمكن أن يكون التلقّي طاعياً (ثمة تطابق تام بين المنتجين وجمهورهم)، أو متعارضاً (لا يوجد تطابق) أو قابلاً للأخذ والرد (لا يوجد سوى تطابق جزئي).

والواقع أنّ هاتين المدرستين تنظران إلى ظاهرة النفوذ من زاويتي تقييم مختلفتين وتكمّلان بعضهما بعضاً ولا تتعارضان. فمدرسة التأثيرات تتبنى موقفها على المستوى العام للاقتصاد السياسي لوسائل الإعلام، مع التركيز بوجه خاص على ثقافة المنتجين والإذاعيين. أمّا مدرسة الاستعمالات والمتع فتركز اهتمامها على المستوى الخاص بالأفراد وعلى التلقّي، مع التركيز بوجه خاص على ثقافة الجماهير المختلفة.





أن يمارس على معظم فئات المجتمع المعرضة للخطر، ولا سيما الأطفال. فضلاً عن ذلك، ثمة شكاوى تعلقّت منذ البداية على ما يُفترض بتأثيرات مشاهدة التلفزيون وهي: فشل المدرسة، والسلبية، ومشاكل النظر، والبدانة، وقلة القراءة، وما إلى ذلك. وفي هذه الحالة، فإن المسألة ليست مسألة نوع معيّن من المحتويات أو البرامج، بل المسألة هي التلفزيون في حدّ ذاته، بكلّ ما يمثّله. وليس من الغريب أن جانباً كبيراً من هذه الاعتراضات قد طبّق على استعمال الانترنت.

وقبل مناقشة بعض هذه المسائل بعمق، يجدر بنا أن ننظر إلى نتائج أبحاث أجريت عن مشاهدة الأطفال للتلفزيون.

النقطة الأولى تعتبر تحصيل حاصل وهي أن: غالبية ساحقة من الأطفال تقضيّ جانباً كبيراً من يومها مع التلفزيون. ويمكن تقدير ذلك بثلاث ساعات يومياً تزداد أو تقل خلال العطلة الأسبوعية. وإذا وضعنا في الاعتبار أن هذه العملية لا تتأثر في معظم الحالات بالعطلة الأسبوعية أو بالإجازات، فيمكننا القول إنها نشاط يشغل من الوقت أكثر مما يشغله أي شيء آخر، إذا لم نحسب الوقت الذي يقضيه الأطفال في النوم. ومع ذلك، يجب أن نتذكر أننا نتحدث عن متوسط المعدلات: إذ إن ثمة أطفالاً وكباراً كثيرين يشاهدون التلفزيون فترة تزيد عن المتوسط العام.

تدلّ بيانات من هذا القبيل على أن الأطفال الصغار يقضون من الوقت أمام التلفزيون أكثر مما يقضونه مع والديهم أو مدرسيهم. فلا عجب إذ أن يشار إلى التلفزيون عادةً بأنه جليس الطفل أو «الجدة الإلكترونية». ومع ذلك، لا ينبغي للمرء أن يخلط بين مشاهدة التلفزيون وبين الوقت الذي يكون جهاز التلفزيون فيه في حالة تشغيل، ثم إن مشاهدة التلفزيون لا تحدث بالكامل في حضور الكبار. صحيح أن هناك، بطبيعة الحال، برامج تلفزيونية يبذل الأطفال كلّ ما في وسعهم لكي لا تفوتهم، تماماً كما يفعل الكبار، وهم يشاهدونها بتفرغ كامل ويستمتعون بها. إلا أن التلفزيون يكون أيضاً في كثير من الأوقات، مجرد رفيق، أو مجرد مدفاة يكون المرء شارداً عنها نصف الوقت. وإذا وُجدت وسائل أخرى تجتذب الاهتمام لشغل الوقت فإن التلفزيون ينحى جانباً.

ويتكرر بعض الانتقادات للتلفزيون، بمعنى أنها تشبه الانتقادات التي أثارها وسائل الإعلام الأخرى، التي سبقت التلفزيون والتي تلتها. ولا ينبغي أن ننسى أن فكرة الجفوة، التي يستعملها البعض لوصف علاقة الأفراد بوسائل الإعلام هذه الأيام، كانت إلى حدّ ما، ماثلة في الأسطورة الأفلاطونية التي ذكرناها آنفاً عن اختراع الكتابة. والواقع أن البعض رأى في الراديو ذاته ضرباً من الخطر على الخصوصية والخلوة والسريّة. وقد اعتُبر أن المسلسلات الإذاعية، أو الأغاني، يمكن أن تكون لها تبعات سلبية. أما بالنسبة للتلفزيون، فقد تفاقم كل شيء بالنظر إلى أننا في الواقع نرى الأشياء والأشخاص والمواقف. وعن طريق تقديم صور خيالية عن مشاهدة الحياة اليومية، وأحياناً في أكثر جوانبها تطرفاً واستتاراً، فإن العالم ينكشف لنا على اتساعه، إذا جاز التعبير. ولنأخذ، مثلاً، مسألة العلاقة بين الجنسين أو العلاقات الجنسية ذاتها. ففي الأزمان السابقة، كان في الإمكان ضبط عملية الكشف عن أسرار مرحلة البلوغ وتأجيلها حتى وقت متأخر من مراحل نمو الطفل. أمّا اليوم، فهذا مستحيل. إذ إن البعض لا يرون ذلك الكشف، وفي تكراره اللامتناهي، تخفيفاً للحواجز بين الأجيال فحسب، بل يرون فيه أيضاً اختصاراً مذهلاً لحياة الأفراد والمجتمعات. ويرى البعض الآخر المكاسب والفناء الذي يُستقى من ذلك، بالنظر إلى إمكانية مناقشة المسائل الحساسة بحريّة. فمن حقّ كل شخص أن يرى رأياً، مع الأخذ في الاعتبار الحاجة إلى توازن العلاقة التي تحتفظ بها وسائل الإعلام مع المجتمع، وليس من المؤكد على الإطلاق أنها سبب كلّ الشرور وأنها تجلب مكاسب حقيقية، لكنّها تقدّم أيضاً تفسيرات يمكن أن تقرض سلطة شديدة على العقل.

### تتركز المخاوف من تأثيرات التلفزيون على الجنس وخصوصاً على العنف فهل هذا صحيح؟

هاتان هما أبرز مشكلتين. ومع ذلك ثمة مشكلة أخرى تعتبر مدعاة للقلق، وإن كان بدرجة أقلّ وهي الإعلان والحافز للشراء. وتوجد مشكلة لغوية أيضاً، تثير قلقاً بالغاً لدى دول من قبيل المملكة المتحدة، وإن لم تكن واردة بالنسبة لدول أخرى مثل فرنسا. وسبب هذه المخاوف أساساً هو السبب ذاته، أي التأثير الذي يمكن

أسئلة يتكرر طرحها

من يكونون في المدرسة صباحاً وبعد الظهر أيضاً. أما خلال العطلات فيشتد ذلك لأن معظم الشبكات يميل إلى تعديل برامجه كي تتلائم مع وجود الشبان. وإذا فكرنا في ذلك، فلن نستغرب أن تكون تأثيرات التلفزيون كبيرة جداً.

### إلى أي حد يمكن أن يؤثر نمط مشاهدة الوالدين للتلفزيون على نمط مشاهدة الأطفال له؟

يرى كثير من الباحثين أن للبيئة ولنمط الحياة التي يوجد فيها التلفزيون أثراً حاسماً في طريقة تأثر الأطفال بوسائل الإعلام. إنها وسيط غير مباشر يمكن أن يكون له نفوذ كبير. وهذا النفوذ يمارس من خلال النموذج، والاستمرارية، والروتين. ولا ننسى أن التلفزيون ليس وسيلة الإعلام الوحيدة ذات الشأن في هذا المجال. فالتلفزيون ليس إلا خيطاً - وإن كان معبراً جداً في نهاية المطاف - في نسيج يضم أيضاً المواقف والممارسات الاجتماعية للأسرة، كما يضم أنشطة أوقات الفراغ والثقافة العامة. وهذا كله يسهم في تهيئة البيئة الثقافية التي يترعرع فيها الأطفال.

### هل تعدد أجهزة التلفزيون في المنازل ظاهرة

#### إيجابية أم سلبية؟

لا يُعد وجود أكثر من جهاز تلفزيون واحد في المنزل، في حد ذاته، عاملاً إيجابياً أو سلبياً. فما يمكن أن ينطوي على مشكلة هو الاستعمالات والممارسات التي قد تنشأ عن وجود عدد أكثر أو أقل من الأجهزة. وتعدّد الأجهزة يحلّ، أحياناً، مشكلة تزامن البرامج المختلفة التي يرغب اثنان أو أكثر من أفراد الأسرة في مشاهدتها. إلا أن الأمر يكون مختلفاً جداً عندما يتعوّد كل واحد من أفراد الأسرة على التقوقع في ركنه الصغير، فيتلاشى إطار ومجال التفاعل والالتقاء. ومع ذلك، فإن المسألة هي معرفة إن كان التلفزيون وتعدّد أجهزته في البيت هو الذي يتسبب في هذه «الخصوصية» أم أن الخصوصية هي تعبير عن افتقار عميق وواسع للتواصل. وثمة من يقولون إنّ الأداة هي التي تصنع الوظيفة، تماماً كما توجد عائلات تعتمد ألا يكون لديها تلفزيون في البيت - وهو موقف يمكن أن يُعتبر إمّا جديراً بالاحترام وإمّا قابلاً للمساءلة - وثمة

### هل هذا يعني أن نموذج الطفل الذي يفغر فاه وهو متسمّر في الشاشة، كما لو كان مدمناً، نموذج مبالغ فيه؟

توجد هذه الحالات لكنّها تشير إلى لحظات محدّدة أو أنّها بالنسبة للطفل تشير إلى العيش في ظروف بعينها (العزلة، الإهمال، الخ). ومع أن هذه الحالات تثير القلق، إلا أنّها ليست السمة الغالبة. أمّا الإدمان، فقد يكون في المقام الأول، ظاهرة لمشكلة خطيرة، ودليلاً على وجود شيء غير سليم يجعل عالم التلفزيون أمتع وأرحب من عالم العلاقات المباشرة، الذي يسمّى عالم الواقع، أكثر من كونه تبعاً من تبعات مشاهدة التلفزيون.

ولحسن الحظ، فإنّ هذا لا يحدث بالنسبة لمعظم الأطفال. ولا يعني ذلك أنه لا يمكن للصغار أن يؤخذوا بقصة ما، أو بمسلسل ما، أو ببطل ما، تماماً يشعر الكبار.

### عن الإعلام والأسرة

### ما هي العوامل التي يحتمل أن تسهم في زيادة مشاهدة التلفزيون أو نقصانها؟

يوجد عدد لا يُحصى من العوامل. وهذا يتوقف على نوعية البرامج التي تقدمها القنوات المتوفرة كما يتوقف على تكلفتها وشروط استقبالها والظروف السائدة لدى الطرف المتلقي لها. وعلى المرء هنا أن ينظر في شبكات البرامج وأنماطها (كأن تكون مسلسلاً يبيث في يوم معيّن من الأسبوع، وفي وقت محدّد) بالإضافة إلى المناسبات المحدّدة أو المنفردة (مثل إذاعة مباراة لكرة القدم). وقد تتراوح العوامل المتعلقة بالمتلقي بين الخصائص الفردية (السن، مرحلة التطور، الخ). وبين الأوقات (الساعة، اليوم، الفصل) وبين الأحوال الجوية، ووجود الأنشطة البدلية، والعادات والروتين، وخصائص المنزل، وأنماط حياة الأسرة، والممارسات الثقافية. ويعمل وجود أفراد مسنّين أو عاطلين عن العمل في البيت على زيادة مشاهدة التلفزيون. ويمكن أن يكون لساعات الحضور المدرسية أثر في ذلك أيضاً، بالإضافة إلى العطلات، فالأطفال الذين يذهبون إلى المدرسة إمّا صباحاً وإمّا بعد الظهر يشاهدون من البرامج التلفزيونية أكثر بكثير مما يشاهده



البيئة وفرزها واستيعابها، بما في ذلك التلفزيون. ويتفاقم الوضع إذا رأى الطفل (وشعر) أن هذه التفاعلات أخذت تتضاءل بل وتتلاشى وفي هذه الحالة، يزداد كثيراً تعرضه للخطر، ولا سيما بالنسبة للتلفزيون.

**هل يوجد فرق ملحوظ بين العنف كما تصوّره البرامج الخيالية وبين العنف الذي تقدّمه نشرات الأخبار؟**

عندما لا يعرف الطفل سوى النزر اليسير عن القواعد التي تحكم برنامجاً معيناً ويدرك أن ما يراه إنّما هو من نسج الخيال، فإنه مع ذلك يحركك لديك العواطف والأحاسيس التي تتطوي عليها الحكبة الروائية. وهذه التجربة تحدث بنوع من الظنّ بأن شيئاً خيالياً ما إنّما هو حقيقة واقعة. وهي تشبه الأحلام إلى حدّ ما والقسوة والعنف اللذين يحدثان فيها أحياناً. وتتطوي مشاهدة الصور في التقارير الإخبارية على تعليمات من القواعد الخاصة بكل واحد منه : فهنك أشخاص حقيقيون يرتكبون أعمالاً معيّنة، وهناك أشخاص آخرون يقعون ضحايا لتلك الأعمال ؛ وهناك أشخاص يشار إليهم جسمياً وذهنياً باعتبارهم هدفاً لاعتداء، وقد يموتون. كما يحدث في الهجمات الإرهابية أو أثناء الحرب، على سبيل المثال. ولهذا السبب يُطلب من المرسلين ومحرري الأخبار أن يكونوا على وعي بالقواعد المتبعة في هذا الخصوص وأن يحرسوا تماماً، في هذه الحالة أيضاً، على التصرف على نحو متوازن ومعقول. ولا ينبغي لهم أن ينهمكوا في استطلاعات مروّعة وسقيمة عن الرعب والقسوة يسهل تصويرها في أي مكان بالعالم. ويجب عليهم أن يتقيدوا بقواعد معيّنة مع حرصهم على نقل المعلومات وتعزيز الوعي لدى الجمهور.

### عن وسائل الإعلام والشباب

**يتفاوت مفهوم الأطفال للصور، استناداً إلى فئات أعمارهم. فما هو أثر التلفزيون ووسائل الإعلام الأخرى، وفقاً لاختلاف فئات أعمارهم؟**

كان يظنّ، حتى عهد قريب، أنّ معظم أبعاد التطور والنموّ يكتسبها الأطفال بين سن الخامسة وسن السابعة. وكان يُظنّ أيضاً أن العلاقة بالصور علاقة أحادية البعد

أيضاً من يتعمدون الاقتصار على جهاز واحد، يوضع في غرفة الجلوس بالمنزل. وجهاز التلفزيون لا يسهم على أية حال، في هيكلة الوقت والحيز للأسرة.

**هل يمكن أن يقال إن الطفل الذي يمارس أنشطة أخرى، إلى جانب المدرسة، يكون أقل اعتماداً على التلفزيون من غيره؟**

إذا وجدت أنشطة أخرى ترغم الطفل على الخروج وشغل وقته، فستقلّ مشاهدة التلفزيون. ومع ذلك، وجد الباحثون حالات يقضي فيها أطفال مشغولون جداً وقتاً طويلاً في مشاهدة التلفزيون. والعلاقة بين مشاهدة التلفزيون وعدد الأنشطة الأخرى ليست بسيطة. ففي بعض الحالات، يتأثر عدد الأنشطة الأخرى بالتلفزيون. وفي حالات أخرى يحدث عكس تماماً. وقد كتب الباحث الفرنسي فرانسوا ماريي عن ذلك يقول: «ينتقد المرء التلفزيون على منعه الأطفال فعل أشياء أخرى، لكن عدم وجود أشياء أخرى هو الذي يجعلهم يشاهدون التلفزيون». وعلى أية حال، فإنّ من الإيجابي أن تتاح للأطفال فرصة العيش في أوضاع مختلفة. وفرصة تنظيم أنشطة التسلية واللعب لديهم بقدر من الاستقلال. ولذلك، فإنّ على الأسر والمجتمعات المحلية، ولا سيما السلطات المحلية أن تهيبّ للأطفال أماكن مريحة تتوفر لها ظروف السلامة اللازمة، دون أن تكون مفرطة في قيودها وشكلها. ومما يطمح الأطفال كثيراً إلى التعبير عنه هو إمكانية أداء أنشطة خارج البيت، كممارسة الرياضة، وركوب الدراجات الهوائية، والسفر، واللعب، وما شاكل ذلك.

**هل من المقبول القول إنّ تأثير التلفزيون أشدّ من تأثير أي عامل آخر في حياة الطفل؟**

من السهل على المرء أن يندفع إلى إطلاق أحكام من هذا القبيل بالنظر إلى تعدّد العوامل في هذا الصدد. وهناك شبه إجماع على الفكرة القائلة إنه ليس ثمة ما هو أشدّ تأثيراً من العلاقات البشرية المباشرة مع الطفل في الظروف العادية. ومن ثم يكون التركيز على نوعية التفاعلات الإنسانية. وهي أنجع وسيلة في تكوين شخصية الطفل وإيجاد مرجعيات تمكّنه من تقييم المواقف. ويمكنها أن تقوم بدور حاسم في تخفيف أثر الاعتداءات الصادرة عن

أسئلة يتكرر طرحها

فقبل سن السابعة، يميل معظم برامج التلفزيون التي تستهدفهم إلى الاقتصار على أفلام الصور المتحركة التي تتسجم مع فئتهم العمرية. أما بعد تلك السن، ولا سيّما بعد سن الثانية عشرة، فلا يوجد كثير من البرامج الموجهة إليهم. ونتيجة لذلك يواجه الأطفال بنفس النوع من العشوائية التي تواجه الكبار في التلفزيون. ولا يجدون إلا برامج المواقع أو المسلسلات التي يُقصد بها الكبار. وقلّما يجدون برامج تستجيب لاهتماماتهم أو تتسجم مع التوقعات الفكرية لفئتهم العمرية. وأبرز ما يكون هذا بالنسبة للأخبار والوثائقيات العلمية أو الثقافية.

### كيف يمثل الإعلامُ الشبّانَ وما هي تبعات ذلك؟

بناء هوية من هم دون سن العشرين من الشبان عملية دينامية تنقلهم من الطفولة إلى عالم الكبار. وهي تدور حول بلورة شخصيتهم وعلاقاتهم بالآخرين على نحو تدريجي. وتشير عبارة الهوية إلى صورة المرء الذاتية فيما يتعلق بتاريخه الشخصي وبيئته الخاصة. وتنتهي الهوية على أساس من العلاقة مع الآخرين، بالتفاعل والمقارنة مع الصورة التي يعكسها الآخرون (الاعتراف، الاحترام، الرفض، الخ). وللهوية امتدادات من حيث مدلول الانتماء إلى فئة أو مجتمع يكون النسيج الاجتماعي فيه متماسكاً نسبياً مع وجود قيم، تنقلها وسائل الإعلام عادةً.

تكون الصورة التي يقدّم بها الشبّان في وسائل الإعلام سلبية في العادة، لا سيّما في البرامج الإخبارية. وتدل دراسة أجريت في فرنسا، بمبادرة من «المجلس الوطني للشباب» وبعنوان «الشباب، هل من المستحيل رسم صورة له؟» دلالة واضحة على أن الأخبار الإيجابية عن الشبّان قليلة جداً (٥٠٪). أمّا الجزء الأكبر مما يوجه إلى قضايا الشباب فيتعلق في معظمه إمّا بالعنف وبالجنح التي يرتكبها الشبّان، وإمّا بمضامين تطوي على ضرر (فقدان الشهية للطعام، الشّر المرزّي، الانتحار..). وعندما تسمح هذه البرامج للشبّان بالتحدث، فإنّ ذلك يحدث في أوج الحركة والعواطف. ويقترن حديثهم دائماً بحديث خبراء أو أشخاص يمثلون مؤسسات (الشرطة المدارس، المستشفيات). ونتيجة لذلك، يظهر هؤلاء الخبراء في مركز الخبراء في مركز قوة وسلطة، وهو ما يضرّ بمكانة الشبّان.

ومتدرّجة. بعبارة أخرى، يتعلم الأطفال تدريجياً كيف يحدّدون الفرق بين الواقع والخيال. ومع ذلك، تقدم لنا العلوم المتخصصة في دراسة الفكر والتعلّم والتنظيم الذهني وغيرها من الأبحاث الأخرى صورة أعقد من هذه الصورة بكثير. فالدماغ يواصل النموّ حتى سن الخامسة والعشرين، وقد يستمر في النموّ أحياناً طول العمر. وقد لوحظت لحظات يتراجع فيها العقل في مراحل معينة من نموّ الطفل، وهو ما يُعزى على الأغلب إلى تعريضه لعشوائية الكبار (في الأسرة، والمدرسة، والشبكات الرقمية، استناداً إلى السياق الاجتماعي، الخ). وقد لوحظ أن مراحل معينة، كالمرحلة السابقة للمراهقة ومرحلة المراهقة ذاتها، تكون حاسمة أكثر من غيرها من المراحل، لأن من المحتمل أن يأخذ الأطفال في التساؤل عن القيم والمرجعيات التي يبدو أنهم كانوا يقبلونها. وتتميز هذه المراحل بأزمات عاطفية، يمكن أن تطوي على تصرفات ضارّة.

يميل التلفزيون، في معظم البلدان، بشكل عام إلى تقديم برامج صور متحركة للأطفال، حتى سن الخامسة أو السادسة. وهذا يكفي لاستيعابهم عالماً مليئاً بالحركة والتفاعل. أمّا العنصر الأهمّ فهو الحركة. وأفلام الصور المتحركة توفر ذلك، رغم أن بعضها قد يكون متواضع المستوى. وبين سن السابعة وسن الثانية عشرة يكتشف الأطفال بصورة كاملة العالم الذين يتطورون فيه ويكتشفون قيمه الاجتماعية وما يمكن أن يُنتظر منه. ويبلورون في هذه المرحلة أيضاً مفاهيمهم الذاتية وطرق التحكم الذاتي ويدركون تأثير الواقع والخيال ببعضها البعض. ومن سن الثانية عشرة فصاعداً، يفرضون شخصيتهم وعلاقتهم بالآخرين، ولا سيّما بأقرانهم. ويمكن للتلفزيون عندئذ أن يفقد بعض أهميته لحساب الموسيقى وما يقترن بها من هواتف نقالة وستيريوهات شخصية. وأشد ما يكون الذكاء العاطفي خلال المراهقة، وهو ما يعرض الشبّان لبعض الضعف. ويمكن لوسائل الإعلام أن تقوم بدور في عملية الإضعاف هذه وذلك بتقديمها نماذج من السلوك والقيم يحتمل أن تستهوي ميولهم النرجسية.

### هل يجري تكييف برامج التلفزيون بحيث تناسب الأطفال ومن هم دون العشرين؟

يوجد اختلاف بين ما يقدّم للأطفال وبين نموّهم العقلي.



هذه الوظائف، بينما تزيد طاقتها الإنتاجية لأنها يمكن أن تستفيد من عدة وسائل تعبير وتفسير (خطية، شفوية، مرئية، عينية). ومع ذلك، ففي السوق، حيث توجد فئات محدّدة من الجمهور، أصبحت وسائل الاتصال المتعددة متخصصة وتميل إلى تفضيل وظيفة أو وظيفتين على الوظائف الأخرى. وهذا ينطبق على برامج الكمبيوتر التعليمية (وظيفة التحويل) أو برامج ألعاب أونلاين (وظيفة التسلية) أو الرسائل الفورية (وظيفة التلازم والعلاقة المتبادلة). وبعض هذه الألعاب والأجهزة يسمح بالتجوال المفتوح (مواقع الإنترنت التي توجد بها ألعاب أونلاين)، بل ثمة منها ما يسمح بالتنقل (الهاتف النقال، البامبوكيت...).

ويبدو أن المرحلة الراهنة تدلّ على تسارع تطوّر وسائل الاتصال الهجينة ووسائل التصوير والتفسير والتقديم. ويُعدّ هذا مبعث إزعاج وقلق كبير لبعض الناس لأنه يشوش ترتيباتنا الهرمية وتوقعاتنا التقليدية المعتادة. ويسود انطباع بالاضطراب والغموض. وهو ما يعزّزه شعور بأن وسائل الإعلام لم تُعدّ تهتم بتحقيق إجماع أو روابط اجتماعية. وعلى العكس، فإنها تُحدث تصدّعات واختلافات بين فئات الأعمال والأجيال، وتعرّض التماسك الاجتماعي ولحمته للخطر.

### لماذا يجذب الشبّان إلى هذا الحدّ إلى الأجهزة والألعاب المتعددة الوسائل؟

بالنسبة للشبّان، فإنّ هذه الوظائف تضي باحتياجات نموهم وتطوّرهم. وهذا يفسّر إلى حدّ ما سبب استيعابهم للتكنولوجيا على ما يبدو مع قدرة خاصة على فهمها بسرعة، رغم أنها أصبحت ميسورة على الجميع بمرور الوقت. وهذه الوظائف تضي بحاجتهم إلى استكشاف العالم، والاهتمام بالآخرين وتجريب الأجهزة البديلة التي يجري التحكم فيها من بُعد. ولا بدّ من أن يُنظر إلى نجاح ألعاب المحاكاة من هذه الزاوية. فهي توفر مغامرات وتوسّع الأفاق الجغرافية والتاريخية والثقافية. ومن شأن إمكانية استخدام طرق تواصل مختلفة باستعمال وسيلة اتصال واحدة أن يعزّز الطاقة الإنتاجية والتقديم الذاتي والبث الذاتي. وبالتالي، فإنه تنشأ علاقة تطوي على تناقض ظاهري مع الآخرين، ومع الوالدين والأقران: حيث تكون

ويلاحظ باتريك أوبر، وهو طبيب أطفال مختص في علم النفس، هذا التناقض الظاهري في النتاج الإعلامي: «إذا واصلنا مشاهدة أولئك الشبّان الذين يمثلون نسبة ٥٪ والذين يعانون من مشاكل، فسنشكّ فيما إذا كانت الأمور على ما يرام بالنسبة لمن يمثلون نسبة ٩٥٪. وسيتهي الأمر بالشبّان الذين ليسوا عنيفين، أو مدمني مخدّرات، أو لم يقيموا علاقات جنسية حسبما يظهر في الأفلام الإباحية إلى الظن بأنهم ليسوا «طبيعيين». وهذا هو العنصر الجديد في المسألة: فهذه الصورة السلبية التي تظهر في وسائل الإعلام قد يغري الشبّان بالظن أن السلوك غير السويّ هو الشيء الطبيعي».

إنّ الصورة التي يقدّم بها الشبّان في وسائل الإعلام هي ما يراه الكبار فيهم، وهو ما تكون له تبعات في الواقع. ومن المؤسف أن النظر إلى الشبّان نظرة خزي وعار يمكن أن يؤثر في مجتمع برّمته. والواقع أنّه إلى جانب هذه الصورة المزعجة للشباب، تكمن مسؤولية الكبار وأنماط السلطة المقبولة والمجدية التي يمكنهم أن يمارسوها. فالاعتراف بمكانة الشبان، وتقدير أعمالهم، وتصحيح صورتهم «السيئة» يمكن أن يسهم في إحياء الحوار بين الأجيال وإنعاش التفاوض بمستقبلهم. ويمكن للتربية الإعلامية أن تسهم في ذلك إسهاماً كاملاً، حتى وإن اقتصر على رسم صورة للشبّان من منظور متوازن.

### كيف يمكننا أن نحسب الحضور المتزايد للألعاب وأدوات وسائل الإعلام المتعددة في مجتمعنا؟

يمثل الدور التقليدي لوسائل الإعلام في ثلاث وظائف هي: المراقبة (رصد البيئة)، والتلازم (العلاقة المتبادلة) والنقل (التكيف مع أعراف ثقافة ما وقيمها). من ثم أضيفت وظائف أخرى هي: الصفقات (بيع الخدمات)، والترفيه (الاستمتاع بوقت الفراغ) والاستيعاب الثقالي (التكيف مع الثقافات في الاتصال والعولة). وقد توسعت هذه الوظائف الجديدة لتلبية الاحتياجات التجارية المتزايدة للشركات الكبرى في مجال الإعلام والاتصالات في المقام الأول.

وقد انبثقت الألعاب والأجهزة التي يمكن استعمالها بعدة وسائل اتصال من الالتقاء الذي تم حديثاً بين التكنولوجيا والتجارة. ويمكن لهذه الألعاب والأجهزة أن تؤدي جميع

بين الاتجاه الخارجي والاتجاه الداخلي، واستغلها بصورة تامة. وقد استهدف قطاع الوسائل المتعددة الأغراض فبلور قدراً كبيراً من التكامل بين المنتجات. وقد رعا عملية إيجاد عالم كامل من الإرشادات المترابطة تماماً حول البرامج السمعية والبصرية. وليس من الغريب أن بعض الستيرويدية الشخصية يجعل في الإمكان نسخ قطع موسيقية لا تصدر القوائم في قنوات الموسيقى؛ حيث تستعمل الإنترنت عادةً مع البرامج التلفزيونية والإذاعية، وحيث يُستهدف الشبان نظراً لسهولة التأثير فيهم ونظراً لتعطشهم للمعرفة.

لا تُعرف على وجه التحديد حتى الآن العوامل التي تجعل الألعاب والأجهزة المتعددة الوسائل تعبر بين العوامل الخيالية والعالم الحقيقي. والشيء ذاته ينطبق على عمليات استيعاب الثقافات الأخرى وأثر ذلك في تكوين هوية الشبان. إلا أن المراقبين يلاحظون وجود بعض الاتجاهات الإيجابية وبعض الاتجاهات السلبية. فالأكوان التي تُحاكى في بعض الألعاب تعزز حيز معرفة المعلومات على نحو فعال. أمّا الأكوان الأخرى التي توفرها هذه الألعاب فيمكن أن تمثل عوالم خيالية عنيفة جداً تميل إلى توجيه اهتمام اللاعبين نحو مشاهد عدوانية متكررة. ويمكن أن تستعمل هذه العملية الدوافع النفسية لدى اللاعبين الشبان وتغيرهم باتباع سلوك إدماني لا يمكنه ضبطه بسهولة.

وثمة مخاطر تتمثل في سلوكيات تنطوي على ضرر وإيذاء، لا ينبغي إهمالها رغم أن رسائل الإعلام تبالغ في تصويرها، مثل اعتداءات من يميلون جنسياً إلى الأطفال، وعمليات بيع العقاقير السامة غير القانونية أو غير المشروعة والعلاقات الجنسية غير المحمّية (التي تحمل في طياتها خطر الإصابة بالأمراض التي تنتقل عن طريق ممارسة الجنس، بما فيها الإيدز). وبشكل عام، فإن معظم الشبان لا يتأثرون بهذه السلوكيات والعلاقات. أمّا من يتأثرون بها أكثر من غيرهم فهم المهمشون، وضعاف الشخصية، أو الفضوليون. وإن من شأن التجوال في الإنترنت والسعي إلى الاستقلال أن يؤدي في الواقع أحياناً إلى تعرّض المراهقين لهذه الظواهر، حتى وإن لم يبحثوا عنها، أو قد يغري مراهقاً متوازناً بالمجازفة، وقد يظن ذلك المراهق أن الخطر محدود وبعيد.

هذه العلاقة ظاهرة جداً، وتتم عن ثقة اجتماعية واضحة وعن حميمية اجتماعية من ناحية، بينما تكون مستترة جداً، ونرجسية وفردية من ناحية أخرى.

يحتاج الشبان إلى جمهور، إن لم يحتاجوا إلى دعاية، بالنسبة للبعد الخارجي لنزعتهم الاجتماعية، عندما يتجاوز التجوال حدود منزلهم. ويسمحون لأنفسهم بأن يُروا، عن طريق استعمال أجهزة متعددة الوسائل في أماكن عامة كالشوارع والقطارات والمقاهي. وبالتالي يشعر الآخرون بوجودهم في الأماكن العامة التي نادراً ما يشغلون فيها حيزاً مشروعاً ومعتزلاً به. إنهم يطالبون بالاعتراف بهم دون أن يعابوا بأداب السلوك إذا ما علموا، فيردشون، كي يؤكدوا تحرّهم المتزايد. وتعدّ الأجهزة المتعددة الوسائل التي يفضلونها (الهواتف النقالة والستيرويد الشخصي) علامات تلفت الأنظار إلى تغير مكانتهم. وهم يؤكدون رغبتهم في اختيار أسرة انتقائية. ويرون أن القيمة الاجتماعية الإضافية لهذه الأجهزة تثبت من كونها إشارات تدل على تحوّل هويتهم، - وهو ما تميّزت به مرحلة المراهقة على مرّ الأجيال.

أمّا بالنسبة للبعد الداخلي لعلاقتهم الاجتماعية، فيحتاج الأطفال إلى تلبية رغبتهم في اكتشاف أنفسهم وتكوين هوية لهم. وتسهم الأجهزة المتعددة الوسائل في عملية ترسيم الحدود تلك، في خلوة حجرات نومهم، التي يُمنع على الكبار الدخول إليها. ويمكن أن يُفضي ذلك إلى وضع من التميّز عن الأقران: كي يعيشوا الحياة التي يحبّون أن يعيشوها ويميّزوا عن الآخرين، حيث يحتاج المراهقون إلى استخدام وسائل تماثل ما يملكه نظراؤهم، حتى يتمكنوا من تقليد محتواها أو إعادة إنتاجه. ولا بدّ لهم من أن يتمكنوا من ترديد أحدث الأغاني التي تُنسخ عن طريق الإنترنت، لإعادة إنتاج حركات وسكّات لوليتا (الفتاة ذات النوازع الجنسية المبكرة) حسبما ظهرت على شاشة التلفزيون ومعرفة الحيل اللازمة للتقدّم في بعض ألعاب الفيديو.

**هل توجد أي مخاطر ترتبط بهذه الاستعمالات المختلفة للأجهزة المتعددة الوسائل من جانب الشبان؟**

لقد استوعب قطاع الصناعة هذه الحركات المزروجة



فيه وهم: الشاب كمواطن مرتقب، والشاب كمتلقٍ، والشاب كمتعلم تقريباً. وثمة زاوية أخرى لا يلتفت إليها عادةً، رغم أنها تتعزز بفعل الشبكات الرقمية وهي: الشاب، كلاعب، مع ما يتضمنه ذلك من القيمة التي يكتسبها اللعب في التعليم من حيث بلورة المعرفة، ومن حيث المحاكاة المتخيلة، من خلال مشاعر الآخرين وأفعالهم لمواقف التعلم المختلفة. ويجري الاستخفاف كثيراً بهذا البعد. ومن الضروري جداً أن يُهتَمَّ به، ويُعترف به باعتباره أحد المزايا الرئيسية للإمكانية التشاركية للإنترنت. ويمكنه أن يعزز الهوية الثقافية، والعدالة للجميع. ويمكنه على الأخص أن يُشعر الشبان بالمسؤولية والسلطة، استعداداً للمجتمع المستقبلي الذي سيعيشون فيه.

### ما الذي تعنيه عبارة «عليم» في الإنترنت وفي مجتمع المعلومات؟

لقد تعزّزت عبارة «المعلومات» بعدة معانٍ بفعل توسّع الشبكات. ولا تزال القيمة التقليدية موجودة، وهي ترتبط بتقديم الأخبار. إلا أنه أضيفت إلى المعلومات فكرة سبرغور البيانات ونقلها، بالإضافة إلى الدردشة، والمعلومات الصديقة لمستعملها والسهلة في الاستيعاب كوسيلة للمحادثة بين الأشخاص وتبادل المعرفة بين الأقران.

تتوفر هذه الأنواع الثلاثة من المعلومات معاً في الإنترنت، وهو ما قد يثير لبلة وارتباكاً لأن استعمالاتها الاجتماعية ليست متشابهة. فالأول، وهو الأخبار، يهدف إلى رصد البيئة، والثاني، وهو البيانات، يهدف إلى تحقيق قيمة اقتصادية إضافية، والثالث، وهو الدردشة، يشير إلى نوع آخر من السلع، وهو الصالح العام في المجتمع العلائقي، على أساس غير رسمي. أما في الواقع وفي الحياة اليومية، فإن هذا الفصل بين هذه الأنواع الثلاثة من المعلومات غير واضح: فبالنظر إلى اختلاط كل شيء في الإنترنت، فإن بإمكان المرء، عن طريق النقر على رابط ما، أن ينتقل من نوع إلى آخر، وينتقل من غرفة دردشة إلى موقع تجاري مثلاً. ومن المهم دائماً أن نتذكر أن الشبكات أماكن عامة، حتى وإن كانت دردشات، وأن «معرفة المعلومات» بالنسبة لبعض الناس قد تكون وسيلة «لتقديم المرء معلومات عن نفسه» إلى الآخرين.

### هل توجد أي إجراءات وقائية ومن الذي يجب أن يطبقها؟

تتنوّع الحلول الرامية إلى منع هذه المخاطر. وهي تقتضي ممارسة قدر من الضغط على المنتجين بالإضافة إلى مراجعة بعض العادات الاستهلاكية لمختلف فئات الجمهور. ويمكن أن تتراوح بين الضبط الذاتي وبين الضبط المشترك. وفي جميع الحالات، من المهم أن يرافق البالغون الشبان، لأنه خلافاً لما يفترض في العادة، فإنهم يتوقعون من الكبار أن يمارسوا عليهم قدراً من السلطة أو يكونوا مثلاً أعلى لهم، وإن لم يكن لشيء سوى اختبار قدراتهم أو التمرد على تلك السلطة.

ومن المعروف عن الكبار أنهم لا يعرفون كثيراً عن محتويات ما يبث على الأجهزة المتعددة الوسائل التي يستعملها الشبان أكثر من غيرهم. إنهم لا يسألونهم عن أي شيء، بل إنهم يسهمون في توسيع نطاق تلك الاستعمالات فهم يدفعون ثمن الأجهزة (أو يشترونها بأنفسهم). وهم يفعلون ذلك عادة على أمل أن تعزّز تلك الأجهزة المزايا التي يتمتع بها أطفالهم عن طريق الاتصال المباشر بما يتوفر في هذا العصر. ويأمل الكبار أيضاً في إراحة ضمائرهم وتعويض أبنائهم عن قلة الوقت الذي يخصصونه لهم. وإذا أردنا جني الفوائد الكبرى التي يوفرها تعدّد وسائل الإعلام والتواصل والاتصال، وامتدادها إلى الشبكات الرقمية والإنترنت، فليس الحل أن ندعو إلى ممارسة رقابة، بل الحل هو أن ندعو إلى التيقظ وتوجيه نقد شفوي، عن طريق حوار حيوي بين الكبار والصغار. وفوق كل شيء فإن التواصل المباشر وجهاً لوجه لا يزال الوسيلة لتحقيق بعض الفوائد.

### عن وسائل الإعلام وعلاقتها بمجتمع المعلومات

### يتوسع مجتمع المعلومات عن طريق الإنترنت والشبكات الرقمية. فما هي مدلولات ذلك بالنسبة للشبان؟

كان ينظر إلى الشبان والكبار، حتى عهد قريب، من ثلاث زوايا، بالنسبة لعلاقتهم بوسائل الإعلام. ولا يزال هؤلاء يتعاضون بعدة طرق بصرف النظر عن البلد الذي يوجدون

أسئلة يتكرر طرحها

الانترنت وعبوبها ومختلف أشكال الممارسات، والأخلاقيات والأنشطة المتاحة في الأونلاين. ولا يوجد حل واحد لجميع المشاكل، بل إن الحلول الحالية هي نتاج خليط من استراتيجيات وسياسات الضبط الذاتي والضبط والمشاركة المشترك. ويمكن للتربية الإعلامية أن تسهم بقسط وافر في توزيع معلومات الشبكات إذا ما صبّت اهتمامها على الفروق بين تلقي المعلومات وتقديم المرء معلومات عن نفسه. وتتمثل المزية الإضافية في البعد المتعلق بالربط بين الشبكات. ولا بد من التعريف بجميع الممارسات السليمة، والتأكيد عليها، وتدريبها في المدرسة والبيت.

**لقد قيل الكثير عن نسخ المعلومات باعتباره قرصنة وتعدياً على حقوق الاقتباس، فهل يجب اعتبار الأسر والشبان الذين ينسخون المعلومات على أنهم مجرمون؟**

الحق في الخصوصية بالنسبة لمشاركة الشبان في الإعلام، يتطلب مبادرة عاجلة تتعلق بحقوق الجميع ومسؤولياتهم في الانترنت، والأفان عددًا من حقوق الإنسان القيمة التي تم الحصول عليها بشق الأنفس سيفقد قيمته. ويجهل الشبان عادةً تلك الحقوق والمسؤوليات. قد تكون لديهم فكرة غير واضحة عنها، حسبما هو معروف في بعض البلدان. ولا يدرك الشبان السياسات الخاصة بمراعاة تلك الحقوق والمسؤوليات في الواقع. ولا يعرفون عادةً أي شيء عن شروط حماية القاصرين في الانترنت وفي وسائل الإعلام بشكل عام. ولا يُلَفَت نظرهم إلى أن صورتهم في الانترنت تكون مشاعاً للجميع. إذ يمكن لأي شخص أن يغيّر فيها، ويضعها في إطار يمكن بعض الكبار من إساءة استعمالها. ولذا يجب على الشبان أن يبلوروا علاقاتهم الأخلاقية مع المحترفين، وعلى الكبار في المقابل أن يهتموا بحماية القصر.

تتعدد أوجه عمليات الاستغلال تلك. إذ يمكن للشبان أن يتعدوا على حقوق الكبار. وهذا يُعدّ قرصنة وبالأحرى نسخاً غير قانوني للملكية فكرية، من قبيل الموسيقى. ويقل حجم التعدي على أصحاب الحقوق إذا انتقص من سلامة المعلومات فأصبحت مثاراً للإشاعات وموضوعاً لدعاوى قضائية. وثمة مناقشات مستمرة في عدة بلدان لوضع عملية النسخ. فبعض الناس يشبهونها بنسخة خاصة من مدونة

**هل توجد أية مخاطر؟**

كما هو الحال بالنسبة لوسائل الإعلام الأخرى، فقد ظهر بعض أنماط السلوك الضار على الانترنت. وتتعلق تلك التصرفات بالفكرة المغلوطة التي يراها الشبان والقائلة إن الشبكات إنما هي أماكن للعلاقات الشخصية والخاصة، بينما الواقع هو أن أي شيء ينشره فيها يصبح عاماً على الفور ويجني منه البعض ربحاً. وهكذا فإن الدردشة إنما هي نوع من التواصل الذي يعرض بعض الشبان لأنواع جديدة من السلوك الضار. إذ يمكنهم أن يبتوا صورهم على الانترنت دون أن يظنوا أن بإمكان الآخرين أن يغيروها. وقد يقدموا بيانات شخصية عن أنفسهم دون أن يلاحظوا أنها قد تستعمل لتسويق المراهقين واستهدافهم.

لقد ثار قلق لدى الرأي العام، ولا سيما لدى الآباء والأمهات، من أنماط السلوك التي تتطوي على ضرر من قبيل: الميل الجنسي إلى الأطفال، والمواد الإباحية، والعنف. وتوجد أنماط أخرى من السلوك الضار بين الشبان، من قبيل العنف الرمزي ضد الآخرين، بل والتشجيع على الانتحار عن طريق تخصيص بعض المواقع لأشياء من قبيل الشره المرضي، وفقدان الشهية للطعام، إلخ. وأخيراً، توجد أيضاً مواقع تحط من الكرامة الإنسانية، حيث يُقدّم التعصب القومي والعنصرية في صورة ألعاب دون أن تُقيد بأي ضوابط فتتجاوز حدود ما هو مقبول اجتماعياً.

وهناك خطر آخر يتمثل في استهداف الشبان من قبل الصناعة. فالتسويق الإلكتروني يوجّه بالدرجة الأولى إلى من هم دون العشرين دون علم والديهم. ويمكن أن تشمل تلك الممارسات الحصول على بيانات شخصية ومالية عن الأسرة عن طريق التظاهر بتمثيل جهات رسمية، دون أن يدرك الأطفال بالضرورة المخاطر المترتبة على ذلك. وفي هذه الحالة، تتعرض حماية الخصوصية للخطر، وهو ما يجب توعية الجميع به، لكي لا يفقد الناس الثقة في الشبكات العالمية.

**ما الذي يمكن أن نفعله للحفاظ على مزايا الانترنت وتجنب المخاطر في الوقت ذاته؟**

إن من مهام التربويين وجميع من لهم علاقة بشبكات الاتصال العالمية أن يبنوا الثقة ويبينوا قدر الإمكان مزايا



البلدان مثلاً، لا يُذكر سبب التحذير. ولم يعتمد كل البلدان شعارات مرئية (بما في ذلك وجود الجنس، أو العنف، أو المخدرات، أو المواد المرفوضة الأخرى)، إلى جانب الشعارات التي تحدّد الفئة العمرية. ولا بدّ من ملاحظة أن أنظمة التحذير هذه قد وُسِّعت بحيث تشمل وسائل أخرى: ويمكن رؤيتها على أشرطة الفيديو ومواقع الإنترنت التي يمكن أن تقدّم أنظمة مرموزة لمنع الدخول إليها. ومع ذلك، فلا يمكن لأنظمة التحذير أن تكون بديلاً لتيقظ الوالدين، والمربّين وروابط المجتمع المدني. وتبحث شركات الإعلام دائماً عن طرق لتجاوز تلك الأنظمة.. وهو ما يفعله الشبّان أيضاً! ومن المؤكّد أنه لا يمكن لهذه الأنظمة أن تحلّ محلّ الحوار بين الأجيال داخل الأسرة كما لا يمكنها أن تحلّ محلّ التربية الإعلامية.

في بعض البلدان، يكون وجود رقابة كمبيوتر تركّب في مستقبل التلفزيون لبرمجته بحيث يعترض المواد العنيفة أو الإباحية إجبارياً. فهل من المجدي أن تنفق أموال على جهاز هندسي من هذا القبيل؟

رقابة العنف جهاز يركّب في التلفزيون لتمكين الوالدين من اعتراض برامج تكون مرموزة مسبقاً. وكان يُظن بأن هذه الأداة تفرز مواد العنف لكنه يمكن استعمالها أيضاً لمواد أخرى. ويستعمل هذا الجهاز الكندي الاختراع حالياً في كندا والولايات المتحدة. وبعد اعتماد التعليمات المسماة «تلفزيون بلا حدود»، درس الاتحاد الأوروبي فكرة استعمال هذا الجهاز في أراضيه. ومع ذلك، أشارت دراسات أمر الاتحاد الأوروبي بإجرائها إلى أنه لا توجد رغبة لدى الأوروبيين في هذا الأسلوب. ويبدو أن أداء هذا الجهاز يحتاج إلى تقييم في البلدان التي تستعمله حالياً (كندا على سبيل المثال).

ولا بدّ من ملاحظة أن رقابة العنف يمكن أن تستعمل كإجراء مؤقت أو كوسيلة للتهرّب (تضفي العوامل الهندسية شرعية عليها) يتبعها الساسة والمسؤولون للإبقاء على الوضع القائم. وقد تؤدي رقابة العنف إلى تأثيرين غريبين، كلاهما يثير القلق. فمن ناحية، يمكنها أن ترفع المسؤولية عن كاهل الآباء الذين سيعتمدون على التكنولوجيا ولا يلقون بالألماً يشاهده أبنائهم في التلفزيون. ويمكنها، من ناحية أخرى، أن تخلّص الشركات من الشعور بالذنب لأنها ستشعر بأن لها الحرية في بث أي شيء. وتستدعي رقابة العنف الأخذ بزمام المبادرة من جانب الوالدين، وهو ما لا يتوفر عادةً في الحياة اليومية. فضلاً عن ذلك، يشير بعض

الملاحظات، ولذا فلا يقبلونها وخصوصاً إذا لم تكن وراء ذلك صفقة تجارية. أمّا البعض الآخر فيشبهها بالسطو ويرون فيها مخالفة لقوانين الاقتباس. وفي الحالتين، فإن اعتبار الشباب وأسرهم مجرمين لا يعتبر حلاً سهلاً قبوله لدى المجتمع ككل وقد يثير توتراً. ولذا، فإن على جميع من لهم علاقة بذلك أن يدركوا أن ثمة اتفاقاً أخذاً في التبلور تدريجياً، وينطوي على ممارسات جديدة تسيّر إلى جانب الممارسات القديمة بالنسبة للإنترنت ومجتمع المعلومات. ومن الضروري أن نحلى بالمرونة ونفكر في الحلول، ولا سيما في إطار ضبط مشترك.

## عن الإعلام واستراتيجيات الضبط والضبط

### المشترك

يعتمد مزيد ومزيد من البلدان أنظمة لتنبيه الآباء والأمهات، فهل توجد أساليب مناسبة لتطبيق تلك الأنظمة؟

لقد استنكر المنتجون والإذاعيون التوبيهات والتحذيرات الصادرة عن الآباء باعتبارها تعدياً على حريات التعبير لديهم. إنها نوع من الضبط الذاتي لأنّ الشبكات تصنّف برامجها بنفسها. وفي ممارساتها اليومية، فإنها تضع المحاذير في الاعتبار عندما تنتج موادها الجديدة. فتحرص على اتفاقها مع معايير الآباء. بل إن بعض القنوات يمارس رقابة طوعية بحذف بعض مشاهد الأفلام التي يعتبرها مفرطة في العنف أو الإباحية. أمّا البعض الآخر فيعدّل برامجها بحيث يكسبها بعداً عائلياً. ويدل هذا السلوك على تجاوب القطاع الإعلامي وقدرته على التكيف مع البيئة الاجتماعية.

لقد أصبحت أنظمة التحذير أدوات لاتخاذ القرارات في الممارسات اليومية للآباء. فبعض العائلات يراجع تلك الأنظمة تلقائياً كما يمكن للوالدين أن يناقشوها مع أبنائهم. ويبدو على الأغلب أن الأطفال يدركون، عندما يشاهدون برنامجاً لا يناسب سنهم، أنهم قد تجاوزوا بعض الحدود. ويرى البعض أن ذلك يغري المشاهدين الشبّان بمشاهدة تلك البرامج. أمّا البعض الآخر فيرى فيه مزيجاً على اعتبار أنّ التحذيرات تُبّه الشبّان إلى الأعراف الاجتماعية المشتركة في ثقافتهم.

وأنظمة التحذير هذه ليست مثالية وكاملة. ففي بعض

أسئلة يتكرر طرحها

متعاظمة. وعلى أية حال، فإنَّ أيَّ تعدُّ على حقوق الصحفيين ومسؤولياتهم من جانب أطراف أخرى يستلزم رصداً صارماً. ولا يعني هذا وجوب كبت التعبير. ويجب أيضاً الدفاع عن حرية التعبير عن الاحتجاج وحرية النقد، سواء كان إيجابياً أم سلبياً. وبالتالي فعلينا أن نتنبه فوراً إلى ضرورة الحفاظ على استقلال وسائل الإعلام لتمكينها من نقل مختلف وجهات النظر.

وتفادياً للرقابة، يجب التفاوض بشأن جميع الفرص التي تتيح التواصل والتعاون بين وسائل الإعلام والجمهور وتسييرها. ولا بدّ لأي حل أو سياسة من أن يرمي إلى شرح ذاته ويسعى للحصول على تأييد لتطبيق مبادئ حرية الصحافة والتواصل واستقلالهما، مع تذكير الجميع بالأبعاد الإثنية والمسؤوليات الاجتماعية لوسائل الإعلام. ويتيح هذا الحل للجمهور أن يلمّ بمسؤوليات وسائل الإعلام وبقيودها الداخلية أيضاً (الوقت، الموارد، الحاجة إلى دخل، ضغوط حملة الأسهم). وتعرض مسائل مهمة بالنسبة للمشاركة الديمقراطية إلى الخطر. إلا أن المشاركة ذاتها قد تعمل على تبديد الشكوك لدى الناس، بل وقد تحول دون حدوث تنديد عام، بوسائل الإعلام، التي يشعرون أن ولاءها واستقلالها قد انفلتت زمامهما.

**نظراً إلى الإعلام وتعدّد التفاعل بين مختلف الأطراف الفاعلة، هل توجد فرصة لنجاح الضبط المشترك؟**

الضبط المشترك عملية لا ينبغي للمشاركين فيها على اختلافهم أن يظنوا أنهم يتخلون بها عن مهامهم ومسؤولياتهم. ولا بدّ من مشاركة الدولة مشاركة كاملة في هذه العملية وكذلك الحال بالنسبة للأطراف الأخرى، كي تسيّر العملية على ما يرام. والافتتاح لذلك هو تهيئة الظروف لحوار صحي وسليم يؤدي بالجميع إلى التعبير عن توقعاتهم وآمالهم. وبالتالي يمكن توضيح الشروط اللازمة لإيجاد ثقافة مشتركة حول التربية الإعلامية. وإذا ما استوفيت تلك الشروط، في نهاية تلك العملية، فيمكن أن تسهّل مختلف أشكال المشاركة من جانب الشبان.

### عن الإعلام والتربية الإعلامية

ألا يجب أن تكون التربية الإعلامية والإعلام بوسائل المعرفة المرئية جزءاً من المنهاج المدرسي؟ لهذه الفكرة عدد من المؤيدين. وهم يصرون على ضرورة

الأبحاث إلى أن الآباء الذين لا يستعملونه يكونون متحمسين بالنسبة لما يصادفه أبنائهم في وسائل الإعلام.

هل يجب على المرء أن يؤيد توصية تمنع الأطفال الذين تقل أعمارهم عن سنتين من مشاهدة التلفزيون، حسبما تقترح الأكاديمية الأميركية لطب الأطفال؟

يشير هذا الاقتراح إلى أنواع من الضبط الذاتي الأبوي. ولهذا الأسلوب مزية تتمثل في زيادة الوعي بمشكلة العزلة، بل وحتى الإهمال، لكثير من الأطفال، وبالتالي زيادة الوعي بمدى أهمية تفاعل أولئك الأطفال بصورة ناجمة مع والديهم. وقد أكدت الأكاديمية ذاتها، كما أكدت الأكاديميات الطبية والنفسية الخاصة بالأطفال، وجود علاقة عابرة بين العنف في التلفزيون وازدياد السلوك العنيف في المجتمع. وقد أوصت تلك الأكاديميات بالألا يسمح الآباء لأبنائهم بالاحتفاظ بجهاز تلفزيون في حجرة النوم.

يصعب تبني هذه المواقف باعتبارها قواعد عالمية عامة، إلا أنها تبرز الفرق بين عالم مثالي وبين العالم الذي نعيش فيه. ولعلّ من الأفضل أن نعتبر هذه المواقف تعبيراً عن هموم مشتركة قد تكون لها حلول تختلف باختلاف المواقف والأوضاع. وهي أولاً وقبل كل شيء، إشارة تحذير تنبهنا إلى ضرورة الاهتمام بأبنائنا، لكيلا ندفع بهم إلى أحضان التلفزيون. ولا بدّ من أن يسود التوازن والتعقل فوق كل شيء.

وخلاصة القول هي أنه لعلّ من الأفضل لنا أن نأخذ بالحكمة القائلة: «إذا لم يكن لك بدّ من العيش بجانب البحر، فمن الخير أن تعلم أبناءك السباحة، بدلاً من أن تقيم جداراً حول بيتك». أمّا القاعدة التي أقرتها الأكاديمية الأميركية فهي إقامة جدار حول التلفزيون. ولعلّ من الخير أن نروج لاستخدام المهارات النقدية باعتبارها الحلّ الأفضل... كما يمكن أن يكون الابتعاد عن الشاطئ حلاً آخر (مع أنه قد يبدو من المرغوب فيه أن نعيش مع وسائل الإعلام كما يمكن أن يكون من المرغوب فيه أن نعيش عند الشاطئ).

**أليست الرقابة إحدى المجازفات الكبرى التي نتحملها عندما تتأسس نظم الضبط أو الضبط المشترك؟**

حرية التعبير وحرية الصحافة حقّ أساسي، يجب التذكير به بناءً على ذلك. كانت الرقابة، في الماضي، من اختصاص الدولة. أما اليوم، فقد أصبحت الرقابة التجارية مشكلة



المدارس الثانوية قد تزايد باستمرار فإن هذا لا ينطبق على تقنيات المعلومات الجديدة للتعليم. فهذه تتطلب نوعاً آخر من التدريب، على المستوى التقني وهو ما قد يخيف المدرسين، الذين لا يُعتبرون ملمين بالمسائل الآلية أو التقنية. وإلى جانب الإلمام بالمسائل التقنية، فإنه يجب دعم هذا التدريب باتباع أسلوب تعليمي محدّد في الطرق التعاونية للتعلّم بالإضافة إلى الجوانب الذهنية والتطويرية. ويقتضي هذا التدريب اتخاذ موقف رسمي من مهارات التجوال فضي إلى قيام المدرسين بأدوار جديدة - كأشخاص ووسطاء يمثلون مؤرداً- وهو ما يعني إعادة النظر في مفهوم السلطة التي يتمتعون بها في حجرات الدرس.

التدريب الأساسي ليس متيناً جداً، ثم إن التدريب الذي يستمر طوال العمر ليس أفضل حالاً في الوضع الراهن. فالتدريب الذاتي (على برامج تصميم المواد المتعددة الوسائط وإنتاجها مع الاهتمام بمبحث محدّد أو طريقة محدّدة) غير معترف به تماماً، مع أنه يستغرق زمناً طويلاً ويحتاج لطاقة كبيرة. والمدرسون الثابتون حالياً في معظم البلدان لا يتلقون تدريباً أساسياً على التجوال في الشبكة العالمية، وتصميم المواقع، وتأسيس دورات أونلاين، أو غير ذلك من المهام الأساسية. بل إنهم ليسوا مدربين حتى على تقييم جودة المواقع الحالية ولا على استعمال الأدوات الأخرى المتاحة تحت تصرفهم. وعندما تطبّق تقنيات الاتصال الجديدة على الوجه الأفضل فإنها تعزز أساليب الاستعمال التي إما أن تكون متزامنة أو غير متزامنة، وإما أن تكون عن طريق الكمبيوتر والإنترنت أو بدونها. ولا تتواءم هذه الأساليب دائماً مع الجداول المدرسية التقليدية الراسخة. ويبدو أن التقنيات والمدارس تعمل في أطر زمنية غير مترابطة. ويبدو أيضاً أنها تعمل من مجالات غير مترابطة. فالتجوال في الإنترنت يتيح الفرصة للطلبة كي يهربوا من قيود حُجرة الدرس وحدودها. في الوقت ذاته، يمكن للكمبيوتر داخل حُجرة الدرس ذاتها أن يعزّز الأواصر بين الأقران، وهي علاقة تواصلية لا توجد في العلاقات الكلاسيكية القائمة بين المدرّس والدارس. وبالتالي يمكن للعملية التفاعلية أن تتسّق بطريقة مختلفة، حيث تمهد النظم المسموعة والمرئية ونظم التجوال السبيل لمهام تقاربية، وأنماط تعلّم وتوقعات تمثل بديلاً للسلطة التي يمارسها شخص كبير واحد بتصريح من سلطة أعلى.

ولا ينبغي لهذا النوع من اكتساب المعرفة الآخذ في التطور والمصمم للاحتياجات الفردية والذي ينطوي على مشاركة فعّالة من جانب الطالب في إطار منطق التكريس الإعلامي لا ينبغي له أن يتعارض مع اكتساب المعرفة التقليدية القائم على

دمج التربية الإعلامية في التدريب الأساسي الأولي للمدرسين. وقلّ من البلدان ما يفعل ذلك. وحيثما يوجد، فإنه يحدث على صعيد فردي، باعتباره اهتماماً شخصياً أو نتيجة لحلقة دراسية قصيرة (مدتها يوم أو يومان). ويبدو أن من أصعب العقبات هذه الأيام إدارة المدرسة وليست هيئة التدريس، وإن كان بعض المدرسين يتحفظ في ذلك بسبب انعدام التدريب. ويمكن أن يكون انعدام الاعتراف ببعض المبادرات من جانب المسؤولين عاملاً مثبطاً. والشيء ذاته ينطبق على عدم وجود وسائل سهلة الاستعمال (مثل الدلائل). ويعتبر المدرسون التربية الإعلامية أيضاً قيداً إضافياً يستغرق وقتاً ثميناً على حساب تلبية احتياجات المنهاج في المواد التقليدية. فضلاً عن ذلك، فإن بعض المؤسسات لا يشجع المشاريع المتعددة الجوانب والأعمال التي تجمع بين عدّة مواد، ثم إنّه لا يوجد حتى الآن معيار يُعتمد عليه لتقييم التربية الإعلامية.

ليست التربية الإعلامية دواء شافياً لكل العلل. ومن الضروري أن نفكر فيها ملياً. فعندما يتعلق الأمر بالمعرفة المرئية والكيفية التي تستعمل بها الصور والتي يتم التحكم فيها بموجبها، تتعرض التأثيرات الدائمة على عواطف الطفل للخطر. ولا ينبغي للمرء أن يكون تلميذاً للسحرة في تهوؤهم.

التعليم عملية معقدة جداً. وبالنسبة للتربية الإعلامية، فإنها تعني أن على المدرس أن يدير علاقته مع البرمجة بالإضافة إلى علاقته مع طلبته عن طريق توزيع أسئلتهم. ويجب إيلاء قدر كبير من الاهتمام بالآليات، مثل المناهج المدرسية. ولا يُمكن أن يُطلب من المدرسين أن يفعلوا كذا ويتركوا كذا دون تحضير. ولا يمكن فرض التربية الإعلامية فرضاً، بل لا بدّ أن تقدم بعض المفاهيم الأساسية التي يمكن بعدئذ تحويرها وفقاً للاحتياجات المحلية. والمفاهيم الأساسية كالإنتاج، واللغات، والتفسيرات، وفئات الجمهور تتيح للمدرّس الفرصة لكي يبلغ الطلبة أن نصاً إعلامياً ما ليس محايداً على الإطلاق، دون قراءته بالضرورة قراءة أيديولوجية. ويجب تخصيص حيزٍ للتربية الإعلامية في كلّ المناهج وكل المواد، في تمامها بالمهام المنتظرة من التعليم المدرسي المعاصر ككل. وتدور المسألة في جوهرها، حول الدور الجديد للمدارس وهو دور يحتاج إلى توضيح. وكلّ المجتمع التربوي والتعليمي مسؤول، داخل أسوار المدرسة وخارجها.

**أليست الآمال المعلقة على التقنيات الجديدة للمعلومات والاتصالات في التربية والتعليم آمالاً كباراً؟**

إذا كان استعمال المعرفة الإعلامية في مواد التدريب لمعلمي

أسئلة يتكرر طرحها

بأن أساليب التدريس تعتمد على التكنولوجيا قد أخاف المدرسين، فجعلهم يمتنون اتباعها بمبادرة منهم، وهو أمر يؤسف له لأن بإمكانهم أن يحدثوا تغييراً ويشجعوا على الابتكار في حجرة الدرس. لذا يجب تقديم العامل البشري على غيره، حتى في استعمال الآلات. ويجب وضع الدور البشري في إطاره الصحيح وإلا فسيعود بآثار عكسية، تستنزف الميزانيات عن طريق شراء معدات للمدارس، بينما يحجم الناس عن استعمالها ولا تتوفر لديهم الوسائل اللازمة للاستفادة منها.

صحيح أن الأجهزة النقلة سهّلت استخدام هذه المخترعات، إلا أنه لا يزال ثمة ضغط يعوق استعمال هذه الأدوات، نظراً لضغوط الوقت التي يتعرض لها المدرسون. إذ إن لديهم كثيراً من المهام التي يحتاجون لانجازها (البرامج، المشاريع المدرسية، الخ). وإذا ما طلبنا من المدرسين أن يخصصوا وقتاً للإنتاج التعاوني، بينما يمكن للتلاميذ أن يعملوا بحضور والديهم، فقد يتبين أن في ذلك عبئاً إضافياً يلقي على عاتقهم دون أن تتوفر لديهم حوافز تذكر.

لذا فلعل من المفيد أن ندعو إلى التوسع في استعمال الأدوات أو الوسائل التعليمية المجربة والمعتمدة، ودمجها في ثقافة المدرسين. بادئ ذي بدء، سيلتزم معظم المدرسين باستعمال هذه الوسائل، كما يفعلون بالوسائل التقليدية في المدرسة. أما فيما بعد، فسيتمكّنون تدريجياً مع الظروف، والأخبار أو إسهامات الطلبة، ويكيّفون تلك الوسائل بما يتلاءم مع استعمالاتهم ويستفيدون منها بالكامل. صحيح أن هذه الأدوات والكتيبات موجودة، إلا أنها ليست معروفة أو منتشرة على نطاق واسع. فضلاً عن ذلك، توجد عقبة واحدة أخيرة، تتعلق بحقوق الملكية الفردية: فكثيراً ما يتعرقل توسع استعمال هذه الأدوات وتكييفها مع الاستعمالات اللازمة في حجرة الدرس بالنظر إلى عدم وجود قوانين كافية تبين حقوق الاقتباس. ولا بد من الإشارة إلى أنه يجري، في بعض البلدان، تدشين سلسلة من الإجراءات ينفذها تربويون ومدرسون: حيث يضغطون من أجل استثناء التعليم من حقوق الاقتباس أو استعمال المواد المسموعة المرئية والمواد الرقمية، في إطار المدرسة والتعليم دون تحقيق ربح.

أما بالنسبة للتربية الإعلامية، فيمكن تعلّم الأساليب السمعية والبصرية أيضاً داخل الأسرة. وهذه طريقة تتيح الفرصة لاستعمال تلك الأدوات في مرحلة مبكرة جداً، باستخدام معدات نقالة خفيفة. وتوفر هذه الطريقة كذلك

أساس أفكار هرمية راسخة، وعلى أساس منطق إعادة الإنتاج. ويجب أن تتيح الأنظمة المدرسية للمعلمين أن يستفيدوا من هذه الأطر الزمنية والمجالات الزمنية. ومن الضروري أيضاً لمنتجي القطاع الخاص وناشريه أن يعملوا بالمشاركة مع المدرسين والمتخصصين الآخرين في مجال الصوت وعلوم الكمبيوتر، كي ينتشر استعمال البرامج التعليمية وتتبدد الشكوك في قيمتها التربوية. وإذا لم تستوفى هذه الشروط، تكون النتيجة شعوراً بالضياع والفشل في البلدان التي يقل فيها استعمال المعدات السمعية والبصرية والمعدات الرقمية، نظراً لعدم وجود دعم حاسم من جانب المدرسين غير المدرّبين ونظراً لعدم وجود موظفي صيانة هندسية.

### ما هي الفائدة التي تجني من صور ونصوص إعلامية يُنتجها المرء وتنتج له؟ أليست هذه طريقة للتخلص من المشكلة؟

يحكي الباحث الفرنسي جاك غونيه لنا هذه القصة: في عام ١٩٢٤، قرّر معلم مدرسة عادي يُدعى سيلستان فرينيه، أن يحضر مطبعة إلى حجرة الدرس. وكان يريد أن يؤسس جريدة. وقد راهن على إمكانية أن يهتم بها الأطفال ويكتشفوا عدة أشياء بأنفسهم. وقد اكتشف الأطفال حروفاً كبيرة غير منقوطة وغير مشكولة فتساءلوا عن التهجئة، لأنهم قلقوا على قرائتهم وقلقوا على أشياء أخرى كثيرة تتعلق بالنشر. وهكذا، فقد أنشأ فرينيه حركة مهمة جداً في المدارس تطوّرت بعدئذ إلى عدّة أساليب تعليمية مختلفة، تتضمن استعمال أدوات الإنتاج.

وتعلّمنا حركة فرينيه المدرسية الحديثة أهمية تعزيز اعتماد الطلاب على أنفسهم، وأهمية التعلّم القائم على أساس الاستفسار والطريقة الاستقرائية. ولا بد من تشجيع التعلّم الأصيل باستخدام تجارب الحياة الواقعية لضرورات الإنتاج، مع الشبان بقدر ما هي مع الكبار، لأن عملية التجربة والخطأ تمكنهم من اختبار الأشياء كأشخاص مطلعين على بواطن الأمور. وأي عملية يمكن أن تضع المتعلمين في موقف ما وتعزّز فهمهم لعملية الإنتاج وقدرتهم على التحليل وطرح الأسئلة تعتبر عملية ذات أهمية حاسمة.

وقد حدث بعض التجاوزات في استعمال حركة فرينيه ببعض الأشخاص إلى الاعتقاد بأن وسائل الإعلام والاتصال والتقنيات الجديدة تشجع الطرق الاستقرائية كما لو أن هذا الأسلوب التعليمي يعتمد على الآلة دون غيرها. والواقع أن الاستقراء يمكن تدريسه بطرق أخرى. ولعل الشعور



بديلاً أمام الطلبة كي يتعلموا التحليل الإعلامي، ويقلّ تأثرهم بالصور، في إطار التطبيقات الثقافية والجمالية. ويمكن أن يكون هذا مهماً بشكل خاص للأطفال الذين يجدون صعوبة في تعلّم الكتابة لكنهم ماهرون في استعمال اللغة المرئية أو أداء المهام المتعددة الوسائل. ويمكنهم بهذه الوسائل أن يعبروا عن كثير من الأحاسيس والأسئلة متسلّحين باستعمالهم لتلك الوسائل في التعلّم والتواصل.

**ألا يُحتمل أن تحدث فجوة تقنية بين التطور التقني لوسائل الاتصال في القطاع الخاص (التي تكون دائماً أصغر، وأسهل في التنقل، وأفضل في الأداء) وبين قدرة المدارس على شراء تلك الوسائل؟**

تتركز التربية الإعلامية على محتويات ومواصفات كل وسيلة اتصال (الصوت، والصورة، النص..). كما تتركز على التفسيرات التي تنقلها وأثرها العقلي والعاطفي. ويتركز التعليم على التقنيات الرقمية الجديدة، ولا سيّما الإنترنت، وعلى عمليات الربط والدخول بالإضافة إلى التجوال والاستقراء. ولا يقتضي أي منهما بالضرورة استعمال أدوات عالية التقنية. فالأدوات المنخفضة التقنية يمكن أن تكون كافية للإلمام بالمفاهيم الأساسية واستيعابها. والأسلوب المتقدم التقنية ليس ضرورياً، بل قد يكون له أثر مثير. وخارج نطاق الإعلام والتقنيات الرقمية الجديدة، لا ينبغي الخلط بين التعليم والمنفعة أو تحويل التعليم إلى عملية نفعية : فالمنفعة ليست إلا أدنى مستوى من عملية الاكتساب (وهو ما لا يعني أنه يجب إهمالها، لا سيّما بالنسبة للبنات لأنهن يصنفن عادة على أنّهن يجدن صعوبة في استعمال الآلة). وفي النهاية يبقى الهدف هو تعليم واسع يضم جميع وسائل الاتصال والتواصل، قديمها وجديدها.

يشير هذا المسرد المنتقى إلى عبارات أساسية تستعمل في مختلف فصول هذا الدليل. وهو يقدم تفسيرات لمصطلحات ترد في المعاجم وتتعلق بتقنيات الإعلام والتعليم. وقد استقيت عناصر تحليل إضافية من أكثر المصطلحات شيوعاً في نظريات الإعلام والتواصل الحالية. وهذه النظريات تسمى هنا «مواقف نقدية» لأنها لا تُرى إلا من حيث إشارتها إلى الإعلام، دون أن يتبع ذلك إصدار أحكام على قيمتها ودون إشارة عميقة إلى أصحابها. وهذا المسرد ليس شاملاً ولذا فإن الجميع مدعوون لاستكمالها. والتعريفات الواردة فيه هي مقترحات، ندعو كل من يستعملها إلى أن يعدّلها، ويضيف إليها ويجعلها متلائمة مع احتياجاته. أما العبارات المكتوبة بخط مائل بالإنجليزية فتشير إلى أفكار مكملة في هذا المسرد.

## مَسْرِدُ بِمِصْطَلِحَاتِ مِخْتَارَةِ لِلتَّرْبِيَةِ الإِعْلَامِيَّةِ



١- (المدخل) Access

مكبوتة راجع (التحليل النفسي). psychoanalysis.

حق أساسي للمواطنين وأحد الحقوق للأطفال، يرتبط عادة بالمشاركة. في التربية الإعلامية، يشجع الطلبة على تحديد من يُسمع لصوته، ومن يستثنى ولأي أسباب. راجع

Civil society, vertical integration  
(المجتمع المدني؛ التكامل العمودي)

٢- (أنشطة) Activities

٥- (العملية التناظرية) Analogical process  
استخدام العمليات الفيزيائية لوصف أو تدوين البيانات باستمرار كلما جمعت. وتقوم الإشارات بتسجيل الحركة في مختلف صورها، على مستويات السرعة والضوء (في الوقت الواقعي، مثلاً)، وإعطاء الشعور بوجود ماديٍّ للمراقب. وهذه العملية الرقمية، التي يتم فيها جمع البيانات في وحدات سرّية، لإعادة تركيبها لاحقاً، لها أثر عكسي. راجع

في التربية الإعلامية، الأنشطة المتكررة (على سبيل المثال، التقاط الصور) تتميز عن الأنشطة التحليلية (على سبيل المثال، دراسة الدعايات والإعلانات أو الأخبار). بين التمارين المخصصة للطلبة يمكن أن تكون هناك مناقشات تترأسها مجموعات صغيرة أو تجرى مع صف دراسي كامل، عن طريق لعب الأدوار وعمليات المحاكاة، والتحليل النصّي، وكتابة المقالات والإنتاج الإعلامي، بأسلوب عملي.

(التكنولوجيا الرقمية) digital technology

راجع (التربية الإعلامية) media education

٦- (أسلوب التحريك) Animation technique

عملية تبدو فيها الجمادات أو الصور وكأنها حيّة. يتحقق هذا الأثر بسلسلة من عمليات تحريك الأشياء أو الرسومات التي تعرض بسرعة كي يفسرها الدفاع كما لو كانت متحركة، بفعل استمرار الصورة.

٣- (الإعلان) Advertising

٧- (التخصيص لغرض معيّن) Appropriation

نشاط يقوم به الجمهور ويتكون من تفسير رسائل الإعلام لاستعماله الشخصي. وهذا يتضمن استراتيجية تلقّ نشط. وهو جزء من مدرسة «الاستعمالات والمتع» في نظرية التلقّي الإعلامي، يُرى عادةً في مقابل مدرسة التأثيرات، التي تعتبر أن الجمهور سلبي. راجع

رسائل الإقناع التي ترمي إلى بيع منتجات أو الترويج لأفكار. الإعلانات هي القاعدة الاقتصادية لمعظم وسائل الإعلام التجارية، لأن الشركات الراعية تمّول إنتاج البرامج من الأموال التي تدفعها مقابل الإعلان عن منتجاتها. راجع

(الاستعمالات؛ التأثيرات) Uses, effects

Production, public service announcement

(الإنتاج؛ إعلانات الخدمة العامة).

٨- (الجمهور) Audience

مجموعة المتلقين الذين أنتج لهم نصّ إعلامي بالإضافة إلى مجموعات أخرى يمكن أن تتلقاه. ويقاس الجمهور إحصائياً، باحتساب أعداد المشاهدين أو المستمعين لوسيلة إعلامية معيّنة خلال فترة معيّنة. راجع

٤- (العزلة) Alienation

الشعور بالانفصال عن الآخرين أو عن طبيعة المرء نفسه، بسبب فقدان التحكم في الظروف الاجتماعية للمرء (الاقتصادية، الثقافية، السياسية). وهو أيضاً أي عملية، تدفعها وسائل الإعلام أحياناً، يمكن أن تسبب انفصال المرء عن نفسه. ويمكن لنموذج عارضة الأزياء النحيلة أن يتدخل في الصورة التي ترسمها المرأة لنفسها ولأدوارها الثقافية والجنسية. في التحليل النفسي، تشير هذه العبارة إلى الانفصام الناجم عن عدم شعور الشخص بأنه يتحكم تماماً في أفعاله بسبب رغبات في اللاشعور أو رغبات

٩- (المخرج أو المؤلف) Author

الشخص الذي يؤلف نصّاً إعلامياً. وتشير هذه الفكرة إلى موقف نقدي فرنسي يعتبر أن الفرد، الذي يكون في العادة مخرجاً، هو المسؤول عن البرنامج أو الفيلم الذي

الجمهور public

(الإنتاج ؛ التسويق ؛ المنتجات الجانبية).

### ١٣- (المدونات) Blogs

وهي تشير إلى يوميات أونلاين في log و Web صيغت من كلمتين الحيز العام، حيث توجد مواقع شخصية ومواقع المؤسسات ومواقع مخصصة لمواضيع معيَّنة. يتعلق المعنى باستعادة التجوال التي تميز الإنترنت لكنَّها تشير أيضاً إلى فكرة رصد سير العمل بغية تحسين الأداء والتخزين. وقد لوحظ انتشار المدونات منذ الحادي عشر من سبتمبر- أيلول عام ٢٠٠١ وهو يدلُّ على القدرات الدينامية التفاعلية لوسائل الاتصال الرقمية.

### ١٤- (العلامة) Brand

اسم مميز، يعبر عنه عادةً بشعار، يُستعمل لتمييز منتجات شركة معيَّنة. ويمكن لاستعمال العلامة لمنتج ناجح في الدعاية والإعلان أن يرسخ «صورة العلامة» التي تميز الشركة في أذهان الجمهور.

### ١٥- (بريكولاج) Bricolage

ظاهرة ثقافية تتميز بتعديل المعنى أو الغرض الأصلي للنصوص الإعلامية أو المنتجات التجارية لجعلها خاصة لطرف معيَّن عن طريق مراجعتها مجدداً أو تحريفها، بل وجعلها متعارضة. أمَّا في حجرة الدرس أو في البيت، فيمكن تحويلها إلى مهمة يكون أسلوبها مرتجلاً، وذلك باستعمال مواد زهيدة التكلفة تتوفر دون عناء (ورق، فيديو...) راجع

### Appropriation , commdification

(التخصيص لغرض معيَّن ؛ تحويل المنتج إلى سلعة ).

### ١٦- (البث الإذاعة) Broadcasting

إرسال محتويات لاسلكية وسمعية وبصرية على الهواء عبر طيف واسع من الأمواج الكهرومغناطيسية، كي تصل إلى جمهور كبير.

### ١٧- (الكابل) Cable

بث مواد إذاعية ومسموعة ومرئية بكابل متحد المحور أو بألياف بصرية. وترتب على ذلك إنشاء نظام سمعي بصري بالصوت والصورة يسمح باستقبال أي نوع من

أنتجه. وفي التحليلات الأخرى، يكون المنتج أو المؤسسة ككل مسؤول عن البرنامج. وتتيح هذه النظرية المجال لتحديد الأساليب الشخصية لكنَّها تغلف عملية الإنتاج ككل بنصوص إعلامية. راجع (الإنتاج). production.

### ١٠- (الأصالة) Authenticity

في النظام الإعلامي الحالي للإنتاج الآلي والرقمي للنصوص الكبرى، تؤكد هذه الفكرة على ما هو مبتكر وبالتالي لا ينبغي أن يستبدل أو يستسخ. وهي أيضاً صفة يمكن ملاحظتها بالتحليل النصي، لإبراز ما يستحق أن يصدق أو ما يتفق مع الحقيقة إن لم يكن مع الواقع (روايات، الشهود، السرد التاريخي، الصدق). راجع

(الواقعية) realism

### ١١- (الحجز الكبير المختلط) Block-booking

نوع من قوى التسويق الاستراتيجية أو الموزعين الإعلاميين أو الإذاعيين الذين يشترطون باقاة كاملة من المنتجات دون اختيار لتفاصيل المحتوى. ويمكن للمنتج بهذه الطريقة أن يبيع مجموعة تضم أعمالاً ناجحة كبيرة وبرامج ضعيفة المستوى. راجع

(التكامل العمودي) vertical integration

### ١٢- (القنبلة) Blockbuster

الكأس المقدسة للسينما. يأمل المنتجون أن يحطم إنتاجهم الرقم القياسي لشباك التذاكر. ولتحقيق هذه النتيجة ينفقون أموالاً طائلة على استراتيجيات الدعاية والتسويق. ولهذا النوع من الإنتاج خصائص مشتركة هي : التأثيرات الرائعة، والحركة الأفعوانية، والعنف. ويمكنهم أن يستفيدوا من طول عمر هذه الأعمال بإلحاقها بالأسواق الثانوية (أشرطة الفيديو، الذي في الدي...). وهم يشاركون في ظاهرة العوامة، حيث يهدفون إلى جني أرباح طائلة من كمية محدودة من الأعمال. ومن الناحية النظرية، فإن إنتاج هذا النوع من الأعمال يمكن هوليوود من خفض النفقات الباهظة. أمَّا من الناحية العملية، فقد نتج أعمالاً فاشلة جداً وعدداً قليلاً من الأفلام لكل سنة. راجع

Production, merchandizing, by products





- البرامج بموجب اشتراك أو باقات مختارة من القنوات. راجع
- 22- (الاختيارات) Choices  
في التحليل النصّي، إمّا أن تكون قياسيةً (مجموعة مختارة من بين سلسلة من العناصر المتساوية) أو تسلسلية (تجميع عناصر مختلفة لتشكيل سلاسل أو مجموعات). راجع
- Language, grammer, key-concepts  
(اللغة؛ القواعد؛ المفاهيم الأساسية).
- 23- (الكنيسة - العبادة) Church/ cult  
راجع
- Religious organization (المؤسسات الدينية)
- 24- (المجتمع المدني) Civil society  
روابط واتحادات تتألف من المجتمع المدني وتتكون إمّا من المتلقين وإمّا من المجموعات المهنية المحترفة التي تكون قد أضافت الإعلام والتواصل إلى برنامجها العام. ويمكن أن تضم مجموعات مختصة بالإعلام والتواصل مثل روابط المشاهدين. ولا تحب مؤسسات المجتمع المدني أن يخلط بينها وبين القوى السياسية أو السلطات الحكومية المنتفذة. وتستند شرعيتها على المطالبة بالمشاركة المباشرة في العملية الديمقراطية التي يعتبر الإعلام جزءاً أساسياً منها. راجع
- Regulation,co-. (الضبط؛ الضبط المشترك) regulation
- 25- (النظام التصنيفي) Classification system  
يصنّف البرامج قبل توزيعها أو بثها وذلك وفقاً لمحتوياتها، عن طريق الإشارة، إذا دعا الأمر، إلى وجود عُنف، أو مواد إباحية، أو غير ذلك من الرسائل التي يحتمل أن تؤدي مشاعر الشبان. ويمكن أن يقترن ذلك بقواعد جدولية أو بدونها، بل وقد يتضمن منع بث مواد معينة. راجع
- regulation (الضبط)
- 26- (قواعد الأخلاقيات) Code of ethics  
راجع إرشادات الأخلاقيات ethics guidelines
- 19- (دراسة الحالة) Case study  
استراتيجية تعليمية تشجع المتعلمين على التعمّق في مبحث إعلامي يختارونه. وللبحث والتحقيق المستقلّ دور مهم في التربية الإعلامية. ويمكن للدارسين أن يركّزوا على الإنتاج والتسويق والاستهلاك لنصّ معين. ويمكنهم أيضاً أن يدرسوا مسألة محدّدة بعدة وسائل، مثل الانتقاء السياسي أو الأحداث الرياضية المهمة، أو التركيز على عملية التوزيع. ويمكنهم كذلك أن يستعرضوا الجمهور ذا العلاقة وذلك عن طريق تدوين ملاحظات ميدانية أو إجراء مقابلات. راجع
- Analytical strategies.pedagogy  
(الاستراتيجيات التحليلية؛ علم أصول التدريس).
- 20- (الرقابة) Censorship  
تعني هذه العبارة في أدقّ معانيها الإدانة المسبقة لنصّ إعلامي أو رأي، ومنع نشره أو بثه، ويمكن أن تشير الرقابة أيضاً إلى قرار مؤجّل، إلى ما بعد النشر أو البث. وتعتبر الرقابة الذاتية قيدياً على حُرية التعبير يفرضه الإعلاميون على أنفسهم. ويمكن أن تتعلق بالضبط الذاتي. راجع
- Self-regulation, regulation, co-regulation.  
(الضبط الذاتي؛ الضبط؛ الضبط المشترك)
- 21- (توصيف الشخصيات) Characterization  
بلورة الشخصيات في نصّ ما. يمكن أن تكون الشخصيات إمّا كاملة التطوّر (ناضجة) وإمّا ناقصة أو جامدة (غير مكتملة). راجع
- narrative,story (النصّ؛ الحكاية)

### ٢١- (فحص التحويل) Commutation test

في التربية الإعلامية، يُطلب من الدارسين أو يتخيلوا كيف يمكن أن يتغير معنى نص ما إذا ما عدل أحد عناصره - وعلى سبيل المثال، إذا كان المنتجون قد استخدموا شخصاً آخر، أو قطعة موسيقية أخرى، أو أيقونة أخرى).

### ٢٢- (الكفاءة) Competence

جمع المرء بين قواعد اللغة ومفرداتها، بحيث يتمكن، فعلاً، من إنتاج مادة غير محدودة واستيعاب المواد التي ينتجها أشخاص آخرون. وتقاس الكفاءة، في واقع الأمر، بأداء الشخص لأعمال التواصل. وتهدف التربية الإعلامية إلى جعل الدارسين يكتسبون كفاءة عامة، لا تقتصر على الكلمة المطبوعة بل تتعداها إلى الصوت والصورة. راجع

Media , education , performance  
(الإعلام ؛ التربية ؛ الأداء).

### ٢٣- (مكتب الشكاوي) Complaints Bureau

هيئة توجد إما في شركة إعلامية وإما لدى الدولة لتنظيم وضبط النشاط الإعلامي. ويتلقى المكتب انتقادات الجمهور وتمثل مهمته في إحالة تلك الانتقادات إلى مديري البرامج ومحرري الأخبار. ويرتبط وجود المكتب بالحق في تصحيح المعلومات، واحترام سمعة الأشخاص، وإمكانية تصحيح المعلومات أو الردّ عليها. راجع

regulation (الضبط)

### ٢٤- (الاستيعاب) Comprehension

في التربية الإعلامية، الإلمام بمجموعة من "المفاهيم الأساسية". لهذا الأسلوب عدة برامج واضحة. فهو لا يحدد أهدافاً معينة للدراسة ("لائحة" موحدة للنصوص المتضمنة في برنامج مدرسي على سبيل المثال) وبالتالي يمكن أن يتكيف مع اهتمامات الدارسين وميولهم. ولا يحدد هذا الأسلوب كياناً للمعرفة سرعان ما يتجاوزه الزمن. راجع

media education (التربية الإعلامية)

### ٢٥- (المعالجة الكمبيوترية) Computer processing

كل أساليب جمع البيانات، وتخزينها، ومعالجتها وتوزيعها

### ٢٧- (النظام) Code

النظم والخصائص الأساسية لمختلف أشكال اللغات الإعلامية المتضمنة في تركيب رسالة معينة. وهي تتضمن ممارسات اجتماعية مشتركة، تسمح للجمهور بتحليل الرسالة التي يركبها المؤلف أو المنتج بطريقة مرموزة. في التربية الإعلامية، تعلم ملاحظة وتحليل النظم التي تبين للدارسين ضرورة إيجاد بدائل شفوية لتأثيرات الصوت والصورة المستعملة في أي نص إعلامي. راجع

Constrains , language, grammer, semiotics.

(القيود ؛ اللغة ؛ القواعد ؛ الرموز).

### ٢٨- (السلمية) Commodification

العملية التي تبين تحويل العلاقات الاجتماعية إلى سلع قابلة للتسويق أو علاقات مع سعر الصرف. ويمكن تحويل أفكار قريبة من الهوية الشخصية كالجنس (ذكر أم أنثى) والنشاط الجنسي إلى سلع، أي يمكن دمجها في علاقة تشير إلى قيمة مالية. بعبارة أخرى، يمكن للإعلام أن يدفع شخصاً ما إلى عزل جزء من نفسه. راجع

Alienation , market (العزل ؛ السوق)

### ٢٩- (التواصل) Communication

علاقة دينامية تحدث في الاتصالات بين مُرسِل الإشارات ومستلم هذه الإشارات، بوسائل تقنية وبموارد مرموزة (صورة، صوت، لغة مكتوبة). وكامتداد لذلك، الأساليب الإعلامية المستعملة في إرسال رسالة، لإبلاغها إلى الرأي العام أو للحفاظ على سمعة شركة ما أو مؤسسة ما. راجع

Information media (المعلومات ؛ الإعلام)

### ٣٠- (مراكز الإعلام الأهلية) Community Media Centres

أماكن مخصصة للأهالي، توفر بعض الوسائل والموارد الإعلامية، بالإضافة إلى الدعم التقني للمدربين والمتدربين. وهي تهدف إلى تعزيز تعليم الأهالي وتلبية الاحتياجات المحلية. راجع

Co-regulation , tele-centres  
(الضبط المشترك ؛ مراكز الاتصال)



تلقائياً باستعمال برامج كمبيوترية. راجع

Digital technology , internet

(التقنية الرقمية : الإنترنت).

حولهم. راجع

phenomenology (علم الظواهر)

٤٠- (المجالس الاستشارية للبرامج).

(Consultative councils for programming)

منابر متعددة المصالح، تتضمن وجود مستخدمين أو خبراء من جهات تعليمية أو من جهات مختصة بطب الأطفال. ويمكن أن تشير إلى أحدث الأبحاث وإلى مواقف فعلية، مع مناقشات ومناظرات لا تقتصر على المسؤولين بل تضم أيضاً منتجين وإذاعيين. وقد تتمخض عن إعداد توصيات تتعلق ببعض القيم أو المحتويات الثقافية أو السياسية، وبالاستراتيجيات التحريرية، وبأشكال محددة في الالتزام بتوقعات مجتمع معين. راجع

co-regulation (الضبط المشترك)

٤١- (تحليل المحتوى) Content analysis

يتضمن التحليل الكمي لمجموعة مهمة نسبياً من المواد، وتحديد تكرار حدوث منظومات أو فئات مقررة مسبقاً. فمثلاً، يمكن للدارسين أن يقدروا نسب الصور والنصوص التي يمكن أن توجد في جرائد متنوعة، أو حجم الحيز المخصص للإعلانات. ويمكنهم أيضاً أن "يحصوا" عدد الرجال والنساء الذين يظهرون في الإعلانات أو مجموع أنماط الأدوار الاجتماعية التي يؤديونها. ويمكن أن يستغرق تحليل المحتوى وقتاً طويلاً في حجرة الدرس لكنه يمكن الطلاب من اختبار فرضياتهم وتحديد الاتجاهات الرئيسية التي تظهر في عينة كبرى. راجع

Textual analysis , repertoire of pedagogical strategies.

(التحليل النصي ؛ ذخيرة الاستراتيجيات التعليمية).

٤٢- (المحتويات) Contents

الرسائل الناتجة عن النصوص الإعلامية، التي ترسل فيما بعد إلى جماهير واسعة أو محدودة. وتحليل المحتويات هو طريقة محدّدة تقوم على أخذ عدة نصوص وتحليلها على أساس معايير كمية، من أجل إجراء تقييم إحصائي في النهاية. راجع

٣٦- (شروط العقد) Condition of contract

وثيقة تحدّد كيفية إنجاز منتجات للأسواق العامة مع شرح التوقعات وجدول المواعيد، بالإضافة إلى التزامات الخدمة العامة المنتظرة من المؤسسات الإعلامية. تحدّد هذه الشروط بشكل عام سلطة ضبط الإعلام، بصفتها الجهة التي تدير شؤون موجات الأثير والذبذبات والترددات العامة. راجع

regulation (الضبط)

٣٧- (المدلول) Connotation

في علم المدلولات، القيم الاجتماعية، والتاريخية والأيدولوجية التي تضاف إلى المعنى الحر في نص ما، عن طريق تجربة الجمهور أحياناً. راجع

Denotation , semi logy

(الرمز ؛ علم المدلولات)

٣٨- (القيود) Constraints

شروط تشترطها إدارة وسيلة إعلامية معينة أو تكون واردة في بنود عقد الشركات الإعلامية. في التحليل النصي، الإمكانيات الكامنة في كل وسيلة إعلامية لا تحددها خصائصها الأساسية، وهي تعتمد أيضاً على سياق الإنتاج وعلى الجمهور المستهدف. راجع

Code, context , production

(المنظومة ؛ السياق ؛ الإنتاج).

٣٩- (البنائية) Constructivism

موقف نقدي يعتبر أن الحقائق والأحداث لا توجد بنفسها بل تكون نتيجة لتأطير اجتماعي له مدلولات ترتبط بالأيدولوجية والاقتصاد وميزان القوى في السياسة وفي استعمال اللغة. نظم التفسير، ولا سيما تلك التي تنقلها وسائل الإعلام، ليس لها معنى منفصلاً عن التفسير الإنساني. وهذه النظم تمكّن الناس من فهم العالم

حماية المستهلكين، والروابط الأسرية واتحادات المدرسين،  
ومؤسسات الأبحاث. راجع

(الضبط ؛ إم إي إس "نظام المحاسبة الاعلامية")  
regulation , Mas

٤٧- (مجموعة مواد - معرفية) Corpus of knowledge  
مجموعة حقائق أو محتويات يجب تعلّمها لأنه الأساس  
لتحليلات عميقة، بالإضافة إلى نقد وتفسير لنصوص  
إعلامية. راجع

Media education, curriculum

(التربية الإعلامية ؛ المنهاج).

٤٨- (تسلسل الدورة) Course sequence

سلسلة من وحدات العمل تمتد على عدة حصص دراسية  
بما فيها مجموعة من الأنشطة في حجرة الدرس، تهدف  
إلى تحديد المفاهيم الأساسية للتربية الإعلامية. وهي  
توفر أنشطة تحليلية ومبتكرة تجري بعدها عملية تقييم.  
راجع

Media education , key concept

(التربية الإعلامية ؛ مفهوم أساسي).

٤٩- (التغطية) Coverage

الطريقة التي تعالج وسائل الإعلام بها حدثاً معيناً أو تغل  
أخباره وتعليقات عليه. يمكن أن تسعى إلى الحياد، وقد تُنتقد  
على الإفراط في الانحياز.

٥٠- (قائمة المساهمين) Credits

تظهر في بداية أو نهاية نصّ إعلامي. وتتضمن معلومات  
عن الأشخاص الذين أعدوا النصّ، وعن الشركات التي  
تملكه أو توزعه، وعن مختلف المهام المتعلقة بإنتاجه.  
معرفة هذه المعلومات تمكّن الدارسين من أن يضعوا في  
اعتبارهم المصالح المالية (وأحياناً المصالح الأيدلوجية)  
التي تقف وراء النصّ. راجع

الإنتاج) production

Message , content analysis

(الرسالة ؛ تحليل المحتوى).

٤٣- (السياق) Context

توضيح الروابط التي تجمع بين أشكال معيّنة من اللغة  
الإعلامية مع مفهوميّن أساسيين آخرين في التربية  
الإعلامية، هما الإنتاج والجمهور. ويتأتى ذلك بالتركيز  
على مقدمة النصّ الإعلامي وخاتمته، اللتين تدلّان على  
الإنتاج والجمهور المستهدف.

٤٤- (التجمّعية) Convergence

اتجاه نحو الجمع بين التقنيات المرئية بين الشركات لدى  
اندماجها معاً لإنشاء نظام متعدد الوسائل. ويتمخض عن  
ذلك منتجات تؤدي عدة مهام

(كمبيوتر، فاكس، هاتف) لإنشاء نظام متعدد الوسائل.  
وبالمعنى التقني، يمكن أيضاً تفسير التجمّعية بأنها  
اتجاه عام نحو الرقمية، وهو ما يضرّ بالنظامين الورقيّ  
والتناظريّ. راجع

Vertical integration , production , technology

(التكامل العمودي ؛ الإنتاج ؛ التكنولوجيا)

٤٥- (حقّ الاقتباس) Copyright

يشير إلى القوانين التي تفرض تعويضاً مقابل استعمال  
ممتلكات فكرية أو معلومات ينشرها الفنانون،  
والصحفيون، والمنتجون الإعلاميون. ويسمح بعض البلدان  
باستثناءات، من قبيل "الاستعمال العادل" أو الحقّ  
في اقتباس مقتطف مقتضب دون طلب إذن أو تصريح.  
فيجب أخذ حقوق الاقتباس في الحسبان عند استعمال أو  
بث أي نصّ إعلامي في حجرة الدرس أو في أي مكان أو  
موضع غير تجاري.

٤٦- (الضبط المشترك) Co-regulation

إما ضبط الضبط الذاتي، وإمّا التفاوض بين ذوي  
المصالح المتعددة. وفي سياق الحكومة، تشير هذه العبارة  
إلى الحوار النشط بين الدولة وقطاع الصناعة والقوى  
الفاعلة الأخرى في المجتمع، ومنها مجالس الآباء، وحركات



دولية، برعاية اليونسكو، عام ٢٠٠٦، بحيث تجعل التنوع الثقافي حقا من حقوق الدولة. راجع Cultural goods, commodification, globalisation (النتاج الثقافي؛ السلعية؛ العولة).

٥٦- (السلعة الثقافية) Cultural good

منتج تكون قيمته التجارية أقل من قيمته الرمزية. ويفترض أن تكون المعلومات والإعلام سلعا ثقافية، يختلف وضعها عن وضع السلع والخدمات التجارية لأنها تسهم في الشعور بهوية مجتمع ما. راجع

Civil society, cultural diversity

(المجتمع المدني؛ التنوع الثقافي)

٥٧- (الإمبريالية الثقافية) Cultural imperialism

طريقة تصدير أساليب الحياة من جانب بلد يهيمن على بلد آخر، بواسطة سلع ثقافية ونصوص إعلامية. وتعتبر الولايات المتحدة عادة في وضع مهيمن ثقافياً وبالتالي امبريالي بالنظر إلى تصديرها كمّاً هائلاً من البرامج التي تلقى رواجاً لدى الجمهور وبالنظر إلى تحكّمها الشديد في الإنتاج والتوزيع في السوق المحلية. راجع

Globalisation, vertical integration, cultural diversity

(العولة؛ التكامل العمودي؛ التنوع الثقافي).

٥٨- (المنهاج) Curriculum

المعرفة التي تدرّس خلال دورة تشمل موضوعاً معيناً. في التربية الإعلامية، المنهاج يقدّم مفاهيم أساسية (الإنتاج، والتفسير، واللغة، والجمهور) بطريقة متكاملة، يكون كلّ مفهوم أساسياً فيها، من حيث الإمكانية على الإقل، نقطة عبور إلى المفاهيم الأخرى. راجع

(التربية الإعلامية) media education.

٥٩- (البيئة الكمبيوترية) Cyberspace

تفسير الحيز حسبما تحدده الكمبيوترات والتقنيات الافتراضية، ولا سيّما على الإنترنت. انها جغرافية الشبكات التي تتحقق بفعل السيرفرات ومواقع الشبكة العالمية ولينكات الهايبرتكست. وهي توجد بيئة رقمية

٥١- (الموقف النقدي)

راجع Critical Position

Formalism, post-modernism, psychoanalysis, realism, semiotics, structuralism, phenomenology.

(الرسمية؛ ما بعد الحداثة؛ التحليل النفسي؛ الواقعية؛ العلاماتية؛ البنائية؛ الظواهرية).

٥٢- (النقد) Criticism or Critique

موقف مدروس من معنى الرسائل وقيمتها، يهدف إلى إبراز المحتوى الظاهر والضمني. وهو أيضاً موقف في التلقي البسيط للنصوص الإعلامية من أجل تحليل النتائج المترتبة على استعمالها. راجع

(القراءة؛ التلقي). reading, reception

٥٢- (القطع العرضي) Cross Cutting

تعاقب اللقطات من تسلسلين، لتهيئة الانتقال بين مشهدين أو مصدرين مسموعين. ويمكن أن يحدث ذلك انطباعاً بالتواقت بين عمليتين أو، على العكس، يتيح الفرصة لتغيير المكان والصيغة والجو. راجع

(القواعد) grammar

٥٤- (التثقيف) Cultivation

تعريف الناس بالإعلام عن طريق وسائل الإعلام. يمكن أن تتفاوت عملية التثقيف من شخص إلى آخر، ومن مجموعة إلى مجموعة، خلال حياة الفرد. وهي تعني أن لعادات استخدام وسائل الإعلام أثراً في تفسير الرسائل، بالإضافة إلى اعتبارات عن البيئة الاجتماعية للفرد والمستويات التعليمية لمستخدمي تلك الوسائل. راجع

(التأثيرات) effects

٥٥- (التنوع الثقافي) Cultural diversity

خلاصة المناظرة عن "الاستثناء الثقافي" الذي يفترض أن عمل العقل، ولا سيّما إنتاج الأفلام والبرامج التلفزيونية، لا يشبه الأعمال الأخرى وبالتالي لا ينبغي تسويقه بنفس الطريقة التي تسوّق بها أية مادة استهلاكية أساسية، لأنه جزء من هوية بلد ما وإرثه الثقافي. وقد عدلت معاهدة

### ٦٣- (تحليل الرموز) Decoding

عملية تفسير النصوص والنتائج الثقافية وفقاً للرموز المشتركة في ثقافة معينة. وان عوامل من قبيل الوساطة التكنولوجية، وسياق التلقي، وظروف الانتاج، والايضاح الاجتماعية لأفراد الجمهور لتُكسب هذه العملية مبدأً وصيغةً جوهرية وشكلاً يكون له اثر عميق في تطورها وتفسر الحقيقة المتمثلة في ان الرسالة لن يتم تحليلها بالضرورة من جانب الكاتب او المنتج حسبما هو متوقع. راجع

Production; reception (الانتاج، التلقي).

### ٦٤- (التفكيك) Deconstruction

عملية يخضع النص الاعلامي بموجبها لعدة قرارات اثناء استيعابه، بالنسبة لجمهور معين. وهي ايضاً عملية تتعلق بالتلقي وتتميز بنقد اساليب انتاج هذه الرسالة بالاضافة الى اساليب التلقي المحتملة. راجع

Reading; reception; postmodernism

(القراءة: التلقي؛ ما بعد الحداثة).

### ٦٥- (الخصائص الديموغرافية) Demographic profile

جميع خصائص متلقي المواد الاعلامية مثل السن، والجنس، والتعليم، والدخل. انها جزء من استراتيجيات التسويق لتقسيم مختلف فئات الجمهور واستهدافها. راجع

### Marketing: merchandizing

(التسويق، الترويج التجاري).

### ٦٦- (الاشارة) Denotation

في دراسة الاشارات والرموز واستعمالها في التفسير، القيمة الحرفية والواضحة للنص الاعلامي. راجع

### Connotation; semiology

(المدلولات، علم الاشارات والرموز).

تسمح بانتقال المعلومات والبيانات بالاضافة الى مختلف انواع الاتصالات بين الناس والكمبيوترات. راجع Navigation; internet (التجوال؛ الانترنت).

### ٦٠- (السايبورغ) Cyborg

Organism و Cybernetics مشتقة من الكلمتين وهي تشير الى الحدود المتحركة للعلاقات بين البشر والآلة التي تتوسط فيها التكنولوجيا. وهذه الانسنة للآلة تتيح للانظمة التكنولوجية ان تمر بمراحل عقلية، او بالعكس، تسمح للبشر بأن يتقبلوا فكرة زرع عضو صناعي في اجسامهم. ويؤكد هذا الكيان الافتراضي اعتماد المجتمعات المعاصرة على وسائل الاعلام والتقنيات الجديدة، وبالتالي فانه يفسر عادة في صورة نصوص اعلامية، ولا سيما في القصة العلمية.

### ٦١- (الحوار) Debate

في الاعلام والرأي العام، التعبير عن وجهات نظر خلافية تمثل اقلية، وتقرن بأراء تعددية في الاخبار. وفي التربية الاعلامية، يتضمن الحوار نشاطاً تحليلياً، تُعرض خلاله على الدارسين سلسلة من الاحكام على برنامج او موضوع ما، مع وجهات نظر ايجابية واخرى سلبية. ويُطلب منهم عادة ان يقيموا هذه المواقف. راجع

### Activities; course sequence

(الانشطة، تسلسل الدورات).

### ٦٢- (تحليل الاشارات) Deciphering

عملية تحليل نص اعلامي، يقوم بها احياناً المنتجون والاذاعيون انفسهم. في التربية الاعلامية، عملية التحليل التي يقرأ التلاميذ خلالها سلسلة من الاحكام التي تصدر على برنامج ما، لمناقشتها، ومن ثم تقييمها، بل والخروج بتركيبة لوجهات النظر. راجع

### Corse sequence; activities

(تسلسل الدورات، الانشطة).



Grammar , production , interpretation

(القواعد، الانتاج، التفسير).

72- (التوزيع) Distribution

تخصيص افلام للفيديو، وبالتالي، جميع اعمال الترويج والبت للنصوص الاعلامية في السوق الابتدائية (دور السينما) بالاضافة الى الاسواق الثانوية (الاشربة والدي في دي). راجع

Vertical integration ,market (التكامل العمودي، السوق)

73- (الدراما الوثائقية) Docudrama

تشير الى نوع محدد من الرواية القصصية المسموعة والمرئية. انه نص اعلامي يجمع بين عناصر القصة الخيالية. وعناصر تُستقى من اخبار واقعية او حقائق تاريخية. راجع

Genre,realism (الاسلوب، الواقعية).

74- (الوثائقي) Documentary

فيلم كامل تقريباً يقدم وثائق اصلية، لاهداف تعليمية وتربوية. ويمكن ان يكون محتواه إما متوازناً، بما في ذلك وجود وجهات نظر مختلفة، وإما منحازاً، يعرض وجهة النظر وانطباعات المخرج عنها.

75- (الترميز المزدوج) Double encryption

نظام تقني للتشويش والاعلاق، يمنع رؤية الاشارة بوضوح. راجع Mas

76- (الشد الدرامي) Dramatic tension

في البناء الروائي، الجمع بين التضاربات الذي يحرك الحبكة ويصعدها. اللحظة التي يصل الصراع عندها الى اقصى درجاته، ويضطرب التوازن. تشير ايضاً الى اقصى لحظات الشد والتوتر.

77- (التحرير - "المونتاج") Editing ( Montage)

الاختيارات التي يقررها المخرجون، فيما يتعلق بمختلف الاساليب المستخدمة، بشأن وضع الكاميرا، وانتقاء الصور والاصوات. ويتبع التحرير التسلسل طويلاً قواعد صارمة

67- (الخطة) Device

المكونات الفنية للسينما او وسائل الاعلام الاخرى التي تشمل الفكرة القائلة انها تؤثر في التلقي النفساني لدى الجمهور. وقد تسهم او لا تسهم في ايجاد انطباع بالواقع، بل وقد يتمخض عنها اغراق المشاهد في النص. راجع realism (الواقعية)

68- (التكنولوجيا الرقمية) Digital technology

خلافاً للعملية التناظرية، فان هذه التقنية تتمثل في استعمال اشارات كهربية او الكترونية متقطعة (عامل/ متوقف، حاضر- غائب) لشرح او تسجيل ظاهرة دينامية من قبيل الحركة والضوء. وهي تضمن دقة تفسير البيانات وقلة التباين. ويتبع ذلك فقدان الشعور بالواقعية بالنسبة للمراقب، بالمقارنة مع العملية التناظرية. راجع

Analogical process. (العملية التناظرية)

69- (المخرج) Director

الشخص الذي يتولى الاشراف العام على نص سمعي ومرئي او على فيلم. وهو يدير عملية ترتيب المشاهد ويتخذ قرارات التحرير والمونتاج. راجع

Production , produce (الانتاج، المنتج).

70- (التعليل) Discourse

ليس جزءاً من الرواية او القصة في النص الاعلامي لكنه يحتاج الى توضيح، ولا سيما بالنسبة للمعنى الواضح والمعنى المستتر. وهو يشير الى انتاج المعرفة التي يحددها وما يمكن ان يُقال عنها. وهذا ينطبق على مجموعة كبيرة من المعارف الاجتماعية، مثل تعليل التكنولوجيا، وتعليل الاقتصاد، الخ. والتحليل التعليلي هو طريقة محددة تتناول نصوصاً معينة وتحللها باستعمال معايير كمية. راجع

Message , content analysis

71- (التبهيث) Dissolve

انتقال مرئي بين لقطتين، حيث تحل اللقطة الثانية محل اللقطة الاولى التي تتلاشى تدريجياً. يعمل هذا الاسلوب على ايجاد جوماً وينقل احساساً بمرور الزمن. راجع

## ٨٢- (التأثيرات) Effects

موقف نقدي ينص على أن التفسيرات الإعلامية تغير الطريقة التي يفهم الجمهور بها فئات اجتماعية أو مسائل اجتماعية معينة مثل التصنيف المقلوب والعنصرية، مع أنه من الصعب جداً فصل هذا التأثير عن التفسير الذي تمارسه مؤسسات أخرى من قبيل المدرسة أو الأسرة. راجع

Ideology , cultivation ,reception , representation  
(الايديولوجية، التثقيف، التلقي، التفسير)

## ٨٣- (لجان الاخلاقيات "أو لجان الاتصال") Ethnic Committees (or liaisons committees)

بعض اعضائها يكونون اعضاءً من خارج الاعلام (مدرسون، معالجون، عاملون في خدمة الاهالي...) وهم يرعون الحوار حول احترام الجمهور، والحوار الديمقراطي، واحترام الكرامة الانسانية، ومصالح الاطفال ومسؤولية الاعلام عن جعل سلوك الشبان مقبولاً لدى المجتمع. راجع

## Self-regulation, Mas

(الضبط الذاتي، إم إي إس "نظام المحاسبة الاعلامية").

## ٨٤- Ethic guidelines / standard of good practice

(الارشادات الاخلاقية/ معايير الممارسة السليمة)

تتركز على مسائل الحياد، والمساواة، وحماية المصادر، والاستقلال، وتضارب المصالح، والزبائن السياسيين والمحابة، الخ. ويتضمن بعض اللوائح بنوداً عن حقوق المشاهدين ومستخدمي وسائل الاتصال والإعلام بالإضافة الى واجبات المهنيين المحترفين. وهي تكمل قيم حرية التعبير. راجع

Mas (نظام المحاسبة الاعلامية)

## ٨٥- (الحدث) Event

حقيقة تكون من الاهمية بمكان بالنسبة لمجتمع ما بحيث يفترض في وسائل الاعلام ان تتناقلها وتجعلها محط اهتمام بالغ (في الوسائل المطبوعة او الوسائل الاذاعية).

تتعلق بالانتقال السلس بين ما يوجد داخل الاطار وما يوجد خارجه. ويجمع التحرير غير المستمر بين اللقطات للايحاء بمشاعر وافكار اكثر من الايحاء بالوقت والحيز. راجع

Cross- cutting , mise-en-scene ,narration

(التقطيع العرضي، ترتيب المشاهد، الرواية).

## ٧٨- (الافتتاحية) Editorial

مقالة يكتبها صحفيو الجريدة يبرزون فيها وجهة النظر التي يتبنونها هم او التي يتبناها رؤساؤهم، بشأن مسألة تتعلق بالنظام العام او بمسألة معينة. وهي تختلف عن المواد الاخرى التي تقتصر بالتحديد على نقل الحقائق وتلتزم بالحياد.

## ٧٩- (الاهداف التعليمية) Educational objectives

إعداد الدارسين لتحليل المواد الاعلامية. وهي تشجع استعمال الاساليب الاستنتاجية والاساليب الاستقرائية، لضمان استعمال المادة المتاحة تحت تصرفهم كي يتوصلوا الى النتائج بانفسهم. وتقتض هذه الاهداف انه يجب تشجيع الدارسين على التفكير المنهجي في المسائل المعقدة، دون ارغامهم على اتخاذ اي موقف محدد مسبقاً. ومن هذه الاهداف تشجيع المناظرات المتعلقة بالحياة اليومية للدارسين او حياتهم كمواطنين. راجع

( التربية الاعلامية) Media education

## ٨٠- (التلفزيون التعليمي) Education television

الانشطة والخدمات التي تبث برامج تكون القيم التربوية فيها اهم من التسلية. وفي بعض البلدان، تخصص عدة قنوات لبث هذه البرامج. وفي بلدان اخرى، تخصص لها حصص في اطار التزامات الخدمة العامة.

## ٨١- (التربوي) Educator

مهني محترف يتلقى تدريباً تربوياً خاصاً، يرتبط عادة بموضوع متخصص، ويكون هذا المربي مكلفاً بتعليم الاطفال او المراهقين. ويشمل ذلك اي شخص معني بالموارد ويشارك في حلقة مرجعية مقربة من الشبان (المكتبات، المدرسين، مستشارو الكليات، الآباء).





وسائل يتم الامام برموزها لاعطاء حيوية لعوالم خيالية.  
راجع

Story, narrative (القصة، الرواية).

92- (الفيلم) Film

عملية الانتاج المستعملة في تسجيل صور واصوات في  
السينما. وتتم بلورة العرض المصور للرواية باستعمال هذه  
الصورة والاصوات، حتى وان لم تشترك وسيلتها واشكالها  
الجمالية في نفس الخصائص.

93- (الفراز) Filter

وسيلة فنية تسمح بازالة عناصر معينة غير مطلوبة في  
برنامج ما على اساس تصنيفات ونصوص مرموزة. وتتمثل  
هذه الوسيلة احيانا في الاشخاص او الهيئات (الكتاب،  
الاذاعيين، مالكي القنوات...) التي لها سلطة اختيار او  
رفض نص اعلامي. وتوجد ايضا فرازات على الانترنت،  
من قبيل برامج البحث.

94- (الفلو) Flow

في الاذاعة والتلفزيون والانترنت، برامج قصيرة الاجل  
لان محتوياتها قابلة للبلو، مثل برامج الدردشة او اخبار  
التلفزيون. ورغم انه تقاطعها اعلانات، فانها تعطي  
الجمهور انطباعاً بالاستمرار والانغماس. وفي مقابل  
برامج الفلو توجد برامج الستوك، مثل المسلسلات او  
الافلام، التي يمكن بثها عدة مرات وتوزيعها على عدة  
وسائل اعلام. راجع

Production, programming, stock

(الانتاج، البرمجة، الستوك).

95- (الرسمية) Formalism

النظرية التي تشرح الجوانب الرسمية في النص، سواء  
كان ادبياً أم اعلامياً. ويمكن ان تجمع بين هذا الجانب  
وبين اسلوب القراءة في التلقي الذي يستند الى العقل والى  
التصور الحسي (خلاقاً للتحليل النفسي). ويعتبر افراد  
الجمهور عنصراً فاعلاً، له القدرة على وضع افتراضات  
من خلال تبلور النص، وذلك عن طريق استعمال خبرتهم  
السابقة كمشاهدين او تجاربهم وتوقعاتهم الشخصية عن

86- (الاستعراضية) Exhibitionism

شذوذ يتمثل في استمتاع المرء بنظر الآخرين اليه. ويمكن  
ان ينطبق الشيء ذاته على النصوص والمطبوعات والصور  
الاعلامية التي تظهر اجسام الافراد والممثلين (ولا سيما  
جسد المرأة) لاثارة غرائز جنسية لدى المشاهدين. راجع

Scopophilia, voyeurism, pornography

(السكوبوفيليا، المناوقة، المواد الخلاعية)

87- (الاسرة) Family

مجموعة الاقارب الخالص الذي يعيشون تحت سقف  
واحد. وتضم ايضاً اشخاصاً يشتركون في نفس النوع من  
العلاقة (بالتبني، والمؤاخاة، والعمومة، والزواج...). اما  
في التربية الاعلامية، فتشير الى الكيان الاجتماعي الذي  
يضم الاطفال واولياء امورهم في المنزل.

88- (المعجب) Fan

والمعجب، الذي يكون شاباً في العادة، بنجم او ببرنامج،  
ويعبّر عن حماسه باشكال معينة من السلوك والاختيارات  
للتفاعل الاجتماعي، حسبما يظهر في مواقع المعجبين  
ببرنامج تلفزيوني او بممثل مشهور او ممثلة مشهورة.

89- (التعليق) Feedback

عملية التواصل التي يمكن بها لشخص ما ان يرد على  
رسالة او نص، فيعبر عن اعتراضه او يطلب توضيحاً، او  
يقدم اقتراحات للتعديل. راجع

communication (التواصل)

90- (الفَتَشِيَّة) Fetishism

ولع بشيء ما او بنشاط ما او الحاجة اليه على اعتبار ان  
الشخص المعني يجد فيه لذة او اثاره جنسية. وبالنسبة  
للالعلام، فان ملصقاً لفيلم او نجم سينمائي يمكن ان  
يعطي المعجب شعوراً بالتملك او الحميمية التي لا يمكن  
اشباعها بطرق اخرى. راجع

commodification (تحويل الشيء الى سلعة)

91- (القصة الخيالية) Fiction

تستند الى ارشادات ورموز (صوت، صور، الخ...) والى

او، في علم الاجتماع، بعلاقة سلطة الاستطلاع الاجمالي. والعلاقات بين الاشخاص داخل شبكة السلطة تحكمها عمليات النظر كوسيلة للتفاوض وفرض رؤية داخل مؤسسة او مجتمع معين. والسماح لها بالدخول الى شبكة السلطة هذه انما هي وسيلة لضبط سلوك الافراد. ويمكن ان يُنظر الى وسائل الاعلام، كمؤسسات، على انها تسعى الى اقتناع الاعلاميين باتباع سلوك مطبّع بقدر ما تسعى الى اقتناع افراد جمهورها بذلك. راجع

Production; reading; publics; reception; mirror phase (الانتاج، القراءة، الجمهور، التلقي، مرحلة الانعكاس).

#### ١٠٠- (التصنيف) Genre

تصنيف المحتويات وفقاً للوائح والصيغ المعترف بها وهو ما يفرض الى انتاج انواع معينة من النصوص. فالمسلسلات، والوثائقيات، وافلام العصابات، جميعها تصنيفات. ويعمل تصنيف النص على اقتناع المشاهد بتكوين مجموعة من التوقعات عن المحتويات، والجماليات والحبكة. راجع

Code; production (اللائحة، الانتاج).

#### ١٠١- (الثقافة العالمية) راجع Global culture

globalization. (العولمة)

#### ١٠٢- (العولمة) Globalization

علاقة جديدة بين الاسواق المالية والعمالية والجُمليّة على المستويات المحلية والوطنية والعالمية، تشمل التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية. وتهيمن شركات الاعلام العالمية على السوق وتقدم ثقافة عالمية مشتركة، تقوم على اساس الفردية والاستهلاك. وهذه الهيمنة تؤدي الى عدم تساوي في امكانية الحصول على المعلومات والتقنيات الاعلامية. ويمكن ان تفضي الى استراتيجيات مقاومة ولا مركزية. راجع

Cultural imperialism; vertical integration

(الامبريالية الثقافية، التكامل العمودي).

#### ١٠٣- (الحوكمة) Governance

شكل من اشكال الحكم يهدف الى اقامة قواعد جديدة للممارسة الديمقراطية للسلطة، والسير بموجب توجيهات

الاسلوب والشكل. راجع

Structuralism, realism (البنائية، الواقعية).

#### ٩٦- (الاطار) Frame

طريقة تركيب الصورة، بالنسبة لحواها ولكن ايضاً بالنسبة للعملية التي تتحدد بها هذه الحواف وبالنسبة للاشياء التي تختار داخل تلك الحدود وخارجها. راجع

Mise-en-scene, montage (ترتيب المشاهد، المونتاج).

#### ٩٧- (حرية التعبير) Freedom of expression

حق انساني، مورس تاريخياً لحماية الرسائل الاعلامية من الرقابة وجميع انواع محاولات الضبط التي تقيد، راجع

Human rights, self-regulation

(حقوق الانسان، الضبط الذاتي).

#### ٩٨- (النشاط "او اللعب") (Game) or play

نشاط بدني او عقلي يتعلق بالتسلية والمتعة. في الاعلام، يمكن ان يكون هذا النشاط منظماً وله قواعد تحدد الفائزين والخاسرين، وتحدد الفوز والخسارة. ويتزايد الشعور بأن افراد الجمهور يعتبرون لاعبين في هذا النشاط او هذه اللعبة، وليسوا مجرد متلقين او مواطنين. في التربية، النشاط او اللعبة هو احد اهم الابعاد التي تقوم عليها عملية التعلم، ولا سيما بالنسبة للمحاكاة ولعب الادوار، لأنها تمكّن الدارسين من تجريب النصوص الاعلامية في الخيال عن طريق مشاعر الآخرين وفعالهم دون الخروج من حجرة الدرس. راجع

Media education, repertoire of strategies

(التربية الاعلامية، ذخيرة الاستراتيجيات).

#### ٩٩- (التحديق) Gaze

عبارة تشير، الى مركزية طريقة نظر المرء الى الاشياء والاشخاص والطريقة التي يُنظر بها اليه، في ديناميات الرغبة التي تحدها النصوص الاعلامية. ويمكن ان ترتبط بالتخييلات وبمرحلة الانعكاس، في التحليل النفسي



حرية التعبير بالإضافة الى الوصول الى المعلومات والمعارف، من جانب جميع افراد المجتمع بمن فيهم النساء والشبان، في العالم اجمع.

وتوصيات بدلاً من العقوبات. وتقتضي التفاعل بين عدة فاعلين، على الاصعدة المحلية، والوطنية والإقليمية، بل والدولية. راجع

#### Co-regulation (الضبط المشترك)

#### Hybridization (التهجين) - ١٠٩

يطبق على فكرة الاسلوب، ويؤكد على العملية التي يستخدم بها الاعلام المعاصر تقاليد كلاسيكية لكنه يعيد مزجها كي يجعل منها فئات جديدة، مع حدود غير صارمة تشمل اشياء من قبيل الدراما الوثائقية، او برامج الواقع التي ظهرت حديثاً. راجع (الأسلوب) genre

#### Hypertext (هايبرتكست) - ١١٠

صيغة لنصوص الكمبيوتر تسمح لمستخدمها بالانتقال من نص الى آخر عن طريق رابط (لينك). وهي تسهل التجوال في عمق الوثائق والمستندات التي تُقترح لها في الشبكات. راجع الإنترنت (internet)

#### Icon (الايقونة) - ١١١

في علم الاشارات والرموز التفسيرية، هي الاشارة التي تحدد اقرب تماثل بين الواقع وبين تصويره وتفسيره، مثل اللوحة التي تصور شخصاً، على سبيل المثال. راجع

#### Index; symbols; semiotics

(المؤشر، الرمز، الاشارات والرموز).

#### Iconography (الرمزية) - ١١٢

نظام تكرار الصور والرسومات المرئية الذي يمكن المشاهدين من استيعاب مختلف مستويات المعنى المتعلق بالحبكة، والمكان والشخصيات. وهو يمكنهم من تكوين توقعات خاصة بهم. راجع

#### Genre; graphic design.

(الاسلوب، الرسوم البيانية).

#### Identification (تحديد الهوية) - ١١٣

عملية معقدة يمكن ان تتخذ اشكالا مختلفة. ويمكن اجراء اول عملية تحديد هوية بجهاز الكاميرا ذاته، كوسيلة للنظر من خلال عدسة الكاميرا. وتشمل عملية تحديد

#### Grammar (القواعد) - ١٠٤

تنظيم احكام واختيارات لتوليد رسائل مترابطة. وتسمح اللغات الاعلامية بتكوين نصوص بالعمل على مجموعتين من الاحكام. وتتضمن الاختيارات الصرفية الاختيار من بين سلسلة من العناصر المتساوية. اما التركيبات المتسلسلة فتسمح بتجميع عدة عناصر لتشكل سلسلة مترابطة، وتعمل هذه القواعد على ايجاد الاساليب المختلفة للصيغ الاعلامية التي يمكن تعديلها او تهجينها، الخ. راجع

#### Key-concepts; language.

(المفاهيم الاساسية، اللغة).

#### Graphic design (تصميم الرسوم البيانية) - ١٠٥

اسلوب التفسير بعناصر مرئية (كالصور والرسومات واشكال الخطوط والرموز والاشكال الهندسية)، والتي تستعمل لنقل قطع معينة من المعلومات الى الجمهور.

#### Habitus (التركيبة العامة) - ١٠٦

راجع نمط الحياة. lifestyle

#### Hardware (المعدات) - ١٠٧

الكمبيوترات، والاجهزة الاخرى التي تعالج البيانات، واجهزة البث (الوحدات المركزية والفرعية). وتتيح هذه الاجهزة الفرصة امام الجهاز المبرمج الذي يربط بين الرسائل المخزنة في البرامج وفي الحيز الرقمي الافتراضي كي يكتسب شكلاً بشرياً على الشاشة او على الورق بحيث يمكن نقله من المرسل الى المستقبل. راجع

#### Software; computer processing

(البرامج، المعالجة الكمبيوترية).

#### Human Rights (حقوق الانسان) - ١٠٨

حسبما حدده الاعلان العالمي لحقوق الانسان عام ١٩٤٨، فهي حقوق طبيعية لا يجوز انتهاكها. ومن هذه الحقوق

١١٧- (التأثير)

Influence راجع

Effects; cultivation; uses

(التأثيرات، التثقيف، الاستعمالات).

١١٨- (المعرفة المعلوماتية). Information literacy

استعمال جميع الادوات التربوية والتعليمية المناسبة لتمكين الجميع من التجوال على الشبكات الرقمية والاطلاع على ما فيها من معلومات وإطلاع المرء الآخرين على معلومات عن نفسه. ويقتضي ذلك، من ناحية، ان يتمكن المرء من ايجاد البيانات وترتيبها وتقييمها، ثم يكونُ بيانات وينشرها، من ناحية اخرى. وهي جزء من التربية الاعلامية. راجع

Media education

(التربية الاعلامية).

١١٩- (المعلومات) Information

حقيقة، او رسالة او وجهة نظر يُلفت نظر الجمهور اليها بالكلمة والصوت والصورة. ويمكن ان تشير ايضاً الى عملية تشكيل رأي عام عن طريق نقل اخبار عن الاحداث كما يمكن ان تشير الى عملية اتخاذ القرارات. في المعالجة الكمبيوترية، يمكن ان تعني هذه العبارة الاشارات الرقمية التي تُجمَع في صورة بيانات. راجع

Communication; internet (الاتصال، الانترنت).

١٢٠- (التكفيت) Inlay

اسلوب الكتروني يتم بموجبه ادخال صورة في صورة اخرى، ضمن اطار محدد.

١٢١- (الابتكار) Innovation

في سياق الانتاج التجاري، تشير الى مختلف مراحل التجميع لمنتج ما او لمادة اعلامية ما قبل تسويقها: بدءاً بالاختراع التجريبي ومروراً بتطوير النموذج الاصلي وانتهاءً بالتوزيع حسب اعراف القطاع الصناعي ومعاييرهِ. ويتميز الابتكار، عادة، باساليب هجينة او باسلوب ناتج عن اسلوب او نص ناجح. راجع

Production (الإنتاج)

الهوية على الاغلب الشخصيات في نص اعلامي حيث ينغمس المشاهدون في الحكبة وفي الموقف الذي يصفه النص الاعلامي. ويُعزى الى تحديد الهوية جانب من المتعة التي تُستقى من المواد الاعلامية. راجع

Narrative; interpretation; pleasure

(الرواية، التفسير، المتعة).

١١٤- (الأيديولوجية) Ideology

مجموعة المعتقدات والقيم التي يشترك فيها افراد مجتمع معين في وقت ما. وهي تفسر حتمية هذه الاعتبارات، وخصوصاً عندما يكون لها بُعد طاغ ومهيمن. ومع ذلك، يمكن الطعن فيها من جانب اقلية في المجتمع ويمكن لمجموعات اخرى من المعتقدات والقيم ان تتنافس معها وتقاوم هيمنتها. ويمكن للنصوص الاعلامية ان تسهم في تكوين المعتقدات والقيم ونشرها. اما في التربية الاعلامية، فمن المهم ان نأخذ الايديولوجية في الحسبان عند تفسير النص، وتحديد معنى الرسالة. راجع

Influence; representation

(التأثير، التفسير).

١١٥- (المؤشر) Index

في دراسة الاشارات والرموز، هو مؤشر يتعلق في المقام الاول بالخيال الذي يكونُ مثيلاً مشوشاً، يرتبط عادة بالاستمرارية والاتصال بين الواقع وبين الصورة التي يفسر بها، مع الابقاء على العلة السببية او العلاقة المادية. فمثلاً، الدخان مؤشر على النار والصورة مؤشر الى موضوعها. راجع

Icon; symbol; semiotics

(الايقونة، الرمز، الاشارات).

١١٦- (القطاع الصناعي) Industrial sector

في الاذاعة والاتصالات، يشير الى المؤسسات والشركات التي تعمل في الانتاج التقني والتوزيع التجاري لمادة اعلامية. راجع

Vertical integration; market

(التكامل العمودي، السوق).



media (الإعلام)

Interaction (التفاعل) ١٢٢-

العلاقات الشخصية التي تستعمل الآلة وتقييم تواصلًا من شخص الى شخص. راجع

Interpretation (التفسير) ١٢٧-

العملية التي يحلل افراد الجمهور بها او يفككون، فرادى او بصورة جماعية، معنى الرسائل ومعاني المواد الاعلامية. راجع

Interactivity (التفاعلية)

Interactivity (التفاعلية) ١٢٣-

الاتصال بين شخص وآلة عن طريق الشاشة، حيث يتمكن الشخص من الاستفادة من امكانيات النظام الكمبيوترى في الحسابات، والالعاب، والتوصيلات، الخ. راجع

Representation; key-concept; meaning

(التفسير، المفهوم اساسي، المعنى).

interaction (التفاعلية)

Intertextuality (العلاقة بين النصوص) ١٢٨-

في الاذاعة، تشير الى الاقتباسات او المراجع في نص معين في اطار نصوص اخرى، على نحو جمالي، او على نحو ساخر او مُسَلِّ. في التربية الاعلامية، العلاقة بين النصوص هي استراتيجية لتحليل النصوص تتمثل في تشجيع الدارسين على التفكير في نصوص اخرى (او اساليب اخرى) يمكن ان يشير اليها النص موضوع الدراسة. راجع

Interface (انترفيس) ١٢٤-

جانب من تصميم برنامج الكمبيوتر يؤسس للتفاعلية مع الاشخاص او بين الآلات. وهو يمكنهم من تحديد الاختيارات، وانتقاء المهام والتجوال في النظام باستعمال عناصر مرئية بدلاً من العناصر النصية. راجع

Textual analysis; repertoire of strategies

(التحليل النصي، ذخيرة الاستراتيجيات).

internet. (الإنترنت)

Journalism (الصحافة) ١٢٩-

المهنة التي تتمثل وظيفتها الاولى في رصد البيئة، وجمع المعلومات ونقل الاخبار الى الجمهور كي يكون له رأياً. والصحافة موجودة في جميع وسائل الاعلام: المطبوعة، والمذاعة، وفي الانترنت. وهي تتضمن عدة مهام، منها المراسل، والمحرر، وكاتب المقالات، وكاتب الافتتاحيات... راجع

Inter- (المنظمات العاملة بين الحكومات)

Governmental Organizations IGO

هيئات تعمل بين الدول، وتنتمي الى نظام الامم المتحدة. تتخصص هذه المنظمات في مجالات معينة (الصحة او الزراعة، مثلاً). اليونسيف واليونسكو ترصدان الاعلام، والثقافة والتربية مع التركيز بشكل خاص على الاطفال والشبان. وتعد هذه المنظمات توصيات كما تعد تقارير سنوية عن وضع العالم. راجع

media (الإعلام)

Co-regulation (الضبط المشترك).

Key Concepts (المفاهيم الأساسية) ١٣٠-

في التربية الاعلامية، تضم هذه الانتاج، واللغة، والتفسيرات، والجمهور. وهي توفر اطاراً نظرياً يمكن تطبيقه على جميع وسائل الاعلام على حد سواء، قديمها وجديدها. راجع

Internet (الانترنت) ١٢٦-

شبكة تضم شبكات كمبيوترية تعمل عن طريق نقل ملفات بين عدة سيرفرات وكمبيوترات شخصية. وهي تستخدم سلسلة من البروتوكولات لعنونة الملفات وتبادلها على نحو يمكن البرامج الكمبيوترية من استلام حزم من البيانات كما تجري الاتصالات فيما بينها. ويتزايد حالياً تحول الانترنت الى منبر متعدد الوسائل يتلقى جميع انواع المواد الاعلامية. راجع

media education (التربية الإعلامية)

### ١٣١- (الرقمية) Lable

علامة تظهر على غلاف منتج أو تظهر على الشاشة. تضمين هذه الرقمة، وحذفها، وتصميمها يعتمد في العادة على قرارات تطوعية من جانب المنتجين وهيئات البث. راجع

(نظام المحاسبة الإعلامية) MAS

### ١٣٥- (التعلم) Learning

يفترض الطريقتين الاستنتاجية والاستقرائية. وهي عبارة تفترض ان لدى الدارسين اصلاً معرفة واسعة بالاعلام، تحتاج الى الاستفادة منها والتعبير عنها. وتُعد العلاقة التي تربط بين المعرفة الحالية والمعرفة المكتسبة حديثاً، وكذلك مدلولات هذه العلاقة بالنسبة للتعلم ذات اهمية جوهرية. وهي تبقى صالحة للتعلم طول العمر كما يمكن للكبار ان يستفيدوا منها. راجع

Media education

(التربية الاعلامية).

### ١٣٢- (نظام الترقيم) Labelling system

نظام تصنيف يتيح الفرصة لرصد الاعلام. يمكن ان يكون إما تطوعياً، وإما ان تفرضه سلطة ضبط بالتنسيق مع الناشرين والمنتجين. راجع

Self-regulation; MAS

(الضبط الذاتي، إم إي إس "نظام المحاسبة الإعلامية").

### ١٣٦- (نمط الحياة) Lifestyle

النماذج التي توجه وتحدد الاشكال المفضلة والاذواق والاختيارات للجمهور. انها تمثل نتاجاً، في معظمه (وليس كله)، للبيئة الاجتماعية للفرد، ولستواه التعليمي، وطبقته الاجتماعية، الخ. وهي ليست قدرات طبيعية (مثل الشخصية) بل قدرات تتأثر بالظروف (وتتعلق بالتعليم، والطبقة، والسياقات).

### ١٣٢- (اللغة) Language

لكل وسيلة اعلام "لغة" خاصة بها او مجموعة من اللغات (مرئية، ومسموعة، ومكتوبة) تستعمل في اىصال المعاني. ومن اجل انتاج صيغة ذات معنى في هذه اللغات الاعلامية، من الضروري اجراء اختيارات تعليمية (اختيار من بين مجموعة من العناصر المتساوية) والتركيبات المتسلسلة (تجميع عدة عناصر لتشكيل سلاسل او مجموعات). ويوجد بعض القواعد اللغوية التي يمكن بموجبها ايجاد تراكيب يسهل تحديدها. ويمكن مخالفة هذه القواعد من اجل احداث تأثيرات اسلوبية. راجع

Grammar; reading

(القواعد. القراءة).

### ١٣٧- (نظام الاغلاق) Locking system

نظام هندسي لترميز الرسائل، يستفيد منه الآباء الذين يرغبون في تشويش بعض البرامج والمواقع لكي لا يراها اطفالهم على اعتبار انها لا تناسب سنهم. راجع

Self-regulation; MAS

(الضبط الذاتي، نظام المحاسبة الاعلامية).

### ١٣٨- (الشعار) Logo

الرمز المستعمل للإشارة الى شركة ما او ماركة ما او فرد ما.

### ١٣٩- (السوق) Market

في الاعلام، جميع المعروض والمطلوب من السلع الثقافية. يضاف الى ذلك، ان السوق الاعلامية تشمل ظروف الانتاج والمبيعات في منطقة جغرافية محددة. وفي بعض البلدان، تكون للسوق ميول احتكارية، حيث تشجع التكامل العمودي. وفي بلدان اخرى، يمكن ان تخضع لقيود قانونية تمنع الاحتكار. راجع

Vertical integration; globalization; production

(التكامل العمودي، العولة، الانتاج).

### ١٣٤- (النسق) Layout

جميع العناصر المحيطة بمادة اعلامية، والتي تدخلها في برنامج لقناة معينة (صلصلة، قائمة المشاركين، المقدم...). وتستعمل هذه عادة لتقديم برامج اجنبية وهي بطبيعة الحال للاطفال. والنسق جزء مهم من استراتيجية التواصل الاعلامي من اجل طبع هوية ما لدى الجمهور. راجع

production (الإنتاج)



Communication;information;popular culture

(التواصل، المعلومات، الثقافة الشعبية).

144- (الإمام) Mastery

هدف التربية الإعلامية. يؤكد صحة المعلومات التي لدى الطلبة وقدرتهم على الجمع بين مهارات "القراءة" ومهارات "الكتابة" على نحو ذي جدوى. راجع

(التربية الإعلامية). Media education.

145- (المعنى) Meaning

البحث عن مغزى في الاشارات الكتابية والشفوية، والصوتية والمرئية. في التربية الاعلامية، يشير الى المشاركة الفعالة والاستكشاف من جانب الدارسين لمهارات التفسير، مع اعتبار محتويات المواد الاعلامية وسياقاتها. راجع

اللغة: تعدد المعاني ( language;polysemy )

146- (نظام المحاسبة الإعلامية )

Media Accountability System (Mas)

تعبير يشير الى جميع الادوات التي ابتكرها الاعلاميون للادارة الداخلية وللعلاقات مع الجمهور. وهو يوضح نظام القيمة التي تقوم المهنة على اساسه، حيث يتعلق بعض هذه الادوات بالضبط الذاتي، حسبما يطبقه الاعلاميون انفسهم، تعبيراً عن اخلاقياتهم. ويقر هذا المجهود لهم بقدر من المعنى في مسؤوليتهم الاجتماعية. راجع

self-regulation (الضبط الذاتي)

147- (النقد الإعلامي) Media critique

برنامج تلفزيوني يفحص بعين ناقدة محتوى البرامج الاخرى، ولا سيما الاخبار، حيث يقدم عدة وجهات نظر بما فيها وجهات نظر الاعلاميين. ويحلل هذا البرنامج، بالنسبة لمحتواه هو، اساليب التحقيق واعداد التقارير. ويمكن احياناً ان يندد بالبرامج التي لا تعبأ باخلاقيات الصحافة. راجع

نظام المحاسبة الاعلامية) Mas

140- (التسويق) Marketing

اجراءات تحليل سوق الاعلام وما يزيد من الطلب عليها لدى الجمهور. وتتوسع اساليب التسويق، فتتراوح بين الترويج والاعلان، وأخذ عينات وتقديم خدمات بعد البيع.

141- (البث الواسع) Mass broadcasting

وسائل إعلام تبث رسائل من هيئة مركزية الى عدة نقاط. وتسهل هذه العملية احتساب تكاليف الخدمات المقدمة. وبالتالي يفترض في التلفزيون والراديو ان يصل الى جمهور عريض. اما البث الضيق فيفعل العكس، حيث يستهدف جمهوراً محدداً. راجع

Media; production

(الإعلام، الإنتاج).

142- (الثقافة الجماهيرية) Mass culture

تشير الى ثقافة شعبية منذ ان رُبط الإنتاج الصناعي بالاتصالات الواسعة المخصصة للاستهلاك الواسع. وتتميز الثقافة الجماهيرية بزيادة مستمرة في التحول الى حياة المدن واستعمال السلع الثقافية والخدمات الاعلامية. وهي تنقل عادة مفهوماً سلبياً، حيث يشبه التوزيع الواسع للرسائل بالتجانس الثقافي والتكيف مع الآخرين وتدني الجودة. وقد انتقدت الثقافة الجماهيرية على اعتبار انها تحد من الفوارق بين مختلف فئات الجمهور. وتقرن عادة بالثقافة الراقية على اعتبار انهما تقفان على طرفي نقيض. راجع

quality.(الجودة)

143- (وسائل الإعلام الجماهيري) Mass Media

(وسائل الاعلام الجماهيري). تشير الى الوسائل التي تتيح الثقافة للجماهير فتنتج رسائل لايجاد تفسيرات شعبية للحقائق او الاشخاص. وأهم هذه الوسائل التلفزيون والراديو والصحافة. اما الوسائل الجديدة المتعلقة بالكمبيوتر والشبكات الرقمية، كالانترنت، والعب الفيديو والهاتف المتعدد الوسائل، فيمكن ان تصبح وسائل إعلام جماهيري، رغم ان قدراتها على التعليق والمشاركة تختلف عن قدرات الوسائل القديمة. راجع

١٥٢- (وسائل الإعلام) Media صيغة الجمع من

Medium

وهي تشير الى اي وسيلة يمكن ان تنقل معلومات. وتطبق على جميع وسائل الاتصال والتواصل الحديثة: التلفزيون، السينما، الفيديو، الصور، الجرائد والمجلات، الموسيقى، ألعاب الفيديو، الانترنت والهواتف النقالة.

١٥٣- (الترويج) Merchandising

عنصر تغليف وتسويق منتج تُقصد به مادة اعلامية. تحليل لسلوك الجمهور كمستهلكين يهدف الى زيادة المبيعات، ويكون ذلك على اية انواع من الوسائل المتعلقة بالاعلام. استعمال مشاهير لا يسيئون الى شعور الآباء بهدف اجتذاب الشبان، من قبيل ميكي أو بابار، بالنسبة للملابس، والمواد المدرسية او حبوب الافطار، يُعد مثلاً على ذلك. راجع

(السوق) market

١٥٤- (التقليد) Mimesis

تفسير يصور الواقع. اما نقيضه، وهو البويسيس، فهو محض اختراع وليس تقليداً للواقع. وبالنظر الى ان التقليد لا يأخذ في الحسبان العمليات او وسائل الدمج التي يتكون منها التفسير، فان المقلد يقتصر على اعادة ما يعرفه الى المشاهد. راجع

Poises; realism

(البويسيس، الواقعية).

١٥٥- (المرحلة المرآتية) Mirror phase

في التحليل النفسي، اول تجربة عزلة لدى الطفل، عندما يدرك اختلافه وانفصاله عن الآخرين. وهذا يحدث عند النظر الى صورة في المرآة (صورة الام)، دون ان تكون صورة طبق الاصل حسبما ينعكس في المرآة. اما في التحليل الاعلامي، فتشير هذه العبارة الى فكرة تعبير عن قوة العاطفة التي يعلقها الجمهور على الصور، كمدكر لتلك المرحلة من العزلة والادراك المنفصم. راجع

Psycho analysis.gaze

(التحليل النفسي، التحديق).

١٤٨- (التربية الاعلامية) Media education

عملية تدريب وتعليم الإعلام، عن طريق اكتساب كفاءة عامة في اساليب الانتاج الإعلامي واستعماله. ولا يقتصر هذا على المادة المطبوعة بل يشمل ايضاً انظمة رمزية اخرى (صوراً واصواتاً). وهي تُكسب الدارس قدرة على تحليل المواد الاعلامية (المكتوبة، والسمعية البصرية، والانتاج الرقمي) من اجل فهم معناها وتقييم قيمها. وهذه العملية التي تتضمن التفسير تجمع بين الاساليب النقدية واساليب الابداع. وهي تمكن الشبان من اجراء تحليل خاص بهم واصدار احكام مدروسة باعتبارهم متلقين للمواد الاعلامية. وتعطيهم القدرة ايضاً على ان يصبحوا منتجين اعلاميين.

١٤٩- (المكتبة الاعلامية) Media library

مجموعة بيانات لدى مختلف وسائل الاعلام. وامتداداً لذلك، المكان الذي تتوفر فيه هذه المجموعة للرجوع اليها ووضعها تحت تصرف الجمهور، ويكون ذلك عادة بالتعاون مع مكتبة المدرسة او مكتبة البلدية.

١٥٠- (هيئات رصد الاعلام) Media monitoring

entities هيئات منظمة وراسخة الاركان في كثير من الاماكن التي تسمح بوجود روابط واتحادات للمواطنين العاديين لرصد الاعلام، واصدار تقارير لتوعية الجمهور. ويمكنها ان تشجع الابحاث وتوزعها، وترعى التمازج بين مالكي وسائل الاعلام، وكبار مسؤولي الدولة والباحثين، وهي تقوم بدور نشط في رصد وسائل الاعلام وهيئات الضبط والضببط الذاتي. راجع

(الضببط المشترك) Co-regulation

١٥١- (المتخصص الإعلامي) Media Specialist

(المتخصص الاعلامي)، في المدارس، يؤدي مجموعة كبيرة من الادوار. ويمكن ان تطلق هذه العبارة على المهندس الذي يعتني بالمعدات السمعية البصرية او الرقمية، وعلى قيّم المكتبة الذي يقدم خدمات معلوماتية، وعلى البروفيسور الذي يتدرب رسمياً على التربية الاعلامية او المدرس الخارجي الذي يجلب كفاءته وموارده الى المدرسين.





- ١٥٦- (ترتيب المشاهد) Mise-en-scene  
تركيب الصورة او الاطار للتعبير عن مختلف العناصر (الحيز، الأحجام، الخ.). ويهدف هذا الترتيب الى ان يكون طبيعياً وشفافاً. ويرمي الى الابقاء على انتباه النظارة للحبكة او الشخصية الرئيسية. ولا ينبغي الخلط بين هذا الجانب وبين عملية التحرير، لأن هذه العملية تتم قبل تسجيل المادة الاعلامية. راجع  
(التحرير) editing
- ١٥٧- (الأسباب) Motivation  
التبريرات لعمل او برنامج. قد تكون جمالية وقائمة على اساس من الاسلوب، او واقعية من اجل اصالتها، او روائية تلبى احتياجات القصة، او علائقية ترتبط بالاسلوب. في التربية الاعلامية، ادراك الاسباب يمكّن الدارسين من البحث عن معانٍ مختلفة في نص ما واقتراح تفسير للرسائل التي يجري تحليلها. راجع  
Narration; formation  
(الرواية، التشكيك).
- ١٥٨- (الوسائل المتعددة) Multimedia  
تقنية رقمية تجمع في وسيلة واحدة عدة موارد اعلامية، مثل الصوت، والنص، والصور الثابتة او المتحركة وامكانية التفاعل فيما بينها.
- ١٥٩- (شراكات ذوي مصالح متعددين) Multi-stakeholder partnerships  
تحالفات ذوي مصالح تؤثر في الحوكمة والضبط المشترك. وتلتئم هذه التحالفات في منابر تفاوض متعددة المستويات، حيث يجتمع مندوبو الدولة، وقطاعات الإعلام والاتصالات بالاضافة الى مندوبين عن المجتمع المدني للتوصل الى حلول ومسودة توصيات. راجع  
Governance;co-regulation  
(الحوكمة، الضبط المشترك).
- ١٦٠- راجع (البناء الروائي) Narrative structure  
١٦١- (الرواية) Narrative  
ترتيب الاحداث، والشخصيات والحبكة لتكوين قصة. الحبكة والقصة تشيران فقط الى سلسلة من الاحداث بينما تتعلق الرواية بهذه العملية المعقدة، التي تشتمل على هدف المؤلف او المنتج من هذه التركيبة المسرحية بالاضافة الى توقعات افراد الجمهور الذين يستندون الى معلوماتهم عن الحبكة في بلورة خط الرواية في اذهانهم. راجع  
Mise-en-scene;-editing;story;plot  
(ترتيب المشاهد، التحرير، القصة، الحبكة).
- ١٦٢- (البرث الضيق) Narrowcasting  
الوسائل التي تبث رسائل على المستوى المحلي او عن طريق منصات تحدد فئات معينة من الجمهور، وفقاً للسن، او الدخل، او الجنس، او الاهتمامات. ويقترن عادة بتقسيم الجمهور الى قطاعات. راجع  
Media; production  
(الإعلام، الانتاج).
- ١٦٣- (الطبيعية) Naturalism  
موقف نقدي يقيّم التفسيرات والنصوص وفقاً لعلاقتها بالواقع، بالافتقار على المظاهر الخارجية، وجعل الرموز والاساليب التي تُحدث هذا الاثر الواقعي غير مرئية. ويمكن ان ينطبق هذا على اسلوب الممثل الذي يسعى الى الاصالة في شخصيته. راجع  
Authenticity;inform alism;mimesis  
(الاصالة، الرسمية، التقليد).
- ١٦٤- (التجوال) Navigation  
وسيلة مراجعة البيانات في الشبكات الرقمية، ولا سيما السيرفرات وبرامج البحث. راجع  
internet .(الانترنت)
- ١٦٥- (الخبر) News item  
معلومة ترد عادة من الشرطة او من جهة اجتماعية. وهي تختلف عن الاحداث، من حيث ان اهميتها بالنسبة لمجتمع معين تكون قصيرة الاجل واقرب الى الحكاية. راجع  
event (الحدث)

١٧٠ - (الوالدان، الآباء) Parents

راجع

(الاسرة) family

١٧١ - (الباروديا) Parody

نص اعلامي يستخدم الدعابة والسخرية لتفكيك نص جاد، مع الابقاء على حبكة لها مصداقية وبنية روائية مستقلة، تتركب من عناصر مشتقة من النص الاصلي.

١٧٢ - (المشاركة) Participation

الانخراط النشط في انتاج او انتقاد منتج اعلامي. وتعزز التربية الاعلامية المشاركة النقدية من جانب الدارسين في الاعلام، لكن الاسهام المباشر في حد ذاته ليس من اولوياتها. اما من زاوية الوالدين والمربين الذين يتطلب منهم دورهم الاجتماعي ان يسهموا في اتخاذ القرارات، فان المشاركة المباشرة تصبح مرغوبة. راجع

Acces; repertoire of strategies; production

(الدخول، ذخيرة الاستراتيجيات، الانتاج).

١٧٣ - (النظرية التربوية) Pedagogy

طرق تعليمية تتركز على الدارسين وتهدف الى تطوير التدريب العقلي. في التربية الاعلامية، تحاور مستمر بين المعرفة الحالية والمعرفة الجديدة، ويكون ذلك احياناً عن طريق النقل المباشر للمعلومات، وفي احيان اخرى يتم عن طريق البحث الاستقرائي عن المعلومات. وترعى التربية الاعلامية النظرية التربوية التي تسعى الى نقل عملية التعلم من الاكتساب السلبي الى الاستفادة الايجابية. راجع

(التربية الاعلامية) Media production

١٧٤ - (الأداء) Performance

في علم اللغة، اجراء تواصل، تنجزه كلمات منطوقة او نصوص مكتوبة، في عملية ترميز وتحليل. وامتداداً لذلك، فانه يعني، في التربية الاعلامية، وسيلة تقييم للتحقق من قدرة الدارس على تفسير النصوص الاعلامية او انتاجها.

راجع

(الكفاءة) Competence

١٦٦ - (الاخبار) News

معلومات عن حقائق واقعة، هدفها التفسير المحايد، في الصحافة وفي وسائل الاعلام الالكترونية. القصة الخيالية، التي تنطوي على ترتيب حقائق مبتدعة، ليست خبراً.

١٦٧ - (المنظمات غير الحكومية) Non-Governmental Organizations (NGOs)

(المنظمات غير الحكومية).

جمعيات منظمة مستقلة تحدد لنفسها اهتمامات ومهام (تعزيز التنمية، استقامة الصحافة، رعاية الاطفال، على سبيل المثال). ومن هذه المنظمات جمعيات حقوق الانسان التي ترصد باهتمام حقوق وسائل الاعلام وواجباتها في مختلف الدول. ويمكنها ان تستعمل البحث القائم على اساس المقارنات العالمية والاجراءات المحددة التي تتخذ في هذا المجال. ومن تبعات تحليلاتها، اذا رأت ان الحقوق قد انتهكت في مكان معين، هو التنديد بتلك الانتهاكات. وبهذه الطريقة، فانها تؤثر بل وتشكل الرأي العام. راجع

(الضبط المشترك) Co-regulation .

١٦٨ - (الحياد) Objectivity

مَثَلٌ من المَثَلِ، التي تقتضي ان يسعى منتجو المعلومات كالصحفيين جاهدين الى جعل عملهم قانونياً وتحقيقاً لهذا الهدف، فانهم يحددون اعرافاً للحياد وجعل الانحياز في ادنى درجة ممكنة. وان الامانة في اعادة انتاج الحقائق او تقديم مختلف وجهات النظر بشأن الحقائق بصورة متوازنة هما الاستراتيجيتان للالتزام بهذا المثل. راجع

(الانحياز) Subjectivity .

١٦٩ - (المحقق) Ombudsman

صحفي يعمل كضابط اتصال بين الجمهور ووسائل الاعلام، ويسعى لتسوية الشكاوى او احالة اقتراحات الجمهور. وهو يلفت الانتباه الى بعض القواعد الاساسية للمهنة: الاهمية الصحفية لموضوع ما، والمنظور، والانتباه الى جدول البث، وتطبيق الارشادات والتوصيات. راجع

(نظام المحاسبة الاعلامية) Mas .



- 178- (الحبكة) Plot  
ترتيب الاحداث في البناء الروائي لنص اعلامي، لتمكينه من الانتقال من مشهد الى آخر، وبالتالي ايجاد بنية منطقية وسببية للنظرة او القراء. راجع
- Story; mise-en-scene  
(القصة، ترتيب المشاهد).
- 179- (البويسيس) Poiesis  
عوالم مخترعة وخيالية. راجع
- mimesis (التقليد)
- 180- (وجهة النظر) Point of view  
في الرواية، تشير الى موقف الشخصية، عالم بكل شيء أم متحيز. ويمكن ايضاً ان تشير الى مستوى التوقع والتفسير لدى افراد الجمهور، بالنسبة لمادة اعلامية يشاهدونها او يستمعون اليها. راجع
- Narrative; interpretation (الرواية، التفسير)
- 181- (تعدد المعاني) Polysemy  
قدرة اشارة ونص اعلامي على احتمال عدة معان. يمكن ان يؤدي ذلك الى غموض ويتيح المجال لاختلاف التفسيرات، من جانب قطاعات الجمهور المختلفة.
- 182- (الاباحية) Pornography  
تعتمد تقديم مواد خلعية بغرض الاثارة الجنسية. هذه المواد تقدم وصفاً لجوانب تفصيلية من العلاقات الجنسية كما تقدم جوانب شاذة مثل الممارسات الجنسية التي تتميز بالسادية والمازوكية، والزوفيليا، ومجامعة الجثث، وممارسة الجنس مع الاطفال، الخ. راجع
- Exhibition; voyeurism; scopophilia  
(الاستعراضية، الاستشارة الجنسية بالآخرين، السكوبوفيليا).
- 183- (ما بعد الحداثة) Post-modernism  
موقف نقدي يطعن في مفاهيم من قبيل الاصاله، او المبادرة او التقدم الاسلوبي. يدل على استراتيجيات للمرونة، والباروديا، والاتواصلية في تحديد النظرة للبطل.
- 175- (الظواهرية) Phenomenology  
موقف نقدي يتركز حول تحيز التجربة الانسانية. وهو يؤكد على اهمية أن يأخذ الجسم والحواس الخمس في الحسبان وضع الفرد في وقت ومكان محددين. ولا تتحدد التجربة بالجنس، او اللغة او الوضع الاجتماعي بل بالاتصال المباشر مع الواقع. بالنسبة للاعلام، تدرس الظواهرية بامعان خصائص كل وسيلة اعلام والطريقة التي تعدل بها تجربة مختلف قطاعات الجمهور. راجع
- Presences (الحضور)
- 176- (التصوير) Photography  
اداة وعملية ميكانيكية لها القدرة على تثبيت صورة شخص، او شيء او منظر باستخدام اثر الضوء على سطح مُعد مسبقاً (طلاء حساس للضوء، زيادة التوصيل الكهربائي بفعل وجود الضوء...). وبالتالي، تشير هذه العبارة الى النتيجة النهائية لهذه العملية، مع مدلول انها تصوير دقيق لنموذج الحياة الواقعية. يضاف الى ذلك فن هذا الاسلوب وعلمه. راجع
- Realism; analogical(process)  
(الواقعية، العملية التناظرية).
- 177- (المتعة) Pleasure  
بعد من ابعاد الحياة العاطفية، يتكون من الجمع بين الاحساس والعاطفة. وينجم عن ذلك شعور بالاشباع والرضى والارتياح المرتبط بممارسة نشاط ممتع، مثل الاستفادة من المواد الاعلامية. في التربية الاعلامية، هذه الفكرة تجعل في الامكان اصدار احكام عن "جودة" مادة معينة، حيث تجري عملية تقييم لكفاءة المؤلف في اقتناع الجمهور بوجهة نظره. وبهذا المعنى، يمكن ان تكون "الجودة" جزءاً من متعة جمالية. وهذا التحليل يمكن الطلبة من معرفة سبب نجاح نص ما او فشله في تكوين جاذبية عاطفية قوية، او إحداث شعور بالقوة والاعجاب، على سبيل المثال. راجع
- Public; reception. (الجمهور، التلقي).

١٨٨- (مجلس الصحافة) Press Couucil :  
اجتماعات بين الصحافة وبعض مندوبي المواطنين، شهرياً  
أو كل أسبوعين، يُنظر في شكاوى المواطنين كما يُنظر  
بعناية في حلول لها، وهذه الحلول تُطبع أحياناً في أعمدة  
الصحيفة التي يرتبط بها مجلس الصحافة. راجع  
MAS (نظام المحاسبة الإعلامية).

١٨٩- (الخصوصية) Privacy  
حقُّ يقتضي احترام الحياة الخاصة للشخص، فيما يتعلق  
بالأخبار والصحافة. راجع  
regulation (الضبط).

١٩٠- (الجائزة) Prize (award)  
مكافأة تُعطى عرفاناً بجودة إنتاج إعلامي، والجوائز  
تحفز وتشجّع الإبداع بينما تمنح دعابة للحائز عليها  
وللجهة التي تمنحها. راجع  
MAS (نظام المحاسبة الإعلامية).

١٩١- (المنتج) Producer  
السلطة الأولى والأخيرة في بلورة مادة إعلامية، واعتماداً  
على البلد المعني، فيمكن أن يكون المنتج مجرد شخص أو  
شركة توفر الدعم المالي لإنتاج ما أو للشخص الذي يفكر  
في برنامج ما، ويتمكن من إنجازه بالوسائل المالية والتقنية  
المتاحة. راجع

production (الإنتاج)

١٩٢- (قيم الإنتاج) Production Values  
عناصر المادة الإعلامية التي يمكن أن تجتذب الجمهور  
وتريحه، إلى جانب الحكمة والرواية، وهذه العناصر يمكن  
أن تكون النجوم، أو الملابس، واللوازم، أو الديكور، أو  
إخراج المنتج في وضع مثالي (جودة الصوت، استمرارية  
اللون...). راجع

pleasure; production (المتعة، الإنتاج).

١٩٣- (الإنتاج) Production

العملية الصناعية التي ينتج عنها مواد وأشخاص

راجع

Deconstruction; parody; reading

(التفكيك، الباروديا، القراءة).

١٨٤- (ما بعد البنائية) Post-structuralism

موقف نقدي ينتقد البنائية، ويؤكد على تفكيك معنى  
النص، كما يؤكد على خفض المكانة المركزي للعمل الفني  
وللبطل الرئيسي. راجع

Structuralism; formalism (الرسمية)

١٨٥- (الممارسة).

Practice (الاستعمالات). Uses راجع

١٨٦- (التحضير). Preparation

طريقة في التربية الإعلامية تتمثل في تحضير الأطفال  
لاستيعاب الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم، وتشجعهم  
على المشاركة فيها بصورة نشطة، ويؤكد هذا الأسلوب  
على الفهم التحليلي والنقدي بالإضافة إلى التركيز  
على عمليات الإنتاج الإعلامية التي يتمخض عنها عمل  
الدارسين أنفسهم، وتقابل ذلك الأساليب التي تركز على  
الحماية. راجع

media education, protection (التربية الإعلامية،

الحماية).

١٨٧- (الحضور) Presence

عكس التفسير، وخلافاً للتوسط البشري أو التقني، تشير  
إلى كون التجربة شيئاً مباشراً وإلى الفكرة القائلة إن  
بإمكان شخص ما أن يتصل مباشرة بالواقع، عن طريق  
الحواس، وبدون وساطة من الوسائل الاجتماعية المعقدة  
للغة، أو الأيديولوجيا، أو الإنتاج الثقافي للمعنى، ويمكن  
للحضور أن يفسر المتعة التي يشعر بها المرء في المواد  
الإعلامية التي تشجع الإنغماس العاطفي. راجع

representation;phenomology

(التفسير، العبقرية)



198- (البرمجة) Programming  
في الإعلام، تنظيم جدول المنتجات الإعلامية في السينما، وفي الإذاعة، وفي التلفزيون، وتحدد البرمجة وفقاً للحصص الزمنية والحضور المفترض للجمهور المستهدف.

في معالجة البيانات والكمبيوتر، البرمجة تعني أيضاً ترميز سلسلة العمليات التي تشكل برنامجاً ما. راجع production (الإنتاج).

199- (الترويج) Promotion  
أساليب التسويق وتوزيع مادة إعلامية لدى الجمهور، ويستخدم الترويج وسائل مثل «دليل التلفزيون»، وكاتالوجات الفيديو، وفترينات المتاجر، وحصص الإعلانات، وملصقات الأفلام، ومواقع الشبكة العالمية، والتعقيبات على البرامج والنشرات الصحفية.

وهذه الأساليب التجارية تستخدم عدداً من وسائل الإعلام وتشارك مجموعة من الشركات المتخصصة في هذه العملية. راجع

marketing; commodification (التسويق، التحويل السلعي).

200- (الدعاية) Propaganda  
بث رسائل سياسية عن طريق وسائل الإعلام الجماهيري لتكوين رأي عام يؤيد حكومة ما، أو حزباً ما، أو شخصاً ما، وهي تكتسب تأييداً باستعمال أساليب صحفية (استشهاد بمصادر صحفية، المقابلة بين وجهات النظر المتعارضة..). لكنّها تهدم هذه الأساليب أيضاً باستعمال المعلومات المغلوطة وغسل الأدمغة.

201- (حماية القاصرين) Protection of minor  
قوانين وأحكام تهدف إلى الحفاظ على سلامة القاصرين دينياً وأخلاقياً، وتشمل هذه القوانين محاولة إيجاد ظروف مناسبة وتفضيل بيئة محدّدة للشبان، بما في ذلك حق المرء في أن تكون له صورة خاصة به أو حقه في الخصوصية، وتتراوح التطبيقات بين تشفير الصور لحمايتها من التعريف وبين اشتراط طلب الإذن قبل إذاعة

منخرطين في هذه العملية، وهي تقتضي الاعتراف بأن المواد الإعلامية إنّما هي مواد مصنّعة لهدف ما، ومعظم المواد الإعلامية تنتجها وتوزعها مجموعات من الأشخاص، تعمل عادةً لحساب شركات كبرى، لها مصالح وعمليات تجارية تُدار على الصعيد المحلي والوطني والعالمي. راجع key - concepts (المفاهيم الأساسية).

Professional Ethics Workshops: - 194  
(الحلقات الدراسية الخاصة بالأخلاقيات المهنية).  
أماكن يتناقش فيها الإعلاميون والجمهور، ولا سيما في وسائل الإعلام المطبوعة، يُطلع الأميون الجمهور على عمل الصحافة اليومية ويشركون أفراداً من الجمهور في مناقشة الاختيارات التحريرية وأساليب التحقيق، وسائل الحياض والتعددية. راجع MAS (نظام المحاسبة الإعلامية).

195- (الصحيفة المهنية) Professional journal  
تسهم في النقد الذاتي للمهنة وتنهض بمعايير الممارسة الصحفية، ويمكنها أن تنشر مراجعات للأخبار كما يمكنها أن تحلل طريقة معالجتها، ويمكنها كذلك أن تكشف عن وثائق خضعت للرقابة أو أنها كُبتت، وتعالج أيضاً المسائل العلائقية للمجلس التحريري (التمييز على أساس الجنس، أو العرق..). وفي حالات معينة تندد بتضارب المصالح بين المجلس وإدارة الشركة الإعلامية. راجع MAS (نظام المحاسبة الإعلامية).

196- (الممارسة المهنية) Professional practice  
اتباع قواعد الإجراءات نصّاً وروحاً إمّا ضمن مجموعة ما، وإمّا ضمن مهنة ما، الظاهرة الاجتماعية للأخلاقيات الإعلامية تتضح في صورة قواعد سلوك ومواثيق. راجع MAS (نظام المحاسبة الإعلامية).

197- (المهنيون) Professional  
في الإعلام، ممارسو مختلف فروع العمل الإذاعي، وقطاعات الكمبيوتر، كالصحفيين والمهندسين، والمعلمين، والبرمجيين، ومنتجي برامج الكمبيوتر، إلخ.

مختلف حقوق وسائل الإعلام وواجباتها تجاه الجمهور. راجع regulation (الضبط).

#### ٢٠١- (الخدمة العامة) Public Service

تشير إلى الخدمات الجماعية والاجتماعية وإلى الجهة التي تضبط عملها، وقد درجت العادة في بعض البلدان على اعتبار الإعلام خدمة عامة، وتوجد التزامات خدمة عامة في وسائل الإعلام التجارية، من قبيل الالتزام بتقديم الأخبار. راجع regulation (الضبط).

#### ٢٠٧- (المجال العام) Public Sphere

مجموعة من الحيّزات، الواقعية والخيالية، التي يمكن للمواطنين أن يلتقوا فيها للنقاش وتكوين رأي لهم، ويشمل ذلك تنويع وسائل توزيع المعلومات والمواد الإعلامية التي تخدم الصالح العام، من منظور غير تجاري. راجع public service (الخدمة العامة).

#### ٢٠٨- (الجمهور) Public

تشير هذه العبارة إلى جميع الأشخاص الذين يمكن أن يتلقوا مادة إعلامية، وفي أوقات مختلفة ووفقاً لمواقف نقدية مختلفة قُدِّمَت مفاهيم مختلفة للجمهور: النظارة والمستمعون، المستهلكون، اللاعبون، وتعدد أيضاً مواقف الجمهور، نشط، سلبي، منتقد، معترض، متشدد، مشارك، على سبيل المثال.

ودراسة الجمهور تتطلب من الدارس أن يأخذ في اعتباره كيفية استهداف الناس وقياسهم، وكيفية ردِّهم على الرسائل التي تستهدفهم، وفي التربية الإعلامية، من الضروري مناقشة هذه المفاهيم المتعددة لعبارة الجمهور والتفكير في مدلولات مختلف المواقف المتوفرة. راجع

key concept; reception; audience (المفهوم الأساسي، التلقّي، الجمهور).

#### ٢٠٩- (النشر) Publishing

إنتاج أو إعادة إنتاج قطعة مكتوبة أو مسموعة ومرئية أعدّها ناشر أو شركة إعلامية، وتعمل الكمبيوترات

أبناء أو قصص خيالية تظهر فيها صور الأطفال. راجع regulation (الضبط).

#### ٢٠٢- (الحماية) Protection

طريقة في التربية الإعلامية تكشف النقاب عن الرسائل المضللة والقيم الزائفة التي تنقلها وسائل الإعلام أحياناً، والتي تشجع الدارسين على الاعتراف بها، أو انتقادها، أو رفضها أحياناً. راجع media education; preparation (التربية الإعلامية، التحضير).

#### ٢٠٣- (التحليل النفسي) Psychoanalysis

موقف نقدي يستعرض أنظمة التفسير على أن يوضع في الاعتبار دور اللاوعي لدى الفرد، والعمليات المكتوبة التي تعمل على تشكيل التصرفات، والمشاعر والدوافع لدى شخص ما، ويعتمد هذا الأسلوب إلى حدٍّ بعيد على اللغة والمراحل المختلفة لتطور الطفل، مثل الفسّشيّة، والمرحلة المرآتية، والمناوفة، إلخ. راجع

mirror phase; voyeurism (المرحلة المرآتية، المناوقة).

#### ٢٠٤- Public Service Announcements

(إعلانات الخدمة العامة).

النقاط الإعلامية التي تبثُّ الجمهور بمسائل الأمن، والصحة، والخدمات الاجتماعية، أو الشؤون العامة، ويجري إعداد هذه الإعلانات وجدولتها كإعلانات تجارية، ولكن لأغراض غير تجارية.

#### ٢٠٥- Public Service Obligations

(التزامات الخدمة العامة).

واجبات يفرضها القانون ويفرّ فيها حقُّ البث والإذاعة، تطبَّق في الأخبار عن طريق إجراءات من قبيل قاعدة تمكين الشخص المعني من ممارسة ذلك الحق، وقاعدة الاعتداء الشخصي، وقاعدة المونتاج السياسي، أما في المواد غير الواقعية ولا سيما الإعلانات، وفي برامج الأطفال، فتطبَّق هذه الالتزامات بمنتجات تعليمية وثائقية، ويرجَّح أن تكون جزءاً من شروط إصدار ترخيص عمل للقناة ذات العلاقة، وتنعكس هذه الالتزامات



reading; reception (القراءة، التلقي).

باستمرار على تيسير معالجة المواد بغرض نشرها وإعادة إنتاجها. راجع

market (السوق).

#### ٢١٤- (الواقعية) Realism

موقف نقدي يشير إلى مكان التفسير بين الحقيقة والأصالة، درجات مختلفة من الواقعية تكون موجودة في المواد الإعلامية، من التقليد (الذي يمكن تعزيزه بعملية تناظرية) إلى الواقعية والرسمية، أما البوبسيس، فعلى العكس، إنها تشير إلى مواد خيالية، وفي جميع الحالات، تتضمن الواقعية وجود نظام من الإشارات والرموز والقواعد، في التربية الإعلامية، فإن مناقشة الواقعية تنشط التفكير في مختلف المعايير المستعملة في إصدار الأحكام على الأصالة، والحقيقة، بل والحياد، إنها تمكن الدارسين من تفحص المواد التي تدعي أن لها بُعداً خيالياً، والمواد التي تلعب بالفرق بين الخيال والواقع، أو المواد التي تتخذ الأسلوب الوثائقي التسجيلي. راجع

representation; ideology

(التفسير، الأيديولوجية).

#### ٢١٥- (دراسات التلقي) Reception studies

تحليل يتركز على جمهور نص ما أكثر مما يتركز على بنيته أو رموزه التفسيرية، ويرى الباحثون أن دراسات التلقي يمكن أن تكون سلبية أو إيجابية، ويؤكد مؤيدو التأثيرات الإعلامية على أهمية التفسيرات ورعايتها فيما يتعلق بالاعادات الاستهلاكية للجمهور، أمّا مؤيدو الاستعمالات والمتع فيرون أن ثمة فئات متعددة من الجماهير، وعدة مواقف واستراتيجيات تحليلية، مع اختلاف الاستعمالات اعتماداً على الأفراد. راجع

(الاستعمالات). الحضانه والقراءة التحليلية، المؤثرات،

incubation; reading; effects; uses

#### ٢١٦ - (الانعكاسية) Reflexivity

ممارسة تتمثل في نوعية الجمهور بوسائل الإنتاج المستعملة في إعداد مادة إعلامية، ويمكن أن يتحقق ذلك بالانعكاسية، والباروديا، والفكاهة، والسخرية.. إلخ، ويتعلم المشاهدون على مسافة ما خداع المادة الإعلامية، بتذكر أنهم يشاهدون تركيبة تطوع أعراف الواقعية في سياق تفسيرها لها، أما في التربية الإعلامية، فالانعكاسية

#### ٢١٠- (النظام الهرمي) Pyramidal structure

يقدم هذا البناء النموذج لرواية الأخبار، الحقائق بدءاً بأقل النقاط أهمية وانتهاءً بأهمها، وفي حالة «الهرم المقلوب»، تأتي أقل الحقائق أهمية في البداية، كي يتمكن المحررون بسهولة من اختصارها إذا ضاق لديهم الحيز. راجع

news (الأخبار).

#### ٢١١ - (الجودة) Quality

حكم على القيمة، يقدر فعالية نص ما في إقناع الجمهور بما فيه أو إيصال المعنى المقصود، يمكن أن تشير هذه العبارة إلى نوع من المتعة الجمالية لأنها تتيح الفرصة لعدة درجات من المعنى وتعمل على إثرائه عاطفياً وذهنياً، ولا تزال الإشارات إلى الثقافة الراقية تؤثر في هذه الأحكام، في مقابل الارتباط بالثقافة الهابطة، التي تسر على أنها تهدف إلى الشعبية. راجع

mass culture; pleasure; reception; textual analysis (الثقافة الجماهيرية، المتعة، التلقي، التحليل النصي).

#### ٢١٢- (القراءة) Reading

ممارسة تشتمل على التحليل والتقييم للرموز والإشارات وقيود الإنتاج المتعلقة بالمواد الإعلامية، وتبين دراسات التلقي، أن القراءة يمكن أن يكون لها أثر مهيمن وطاغ (يتلقى الجمهور الرسالة حسبما يُعدُّه المنتج)، أو اعتراضية (لا يقبل الجمهور الرسالة الأولى)، أو قابل للتفاوض (يعدل الجمهور الرسالة ويكيّفها). راجع

writing; production (الكتابة، الإنتاج).

#### ٢١٣- (القراءات في التلقي) Readings in reception

ثلاثة مواقف، على الأقل، من جانب الجمهور: القراءة المهيمنة - الطاغية، أو القراءة الاعتراضية، أو القراءة التفاوضية. راجع

والمحاكاة، والإنتاج. راجع

media education (التربية الإعلامية).

#### ٢٢١- (التفسير) Representation

رسم شيء غائب أو معنوي باستعمال الرموز والإشارات (الصور، الصوت، الكلمات). ووسائل الإعلام إنما هي ناقل للتفسير، لأنها تتعلق بالواقع، أما التقليد باعتباره متميزاً عن المحاكاة أو البويسيس فيُكسب التفسير مبرزه الواقعي، باستعمال الإشارات (الأيقونات، المؤشرات، الرموز). في التربية الإعلامية، مناقشة التفسير تذكّر الدارسين بأن الإعلام يقدم صورة مركبة عن العالم، عن طريق اختيار الأحداث والشخصيات والجمع بينها. راجع المفاهيم الأساسية، الواقعية، التقليد).

(key-concepts; realism; mimesis)

#### ٢٢٢- (إعادة الإنتاج) Reproduction

عملية توفير معادل دقيق لعمل أصلي ومضاعفة نسخته بعملية تقنية، وتتوفر هذه الإمكانية في وسائل الاتصال التناظرية والرقمية كما يمكن أن تتكيف مع الإعلانات التجارية، ويُنظر إلى عملية إعادة الإنتاج الآلية على اعتبار أن لها القدرة على تحوير المعنى الأصلي، كما في حالة لوحة الموناليزا، التي تشتهر بنسخها قدر أشتهاها بالمكان الذي تشغله في متحف اللوفر بباريس والتنوعية الرسمية لسطحها المرسوم عليه بالدهان. راجع

representation (إعادة الإنتاج).

#### ٢٢٣- (المقاومة) Resistance

عملية مواجهة الضغط أو مكافحة التهديد أو العنف، وفي سياق التلقي الإعلامي، قراءة وتحليل استراتيجيات الجمهور، الذين يستطيعون أن يقرروا تجنب الرسائل المهيمنة أو اعتراضها، وتعدُّ الباروديا أو عملية التركيب من بين أبرز استراتيجيات المقاومة، التي تقوض عملية تحويل وسائل الإعلام للقيم والأشخاص إلى سلع تجارية. راجع

bricolage; parody; reading (التركيب، الباروديا، القراءة).

هي استراتيجية تتيح للدارسين أن يعملوا في مسائل الإنتاج. راجع

postmodernism; realism; production (ما بعد الحداثة، الواقعية، الإنتاج).

#### ٢١٧- (الضبط) Regulation

يحدّد عازلاً من الوكالات الوسيطية، بأعضاء ينتمون إلى الدولة، والقطاع الصناعي وأحياناً، الاتحادات الشعبية، وتكون مهمتهم مراقبة المعايير الإذاعية، لمناقشة ترخيص الموجات العامة والتحقق من مراعاة القوانين الأخلاقية والتزامات الخدمة العامة لدى القنوات الإعلامية، في جو من الشفافية. راجع

MAS (نظام المحاسبة الإعلامية).

#### ٢١٨ - (سلطة الضبط) Regulatory authority

هيئة إدارية، مهمتها حلّ المنازعات قبل أو بعد صدور أحكام قضائية، باستخدام سلطة الدولة، أما في الإعلام، فإن هذه السلطة تدعم مبادئ التعددية والتنوع الثقافي وتحافظ على التوازن بين مختلف الآراء، ومختلف الحقوق وتوقعات وآمال مختلف القطاعات، الخاصة والعامة. راجع

regulation; MAS (الضبط، نظام المحاسبة الإعلامية).

#### ٢١٩- (المنظمات الدينية) Religious organizations

قامت بدور رئيسي في الترويج للتربية الإعلامية، إلى جانب النظام التعليمي الرسمي، وتتعدد دوافعها، فلقد اعتُبر «لاهوت التحرير» الإعلام وسيلة لتوفير التعليم الشعبي، وفي الطرف الآخر من الطيف، اهتمت الأغلبية الأخلاقية» بفكرة اللاأخلاقية التي يجلبها الإعلام. راجع Co-regulation (الضبط المشترك).

٢٢٠ - (ذخيرة الأساليب التعليمية)

#### Repertoire of teaching techniques

في التربية الإعلامية، بشكل عام ستة أساليب: التحليل النصّي، والتحليل السياقي، ودراسة الحالات، والترجمة،





الأعراف الروائية، التي يدركها النّظارة أو القراء.

٢٢٤ - (السيناريو) Scenario

مسودة لخط العمل، والرواية والحوار اللّازم لإنتاج مادة إعلامية، في الأساليب التعليمية، تشير هذه العبارة إلى الاستراتيجية التي تعطي للدارسين سلسلة من الصور الثابتة أو المتحركة التي يجب عليهم أن يختاروها وينظموها من أجل إعادة تركيب عملية التحرير والمونتاج لمادة سينمائية أو فوتوغرافية، وتتيح هذه العملية الفرصة لهم كي يستطلعوا طرق تنفيذ المونتاج بغير إثارة عاطفة ما أو إيجاد جوّ ما، ودراسة الكيفية التي يمكن بها بناء عدة أنماط من الأسلوب الروائي باستخدام المادّة ذاتها. راجع

راجع

filter (الفراز)

٢٢٨ - (محرك بحث) Search engine

برنامج للتجوال على الانترنت، يمكن استخدامه من العثور على المواقع باستعمال كلمات مفتاحية وأنظمة مرجعية. راجع filter (الفراز).

repertoire of strategies, narrative (ذخيرة

الاستراتيجيات، الرواية).

٢٢٩ - (المقطعية) Segmentation

إنتاج نصّ لجمهور محدود وتفصيله حسب الاحتياجات الخاصة لأفراد ذلك الجمهور. راجع

٢٢٥ - (السكوبوفيليا) Scopophilia

متعة التحديق والنظر، ولا سيما عند مشاهدة أشكال إباحية أو جنسية من مواد التسلية، ومن شأن طابعها العام، الخالي من الشذوذ، أن يبقيها متميزة عن المناوقة، وهي إحدى الحوافز التي تدفع المرء إلى مشاهدة مادة إعلامية. راجع

narrowcasting (البيت الضيق).

voyeurism; pleasure (المناوقة، المتعة).

٢٣٠ - (التقييم الذاتي) Self-evaluation

موقف فكري يشجّع الطلاب على التفكير في ممارساتهم مع وسائل الإعلام والعلاقة بين القصد والنتيجة، وبالتالي يمكنهم أن يدركوا تماماً تعقيد عملية إيجاد مغزى للإعلام، وبدلاً من تقليص الإنتاج إلى عملية توضيح بسيطة لفكرة أو مبدأ، فإن بإمكان هذا الأسلوب أن يمكنهم من الوصول إلى مستويات جديدة من الإدراك النظري، وهذا الأسلوب يتطلب إعداد تقارير أثناء عملية الإنتاج وفي نهايتها. راجع

٢٢١ - (التشويش) Scrambling

نظام تقني لتشفير البرامج. ويستخدم قطاع الإعلام هذا الأسلوب للتحكم في دخول المشاهدين للبرامج التي تحتاج إلى اشتراك أو تشتراط الدفع مقابل كل مشاهدة، ويمكن للآباء أن يستعملوا هذا الأسلوب لفرز البرامج التي لا يريدون لأطفالهم أن يشاهدوها، وذلك على أساس تصنيف محدد مسبقاً.

pedagogy; repertoire of strategies

(الأساليب التعليمية، ذخيرة الاستراتيجيات).

راجع

٢٣١ - (هيئات الرصد الذاتية الضبط)

Self-regulated monitoring entities

اتحادات تطوعية تضم أعضاء من قطاع الإعلام، من قبيل منتجي برامج الكمبيوتر أو المعلنين، وهي تهدف إلى إعداد توصيات تصلح لعدة وسائل. راجع

MAS (نظام المحاسبة الإعلامية).

٢٢٧ - (النصّ) Script

سيناريو مادة إعلامية، يتضمن توجيهات للتحرير والمونتاج التقني بالإضافة إلى حوارات وتفاعلات، وهو يوفر تسلسل الأحداث لكل مرحلة من مراحل الحكمة الفنيّة، ويعدّ النصّ أيضاً وسيلة ذهنية لتفسير المعرفة يقوم على أساس

MAS; self-regulation (نظام المحاسبة الإعلامية،

الضبط الذاتي).

٢٣٢- (الضبط الذاتي) Self-regulation  
حلول لمشاكل وقواعد يتبنّاها الإعلاميون أنفسهم، ويشار إليها عادة بعبارة «نظام المحاسبة الإعلامية» (من قبيل المواثيق الأخلاقية، ومنظومات المعايير، إلخ..). هذه العملية تعزز الثقة لدى الجمهور على اعتبار أنها توفر الشفافية، داخل نطاق المهمة وخارجه، وهي تحدّد المعايير والقواعد التي يجب على التواصلين أن يراعوها في عملهم بينما تؤكد أهمية حرية التعبير. راجع

٢٣٣- (اللقطة) Shot  
ترتيب وتجميع الصور المتحركة أو الثابتة، وتسجيلها باستمرار، وتنتج عن العدد الكبير من اللقطات وقواعد مرئية: صورة مقرّبة، صورة موسعة، على سبيل المثال، وهذه العمليات تسمح بعمليات انتقال مرئي في ترتيب المشاهد وعملية التحرير والمونتاج. راجع

٢٣٤- (الإشارة) Sign  
في علم اللغة، وحدة المعنى التي تتكون من العلاقة بين جانب مادي وبين المبنى (الكلمة، الصورة، المقصد)، وجانب معنوي، وهو المعنى، وفي مجتمع معين، درجت العادة في الغالب، على أن تمثّل الإشارات واقعا معقداً، وتشارك وسائل الإعلام في إنتاج وتوزيع الإشارات، التي تتفاوت مدلولاتها وفقاً للسياق. راجع

٢٣٥- (اللغة، الضبط، الضبط المشترك).  
الإعلامية، الضبط، الضبط المشترك).

٢٣٦- (اللقطة) Shot  
ترتيب وتجميع الصور المتحركة أو الثابتة، وتسجيلها باستمرار، وتنتج عن العدد الكبير من اللقطات وقواعد مرئية: صورة مقرّبة، صورة موسعة، على سبيل المثال، وهذه العمليات تسمح بعمليات انتقال مرئي في ترتيب المشاهد وعملية التحرير والمونتاج. راجع

٢٣٧- (الإشارة) Sign  
في علم اللغة، وحدة المعنى التي تتكون من العلاقة بين جانب مادي وبين المبنى (الكلمة، الصورة، المقصد)، وجانب معنوي، وهو المعنى، وفي مجتمع معين، درجت العادة في الغالب، على أن تمثّل الإشارات واقعا معقداً، وتشارك وسائل الإعلام في إنتاج وتوزيع الإشارات، التي تتفاوت مدلولاتها وفقاً للسياق. راجع

٢٣٨- (المعنى) Signified  
الجانب المعنوي في الوحدة التي يتكون منها المعنى حسبما يتبلور من خلال الكلمات أو الصور، فمثلاً، يمكن أن يعني إعلان أو لعبة فيديو، حسب السياق، إمّا الحرّيّة وإمّا السرعة.

٢٣٩- (موارد الإشارات والرموز التفسيرية)  
Semiotic resources

٢٤٠- (دراسة الإشارات والرموز التفسيرية)  
Semiotics  
دراسة الإشارات ومعناها، استناداً إلى الفكرة القائلة

٢٤١- (دراسة الإشارات والرموز التفسيرية)  
Semiotics  
دراسة الإشارات ومعناها، استناداً إلى الفكرة القائلة

٢٤٢- (دراسة الإشارات والرموز التفسيرية)  
Semiotics  
دراسة الإشارات ومعناها، استناداً إلى الفكرة القائلة

٢٤٣- (دراسة الإشارات والرموز التفسيرية)  
Semiotics  
دراسة الإشارات ومعناها، استناداً إلى الفكرة القائلة

٢٤٤- (دراسة الإشارات والرموز التفسيرية)  
Semiotics  
دراسة الإشارات ومعناها، استناداً إلى الفكرة القائلة



٢٣٩- (المبنى) Signifier

الجزء الملموس من وحدة معنى، حسبما يتحقق بوسائط من قبيل الكلمات أو الصور. فمثلاً، يمكن لإعلان أو لعبة فيديو أن تحدد مكان لعبة في محل للتسلية أو مدينة ملاه، كي يكون مبنى للأصالة أو الاجتماعية.

راجع

Semiology (دراسة الإشارات والرموز التفسيرية)

أو نظام لمعالجة البيانات، ويمكن استعمال السوفتوير لتشغيل الأنظمة، وحلّ المشاكل (برنامج حسابات، برنامج نصوص) أو للمهام الأساسية (برنامج منخفض المستوى، برنامج تحليل). أما البرامج التي تُعدّ للمدارس فإمّا أن تكون تعليمية محضة وإما أن يكون عنصرها التعليمي متضمناً داخل لعبة. راجع

hardware; computer processing (الأجهزة،

المعالجة الكمبيوترية).

٢٣٩- (المحاكاة) Simulation

العملية التي تظهر شيئاً غير حقيقي وكأنه شيء حقيقي، وفي إطار الإعلام، تتيح المحاكاة الفرصة لإيجاد عوالم كاملة، ولا سيما في ألعاب الفيديو، والمحاكاة تضاعف المصاعب التي ينطوي عليها ترسيم الحدود بين الأصل والصورة في مرحلة التفسير التناظري والرقمي، وفي حجرة الدرس، تحدث المحاكاة في صورة لعب أدوار، ونشاط مبدع حيث يتخيل الدارسون موقفاً ما ثم يحدّدون اتجاهاته، وهو ما يمكن أن يصل إلى حدّ إنتاج مادة إعلامية، وهذه العملية تدربهم على التفكير في الطريقة التي يُستهدف بها مختلف فئات الجمهور عن طريق اختلاف المواد، وهذه العملية توفّر أيضاً مزية إضافية تتمثل في تزويد الدارسين بخبرة عملية لبعض الأبعاد الإعلامية التي تصعب معالجتها في حجرة الدرس. راجع

(المسار، ذخيرة الاستراتيجيات). تسلسل

course sequence; repertoire of strategies

٢٤٢- (المؤثرات الخاصة) Special effects

عمليات فيلمية أو رقمية تحاكي العناصر المرئية أو المسموعة لتكثيف الجانب الدرامي فيها أو لاقتراح إدخال أشياء متنوعة وغريبة بل ومن وراء الطبيعة أو إدخال أشخاص، وتكثر هذه المؤثرات في الأفلام الكبرى الناجحة تجارياً وألعاب الفيديو، وقد أتاح النظام الرقمي الفرصة لمزج هذه المؤثرات مع عناصر الخلفية. راجع

realism (الواقعية).

٢٤٣- (الأداء الرائع) Spectacle

تقديم أو ترتيب للمشاهد يلفت الأنظار، وإذا قلنا إن مجتمعنا «مجتمع الروائع» فإننا نشير إلى الفكرة القائلة إن التفسيرات تطفى على الثقافة الجماهيرية، سواء كانت راقية أم شعبية، ويبدو أن جميع العلاقات الاجتماعية تتدخل فيها صور وأصوات خارج قطاع التسلية أو داخله أو خارج قطاع المسرح، والسينما، والموسيقى الشعبية أو داخله. راجع

gaze; representation (التحديق، التفسير).

٢٤٤- (التصنيفات المقولبة) Stereotypes

آلية اجتماعية توفّر طرقاً مختصرة لتحديد هوية الأشخاص الآخرين، إمّا بالسلب وإمّا بالإيجاب، عن طريق تطبيق العناصر الثابتة لآمة ما على أولئك الأشخاص، ووضعهم في فئة اجتماعية، إلخ.. وفي التربية الإعلامية، من المهم أن ندرس مختلف وظائف التصنيفات المقولبة، التي يستعملها المنتجون وأفراد الجمهور، ونعي المنطق الذي يجعل وسائل الإعلام تتجاهل الأقليات أو تشوّه

٢٤٠- (جعل السلوك مقبولاً لدى المجتمع) Socialization

العمليات التي تحيط بالطفل والتي تعرّفه بقواعد السلوك المقبولة في مجتمع معين، وتتدخل وسائل الإعلام في هذه العملية باقتراح نماذج مختارة للعالم، دون أن تفتح المجال للدخول إليه مباشرة، وتقدّم هذه العمليات أفكاراً، وصوراً، وتفسيرات، قائمة على حقائق أو تخييلات، تعمل حتماً على تشكيل وقولبة أي صيغة من الواقع. راجع

effects; uses (التأثيرات، الاستعمالات).

٢٤١- (برامج الكمبيوتر) Software

جميع الإجراءات والبرامج الرقمية لتشغيل كمبيوتر

بين المبنى والمعنى، وفي التحليل الإعلامي، استُعملت لتحديد أنماط وصيغ في الأساليب تتكرر باستمرار. راجع Formalism; grammar (الرسمية، القواعد).

250- (لوائح الأسلوب). Style sheets في الصحافة، المعايير والتوصيات الخاصة بتفسير المعلومات. راجع MAS (نظام المحاسبة الإعلامية).

251- (الثقافة الفرعية) Subculture الثقافة التي ترعاها قطاعات مختلفة من الجمهور، الذي يرى أفرادهم يعارضون ويقاومون ثقافة النخبة المهيمنة والثقافة الجماهيرية، ويعرف أتباع هذه الثقافات الفرعية ببعضهم بعضاً عن طريق ممارساتهم، وأنماط معيشتهم، ومزيج موادهم الإعلامية، والأزياء التي يرتدونها، بالإضافة إلى تقويضهم للأشياء الاستهلاكية اليومية. راجع

fan; resistance; reading (المعجب، المقاومة، القراءة).

252- (الشخصنة) Subjectivity الحالة الذهنية التي تعطي الأولوية لضمير الفرد في تفسير نص ما، وتقضي بأن أي نص إعلامي يحلّل وفقاً لفرازة القيم والمعتقدات الخاصة لدى الفرد. راجع

objectivity (الحياد).

253- (الاستطلاع) Surveillance الرصد الدقيق لشخص معين أو حيّز معين، وتستخدم تقنيات الشاشة لأغراض الاستطلاع البعيد، وهو أحد الوسائل التي يمارس المجتمع بها عملية ضبط اجتماعي لأفراده. راجع

gaze (التحديق).

254- (الرمز) Symbol في دراسة الإشارات والرموز التفسيرية، أكثر الإشارات عشوائية، في الطريق بين الواقع والتفسير، والعلاقة بين

صورتهم. راجع

ideology; representation (الأيديولوجية، التفسير).

245- (المخزون) Stock

في الإذاعة وفي الانترنت أيضاً، تشير إلى برامج تدوم طويلاً تحتوي مضامين لا يحتمل أن تصبح قديمة بمرور الزمن، فالسلسلات والأفلام تدوم طويلاً، أما برامج شؤون الساعة فلا تدوم طويلاً. راجع (الإنتاج، الجدولة، شؤون الساعة).

production; scheduling; flow

246- (القصة) Story

الجمع بين الحكمة وترتيب المشاهد، حيث يتم ترتيب الأحداث في تسلسل زمني ومكاني داخل النص الإعلامي. راجع

narrative; plot (الرواية، الحكمة).

247- (لوحة القصة) Story-board

خطة التحرير والمونتاج، في صورة رسومات، تبين لقطات مختلفة في فيلم أو إنتاج مرئي ومسموع، وتعطي هذه اللوحة، التي تكون متسلسلة، انطباعاً بأنها تمثل منتجاً نهائياً. راجع

scenario (السيناريو).

248- (الاستراتيجية) Strategy

في الإعلام، العمليات التي تختار لتطبيق السياسات المحددة مسبقاً للشركة، فجدول البرامج، مثلاً، يبين الطريقة التي تسعى مؤسسة إعلامية بها إلى أن تنظم وقت الجمهور وسلوكه، وتستخدم استراتيجيات وتواصلات أخرى أيضاً في الترويج التجاري والتسويق.

249- (البنائية) Structuralism

موقف نقدي يطبق مبادئ علم اللغة على تحليل النصوص، وتتص هذه الفلسفة على أن الوحدات المستترة تعمل معاً، على إنتاج المعنى، وترى أيضاً أن المعنى يُبنى على نقيضين، مثل الحضور/الغياب أو الخير/الشر، وأيضاً على الجمع



٢٥٩- (التصميم التّقني )

### Technological determination

الاعتقاد بأنه لا يمكن تجنّب الآلات وأن الإشارات التقنية ذات قوة طاغية وأنها لا تعتمد على تركيبها الاجتماعية وعلى الغرض الذي تُستخدم فيه. أمّا الرأي الآخر، وهو العلائقية التكنولوجية، فينصّ على أن العامل البشري يأتي أولاً وأن دور الآلات لا بدّ أن يوضع في سياق استعمالها الاجتماعية. في التربية الإعلامية، هذا التصميم يؤدي إلى ميل نحو الاعتقاد بأن الوسائل الاستقرائية التي تشجعها التقنيات الجديدة متضمنة فيها دون غيرها بينما يأتي التركيز على البحث الشخصي واستقلال الدارس وعملية التجربة والخطأ من استراتيجية تعليمية تطوّرت خارج المجال التقني.

٢١٠- (التقنية ) Technology

الأدوات والآلات والعمليات اللازمة لإنتاج مادة إعلامية. وتقنيات الاتصال إنّما هي آلات يمكنها إنتاج مادة تواصلية (مدوّنة مثلاً) مع كونها في الوقت ذاته آلات تسهّل العملية (الكمبيوترات كأجهزة، على سبيل المثال). في التربية الإعلامية، تقوم التكنولوجيا بدور كبير في بناء النص وإعطائه المدلول المطلوب.

راجع

production; key-concepts; technological deferminism; discourse (الإنتاج، المفاهيم الأساسية، التصميمية التّقنية، المادة التواصلية).

٢١١- (مراكز الاتصالات ) Tele-centres

مكان تتوفر فيه كمبيوترات يستعملها الأهالي، وبالتالي يكون منطلقاً لتعليم الصغار والكبار وتدريبهم.

راجع

access; co-regulation

(الدخول، الضبط المشترك).

٢١٢- (التلفزيون ) Television

جهاز سمعي بصري يستخدم اللغة المنطوقة والمكتوبة بالإضافة إلى «لغة» الصور الثابتة والمتحركة وبثها على

الاثنتين هي نتاج لأعراف ثقافية، مثل الكلمة «قناة» التي تمثل شركة إعلامية، والتي تشبه أي قناة حاليّة وبالتالي فإنها أيقونيّة وليس لها وجود مادّي حقيقي، وهي صفة أساسية للمؤشر. راجع

icon; index; semiotics

(الأيقونة، المؤشّر، دراسة الإشارات والرموز التفسيرية).

٢٥٥- (التفاعلية ) Synergy

الحركة الدينامية والمنسقة لمختلف قطاعات الإعلام وقطاعات الاتصالات، تتيح الفرصة للمؤسسات الإعلامية كي تستخدم استراتيجيات التكامل العمودي بين الإنتاج، والتوزيع، والخدمات، في التلفزيون والكابل، والوسائل الأخرى، واستراتيجيات التوسع الأفقي، على الصعيدين المحلي والعالمي. راجع

market; vertical integration (السوق، التكامل العمودي).

٢٥٦- (الهدف ) Target

الزبائن الذين تستهدفهم الوكالات المتخصصة في التسويق، التي تسعى للوصول إلى أفراد الجمهور الذي يستجيب أكثر من غيره لرسالة إعلامية معيّنة على أساس بياناتهم الديموغرافية، وأنماط استعمالهم لوسائل الإعلام، ورمزهم البريدي، ومستويات دخلهم، ويجري تجميع المعلومات عن الزبائن وبيعها إلى الجهات الراعية للبرامج التي ترغب في وضع إعلانات في وسائل الإعلام التي تُحدّد باعتبارها أفضل وسيلة بالنسبة لهم. راجع

market; advertisement; publics

(السوق، الإعلان، الجماهير).

٢٥٨- (الاستهداف ) Targeting

العملية التي تبين الحدود التي تعيّن الجمهور الذي توجه إليه رسالة أو مادة إعلامية. في التربية الإعلامية، تتكون من تحليل الكيفية التي تستهدف وسائل الإعلام بها جماهير معيّنة وتحليل الحدود المستعملة لإغراء أفراد تلك الجماهير. راجع

target; public (الهدف، الجمهور).

أو يحوّل خبراً ما إلى دراما تسجيلية وثائقية. ويبيّن هذا النوع من النشاط كيف يمكن لجمهور نصّ ما أن يؤثر في الرسالة الأيديولوجية أو الأخلاقية التي يحملها ذلك النصّ.

راجع

repertoire of strategies (ذخيرة الاستراتيجيات).

#### ٢١١- (الشفافية) Transparency

نوعية جمالية تميّز بعض المواد الإعلامية التي تهدف إلى جعل رموز الإنتاج وإشاراته غير مرئية أو طبيعية لتحقيق درجة كبيرة من الواقعية. ويطبّق ذلك عادةً على عمليات الإنتاج التي تتم في هوليوود، من قبيل الأفلام أو المسلسلات التلفزيونية.

راجع

editing; realism; shots

(التحرير، الواقعية، اللقطات).

#### ٢١٧- (وحدة العمل) Unit of work

راجع

course sequence (تسلسل المسار).

#### ٢١٨- (قيمة الاستعمال) Use value

الوظيفة المنوطة أصلاً بشيء ما. ويقابل ذلك عادةً قيمة المبادلة، التي تشير إلى الثمن في سوق يقيده العرض والطلب، وإلى قيمة العمل المقدّرة بالعمل اللازم لبلورتها وإنتاجها. وتظهر هذه الأفكار عادةً في الإعلانات، حيث يمكن، مثلاً، أن تكون للسيارة قيمة استعمال كواسطة نقل بينما تكون لها أيضاً قيمة مبادلة كشيء كمال، كما في حالة السيارات الرياضية الحمراء، وتكون لها كذلك قيمة عمل بسبب المقاعد الجلدية المصنّعة يدوياً على سبيل المثال.

#### ٢١٩- (الاستعمالات) Uses

الطرق المختلفة لاستعمال أفراد الجمهور وسائل الاتصال في حياتهم اليومية، مع العادات والممارسات المحددة. وهي تشمل اتخاذ موقف إيجابي تجاه التلقّي، وهو ما

نطاق واسع. ويتبع ذلك، جميع العمليات، والأنشطة والخدمات التي تنقل الأنباء ومواد الترفيه إلى عدد هائل من المشاهدين.

راجع

media; vehicle (الإعلام، الوسيلة).

#### ٢١٣- (النصّ) Text

البرامج، والأفلام، والصور، ومواقع الشبكة العالمية.. إلخ، التي تنقلها وسائل الاتصال المختلفة.. وباستعمالها للإشارات والرموز، فإنها تعمل بنفس الطريقة التي تعمل بها اللغة. إنها عمليات إنشاء يمكن تفكيك أجزائها وتحليلها. راجع

writing; reading (الكتابة، القراءة).

#### ٢١٤- (التحليل النصّي) Textual analysis

يختلف عن تحليل المحتوى من حيث أنه ينتج عملية تمحيص معمّق: يميل إلى التركيز على نصوص محدّدة فيتفحصها بالتفصيل. وتكون النصوص المختارة عادةً قصيرة جداً أو محدودة النطاق. وهذا التحليل يبدأ عموماً بعملية توصيف، وتحديد عناصر من قبيل اللقطات ووتيرة التحرير والمونتاج. من ثم تصل مرحلة تحديد معنى النص، بما في ذلك المدلولات، والاقتراعات، والأسلوب، حسبما تنقله الاقتراعات المختلفة بين عناصر النص. وأخيراً ينتقل الدارسون إلى مرحلة ثالثة، ويشجّعون على إصدار أحكام على النصّ ككل. وقد تتعلق هذه الأحكام بالقيم أو الأيديولوجيات التي يحددها في النصّ.

راجع

media education (التربية الإعلامية).

#### ٢١٥- (الترجمة) Translation

استراتيجية تعليمية تهتم أساساً بالفروق التي تظهر عندما يُنقل نصّ معيّن بوسيلة مختلفة، أو بأسلوب مختلف. ويمكن أن يكون هذا الأسلوب تحليلياً بالإضافة إلى كونه عملياً. ويُطلب من الدارسين أن يدرسوا الطريقة التي عولجت بها مسألة معيّنة في وسيلتي إعلام، أو لجمهورين مختلفين، كأن يُتبسب فيلم بتصرّف من رواية



أسهم السوق ويحدّ من التنافس. وكان التكامل العمودي قد أدى أخيراً إلى موجة من الاندماجات الضخمة وخفض عدد المنافسين. وقد أثر ذلك على المعروض من البرامج وتنوعها.

يمكن أن يصل إلى أنماط من القراءة الاعتراضية أو التفاوضية.

راجع

public; effects (الجمهور، المؤثرات).

production; globalisation (الإنتاج، العولمة).

270- Value (القيمة)

تفهم إمّا بالمعنى الأخلاقي أو الاجتماعي، باعتبارها القالب الذي تصدر الأحكام على أساسه أو يُتبع على أساسه سلوكٌ معيّن، أو بالمعنى الأنثروبولوجي لما يشكّل قواعد الحياة في مجتمع معيّن وفي وقت معيّن. أمّا في التربية الإعلامية، فهي أيضاً نوعية النصّ التي أحدثت في الواقع الأثر المطلوب.

274- Video game (لعبة الفيديو) تسجيل صور وأصوات تكوّن وقتاً وحيزاً افتراضيين، يتم التحكم خلالهما إلكترونياً في حركات اللاعبين واختياراتهم (الفأر، ذراع التحكم، إلخ) عن طريق شاشة عرض. وامتداداً لذلك، تشير هذه العبارة إلى المحتويات التي تتيح الفرصة للاعب كي ينغمس في عوالم محاكاة بقواعد محدّدة جداً. ويمكن لألعاب الفيديو أن تكون كاملة (دي في دي) أو أنها تتطور على الأنترنت.

271- Vehicle (الواسطة)

تشير إلى الواسطة وليس إلى الوسيلة، أي العملية المادية التي تُستخدم فيها الكلمات، والصور والأصوات. يمكن أن تكون الواسطة ورقية، أو تناظرية أو رقمية. وليست لها نفس خصائص الأنماط الجمالية التي تنتمي إليها من الناحية المادية.

راجع

media (وسائل الإعلام).

275- Video Tape (شريط فيديو) نوع من التسجيل التناظري يتيح الفرصة لنسخ البرامج بسرعة وبتكلفة زهيدة (راجع التفسير، الوسيلة)

271- Viewing Committees (لجان الفحص)

الصوت الفيصل بالنسبة لشراء البرامج وعملية البرمجة ذاتها. أهل الحلّ والعقد المكلفون بتحقيق أهداف القناة أو المكلفون بوحدات معيّنّة من البرامج يتلقّون مساعدة من أعضاء ينتمون إلى الجمهور (آباء، علماء نفس، معالجون...).

راجع

regulation (الضبط).

272- Verisimilitude (المظهر الحقيقي)

وسيلة الاقتراب من الحقيقة والأصالة. وهي تستخدم رموزاً قريبة من الواقعية وتضيف إلى تلك الرموز قيمة يمكن أن يجدها الجمهور في رسالة ما. وتميل هذه القيمة نحو معنى ما يبدو مقبولاً أكثر من كونه حقيقياً.

راجع

realism (الواقعية).

277- Violence (العنف)

صراع على السلطة أو تهديد يرغم شخصاً ما على التصرف ضد رغبته، وهو ما يؤدي أحياناً إلى الموت. وتميل وسائل الإعلام إلى تقديم العنف في عدة صور: بدنيّة أو عدوان مسلح، أو نفساني أو ضغط أخلاقي. وتكون المشاهد العنيفة موجودة عادةً في الأفلام النشطة الحركة وتكون موضعاً لمؤثرات خاصة تثير الروعة. ويُعدّ

273- Vertical integration (التكامل العمودي)

ممارسة صناعية. تشتري شركة ما مجموعة من الشركات والموارد التي لها علاقة بها وذلك للتحكم في جميع خطوات الإنتاج. في الإعلام، يتمثل الاتجاه في تركيز ثلاث وظائف ضمن عملية واحدة: استوديوهات الإنتاج، وشبكات التوزيع، وخدمات الأونلاين. ويمكن أن يزيد ذلك

### ٢٨١- (الكتابة) Writing

ممارسة تتضمن تكريس رموز وحدود إنتاج المواد الإعلامية لتوليد نصوص شخصية أصلية.  
راجع production; code; reading (الإنتاج، الرمز، القراءة).

### ٢٨٢- (الشباب) Youth

فئة عمرية غامضة تتفاوت بناءً على السياق، وتشمل عدة فئات فرعية: الدارجون (حتى سن الرابعة)، والأطفال (حتى سن السابعة)، ما قبل المراهقين (من ٨ إلى ٢١) والمراهقون (من ١٢ إلى ١٨+). تقدّم هذه الفئات كضحايا أبرياء لوسائل الإعلام، أو كأفراد جمهور مستقلين وناقدين.

راجع

publics (الجماهير).

### ٢٨٣- (لقطة الزّوم) Zoom shot

تحريك الكاميرا وتغيير مدى التركيز بما يوجي بتقريب سريع أو ابتعاد يفاجئ المشاهدين.

أثر العنف على الأطفال موضعاً لخلاف وجدل، وتشير الأبحاث المتعلقة بالمؤثرات إلى أنها مؤلمة، أما الاستعمالات والمتع، فتعتبرها غير ضارة.

راجع

effects; uses (المؤثرات، الاستعمالات).

### ٢٧٨- (الواقع الافتراضي) Virtual reality

نظام تفاعلي للمحاكاة، يستخدم صوراً يجري توليدها بالكمبيوتر. وهي توجد عالمًا زمنيًا ومكانيًا غير ملموس لكنه يمكن للأشياء والأشخاص فيه أن يتحركوا كما لو كانوا في زمان ومكان حقيقيين. ويستخدم هذا النظام عادةً في ألعاب الفيديو لتوفير عوالم من الإشارات المترابطة التي يمكن للاعبين أن يتصرفوا على أساسها.

راجع

cyber space; digital technology; simulation (الحيّز الافتراضي، التكنولوجيا الرقمية، المحاكاة).

### ٢٧٩- (المعرفة المرئية) Visual literacy

التطوير المنهجي للقدرة على النظر إلى المعلومات المرئية وتفسيرها كي يتسنى للعناصر المرئية أن تسهم في المعنى الكلي. ويتوفر ذلك ضمن التربية الإعلامية، إمّا مندمجاً في الممارسة الكلية، وإمّا كجانب مستتر فيها.

راجع

media education (التربية الإعلامية).

### ٢٨٠- (الاستثارة بالآخرين) Voyeurism

نوع من الشذوذ المتمثل في الاستمتاع عن طريق النظر إلى ما يمارسه الآخرون. ويمكن للمشاهد أحياناً أن يشعر بأنه مرعّم على ذلك الموقف.

راجع

exhibitionism; scopophilia; pornography

(الاستعراضية، السكوبوفيليا، الإباحية).







# المراجع، والموارد، والممارسات السليمة

تشير هذه المراجع والموارد والممارسات السليمة إلى مختلف الفصول والدلائل. ويقصد بها أن تشجّع التواصل بين التربويين والإعلاميين، كي يتسنى لهم تبادل الخبرات والأدوات التعليمية والوثائق. وهي ليست كاملة ولذا فإنها تحتاج إلى استكمال من جانب جميع من يستعملونها. وقد أشير إلى لغة الدخول بوضعها بين قوسين، كلما كان ذلك ممكناً.

١- ثبت المراجع التي استشهد بها المشاركون

4- Lusted, David. The Media Studies Book: A Guide for Teachers. London: Routledge, 1991.

5- Marsh, Jackie and Elaine Millard. Literacy and Popular Culture. London: Paul Chapman, 2000.

## David Buckingham

نصّ الدلائل الخاصة بالمدرسين والدارسين استقي إلى حدّ بعيد من منشورات أصلية أصدرها مركز اللغة الإنجليزية والإعلام (لندن، انجلترا) ومعهد الأفلام البريطاني، على وجه الخصوص:

## Divina Frau-Meigs

1- Frau-Meigs, Divina and Sophie Jehel. Les écrans de la violence. Paris: Economica, 1997.

2- Frau-Meigs and Sophie Jehel. L'environnement médiatique des jeunes de 0 à 18 ans: Que transmettons-nous à nos enfants? Report to the ministry of the family, Collectif Interassociatif Enfance Médias (CIEM), 2002, published under the title Jeunes, Médias, Violences. Paris: Economica, 2003.

3- Frau-Meigs, D. (ed). "Les programmes jeunesse: réenchanter la television", Dossier de l'audiovisuel, n° 108 (March-April 2003).

4- Frau-Meigs, D. (ed). "Les medias à la rencontre des jeunes", Médiamorphoses, n° 10 (April 2004).

## Manuel Pinto

1- Pinto. Manuel (ed.) Televisão

1- The Media Book. English and Media Centre.

2- The English Curriculum Media. English and Media Centre.

3- Secondary Media Education. British Film Institute.

4- Moving Images in the Classroom. British Film Institute/ English and Media Centre/ Film Education.

قراءات مفيدة أخرى يمكن أن توجد في:

1- Bazalgette. Cary Media Education Hodder and Stoughton 1992.

2- Buckingham. David after the Death of Childhood: Growing Up in the Age of Electronic Media. London: Polity. 2000.

3- Buckingham. David and Julian Sefton-Green. Cultural Studies Goes to School. London: Taylor and Francis. 1994.

Organization associated with the national center of pedagogical documentation under the supervision of the Ministry of Education of France. Designs and develops training programs to help students develop critical skills about the media by incorporating them into education. (FRA. ENG. SPA).

مؤسسة ترتبط بالمركز الوطني للتوثيق التعليمي الذي تشرف عليه وزارة التعليم في فرنسا. تصمم وتنتج برامج تدريب تمكن الطلبة من اكتساب مهارات نقدية تتعلق بالإعلام عن طريق دمجها في التعليم.

3- Educators Net (Canada). List of websites for developing media related activities. (ENG).

قائمة بمواقع الانترنت لتطوير الأنشطة المتعلقة بالإعلام.

4- Educnet (France). Organization overseen by Ministry of Youth, National Education and Research of France. providing information about the use of inform and communication technologies in France's education system. (FRE. ENG. SPA).

هيئة تشرف عليها وزارة الشباب، والتربية الوطنية والأبحاث في فرنسا، توفر معلومات عن استعمال تقنيات الإعلام والتواصل في نظام التعليم بفرنسا.

5- Media Education Foundation MEF- (USA). Educational organization dedicated to media research and creating resources for teachers. (ENG).

مؤسسة تعليمية مكرسة للأبحاث التربوية وتكوين الموارد للمدرسين.

6- Media Literacy Review - MLR - at the Center of advanced technology in education of the University of Oregon (USA). Website supported by the Media Literacy Online Project (MLOP) offers links to media education resources such as; curricular maps, study guides, and educational institutions, among other

e Cidadania Contributos para o debate sobre o serviço público. Porto: Campo das Letras. 2005.

Pinto, Manuel. "A busca da comunicação ba siciedade multi-ecrãs: uma perspectiva ecológica." in Comunicar. n.25 (Especial monográfico "Televisin de Calidad"). 2005.

2- Pinto, Manuel. Family, television and education for the media (CD-ROM published by UNESCO-Mentor/ Media Education). 2004.

Adapted from Televisao. Familia. Escola-Pistas para a Accao. Lisbon: Ed. Presenca. 2002.

3- Pinto, Manuel. A Televisao no Quotidiano das Crianças. Porto: Ed. Afrontamento. 2000.

4- Pinto Manuel et M. Sarmento (eds). As Crianças Contextos e Identidades. Braga: CESC-Universidade do Minho. 1997.

### Jose Manued Perez Tornero

1- Tornero, Jose Manuel Perez and Manuel de Fontcuberta. Communication and Education: Key-questions. Barcelona: Universidad Autonoma de Barcelona. 2004.

### ٢- الموارد

#### التربية الإعلامية Media Education

1- Children Now (USA). Non-profit organization which provides an elaborate directory presenting resources and links on issues related to "Children and the media". (ENG)

مؤسسة غير ربحية توفر دليلاً مفصلاً يقدم موارد وبنكات تتعلق بمسائل تتصل بالأطفال والإعلام.

2- CLEMI -Liaison Centre for Education, Media and Information- (France).

12- The Media Awareness Network - MNET - eracy programs and resources for educators, parents and guardians. (ENG, FRE).

مؤسسة تُعدُّ برامج تعليم إعلامية وموارد للتربويين، والآباء وأولياء الأمور.

13- TV&ME (Canada). Program launched by official organizations and government which offers interactive resources and a collection of materials for educators and parents to teach their children to critically analyze media messages. (ENG, FRE).

برنامج دشنته هيئات رسمية وحكومات وهو يوفر موارد تفاعلية ومجموعة من المواد للتربويين والآباء كي يربوا أبناءهم على تحليل الرسائل الإعلامية تحليلاً نقدياً.

(14- Youth Media Corps-KQED (USA). Organization which works with Media Education professionals to improve young people's media literacy skills. (ENG).

مؤسسة تعمل مع مربين إعلاميين على تعزيز المهارات الإعلامية لدى الشبان.

## التعليم الرقمي Digital Education

1- ActDEN (USA). Digital network for parents and educators on teaching children how to use the Internet. Provides distance education and on-line tutorials. (ENG).

شبكة رقمية للآباء والمربين لتعليم الأطفال كيفية استعمال الانترنت. توفر تعليماً بالمراسلة ودروساً خاصة عن طريق الأونلاين.

2- Aldea Digital (Spain). Project by the Spanish Ministry of Education, Culture and Sports, aimed at integrating rural schools in communication networks. Offers resources and instructional guides in technology and education. (SPA).

مشروع من إعداد وزارة التربية والثقافة والرياضة في إسبانيا، يهدف إلى دمج المدارس الريفية في شبكات

information. (ENG).

موقع في الشبكة العالمية يدعمه مشروع أونلاين المعرفة الإعلامية، يوفر لنكات توصل إلى موارد تربوية إعلامية مثل: خرائط المناهج، ودلائل الدراسات، والمؤسسات التعليمية، وغير ذلك من المعلومات.

7- National Centre for Educational Information and Communication- CNICE- (Spin). Resources and information about projects focused on Information and Communication Technologies (ICT). (SPA).

موارد ومعلومات عن مشاريع تتركز على تقنيات المعلومات والاتصالات.

8- Public Broadcasting Service - PBS - (USA). Website which offers materials to help parents and guardians educate their children about using the media correctly. (ENG, SPA).

موقع يوفر مواد لمساعدة الآباء وأولياء الأمور على تثقيف أبنائهم ثقافة إعلامية صحيحة.

9- The British Film Institute (UK). Conducts research and offers training programs for media education. (ENG).

يجري أبحاثاً ويوفر برامج تدريب للتربية الإعلامية.

10- The English and Media Centre (UK). Develops documents and training tools for media education. (ENG).

يُعدُّ وثائق وأدوات تدريب للتربية الإعلامية.

11- The European Schoolnet (EU). International association, made up of more than 26 European ministries of education, working towards the educational use of information and communication technologies. (GER, ENG, FRE, SPA, DUT).

اتحاد عالمي، يضم أكثر من ست وعشرين وزارة تعليم أوروبية، ويعمل من أجل استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات استخداماً تعليمياً.

important themes about children and the Internet and television. (ENG).

وثائق، ومقالات، وموارد للتعليم على الانترنت والتلفزيون. إرشادات ومواضيع مهمة عن الأطفال والانترنت والتلفزيون.

### مناهج التربية الإعلامية بالأونلاين

#### Media education On-line Curricula

1- Inclusive Curricula 2000. OISE at University of Toronto (Canada). Documents, strategies, and resources for developing basic curricula in primary schools and colleges. (ENG).

وثائق، واستراتيجيات وموارد لتطوير المناهج الأساسية في المدارس الابتدائية والكليات.

2- National Centre of Communication and Information Technology of the Ministry of Education, Culture, and Sports (Spain). Instructional digital resources corresponding to different levels in the Spanish education system; Preschool, Primary Education, Secondary Education, Vocational Training, etc. (SPA).

موارد تعليمية رقمية تقابل مختلف المستويات في النظام التعليمي في إسبانيا: المرحلة التمهيدية، التعليم الابتدائي، التعليم الثانوي، التدريب المهني، الخ.

3- Public Broadcasting Service (USA). Website offering instructional and informational materials to parents and guardians to help them educate their children. (ENG, SPA).

موقع في الشبكة العالمية يوفر مواد تعليمية ومعلوماتية للآباء وأولي الأمر لمساعدتهم في تعليم أبنائهم.

4- Quebec Ministry of Education Instructional Materials Site (Canada). Documents about information and communication technology and integrating them with the internet. (FRE, ENG).

وثائق عن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وربطها بالانترنت.

تواصلية. يوفر موارد ودلائل تعليمية للتكنولوجيا والتربية.

3- British Educational Communications and Technology Agency - BECTA - (UK). A government agency's support website for national organizations using and developing information and communication technology. (ENG).

موقع مساندة حكومي على الشبكة العالمية يضم المؤسسات الوطنية ويستخدم معلومات تنمية وتقنية معلومات واتصالات.

4- MCAI - Media Communications Association International (USA). Organization focused on collaborative networking, forum development for education, and resources for information. (ENG).

مؤسسة تركز اهتمامها على الربط التعاوني، وتكوين منديات تربوية، وموارد معلومات.

5- National Centre of Communication and Information Technology of the Ministry of Education, Culture, and Sports (Spain).

Instructional digital resources classified by educational level and type: support materials, the matic websites, educational software, and dictionaries. (SPA).

موارد تعليمية رقمية تصنف حسب المستوى التعليمي والنوع: مواد مساندة، مواقع في الشبكة العالمية مرتبة حسب المواضيع، وبرامج كمبيوتر تعليمية، وقواميس.

6- The Windsor School's Virginia Wing Library (USA). Centre that offers a list of bibliographic references and links related to Education and Communication. (ENG).

مركز يوفر قائمة تضم مراجع ولنكات تتعلق بالتعليم والاتصالات.

7- TV Ontario (Canada). Documents, articles, and resources for teaching the Internet and television. Guidelines and

3- Centre for the study of Children, Youth and Media (UK). Media research centre at the Educational Institute, University of London. (ENG).

مركز لأبحاث الإعلام بمعهد التربية، جامعة لندن.

4- European Association of Distance Teaching Universities - EADTU - (EU). Association focused on the development and research of distance education and e-learning in Europe. (ENG).

اتحاد مختص بتنمية وأبحاث التعليم بالمراسلة والتعليم الإلكتروني في أوروبا.

5- International Association of Youth and Researchers of Communication - AIJIC - (Spain). Forum for collecting and sharing resources and ideas about communication.

This is a project of the Autonomous University of Barcelona. (SPA).

منتدى لجمع وتبادل الموارد والأفكار المتعلقة بالتواصل. هذا مشروع تابع لجامعة برشلونة المستقلة.

6- Office of Communication and Education at the Autonomous University of Barcelona (Spain). Research group specialized in developing Communication and Education projects, specifically in Media Education. (SPA).

مجموعة أبحاث متخصصة في تطوير مشاريع التواصل والتعليم، وخصوصاً في التربية الإعلامية.

7- University of Vermont (UVM) - Burlington (USA). List of universities and other organizations working in the Communication and Education Field. (ENG).

قائمة بالجامعات والمؤسسات الأخرى العاملة في مجال التواصل والتربية.

5- Teaching Online (USA). Materials for distance education development for different disciplines. (ENG).

مواد للتعليم بالمراسلة لمختلف التخصصات.

6- The Ontario Secondary School Teacher's Federation (OSSTF-FEESO)- (Canada). Educational website directory including programs and curricula, general and specialized search engines, and instructional materials. (ENG).

دليل للمواقع التعليمية في الشبكة العالمية يتضمن برامج ومناهج، وإنجيز عامة ومتخصصة، ومواد تعليمية.

7- TV Ontario (Canada). Curricular content for different educational levels, allowing one to search by subject and/ or key words. (ENG).

محتوى منهجي لمختلف المستويات التعليمية، يمكن المرء من البحث باستعمال المبحث أو الكلمات المفتاحية أو كليهما معاً.

### ٣- مؤسسات وحكومات تُعنى بالتواصل والتربية

#### مراكز أكاديمية Academic centres

1- asian Media Access (USA). National organization located on the campus of the Minneapolis University dedicated to designing Media Education programs for Asian citizens in the USA. (ENG).

مؤسسة وطنية ملحقة بجامعة مينيابوليس تخصص في تصميم برامج التربية الإعلامية للمواطنين الآسيويين في الولايات المتحدة.

2- Centre for Media Studies (USA). Located at the School of Communication, Information, and Library Studies of Rutgers, The State University of New Jersey. Amongst other information, focuses on research about Youth and Media Education. (ENG).

ملحق بمدرسة رتجرز للاتصالات والمعلومات ودراسات المكتبات، جامعة ولاية نيوجيرزي. تخصص في أبحاث الشباب والتربية الإعلامية والمعلومات الأخرى.

7- National Institute for Educational Development - NIED - (Namibia). Publications. Research projects. information about educational developments in Namibia. and other aspects about the country's education system. (ENG).

نشرات، ومشاريع أبحاث، ومعلومات عن التطورات التعليمية في ناميبيا، وجوانب أخرى عن النظام التعليمي في البلاد.

### America الأاميركتان

1- Department of Education (USA). Information about the national curricula. official documents and information about the education system. and projects and research programs in education. (ENG).

معلومات عن المناهج الوطنية، ووثائق ومعلومات رسمية عن نظام التعليم، والمشاريع التعليمية وبرامج أبحاث التعليم.

2- Ministry of Education (Brazil). List of educational programs and instructional materials for different educational levels. (POR).

قائمة بالبرامج التربوية والمواد التعليمية لمختلف المستويات.

3- Ministry of Education (Chile). Information education system. Includes links to the on-line library and other on-line educational services (SPA).

معلومات عن الإصلاحات وأخبار حديثة عن نظام التعليم في تشيلي. تشمل لينكات لمكتبة أونلاين وخدمات أونلاين تعليمية أخرى.

4- Ministry of Education (Guatemala). Official legislative. statistical and updated information related to the education system. (SPA).

معلومات تشريعية وإحصائية رسمية وحديثة عن نظام التعليم.

5- Ministry of Education (Mexico).

### Official Organizations هيئات رسمية

#### Africa أفريقيا

1- Ministry of Education (Algeria). Documents about the national curricula and the education system in Algeria. (FRE).

وثائق عن المناهج الوطنية ونظام التعليم في الجزائر.

2- Ministry of Education (Egypt). Information about the national curricula for education and characteristics about the education system. (ARA).

معلومات عن مناهج التعليم الوطنية وخصائص النظام التعليمي.

3- Ministry of Education (Morocco). Official documents. research. validated regulations in education. and links to the ministries of education in the Morocco provices. (FRE. ARA. SPA).

وثائق رسمية، وأبحاث، ولوائح معتمدة في التعليم، ولينكس لنيابات وزارة التعليم في الأقاليم المغربية.

4- Ministry of Education (the Island of Mauritius). Information related to the country's education system. (ENG).

معلومات عن نظام التعليم في البلاد.

5- Ministry of Education (the Republic of South Africa). Documents about the county's education system. and links to publications and reports related to education. (ENG).

وثائق عن نظام التعليم في البلاد، ولينكات لنشرات وتقارير عن التعليم.

6- Ministry of Education (Tunisia). Links to different governmental departments which work in areas related to education. (FRE).

لينكات لمختلف المصالح الحكومية العاملة في مجال التعليم.

2- Department of Education (Macao). Information about the education system, student materials, references to research centres, and a detailed graph of educational structure (POR, CHI, ENG).

معلومات عن نظام التعليم، والمواد التي يستعملها الطلاب، ومراجع لمراكز الأبحاث، ورسومات بيانية مفصلة عن النظام التعليمي.

3- Department of Education (Malaysia). Information about the education system and official documents about formal education training. (IND, ENG).

معلومات عن النظام التعليمي، ووثائق رسمية عن التأهيل التربوي الرسمي.

4- Ministry of Education (Australia). A description of the objectives of the national curriculum, information about training programs in media education, resources and link. (ENG).

بيان بأهداف المنهاج الوطني، ومعلومات عن برامج التدريب في مجال التربية الإعلامية، بالإضافة الى موارد ولينك.

5- Ministry of Education (Brunei). Information about the structure of Brunei's education system, directory of their schools, and their contact information. (ENG).

معلومات عن هيكل النظام التعليمي في بروناي، ودليل لمدارسها، ومعلومات عن كيفية الاتصال بها.

6- Ministry of Education (China). Updated news and information about the education system in China. (CHI).

أخبار ومعلومات حديثة عن النظام التعليمي في الصين.

7- Ministry of Education (India). Information about educational policy, structure of education system, and links to reports and documents about the educational developments in India. (ENG).

Official documents, information, and a selection of news focused on Mexico's educational panorama. (SPA).

وثائق رسمية ومعلومات ومختارات من الأخبار عن دراسة كاملة للتعليم في المكسيك.

6- Ministry of Education (Peru). Official documents covering educational regulations, Databases with statistical educational information, and information about educational programs. (SPA).

وثائق رسمية تتعلق بالأنظمة واللوائح التعليمية، وقواعد بيانات مع معلومات إحصائية عن التعليم، ومعلومات عن البرامج التربوية.

7- Ministry of Education (Venezuela). A large overview of the country's educational projects and plans. (SPA).

دراسة شاملة للمشاريع والخطط التعليمية في البلاد.

8- Ministry of Education, Science and Technology (Argentina). Official documents, research, validated regulations for educational training, and links to the ministries of education in the country's provinces. (SPA).

وثائق رسمية، وأبحاث، ولوائح معتمدة للتأهيل التربوي، ولينكات لوزارة التعليم في أقاليم البلاد.

9- National Technological Institute of Nicaragua - INATEC - (Nicaragua). Official documentation, regulations, and programs for the Nicaraguan education system. (SPA).

وثائق رسمية ولوائح وبرامج للنظام التعليمي في نيكاراغوا.

**Asia/ Pacific**      **آسيا/ المحيط الهادئ**

1- Department of Education (Hong Kong). Educational information about teaching methods and educational projects in Hong Kong. (CHI, ENG).

معلومات تربوية عن طرق التدريس والمشاريع التعليمية في هونغ كونغ.



-speaking community). Information about the education system and links to research articles on Communications. (DUT, FRE, ENG, GER).

معلومات عن النظام التعليمي ولينكات لمقالات عن أبحاث تتعلق بالاتصالات.

6- Ministry of Education (Bulgaria). Information about current regulations in education training. Includes instructional materials and resources. (BUL).

معلومات عن اللوائح الحالية للتدريب التربوي، تتضمن مواد وموارد تعليمية.

7- Ministry of Education (Czech Republic). Data and documents about the structure of the country's education system. (CZE, ENG).

بيانات ووثائق عن هيكل النظام التعليمي في البلاد.

8- Ministry of Education (Denmark). Information about the educational system. level by level. also includes documents related to current legal regulations for education training (DAN, ENG).

معلومات عن النظام التعليمي، حسب المستويات، تتضمن أيضاً وثائق تتعلق باللوائح القانونية الحالية للتأهيل التربوي.

9- Ministry of Education (Estonia). Information about structure and the different educational levels. (EST).

معلومات عن بنية المستويات التعليمية المختلفة.

10- Ministry of Education (Finland). Information about the Finnish education system. official documents and projects. and instructional resources. (ENG).

معلومات عن نظام التعليم الفنلندي، ووثائق رسمية ومشاريع، وموارد تعليمية.

11- Ministry of Education (France). General information about characteristics and structure of the French education

معلومات عن السياسة التعليمية، وعن نظام التعليم، ولينكات لتقارير ووثائق عن التطورات التعليمية في الهند.

8- Ministry of Education (New Zealand). Official documents about New Zealand's education system. (ENG).

وثائق رسمية عن النظام التعليمي في نيوزيلندا.

## Europe

## أوروبا

1- Ministry of Education (Austria). Information about academic programs. the education system. and a list of educational centres in Austria. (AUS, ENG, FRE).

معلومات عن البرامج الأكاديمية، وأنظمة التعليم، وقائمة بالمراكز التعليمية في النمسا.

2- Ministry of Education (Balarus). General characteristics of the country's education system. and interesting news and information. (RUS).

الخصائص العامة للنظام التعليمي في البلاد، وأنباء ومعلومات مهمة.

3- Ministry of Education (Belgium, Dutch-speaking community). Information about the Belgian education system. official documents. publications and information about educational projects. (DUT).

معلومات عن نظام التعليم البلجيكي، ووثائق رسمية، ونشرات ومعلومات عن المشاريع التعليمية.

4- Ministry of Education (Belgium, French-speaking community). Official documents about the different levels of education. resources for professors. training for educators. Internet activities. and links to interesting websites. (FRE).

وثائق رسمية عن مختلف مستويات التعليم، والموارد اللازمة للبروفيسورات، وتدريب للتربويين، وأنشطة إنترنت، ولينكات لمواقع مهمة على الشبكة العالمية.

5- Ministry of Education Belgium, German

General information about the country's education system. objectives. and how it functions. (MAC. ENG).

معلومات عامة عن نظام التعليم في البلاد، وأهدافه وأنشطته، والكيفية التي يعمل بها.

18- Ministry of Education (Malta). Official documents and information about country's education system. links to those governmental and non-governmental organizations and educational institutions who participate in national education system. (ENG).

وثائق رسمية ومعلومات عن نظام التعليم في البلاد، ولينكات للهيئات الحكومية والمنظمات غير الحكومية والمؤسسات التعليمية، المشاركة في نظام التعليم العام.

19- Ministry of Education (Poland). Information about the education system and basic characteristics of academic levels. (POL. ENG).

معلومات عن نظام التعليم والخصائص الأساسية للمستويات الأكاديمية.

20- Ministry of Education (Portugal). Official documents and information about the education system. legislation pertaining to educational institutions. and references to important educational publications. (POR).

وثائق رسمية ومعلومات عن نظام التعليم، والقانون الخاص بالمؤسسات التعليمية، ومراجع لنشرات تربوية مهمة.

21- Ministry of Education (Romania). Information about structure of Romania's education training. (ROM).

معلومات عن هيكل نظام التعليم في رومانيا، ووثائق للتأهيل التربوي.

22- Ministry of Education (Russia). Information about Russian education system. the structure. and main objectives. Presents current news in education. (RUS. ENG).

معلومات عن نظام التعليم الروسي، وهيكله، وأهدافه

system. (FRE).

معلومات عامة عن خصائص وهيكل النظام التعليمي الفرنسي.

12- Ministry of Education (Germany). Information about structure and characteristics of German education system. Permits access to educational services and German educational organizations. (GER. ENG).

معلومات عن هيكل وخصائص النظام التعليمي الألماني. الدخول بتصاريح لخدمات تعليمية ومؤسسات تعليمية ألمانية.

13- Ministry of Education (Iceland). Education levels and the objectives of iceland's education system. (ENG. ISL. SWE).

مستويات التعليم وأهداف نظام التعليم في آيسلندا.

14- Ministry of Education (Ireland). Information related to education. legislative documents. and main objectives for the different educational levels. (ENG).

معلومات ووثائق رسمية تتعلق بنظام التعليم في البلاد، والأهداف الرئيسية لمختلف المستويات التعليمية.

15- Ministry of Education (Lethuania). Information and official documents related to the country's education system and its main educational objectives. (LIT. ENG).

معلومات ووثائق رسمية تتعلق بنظام التعليم في البلاد وأهدافه التربوية الرئيسية.

16- Ministry of Education (Luxembourg). Information about education system. and links to the educational centres in the country. (FRE).

معلومات عن نظام التعليم، ولينكات لمراكز تعليمية في البلاد.

17- Ministry of Education (Macedonia).

information about the Greek education system. and interesting facts about the state of education. (GRE. ENG).

معلومات رسمية عن نظام التعليم اليوناني، وحقائق مهمة عن وضع التعليم.

## Middle East

## الشرق الأوسط

1- Ministry of Education (Bahrain). Information about the country-s educational aspects. statistics. official documents. and courses of study for different educational levels. (ARA. ENG).

معلومات عن التعليم في البحرين، وإحصاءات، ووثائق رسمية، ودورات دراسية لمختلف المستويات التعليمية.

2- Ministry of Education (Israel). Information about the education system. and its most important programs. (HEB). معلومات عن نظام التعليم، وأهم برامجه.

3- Ministry of Education (Jordan). Information about Jordanian education system. its educational projects. and a database of statistical information. (ARA. ENG).

معلومات عن نظام التعليم الأردني، ومشاريعه، وقاعدة بيانات إحصائية.

4- Ministry of Education (Kuwait). Updated news and information about the national education system. (ARA).

أخبار ومعلومات حديثة عن نظام التعليم الوطني.

5- Ministry of Education (Lebanon). Official documents about the country's education system. statistical information and references to important educational publctions. (FRE. ENG).

وثائق رسمية عن نظام التعليم اللبناني، ومعلومات إحصائية ومراجع لنشرات تربوية مهمة.

6- Ministry of Education (Turkey). Official documents about structure of national education system. a database of statistical

الرئيسية. تقدّم معلومات حديثة في التعليم.

23- Ministry of Education (Slovakia). Official documents and information about Slovakian education system. and notices for seminars and events related to education. (SLO).

وثائق رسمية ومعلومات عن نظام التعليم في سلوفاكيا، وإعلانات عن ندوات تربوية.

24- Ministry of Education and Culture (Cyprus). Information about the structure and other characteristics of the country's education system. (ENG. GRE).

معلومات عن بنية النظام التعليمي وخصائصه في قبرص.

25- Ministry of Education and Science (Albania). Official information and documents about the various educational levels in Albania. the roles of the national organizations in education system. and facts about current educational programs. (ALB. ENG).

معلومات رسمية ووثائق عن مختلف المستويات التعليمية في ألبانيا، ودور الهيئات الوطنية في نظام التعليم، وحقائق عن برامج التعليم الحالية.

26- Ministry of Education. Culture. and Sports (Spain). Major documents describing the Spanish education system. (SPA).

وثائق كبرى مهمة تشرح نظام التعليم في أسبانيا.

27- Ministry of Education. Science and Sports (Slovenia). Publications about education. official documents about the Slovenian education system. and current education news. (SLO. ENG).

نشرات عن التعليم، ووثائق رسمية عن نظام التعليم في سلوفينيا، وأخبار حديثة عن التعليم.

28- Ministry of National Education and Religious Affairs (Greece). Official

(USA). Organization dedicated to, among many aspects, promoting and supporting media literacy education. (ENG).

منظمة مكرّسة لعدة أنشطة منها الترويج للمعرفة الإعلامية ودعمها.

5- Children Now (USA). Organization dedicated to encouraging positive and correct use of the media, and fostering Media Education for parents and children. (ENG).

منظمة مكرّسة لتشجيع الاستخدام الإيجابي والصحيح لوسائل الإعلام، ورعاية التربية الإعلامية للأباء والأطفال.

6- Citizens form Media Literacy - CML - (USA). Non-profit interest group from North Carolina, linking media literacy with concepts and practices of good citizenship. (ENG).

مجموعة غير ربحية من نورث كارولينا تجمعها اهتمامات ومصالح مشتركة تربط بين الإعلام وبين مفاهيم المواطنة الصالحة وممارساتها.

7- Education Network - KQED- (USA). Organization which offers resources and instructional material to foster Media Education. (ENG).

مؤسسة توفّر موارد ومواد تدريس لتعزيز التربية الإعلامية.

8- Institute of Educational Technology - IET - (USA). International research centre dedicated to teaching, investigation, and developing projects for integrating technology and education. (ENG).

مركز أبحاث عالمي مكرّس لتدريس مشاريع التنمية والتحقيق فيها وتميئتها لإيجاد تكامل بين التكنولوجيا والتعليم.

9- International Society for Technology in Education - ISTE - (USA). Organization whose objective is to develop and impenlent new technologies in primary

educaton information, and instructional teaching resources. (RUT, ENG).

وثائق رسمية عن هيكل نظام التعليم العام، وقاعدة بيانات تضم معلومات إحصائية عن التعليم، وموارد تدريسية.

7- Ministry of Education (United Arab Emirates). A brief description of the objectives for the country's education system. (ENG).

نبذة عن أهداف نظام التعليم الإماراتي.

8- Palestinain Academic Network (Palestine). General information about aspects related to education and the Palestinian culture. (ENG).

معلومات عامة عن جوانب تتعلق بالتربية والثقافة الفلسطينية.

#### مؤسسات احترافية

### 4. PROFESSIONAL ORGANAZATIONS

1- APTE (France). Association dedicated to promoting media literacy in education. (FRE).

اتحاد مكرّس للترويج للمعرفة الإعلامية في التربية والتعليم.

2- Canadian Association Of Media Education Organizations - CAMEO - (Canada). Organization focused on developing critical skills and media literacy. (ENG).

مؤسسة تتركز على تنمية المهارات النقدية والمعرفة الإعلامية.

3- Center for Media Education - CME - (USA). Non-governmental organization dedicated to creating a quality electronic media culture for family and their youth. (ENG).

منظمة غير حكومية مكرّسة لايجاد ثقافة إعلامية إلكترونية عالية الجودة للأسرة وشبابها.

4- Center for Media Literacy-CML-

## 5. SITES PROVIDING DATA ON STUDIES AND RESEARCH ABOUT COMMUNICATION AND EDUCATION

### مواقع توفر بيانات عن الدراسات والأبحاث المتعلقة بالتواصل والتربية

1- Department for Education and Skills (UK). National and international statistical information about different educational levels classified by: context, age, level, etc. Includes links to other education websites. (ENG).

معلومات إحصائية محلية وعالمية عن مختلف المستويات التعليمية: السياق، السن، المستوى، الخ. تشمل على لينكات لمواقع تعليمية أخرى على الشبكة العالمية.

2- EdStats (UNESCO and WORLD BANK). Statistical studies on topics on topics in education. A project from the World Bank's Education Group of Human Development Network (HDNED) and the Development Economics Data Group (DECDG) in connection with the UNESCO Institute for Statistics (UIS), the OECD and other agencies (ENG).

دراسات إحصائية عن مواضيع تربوية. مشروع من المجموعة التربوية التابعة للبنك الدولي التي تتكون من شبكة للتنمية البشرية ومجموعة بيانات اقتصاد التنمية بالتعاون مع معهد الإحصاء التابع لليونسكو، ومنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية ووكالات أخرى.

3- Educational Resources Information Center - ERIC - (USA). Department of Education information system for national and international education community. Includes databases, publications, and other educational services. (ENG).

نظام المعلومات المعتمد لدى دائرة التعليم للمجتمع التربوي المحلي والعالمي. يتضمن قواعد بيانات، ونشرات، وخدمات تعليمية أخرى.

and secondary education. (ENG).

مؤسسة هدفها تطوير وتطبيق تقنيات جديدة في مجال التعليم الابتدائي والثانوي.

10- Media Ed (USA). Foundation dedicated to media education pedagogy for formal and informal education. (ENG).

مؤسسة مكرّسة لأساليب التدريس في التربية الإعلامية الرسمية وغير الرسمية.

11- Media Education Foundation - MEF - (USA). Organization dedicated to Media Education research in order to provide alternative pedagogical methods. (ENG).

مؤسسة متخصصة في أبحاث التربية الإعلامية لتوفير أساليب تعليم بديلة.

12- Michigan Association for Media Education - MAME - (USA). Association made up for more than 1,400 media education specialists encouraging different initiatives in this field. (ENG).

اتحاد يضم أكثر من ألف وأربعمئة متخصص يشجعون مبادرات مختلفة في هذا الميدان.

13- School of the Future of the University of Sao Paulo (Brazil). Multi-disciplinary laboratory which studies how technology improves education. (POR, ENG).

مختبر متعدد الأقسام يدرس السبل التي يمكن بها للتكنولوجيا أن تدعم التعليم.

14- The international centre for distance learning - ICDL - (UK). European research centre based in the Open University. (ENG).

مركز أبحاث أوروبي تابع للجامعة المفتوحة.

تضمّ لينكات لقواعد بيانات عالمية أخرى وتوفّر معلومات إحصائية عن الدراسات التربوية الإسرائيلية.

9- Office of Statistics of Ministry of Education, Culture and Sports (Spain). Statistics about educational and cultural aspects from the office of Statistics (MECD) and Statistical Services from the Autonomous Communities Departments of Education. (SPA).

إحصاءات عن الجوانب التربوية والثقافية من مكتب الإحصاء، وخدمات إحصائية من دوائر التعليم الأهلية المستقلة.

10- UNESCO Institute for Statistics - UIS - (UNESCO). Statistical information about education, science, technology, culture and communication. (ENG).

معلومات إحصائية عن التربية، والعلوم، والهندسة التطبيقية، والثقافة، والتواصل.

## 6. PORTALS AND SEARCH ENGINES ON MEDIA

### بورتالات وبرامج بحث

1- Excite. Search engine with media directory classified by country, language, and area. (SPA. GER. FRE. ITA).

برنامج بحث مع دليل إعلامي مصنّف حسب البلد، واللغة، والمنطقة.

2- Kidon Media Link. List of European, North American, Latin American, Asian, African, and Australian media links classified by countries and type of media. (ENG. SPA. FRE. GER. ARA. RUS. CHI. DUT).

قائمة لينكات إعلامية أوروبية، وأميركية شمالية، وأميركية لاتينية، وآسيوية، وأفريقية، وأسترالية مصنّفة على أساس البلدان، ونوع الوسيلة الإعلامية.

4- E-STAT (Canada). Statistical information about different topics and fields of study in Canada, especially related to teaching and learning tools focused on the Canadian education community. (ENG. FRE).

معلومات إحصائية عن مواضيع ومجالات دراسية مختلفة في كندا، وخصوصاً ما يتعلق بأدوات التعليم والتعلّم المخصصة للمجتمع التربوي في كندا.

5- Eurydice (EU). Statistical outcomes from basic indicators for incorporating new communication technologies in European education systems. (ENG).

نتائج إحصائية من مؤشرات أساسية لضم تقنيات اتصال جديدة إلى أنظمة التعليم الأوروبية.

6- General Secretary of the Andean Community (Peru, Bolivia, Venezuela, Ecuador, Colombia). Statistical data about education and the use of communication technologies in these countries. (SPA. ENG).

بيانات إحصائية عن التعليم واستخدام تقنيات الاتصال في هذه البلدان.

7- International Archive of Education Data - IAED - (USA). Project funded by the National Center for Education Statistics (NCES). Collects and analyzes data related to education in the USA and other countries. (ENG).

مشروع يموّله المركز الوطني لإحصاءات التعليم. يجمع ويحلل البيانات المتعلقة بالتعليم في الولايات المتحدة ودول أخرى.

8- Israel Science and Technology Homepage: Education Databases (Israel). Israeli science and technology database which includes links to other international databases and offers statistical information about Israel's educational panorama. (ENG. HEB).

قاعدة بيانات إسرائيلية للعلوم والهندسة التطبيقية

2- School Media Curricula: Minneapolis Public Schools (USA). Media Education Curricula for Minneapolis. Minnesota school district classified by ages (5-9, 9-14, 14-18). Provides official documents about assessment and evaluation for Media Education. (ENG).

مناهج تربية إعلامية لمنطقة مدارس مينيسوتا في مينيابوليس مصنفة حسب السن. توفر وثائق رسمية عن التقييم للتربية الإعلامية.

3- Media UK. On-line media directory which provides links to radio stations, television channels, newspapers, and magazines. (ENG).

دليل إعلامي أونلاين يوفر لينكات لمحطات إذاعة، و قنوات تلفزيونية، و جرائد، و مجلات.

4- Ministry of Education, Culture and Sport MECED - (Spain). Documents about media regulation in Spain, links to principal educational television programs in Spain and Latin America. (SPA).

وثائق عن ضبط الإعلام في إسبانيا، مع لينكات لبرامج تلفزيون تعليمية رئيسية في إسبانيا وأميركا اللاتينية.

5- Newslink (USA). Directory of different media in the world, classified by media type and geographic location. (ENG).

دليل لوسائل إعلام مختلفة في العالم، مصنّف حسب نوع وسائل الإعلام والموقع الجغرافي.

## General Education

## التعليم العام

### Africa

### أفريقيا

1- Ministry of Education (Mauritius). Primary education curricula, including objectives and subjects studied. (ENG).

مناهج التعليم الابتدائي، بما في ذلك الأهداف والمواضيع التي تُدرس.

2- Ministry of Education (South Africa). Detailed information for formal education and administration training. (ENG).

معلومات مفصلة عن التعليم الرسمي والتدريب الإداري.

6- Portal Mediosmedios. Directory of different media in the world, organized by countries and media type. (SPA)

دليل لوسائل اعلام مختلفة في العالم، مرتب حسب البلدان ونوع وسائل الاعلام.

### America

### أميركا

1- Department of Education (USA). Index of links for different education levels and their corresponding curricula. (ENG).

فهرس لينكات للمستويات التعليمية المختلفة والمناهج المقابلة لها.

2- Ministry of Education (Chile). Detailed information about materials and objectives for each level of the national education system. (SPA).

معلومات مفصلة عن المواد والأهداف لكل مستوى في نظام التعليم العام.

3- Ministry of Education (Mexico). Index of curricula for different levels in Mexican

## 7. SITES WITH OFFICIAL DOCUMENTS ABOUT CURRICULA IN MEDIA EDUCATION

مواقع تتضمن وثائق عن المناهج في التربية الإعلامية.

### Media Education

### التربية الإعلامية

1- Media Awareness Network. (Canada). Interesting facts about Canadas information about Media Education programs in the country's provinces. (ENG, FRE).

حقائق مهمة عن مناهج التربية الإعلامية في كندا، توفر معلومات مفصلة عن برامج التربية الإعلامية في مقاطعات البلاد.

## Asia

## آسيا

1- Ministry of Education (Brunei). Brief description of different levels in the country's education system. (ENG).

شرح مقتضب لمختلف المستويات في نظام التعليم بالبلاد.

2- Department of Education (Hong Kong). Educational programs for different levels in Hong Kong's education system. (ENG).

برامج تعليمية لمختلف المستويات في النظام التعليمي في هونغ كونغ.

3- Ministry of Education (India). Curricula for different academic levels in the country's education system. (ENG).

مناهج لمختلف المستويات الأكاديمية في نظام التعليم في الهند.

## Europe

## أوروبا

1- ENIC (Albania). General characteristics and information about different levels in the education system. (ENG).

خصائص عامة ومعلومات عن مختلف المستويات في نظام التعليم.

2- Ministry of Culture, Education, and Sports (Spain). Important documents identifying the Spanish education system. database of Spain's basic requisites for education since 1970. (SPA).

وثائق مهمة تحدد نظام التعليم الإسباني، وقاعدة بيانات عن المتطلبات التعليمية الأساسية في إسبانيا منذ عام ١٩٧٠.

3- Ministry of Education (Austria). Large index of general information about primary and higher education in Austria and documents about teaching in the country's education system. (GER. ENG. FRE).

فهرس ضخمة يضم معلومات عامة عن التعليم الابتدائي والعالي في استراليا ووثائق عن التعليم في المدارس الأسترالية.

education system. and directory of schools and teacher training centres in Mexico. (SPA).

فهرس مناهج لمختلف المستويات في النظام التعليمي المكسيكي، ودليل للمدارس ومراكز تدريب المدرسين في المكسيك.

4- Ministry of Education (Peru). Database of curricula for each level of primary education in Peru. (SPA).

قاعدة بيانات عن مناهج كل مستوى من مستويات التعليم الابتدائي في بيرو.

5- Ministry of Education (Venezuela). Brief description of educational plans and objectives for different grade levels in Venezuela's education system. (SPA).

شرح مقتضب للخطط والأهداف التعليمية لمختلف المستويات والدرجات في نظام التعليم فنزولا.

6- Ministry of Education of Ontario (Canada). Official documents corresponding to Ontario's primary and secondary education curricula (FRE. EGN).

وثائق رسمية تتلاءم مع مناهج التعليم الابتدائي والثانوي في أونتاريو.

7- Ministry of Education of Quebec (Canada). Official documents corresponding to curricula for the Canadian education system. (FRE. ENG).

وثائق رسمية تقابل مناهج النظام التعليمي الكندي.

8- Ministry of Education, Science and Technology (Argentina). Official documents for requisites in educational training and the general education curricula. (SPA).

وثائق رسمية عن شروط التأهيل التربوي ومناهج التعليم العامة.



12- Ministry of Education and Culture (Cyprus). General information and curricular content for each educational level. (ENG).

معلومات عامة ومحتوى المناهج لكل مرحلة تعليمية.

13- Ministry of Education, Science, and Sports (Slovenia). General information about education system, objectives, and curricular content. (SLO, ENG).

معلومات عامة عن نظام التعليم، وأهدافه، ومحتوى المناهج.

14- Ministry of National Education and Religious Affairs (Greece). Basic curricular design for primary, secondary and higher education in the country's system. (GRE, ENG).

خطة مناهج أساسية للتعليم الابتدائي، والثانوي والعالي في اليونان.

15- National Curriculum Framework and Standards - KIDPROJ - (EU). Education standards, Curricula, and links to ministries of education in different countries. (FRE, ENG, JAP, SLO, ICE, NOR, SWE, DUT, SPA, POR, ITL, FIN).

المعايير التربوية، والمناهج، ولينكات لوزارات التعليم في عدة دول.

## Middle East

## الشرق الأوسط

1- Ministry of Education (Bahrain). Curricular description for pre-university and private studies. (ENG).

بيان بالمناهج لما قبل الجامعة والدراسات الخاصة.

2- Palestinian Academic Network (Palestine). Curricular information about different levels in Palestinian education system. (ENG).

معلومات عن المناهج لمختلف المستويات في النظام التعليمي الفلسطيني.

4- Ministry of Education (Denmark). Basic information about the education system and curricular content for different educational levels. (ENG).

معلومات أساسية عن النظام التعليمي ومحتويات المناهج لمختلف المستويات.

5- Ministry of Education (France). Curricula for primary, secondary and higher education as well as training requisites. (FRE).

مناهج للمدارس الابتدائية، والثانوية والعليا بالإضافة إلى متطلبات التدريب.

6- Ministry of Education (Iceland). Relevant information about curricula and methods for different academic levels in education system. (ENG, ISL, SWE).

معلومات مناسبة عن المناهج وطرق التدريس لمختلف المستويات الأكاديمية في المدارس الآيسلندية.

7- Ministry of Education (Ireland). Curricula for each subject area in Ireland's education system. (ENG).

مناهج لكل المواضيع في النظام التعليمي بأيرلنده.

8- Ministry of Education (Luxembourg). List of Curricula from preschool to higher education. (FRA).

قائمة بالمناهج من المرحلة التمهيديّة إلى التعليم العالي.

9- Ministry of Education (Macedonia). Information about Macedonia's education system. (ENG).

معلومات عن نظام التعليم في مقدونيا.

10- Ministry of Education (Malta). Characteristics and objectives for different levels in the education system. (ENG).

قائمة بالمناهج من المرحلة التمهيديّة إلى التعليم العالي.

11- Ministry of Education (Russia). Links to documents pertaining to the education system in Russia. (ENG).

لينكات لوثائق تتعلق بنظام التعليم في روسيا.

4- Institute of Educational Technology (UK). Part of the UK Open University; research centre working with new educational technologies. (ENG).

قسم من الجامعة المفتوحة بالمملكة المتحدة، مركز أبحاث متخصص في التقنيات التعليمية الجديدة.

5- Mentor Classroom (Spain). Flexible, on-line distance learning course sponsored by the National Centre of Information and Educational Communication of the Ministry of Education Culture, and Sports. (SPA).

دورة أونلاين مرنة للتعليم بالمراسلة يرعاها مركز المعلومات والتواصل التربوي الوطني التابع لوزارة التعليم، والثقافة، والرياضة.

6- Office of Education and Communication, Autonomous University of Barcelona (Spain). Research group specialized in developing Communication and Education projects, specifically in Media Education. (SPA).

مجموعة أبحاث متخصصة في تعزيز التواصل والمشاريع التعليمية، وخصوصاً في التربية الإعلامية.

7- Teaching Media in English (UK). Research group at the University of Southampton focusing on Media Education through the teaching of English. (ENG).

مجموعة أبحاث في جامعة ساوثامبتون تتخصص في التربية الإعلامية عن طريق تعليم اللغة الإنجليزية.

## 9. MAJOR PUBLICATIONS RELATED TO MEDIA EDUCATION

نشرات كبرى تتعلق بالتربية الإعلامية

### Journals

صحف

1- Comunicar (Spain). Group Comunicars Magazine that presents documents and articles written by specialists from the

3- Ministry of Education (Turkey). Information about the structure and curricular content for the country's education system. (TUR. ENG).

معلومات عن النظام التعليمي والمناهج في المدارس التركية.

## 8. main research centres and projects in media education

مراكز أبحاث رئيسية ومشاريع تربية إعلامية.

1- 4th World Summit on Media for Children and Adolescents (Brazil). An initiative of MULTITRIO, multimedia company based in Rio de Janeiro (Brazil), and the NGO MEDIATECA, a group made up of specialists in Communication and Education. (PRO. ENG. SPA).

مبادرة ملتي ميديا وهي شركة متعددة الوسائل تتخذ من ريو دي جانيرو في البرازيل مقراً لها، ومنظمة ميدياكتيفا، وهي مجموعة تضم متخصصين في التواصل والتربية.

2- Center for Media Literacy (USA). Non-profit educational organization to raise awareness about Media Education. Provides resources for teacher training, and a catalogue of documents and articles about Education and Communication. (ENG).

هيئة تعليمية غير ربحية تعمل على التوعية بالتربية الإعلامية. توفر موارد لتأهيل المدرسين، وكاتالوغاً لوثائق ومقالات عن التعليم والتواصل.

3- CLEMI (France). An inter-ministerial entity (education, communication and culture), that conducts research and coordinates research projects in relation with other European countries and programmes. (FRE).

هيئة تعمل بين الوزارات (التعليم، الاتصالات، والثقافة)، وتجري أبحاثاً وتنسق مشاريع الأبحاث مع بلدان وبرامج أوروبية أخرى.

reflections on the report from the Finnish liberal group about media education. discusses the importance of developing more curricula for media education. June 2000. (ENG).

سلسلة من الدراسات لتقرير صادر عن المجموعة الليبرالية المختصة بالتربية الإعلامية في فنلندا. تناقش أهمية ابتكار مزيد من المناهج للتربية الإعلامية. يونيو/حزيران ٢٠٠٠.

4- Development of Media Literacy in Japan and Present Issues That We Face. (UNESCO). Report by Mrs M. Suzuki (Japan). referring to various media literacy initiatives. in Japan and elsewhere. March 2001. (ENG).

تقرير أعدته السيدة م. سوزوكي (اليابان)، يشير إلى عدة مبادرات لتعليم الإعلام، في اليابان وغيرها من الدول. مارس/ آذار ٢٠٠١.

5- Media Education Module: Contents. Principles. Models. (UNESCO). Report by Mr Y.N. Zassoursky (Russia). referring to the key-concepts of media education in Russia. Describes the curriculum and the national strategies for integration. March 2001. (ENG).

تقرير أعدّه ي. ن. سزورسكي (روسيا)، يشير إلى المفاهيم الأساسية للتربية الإعلامية في روسيا. يشرح المناهج والاستراتيجيات الوطنية للتكامل. مارس/ آذار ٢٠٠١.

6- Survey on Youth Media Literacy Survey Approaches. (UNESCO). Report by Mrs Kate Domaille (UK). summarizing the results of a survey conducted in 35 countries. about the state of media education at local and national levels. November 2001. (ENG. FRE).

تقرير من إعداد السيدة كيت دوميل (المملكة المتحدة)، يلخص نتائج دراسة أجريت في خمسة وثلاثين بلداً، عن وضع التربية الإعلامية على الصعيدين المحلي والوطني. نوفمبر/ تشرين الثاني ٢٠٠١.

Education and Communication areas. (SPA).

مجلة تصدرها غروب كومينيكا وتضمن وثائق ومقالات يكتبها متخصصون في التعليم والتواصل.

2- Digital Network. Information and Communication Technologies. Educational Magazine. electronic publication about new information and communication technologies. (SPA).

مجلة تعليمية، عبارة عن نشرة إلكترونية تتضمن معلومات وتقنيات تواصل.

3- Media Literacy Review. Electronic magazine associated with the Center for Advanced Technology in Education. at the University of Oregon. focusing on educatinal uses of new information and communication technologies. (ENG).

مجلة إلكترونية يصدرها مركز التكنولوجيا المتقدمة في التعليم، التابع لجامعة أوريغان، تُعنى بالاستخدامات التعليمية لتقنيات المعلومات والاتصالات الجديدة.

## Reports

## تقارير

1- Audiovisual Media: The Third Educationa Dimension. (EU). Documents on young people's learning practices and how they understand and control the impact of media. April 1991. (ENG).

وثائق عن ممارسات التعلم لدى الشبان وكيفية استيعابهم وتحكمهم في أثر وسائل الإعلام. أبريل/ نيسان ١٩٩١.

2- The Place of Audiovisual Media Education in Curricula. (EU). Documents on the guidelines to follow whent teaching about media and introducing young people to the characteristics of media. April 1991. (ENG).

وثائق عن إرشادات تُتبع عند تدريس الإعلام وتعرّف الشبان بخصائص وسائل الإعلام. أبريل/ نيسان ١٩٩١.

3- The Council of Europes Parliamentary Assembly Finnish report. (EU). Series of

11- New Media. New sites of Learning. (UNESCO). Report by par Mr. David Buckingham (UK). on the role of media education outside the school. in formal and informal settings. January 2003 (ENG)

تقرير أعده ديفيد بكنغهام (المملكة المتحدة)، عن دور التربية الإعلامية خارج نطاق المدرسة، في الأوضاع الرسمية وغير الرسمية. يناير/ كانون الثاني 2003.

7- Media Literacy in south East Asia for Young People. (UNESCO). Reprot by Mrs M. Singh. on the situation of media in South-East Asia. as well as the major changes undergone in the area. February 2002. (ENG)

تقرير أعدته السيدة م. سنغ عن وضع الاعلام في جنوب شرق اسيا بالإضافة الى التغيرات الكبرى التي حدثت في المنطقة. فبراير شباط 2002

## 10. REFERENCE DOCUMENTS

### وثائق مرجعية

#### General documents

#### وثائق عامة

1- Convention on the Rights of Children (United Nations). Official UN document establishing the Rights of Children as a means to encourage governments to take positive measures and initiatives in favour of this age group. November 1989. (ENG. FRE. SPA..).

وثيقة رسمية من الأمم المتحدة تبين حقوق الأطفال كوسيلة لتشجيع الحكومات على اتخاذ إجراءات إيجابية والقيام بمبادرات لصالح هذه الفئة العمرية. نوفمبر/ تشرين الثاني ١٩٨٩.

2- Education and Fundamental Rights of the Child (UNESCO). Collection of legal texts and guidelines on the children's rights to education and protection. 2001. (ENG).

مجموعة من النصوص القانونية والارشادات عن حق الطفل في التعليم والحماية ٢٠٠١.

3- European Convntion on Transfrontier Television (EU). Guidelines on television and the broadcasting of programs agreed upon by the members of the Council of Europe. May 1989. (ENG. FRE).

إرشادات عن التلفزيون وعن بث البرامج التي يتفق عليها أعضاء مجلس أوروبا. مايو/ أيار ١٩٨٩.

8- Media Education- A Diversity of Approaches. (UNESCO). Report by Mrs C. von Feilitzen (Sweden) on various challenges to media education. from the introduction in the curriculum to the consequences on media themselves. February 2002. (ENG).

تقرير أعدته السيدة سي. فون فايلتزن (السويد) عن مختلف التحديات التي تواجهها التربية الإعلامية، بدءاً بمقدمة عن المنهاج وانتهاء بالتبعات المترتبة عن وسائل الإعلام ذاتها. فبراير/ شباط ٢٠٠٢.

9- Media Education in Latin America (UNESCO). Reporty by Mrs Tatiana Merlo Flores (Argentina) providing a general panorama of the situation in Latin America. February 2002 (SPA. ENG).

تقرير أعدته السيدة تاتيانا ميرلو فلوريس (الأرجنتين) يتضمن دراسة عامة للوضع في أميركا اللاتينية. فبراير/ شباط ٢٠٠٢.

10- Media Education: A Global strategy for Development. (UNESCO). Report by Mr David Buckingham (UK). offering guidelines for media education according to different ages and suggesting some ideas for regional. national and international implementation. March 2002. (ENG. FRE).

تقرير أعده ديفد بكنغهام من المملكة المتحدة متضمنا إرشادات للتربية الاعلامية وفقا لفئات الاعمار ويقترح أفكارا للتطبيق الاقليمي والوطني والعالمي. مارس اذار

وثيقة ختامية صدرت عن مؤتمر إشبيلية الذي ناقش «التربية الإعلامية للشباب»، وحددت أوليات للمعرفة الإعلامية في مختلف أقاليم العالم. فبراير/ شباط ٢٠٠٢.

8- The Education For All Teacher Training Package (UNESCO). Working document based on the conclusions of the World Conference on Education for All (Jomtien. Thailand). that sums up a whole set of activities to satisfy educational needs. 1995. (ENG).

وثيقة عمل تستند إلى توصيات «المؤتمر العالمي للتعليم للجميع» (جوميتان، تايلاند)، التي تلخص مجموعة كاملة من التوصيات لتلبية الاحتياجات التعليمية ١٩٩٥.

9- The elearning Action Plan: Designing Tomorrows Education (EU). Document that examines the various possibilities of introducing e-Learning in cultural, political and educational communities. The purpose is to bridge the digital divide and allow for better social inclusion. March 2001. (ENG).

وثيقة تدرس مختلف إمكانيات تطبيق التعليم الإلكتروني في الأوساط الثقافية، والسياسية والتربوية. والهدف هو جسر الهوة الرقمية وتعزيز المشاركة الاجتماعية. مارس/ آذار ٢٠٠١.

10- The European Union Directive: Television without Frontiers (EU). Framework for the broadcasting of television and children. October 1989. (ENG).

إطار لبت إشارات التلفزيون في الاتحاد الأوروبي. يقدم معلومات عن القوانين المتعلقة بالتلفزيون والأطفال. أكتوبر/ تشرين الأول ١٩٨٩.

11- World Declaration on Education for All and Framework for Action to Meet All Basic Learning Needs (UNESCO). Documents presented at the World Conference on Education for All

4- Grunwald Declaration on Media Education (UNESCO). Outcome document from the international symposium on media education held in Grunwald (Germany). dealing with the means of introducing media education in the school curriculum. January 1982. (ENG).

وثيقة ختامية صادرة عن الندوة العالمية التي انعقدت في غرونفال (ألمانيا) وناقشت التربية الإعلامية. وتطرقت إلى سبل التعريف بالتربية الإعلامية في المنهاج المدرسي. يناير/ كانون الثاني ١٩٨٢.

5- Implementation Reports on Recent IPDC Projects. (UNESCO. International Programme for the Development of Communication). Assessment on the projects for the development of communication and media to help countries in Africa. Asia. Latin America. the Caribbean. th Arab states and Europe. March 2003. (ENG).

تقييم لمشاريع تطوير التواصل والإعلام لمساعدة دول في أفريقيا، وآسيا، وأميركا اللاتينية، ومنطقة حوض البحر الكاربيبي، والعالم العربي وأوروبا. مارس/ آذار ٢٠٠٣.

6- Recommendations Adressed to UNESCO on Youth Media Education (UNESCO). Main objectives of media education. in reference to the Vienna conference dealing with these issues. Offers functional definitions. February 2002. (ENG. FRE).

الأهداف الرئيسية للتربية الإعلامية، بالإشارة إلى «مؤتمر فيينا» الذي ناقش هذه المسائل. تقدم تعريفات وظيفية. فبراير/ شباط ٢٠٠٢.

7- Regional Priorities on Youth Media Education (UNESCO). Outcome document of the Seville conference on Youth media education. establishing proirities for media literacy in various regions of the world. February 2002. (ENG. FRE).

## 11. E-LEARNING TOOLS

### أدوات للتعلّم الإلكتروني

1- eSchola - European Schoolnet - (EU). An initiative of the European Schoolnet, an international organisation made of more than 26 Ministries of education, in cooperation with the European Union. It provides a space for European teachers to share projects on new technologies and to work with other educators across the region. (ENG, SPA, FRE, ITA, NOR, POR).

مبادرة من سكولنت الأوروبية، وهي هيئة عالمية تضم أكثر من ستة وعشرين وزيراً للتربية والتعليم، وتتعاون مع الاتحاد الأوروبي. وهي توفّر مجالاً للمدرّسين الأوروبيين كي يتشاركوا في مشاريع للتقنيات الجديدة ويتعاونوا مع مربيين من جميع أنحاء المنطقة.

2- Media Training Programme (EU). European Commission Programme for professionals in the audiovisual sector so that they can improve their capacity-building on the international market. It fosters the exchange of knowledge and know-how between cinema and television schools, training centres, production and distribution companies. (ENG, FRE).

برنامج تابع للمفوضية الأوروبية مخصص للعاملين في قطاع الوسائل المسموعة والمرئية كي يحسّنوا قدراتهم في السوق العالمية. وهو يرمي تبادل المعارف والخبرات والمهارات بين مدارس السينما والتلفزيون، ومراكز التدريب، وشركات الإنتاج والتوزيع.

3- Leonardo da Vinci Programme: Community Vocational Training Programme (EU). European Commission Programme for the promotion of collaborative projects around vocational training centres, schools, universities and companies. The purpose is to enhance mobility, innovation and the quality of education in the European Union. (GER, ENG, FRE).

(Jomtien, Thailand). Provides guidelines and recommendations for the creation and implementation of curricula. March 1990. (ENG).

وثائق قدّمت في «المؤتمر العالمي للتعليم للجميع» (جوميتان، تايلاند). تقدّم إرشادات وتوصيات لإعداد مناهج وتطبيقها. مارس/ آذار ١٩٩٠.

### الأطفال والتلفزيون Children and television

1- Violence and terror in mass communication media (UNESCO). Report by Mr G. Gerbner (USA), that deals with the relation between the violence represented in the media and the collective and individual violence of contemporary societies. 1988. (ENG, SPA).

تقرير أعده ج. غيربندر (الولايات المتحدة الأمريكية)، يتطرق للعلاقة بين العنف في وسائل الإعلام والعنف الجماعي والفردي في المجتمعات المعاصرة ١٩٨٨.

2- The Younger Audience: Children and Broadcasting in New Zealand (UNESCO). Report by R. Walter and W. Zwaga (New Zealand), that casts some light on the children's consumption of radio and television in the family. February 2002. (ENG).

تقرير أعده ر. وولتر و. و. زواغا (نيوزيلنده) يسلط الضوء على استماع الأطفال للراديو ومشاهدتهم للتلفزيون داخل نطاق الأسرة. فبراير/ شباط ٢٠٠٢.

3- Safer Internet Action Plan (draft) Work Programme 2003-2004 (EU). Guidelines and directives for informing young people about the use of internet and the means of protection against illegal content on the network. 2002. (ENG).

إرشادات وتوجيهات للشباب عن استعمال الانترنت وطرق الوقاية من المحتويات غير القانونية في الشبكة العالمية ٢٠٠٢.

## 12. THEMATIC FORUMS ON MEDIA EDUCATION

### منتديات متخصصة في التربية الإعلامية

1- Blogdir (Argentina). Virtual community with various monographic forums about Education and/ or Communication. (SPA).

مجتمع افتراضي يضم عدة منتديات تفصيلية متخصصة جداً عن التعليم أو التواصل أو كليهما معاً.

2- Children Media (UK). Open debate for teachers and professionals in Education. (ENG).

مناظرة علنية للمدرسين والعاملين في التربية.

3- Information Technology in Education (Argentina). Associated with the Secretary of State of Higher Education of Science and Technology of Argentina. which provides. apart from other services. a list of forums about new communication and information technologies. (SPA).

تابع لوزير التعليم العالي والعلوم والتكنولوجيا في الأرجنتين، ويقدم خدمات تضم قائمة من المنتديات المتخصصة في التقنيات الجديدة للتواصل والمعلومات.

4- Media Ed (UK). Virtual discussion about Media Education. Participants share their experiences and comments through themes related to Media Education. (ENG).

منظمة غير حكومية. يشارك أعضاؤها في ندوات يناقشون ويتبادلون خلالها أفكاراً عن وضع الإعلام والأطفال في الولايات المتحدة الأميركية.

5- Parents Television Council Community Forum (USA). Non-governmental organization. Members participate in forums to debate and share ideas about the situation of the media and children in the USA. (ENG).

اتحاد يرّج مناظرات وأفكار عن التربية الإعلامية، والثقافة، والتواصل.

برنامج تابع للاتحاد الأوروبي يرّج للمشاريع الجماعية الخاصة بمراكز التدريب المهني، والمدارس، والجامعات والشركات. والهدف هو تعزيز حرية الحركة، والابتكار، وجودة التعليم في دول الاتحاد الأوروبي.

4- Socrates Programme (EU). European Commission Programme for education. at all levels. from primary school to university and lifelong training. It is aimed at all the education personnel: students. professors. teachers. administrative staff and management. The Socrates programme includes 8 action plans. The first three correspond to the three stages of the educational process accessible to all: school. university. lifelong education. The five other ones are transversal in nature. (ENG. SPA. DAN. DUT. FRE. ITA. SWE. FIN. GRE. POR).

برنامج تعليمي تابع للمفوضية الأوروبية، موجه لجميع المستويات، من المرحلة الابتدائية إلى الجامعة والتدريب المستمر طوال العمر. وهذا البرنامج مخصص للدارسين والمدرسين والعاملين في مجالس التدريس: الطلاب، الأساتذة الجامعيين، المدرّسون، الموظفون الإداريون، والمديرون. ويتضمن برنامج سقراط ثمانى خطط عمل. الثلاث الأولى مخصصة لمراحل التعليم الثلاث المتاحة للجميع: المدرسة، والجامعة، والتعليم المستمر طوال العمر. أما الخمس الأخرى فتتفاوت في طبيعتها.

5- Virtual Campus at the Open University of Catalonia - UOC - (Spain). Distance education platform that offers comprehensive university programmes. at undergraduate. masters. and doctoral levels as well as specialized courses. including a doctorate on information society. (SPA. CAT. ENG).

منبر للتعليم بالمراسلة يوفر برامج جامعية شاملة، على مستوى الليسانس والبيكالوريوس، والماجستير، والدكتوراة، بالإضافة إلى دورات متخصصة، بما في ذلك دكتوراة في مجتمع المعلومات.

5- Planet@Media (Spain). Virtual space for practicing and learning about the Internet. digital journalism. and new media. Offers news. articles. and links about Communication and Education. (SPA).

حيز افتراضي للتدرّب والتعلّم على الانترنت، والصحافة الرقمية، ووسائل الإعلام الجديدة. يقدم أخباراً، ومقالات، ولينكات عن التواصل والتربية.

6- Randgände (Austria). Topics for debate about the use of media in education. (OST. ENG).

مواضيع للنقاش عن استعمال وسائل الاتصال في التعليم.

7- Young Peoples Media Network. Topics related to youth and the media. (ENG).

مواضيع تتعلق بالشباب ووسائل الإعلام.

## 14. LINKSWITHVARIOUSVIRTUAL COMMUNITIES

### لينكات لعدة مجتمعات افتراضية

#### Newsletters

#### نشرات دورية

1- Apte (France). Association dedicated to promoting media literacy skills in education. (FRE).

اتحاد متخصص في تشجيع المعرفة الإعلامية في التربية.

2- Center for Media Education (USA). Non-governmental organization dedicated to improving the quality of the media culture for families and young people. (ENG).

منظمة غير حكومية مكرّسة لتحسين نوعية الثقافة الإعلامية للأسر والشباب.

3- Center for Media Literacy (USA). Group working to develop student materials for providing them with a basis for critically evaluating media content. (ENG).

مجموعة تعمل على تطوير المواد التي يستخدمها الطلاب من أجل تزويدهم بأساس لتقييم المحتويات الإعلامية تقييماً نقدياً.

6- Pedagogy Association of Media and Culture of Communication and Culture - GMK - (Germany). Association promoting debates and ideas about media education. culture. and communication. (GER).

مواضيع للنقاش تتعلق بالتعليم الإذاعي، من قبيل دراسة استخدام وسائل الإعلام في المدارس.

7- Radio Studies (UK). Topics for debate related to radio education. for example. studies about the use of media in schools. (ENG).

## 13. WEBLOGS

### مدونات

1- BLIG (Brazil). Ideas about communication and technology. Includes links to other weblogs. forums. and virtual communities. (ENG).

أفكار عن الاتصالات والتكنولوجيا تتضمن لينكات مدونات، ومنتديات، ومجتمعات افتراضية أخرى.

2- Blogging from the Barrio (USA). Information and links about education. pedagogy. virtual communities and educational organizations in the USA (ENG).

معلومات ولينكات عن التعليم، والأساليب التربوية، والمجتمعات الافتراضية، والمؤسسات التعليمية في الولايات المتحدة الأمريكية.

3- Faroeste (Portugal). Opinions and comments about cyber-culture. virual communities. e-learning and the Internet (POR).

آراء ووثائق عن الثقافة الأونلائية والمجتمعات الافتراضية، والتعليم الإلكتروني، والانترنت.

4- Librarian and Information Science News. LISnews.com (USA). News updates and research about information sciences. (ENG).

تحديثات إخبارية، وأبحاث عن علوم المعلومات.



250 sites on media ethics. Offers a world repertoire of press councils and many documents and statistics about Media Accountability Systems. (ENG).

تشرف عليه جامعة ميزوري ويتخصص في محاسبة وسائل الإعلام في جميع أنحاء العالم. يتضمن أكثر من أربعمئة بند من الإرشادات والمواثيق الأخلاقية، ويدل على لينكات لأكثر من مئتين وخمسين موقعاً تتعلق بأخلاقيات الإعلام. يحتوي على دُخر عالمي من مجالس الصحافة وعدد كبير من الوثائق والإحصائيات عن أنظمة محاسبة وسائل الإعلام.

4- Mediawatch. Organization focusing on media literacy and the challenging of stereotypes commonly found in the media. Actively campaigning for accountability and public participation in broadcasting. It has national chapters in several regions of the world. (ENG).

منظمة تُعنى بالمعرفة الإعلامية وانتقاد التصنيفات المقولبة الشائعة في الإعلام. تقوم بحملات نشطة للمحاسبة وإشراك الجمهور في النشاط الإعلامي. وتوجد لها فروع في عدة دول.

4- Media Ed (UK). Media education website. dedicated to researching ways for incorporating the media into pedagogy. (ENG)

موقع على الشبكة العالمية للتربية الإعلامية مخصص لمناقشة سبل دمج الإعلام في النظام التعليمي وأساليب التربية والتعليم

5- Media Education Foundation (USA). Educational organization dedicated to researching and producing media to provide educators with alternative pedagogy. (ENG).

مؤسسة تعليمية متخصصة في ابحاث الاعلام ونتاج مواد اعلامية وذلك بغرض توفير مواد تعليمية بديلة لدى التربويين.

## Observatories

## مراصد

1- Acrimed. Non-governmental French association that adopts a critical stance and acts as a watchdog of information media. (FRE).

اتحاد فرنسي غير حكومي يتبنى موقفاً ويعمل رقيباً على وسائل نقل المعلومات.

2- Indymedia. Collective of independent media organization and hundreds of journalists offering grassroots, non-corporate coverage of news. It produces documents and thematic files on specific issues. It has local and national chapters in several regions of the world. (ENG).

مجموعة من مؤسسات الإعلام المستقلة ومئات من الصحفيين ينقلون الأخبار كأشخاص عاديين لا ينتمون إلى أي مؤسسات. وتُعدُّ هذه المجموعة وثائق وملفات خاصة عن مسائل محدّدة. ولها فروع محلية ووطنية في عدة مناطق من العالم.

3- M\*A\*S website. Maintained by the university of Missouri and is dedicated to media accountability worldwide. Lists more than 400 ethical guidelines and charters. and shows links to more than

ملاحظة: المراجع والموارد المذكورة آنفاً تم التحقق منها آخر مرة في يناير/ كانون الأول ٢٠٠٦.

يمكن الإطلاع عليها بالأونلاين مباشرة على العنوان التالي:

[www.mediamentor.org](http://www.mediamentor.org)

## المشاركون

### المنهاج المكوّن من وحدات

شارك في إعداد هذا المنهاج جميع أعضاء MENTOR، وهو مشروع أورو-متوسطي، مؤلّه بدايةً الاتحاد الأوروبي واليونسكو، بدعم من CEDEFOP و MIZAR و CLEMI. وهو متابع لندوة «الشباب والتربية الإعلامية»، التي بادر بها لويس أرتيكاس (يونسكو)، والتي أسهم فيها ديفد بكنغهام (بريطانيا) بما نشر هنا. وبالإضافة إلى مساهمين كثيرين، فقد كان المشاركون الرئيسيون في أبحاث مشروع MENTOR هم: إيفلين بيفور (فرنسا)، وديفينا فراو-مايغز (فرنسا)، ومانويل بينتو (البرتغال)، وسامي الطايح (مصر)، وخوري مانويل تورنيرو (إسبانيا)، بمساندة من ماتيو زاشيتي (الاتحاد الأوروبي) وهارا بادي (يونسكو). أمّا الفصل المتعلق بالسياق الاستراتيجي فهو من إعداد ديفيد بكنغهام مؤلف «دعوة إلى التربية الإعلامية»، الصادر في باريس: يونسكو 2001، والمقتبس بتصرّف من منشورات أعدّها مركز اللغة الإنجليزية والإعلام، ومعهد التربية بجامعة لندن.

### Handbook for teachers

David Buckingham. An invitation to media education. Paris: UNESCO, 2001. Edited by Divina Frau-Meigs.

### Handbook for students

David Buckingham. An invitation to Media Education. Paris: UNESCO, 2001. Edited by Divina Frau-Meigs.

### Handbook for parents

Manuel Pinto. Family and TV, a Guide for Parents, Mentor Project - A Media Education Curriculum for Teachers in the Mediterranean. Paris: UNESCO / Communication Development Division [CD-Rom series], 2004, adapted from Televisao, Familia, Escola –Pistas para a Acção. Lisbon: Ed. Presença, 2002. Edited by Divina Frau-Meigs.

### Handbook for relations with media professionals

Jose Manuel Perez Tornero, con M. Pinto y J.M. Casasus. Guia sobre etica y medios, Mentor Project, Paris: Unesco, 2004, p. 2-4, for introduction.

Jose Manuel Perez Tornero y Manuel de Fontcuberta. Communication and Education : Key-questions. Mentor Project. Paris: UNESCO, 2004, for sections 1 and 2. Translated and adapted by Divina Frau-Meigs.

Divina Frau-Meigs. La palette des interactions : auto-régulation, régulation et co-régulation. Paris: UNESCO, 2006, for sections 3 and 4. Translated by Divina Frau-Meigs and Mark Meigs.

### Handbook for internet literacy

Reproduced by gracious courtesy of the Council of Europe. Major contributors and editors: Janice Richardson (editor), Andrea Milwood Hargrave, Basil Moratille, Sanna Vahtivouri, Dominic Venter and Rene de Vries. Upgrade by Betsy Burdick, Chris Coakley and Janice Richardson. "Please send your contribution to the Council of Europe at : media.IS@coe.int".

### FAQ. Frequently Asked Questions

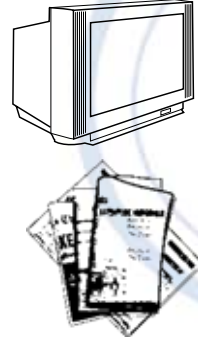
Manuel Pinto. Family and TV, a Guide for Parents, Mentor Project - A Media Education Curriculum for Teachers in the Mediterranean. Paris: UNESCO / Communication Development Division [CD-Rom series], 2004, adapted from Televisao, Familia, Escola –Pistas para a Acção. Lisbon: Ed. Presença, 2002, for sections 1 and 2, edited and completed by Divina Frau-Meigs, for all other sections. Paris: UNESCO, 2006. Translated by Divina Frau-Meigs and Mark Meigs.

### Glossary of selected terms for media education

Divina Frau-Meigs. Glossary of selected terms for media education. Paris: UNESCO, 2006. Translated by Divina Frau-Meigs and Mark Meigs.

### Ressources, references and good practices

MENTOR. www.Mediamentor.org. All internet addresses are available on the website



## UNESCO Communication and Information Sector

1, rue Miollis  
75352 Paris Cedex 15

For more information, contact:  
Hara Padhy  
h.padhy@unesco.org



United Nations  
Educational, Scientific and  
Cultural Organization

منظمة الأمم المتحدة  
للتربية والعلم والثقافة



European Commission



Mizar Multimedia



European Centre for  
the Development of  
Vocational Training



Centre for Liaison  
between Teaching and  
Information Media



شارك في إعداد هذا الدليل

مشروع «منتور بروجكت» وأسهمت فيه اليونسكو والمفوضية الأوروبية

وقدم له الدعم كل من مركز «كليمي»

ووكالة «سيديفوب» ومنظمة «ميزار ملتميديا»

