

## التربية الإعلامية ودورها في الحفاظ على الهوية

د. سامية أبو النصر  
مساعد رئيس تحرير الأهرام

تعتبر الهوية من المسائل القومية الهامة والتي تتجدد باستمرار رغم أننا نعيش في عصر العولمة حيث من المفترض أن يصبح الإنسان في أية بقعة من هذا الكوكب كائناً اقتصادياً بالدرجة الأولى يسعى فقط إلى إشباع رغباته وتلبية حاجاته المادية دون إيلائه الاهتمام بهويته الثقافية وخصوصياته الإثنية والعرقية والدينية، هذا التقرير يسلط الضوء على دور وسائل الاعلام والتلفزيون في تشكيل الهوية الوطنية، وذلك من حيث تعريفها، تبين خصائصها، والعديد من التأثيرات الثقافية حول المواطنة والوحدة والقضايا الوطنية. يدور الحديث بصورة متزايدة حول حوار الحضارات و الثقافات منذ أواخر القرن العشرين والأكثر تحديداً منذ صدور أطروحة صموئيل هنتنغتون وعنوانها «صدام الحضارات» في مجلة « فورين أفيرز» المتخصصة في عام ١٩٩٣ والتي تحولت بعد ذلك إلى كتاب بعنوان (صدام الحضارات: إعادة صنع النظام العالمي) حيث قال في هذه الأطروحة أن الصراع المقبل سيكون صراع حضارات، وتتنبأ أن القوي الصاعدة التي ستشكل خطراً على الغرب وعليه أن يستعد للنزال معها وتتمثل في الحضارة الإسلامية إذ يعتبرها حضارة معادية ويجب الاستعداد للصراع المقبل معها. فالحضارات «تقابلت وتعايشت وتصارعت لكنها ظلت أقرب إلى التعايش والتسامح، وبقي الصراع والتنافس محدوداً بطروف معينة، فالأهم الاستعداد للتعايش والندية في التعامل ولهذا نحتاج إلى سياسة



ثقافية تقوم على فهم طبائع الشعوب بحيث يصبح قادرين على التعامل مع خصائصها المتميزة في التفكير، ويعتمد حوار الحضارات والثقافات على الاحترام المتبادل وتنوع الثقافات وتعددتها بدون إقصاء أو هيمنة، والعمل على إيجاد تفاهم مشترك، ومد جسور التعاون والثقة المتبادلة قواها الفهم والشفافية لأجل التعاون الصادق.

لكن القبول بـ «الحوار» ومستلزماته يتطلب فرضيات مسبقة، ومعطيات خاصة فمن يرى نفسه على الحق والصواب بشكل كامل فستكون نظرتة إلى الحوار شكلية، وعلى عكس ما يعتقد بنوع من الواقعية، ويرى أن الحقائق في الحضارات مسألة نسبية وتحولية في مساراتها التطورية عبر الزمن، فإن حوار الحضارات بالنسبة إليه سيكون أمراً جدياً. ويواجه حوار الحضارات الكثير من العقبات ان تقدمت النزعة الانحصارية للحضارة التي تستوجب امتناع الحوار بين الحضارات ويذهب بها إلى النزاع والتخاصم وربما التصادم - كما طرحها هننغتون - أن الحضارة التي تريد أثناء الحوار أن تعمل قوتها وسلطتها على الآخرين وتواجههم بإطار حدود المسموح والممنوع فستزيد في عوامل امتناع الحوار .

و لذلك فإن حوار الحضارات والثقافات يتطلب استعداد كل حضارة لفهم الأخرى في اطار من القبول بالتمايز والاختلاف، وتجنب الأحكام المسبقة التي لا تسهم في حوار جاد ومتفاعل مع القضايا المطروحة للنقاش و تحاشي الصور النمطية المشحونة بالكراهية والتوجس من الأخر وفي الوقت نفسه فإن الحوار بين الحضارات يسهم في تثبيت السمة الرئيسية للثقافات الإنسانية ، وهي استجابتها للتطور والاعتناء بالتفاعل فيما بينها، كما يسهم الحوار في «عقلنة» النزاعات التي قد تنشأ أثناء تثبيت الهويات الثقافية لهذه الحضارات.

ومع ذلك نقول أن الحوار بين الحضارات والثقافات يظل مطلباً لا غني عنه للإنسانية جمعاء إذا ما أرادت ان تعيش بمناي عن الصراع السلبي - وليس التدافع الحضاري الذي هو في الأصل سنة إلهية كونية بين الأمم، فالحوار بين المختلفين المبني على المنهج الصحيح يجب أن يسود بين الحضارات والثقافات، وان تتحقق فيه شروط



التعايش والتعدد والتنوع ويقتنع الجميع ان الحوار بين الحضارات هو السبيل الأجدى للتغلب على الحروب والتوترات، أو ما يسمى الآن بمشكلات الإرهاب وتوابعه بعد تجديد مفهومه بصورة سليمة وصحيحة بعيداً عن المزايدات و الذرائع والأحكام المسبقة الظالمة.

### **الثقافة الإعلامية والمعلوماتية**

عرفت منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) التربية الإعلامية وما يترتب عليها- و هي الثقافة الإعلامية - وذلك كجزء من المبادرة التي بدأت بمؤتمر في جنرولد لعام ١٩٨٢ في ألمانيا ، وأعقبها مؤتمرات اخرى في تولوز عام ١٩٩٠ و فينا عام ١٩٩٩ و سيفيا (اسبانيا) عام ٢٠٠٢ .

و هناك أربع مراحل مر بها تعريف اليونسكو لمفهوم التربية الإعلامية (آنذاك) المرحلة الأولى: تتمثل في إعلان جنرولد (ألمانيا) عام ١٩٨٢ بنشأة مجال التعلم الإعلامي مما ركز الانتباه على تأثير الإعلام على التدريب و التعليم. تعقبها المرحلة الثانية: عام ١٩٩٠ في مؤتمر تولوز (فرنسا) و نتج عنها تنظيم المجال و تعريفه بشكل أكثر دقة .و تأتي المرحلة الثالثة في مؤتمر فينا (النمسا) عام ١٩٩٩ و الذي ناقش التعليم الإعلامي في ضوء التقدم الرقمي بالإضافة إلى عصر الاتصالات الجديدة الذي نتج على ذلك. وتمثل ندوة اليونسكو في سيفيا بأسبانيا عام ٢٠٠٢ المرحلة الرابعة و التي تبنت التعريف الذي تم التوصل إليه في مؤتمر فينا بالإضافة إلى ضرورة تحول حيز التنفيذ من خلال تفعيل سياسات النشر في أربع مجالات:

البحث ، التدريب ، التعاون بين المدارس و وسائل الإعلام و المنظمات غير الحكومية و الأعمال الخاصة و المؤسسات العامة ، التركيز على نشر المجال العام المجتمعي و علاقاته بوسائل الإعلام ..

### **العلاقة بين الإعلام والأمن الوطني**

هناك علاقة وثيقة بين الإعلام والأمن الوطني بمفهومه الشامل فالإعلام يلعب دوراً أساسياً في التأثير في توجهات الرأي العام وصياغة أجندة اهتماماته في فترة معينة ويعد من مؤسسات التوعية والتنشئة الاجتماعية والسياسية، فضلاً عن أنه المجال الذي تطرح



فيه قضايا المجتمع ومشكلاته وتحدياته الداخلية والخارجية للحوار والنقاش. وقد تعاضمت أهمية الإعلام وارتباطه بقضية الأمن الوطني في ظل ثورة الاتصالات التي حولت العالم إلى قرية كونية واحدة وظهور القنوات الفضائية وما أحدثته من تغيرات كبيرة في المجال الإعلامي وقدرته على التأثير، إضافة إلى الأشكال الجديدة من الإعلام وأهمها "الإعلام الاجتماعي" الذي تمثله وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة مثل «فيسبوك وتويتر» وغيرها وما أصبحت تنطوي عليه هذه الوسائل من جوانب سلبية وإيجابية بالنسبة إلى الأمن الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والثقافي للمجتمعات المختلفة، وفي مقدمتها المجتمعات العربية، خاصة مع الانتشار الكبير للكمبيوتر (١) والإنترنت وأجهزة الهاتف الذكية وخاصة بين فئة الشباب التي تعد الأكثر استخداماً للإنترنت وللمواقع الإلكترونية .

لذا فإن للإعلام دوراً إيجابياً في خدمة أهداف المجتمع مثل المحافظة على الهوية (٢) ودعم خطط التنمية والتقدم فيه ومواجهة الظواهر السلبية والتوعية بخطورتها، أي أن يكون لبنة في بناء الأوطان وتعزيز قوتها وحصانتها، وليس أداة للهدم أو إثارة الفتن.

### **التربية الإعلامية في مصر**

تشمل التربية الإعلامية في مصر مختلف المهارات و الإمكانيات التي تتعلق بوسائل الإعلام و ما تحتوي عليه من صور و لغة و رسائل. التربية الإعلامية هي دراسة وسائل الإعلام ، والتعرف على كيفية استخدامها في العملية التعليمية ، أي أن التربية الإعلامية باختصار هي:

عن وسائل الإعلام ، وباستخدام وسائل الإعلام

فهي كما يقال:

### **About the Media and Through the Media**

والتربية الإعلامية أربعة فئات مستهدفة تشكل في مجملها جميع الأفراد، وتشمل: صغار السن والشباب، الآباء والأمهات ، المشتغلون بالإعلام ، صناع السياسات.



## الهدف من التربية الإعلامية

وتهدف التربية الإعلامية الى تشجيع الإبداع والفكر النقدي لدى الأفراد عندما يتعاملون مع وسائل الإعلام مما يساعد على الحد من التأثيرات السلبية وغير المرغوب فيها لوسائل الإعلام .

### مفهوم الإبداع:

هناك العديد من التعريفات للإبداع , إلا أن أهم هذه التعريفات هو أن الشخص المبدع هو الذي يقوم بادار المهام بطريقة تختلف عن المألوف .

|                               |                             |
|-------------------------------|-----------------------------|
| Openness To Experience        | ١-الانفتاح على الخبرة       |
| Self-Confidence               | ٢-الثقة بالنفس              |
| Willingness To Risk           | ٣-الرغبة فى المخاطرة        |
| Sense of Humor or playfulness | ٤-الإحساس بالدعابة والمزاح  |
| Enjoyment of Experimentation  | ٥-الاستمتاع بالتجريب        |
| Flexibility                   | ٦-المرونة                   |
| Self – Reliance               | ٧-الاعتماد على النفس        |
| Curiosity                     | ٨-حب الاستطلاع              |
| Vision                        | ٩-الرؤيا أو الخيال والبصيرة |

والسؤال المهم! هل هذه الصفات فطرية Innate أم مكتسبة Acquired؟

وإذا كانت مكتسبة , فما هي السمات التى يمكن تطويرها وتنميتها ؟ بمعنى آخر ما هو دور البيئة بالنسبة للقدرة الإبداعية والسلوك الإبداعي ؟ وكيف يمكن اكتشاف الاستعدادات والقدرات الإبداعية فى المراحل المبكرة ؟

|                          |   |
|--------------------------|---|
| Stimulants to Creativity | مثيرات الإبداع:                             |
| Coworkers                | ١-زملاء العمل<br>ومدى التعاون السائد بينهم. |
| Resources                | ٢-المصادر                                   |



---

|                         |  |
|-------------------------|--|
|                         | وتشمل الميسرات والأجهزة والمعدات والأشخاص  |
| Challenge               | ٣-التحدي   |
| Freedom                 | ٤-الحرية المتاحة   |
| Supervisor              | ٥-الإشراف  |
|                         | وأهميته في تحديد أهداف الأفراد ومدى مساعدتهم.  |
| Creative Supports       | ٦-مدعمات الإبداع   |
|                         | مدة تشجيع الإدارة العليا للإبداع ومدى اهتمام الإدارة بتطوير الأفكار الإبداعية في المنظمة . |
| Recognition             | ٧-الاعتراف   |
|                         | أي وجود المكافآت والاعتراف بالإبداع في المنظمة   |
| Unity& Co- Operation    | ٨-الوحدة والتعاون  |
|                         | المناخ العام السائد في المنظمة   |
| Obstacles to Creativity | معوقات الإبداع:  |
| Insufficient Time       | ١-عدم كفاية الوقت  |
| Status Quo              | ٢-الوضع الراهن   |
|                         | , ومدى قبول الإدارة لتغيير الوضع التقليدي الراهن .   |
| Political               | ٣-مشكلات سياسية:   |
|                         | الافتقاد الى التعاون بين المنظمة والقضايا العامة .   |
| Evaluation Pressure     | ٤-ضغط التقييم  |
|                         | عدم ملائمة أساليب التقييم أو العائد , البيئة التي تركز على النقد فقط .                     |
|                         | هناك أسلوبان شائعان لتنمية الإبداع وهما: أسلوب العصف الذهني، والاستعانة بأسلوب التمثيل .   |

---



## العصف الذهني

وضع الباحثون العرب عدة تعريفات لمصطلح العصف الذهني Brainstorming منها: القصف الذهني، والعصف الذهني، والمذاكرة، وإمطار الدماغ، وتدفق الأفكار، وتوليد الأفكار، إلا أننا سوف نتبنى مرادف «العصف الذهني» لأن العقل يعصف بالمشكلة ويفحصها ويمحصها بهدف التوصل إلى الحلول الابتكارية المناسبة لهذه المشكلة. ويرى بعض الباحثون أن العصف الذهني عبارة عن مؤتمر ابتكاري ذي طبيعة خاصة من أجل إنتاج قائمة من الأفكار يمكن أن تستخدم كمفاتيح تقود إلى بلورة المشكلة، وتؤدي بالتالي إلى تكوين حل لتلك المشكلة، حل يعتمد على أفكار جماعية متحررة من القيود، منفتحة على الواقع لا يكفها الحرج ولا يكبلها التصلب أو الجمود. ويمكن اعتبار العصف الذهني وسيلة للحصول على أكبر عدد من الأفكار من مجموعة من الأشخاص خلال فترة زمنية وجيه وتعتبر إستراتيجية العصف الذهني من أكثر الأساليب شيوعاً من حيث الاستخدام بغرض حل المشكلات بطريقة ابتكارية و هو يسهم بشكل مباشر في تنمية التفكير الابتكاري لدى المشاركين فيه .

### القواعد الرئيسية للعصف الذهني:

هناك أربع قواعد رئيسية مترتبة على المبدئين السابقين الذين يجب إتباعهما في أثناء جلسة العصف الذهني، وذلك لضمان سيل الأفكار الأصيلة لحل المشكلة المطروحة في الجلسة، وتشمل هذه القواعد:

- ضرورة تجنب النقد (استبعاد أي نوع من الحكم أو النقد أو التقييم).
- إطلاق حرية التفكير
- الترحيب بكل الأفكار مهما يكن نوعها، وكم الأفكار المطلوب.
- البناء على أفكار الآخرين وتطويرها .

ويمكن توضيح هذه القواعد بشيء من الإيجاز فيما يلي:

**القاعدة الأولى:** ضرورة تجنب النقد ( استبعاد أي نوع من الحكم أو النقد أو التقييم): فلا بد من تجنب أي صورة من صور الحكم أو النقد أو التقييم أثناء جلسات العصف



الذهني، و مسئولية تطبيق هذه القاعدة تقع على عاتق رئيس الجلسة الذي يقوم بدوره بتنبيه أي عضو يخالف هذه القواعد ، وتتمثل هذه المخالفة في انتقاد أي شخص لفكرة شخص آخر ، أو محاولة تقييمه. وأحيانا تأتي هذه المخالفة من صاحب الفكرة نفسه إذا حاول أن ينتقد فكرته بصورة ما بعد أن عبر عنها، أو حاول أن يعتذر عنها، أو حتى يطلب حذفها من بين الأفكار أو الحلول المقترحة التي يتم جلبها أثناء الجلسة.

**القاعدة الثانية:** إطلاق حرية التفكير والترحيب بكل الأفكار مهما يكن نوعها أو مستواها، مادامت متصلة بالمشكلة موضع الاهتمام:

والهدف من هذه القاعدة هو مساعدة الفرد ( أو الجماعة ) على أن يكون أكثر استرخاء، وأقل تحفظاً، وبالتالي أعلى كفاءة في توظيف قدراته على التخيل وتوليد الأفكار في ظل ظروف التحرر الكامل من ضغوط النقد والتقييم.

**القاعدة الثالثة كم الأفكار مطلوب:**

وهذه القاعدة هي بمثابة تأكيد للمبدأ الثاني في العصف الذهني ، وعلى انه كلما زاد عدد الأفكار زاد عدد الأفكار المقترحة من أعضاء الجماعة ، زاد احتمال قدر أكبر من الأفكار الأصلة أو المعنة على الحل المبتكر للمكلة ، وفي هذه الصدد يرى الباحثون في كثير من المناسبات العملية أن « إطلاق العنان للأفكار هو بنك الابتكار».

**القاعدة الرابعة:** البناء على أفكار الآخرين وتطويرها:

والمقصود بهذه القاعدة إثارة حماس المشاركين في جلسات العصف الذهني أن يضيفوا الأفكار الآخرين ، وأن يقدموا مت يمثل تحسناً أو تطويراً أو بلورة لها ، بحيث تكل مع غيرها من الأفكار التي سبق طرحها في الجلسة إطارات جديدة (حلولاً جديدة)، أو غير ذلك من صور الإضافة والتطوير ( تطوير الأفكار).

وعموماً يمكن القول بأن الهدف الأساسي من القواعد السابقة هر إزالة الخشية والخجل من نفوس المشاركين في جلسات العصف الذهنية والقضاء على الحساسية من النقد أو التقييم كما أن الشخص حينما يستخدم أفكار غيره، وهو أمر سيتم بمشروعية، فإنه سوف يتحرر من خشية اتهامه بالسطو على أفكار الآخرين .





كما أن الهدف النهائي من جلسات العصف الذهني هو الوصول إلى حل ابتكاري (جديد) للمشكلة المطروحة، بغض النظر عن قام بجلها أو من قدم الفكرة الأصيلة الصائبة، ذلك أن المحصلة النهائية ستكون منسوبة بتفصيلاتها إلى كل أفراد الجماعة.

التحديات الخاصة بالتربية الإعلامية في مصر

سيطرة القطاع الخاص على عدد من القنوات التي لا تهتم بالتربية الإعلامية أو مفاهيم الأمن القومي أو الأمن الوطني والاهتمام بالربح السريع على حساب المضمون المقدم. الثورة التكنولوجية الهائلة التي أدت إلى سرعة تناقل الأخبار غير الموثقة والكاذبة مما أدى إلى نشر الشائعات.

البعد كل البعد عن القضايا الوطنية الملحة والعمل على إثارة البلبلة وزعزعة الاستقرار بما يخدم حروب الجيل الرابع.

عدم الاهتمام بالاذاعة المدرسية التي كان من أهم أهدافها تنمية روح الولاء والانتماء في المجتمع المصري.

عدم الاهتمام براء الشباب فيما يقدم لهم من مواد إعلامية.

إذاعة القنوات الخاصة والاذاعات الخاصة الأفلام والمواد الموسيقية الهابطة التي تقضى على قيم الولاء وحب الوطن والتضحية من أحله.

افتقاد الشباب والمراهقين للقدوة حيث لا يوجد لديهم القدوة التي تساعدهم على التغلب على صعوبات الحياة.

الانتشار السريع والمتلاحق للانترنت حيث أن الشباب هم الأكثر استخداماً له ومن هنا يعد تحدى كبير (٣)

#### التربية الإعلامية في الولايات المتحدة

شهدت التربية الإعلامية في الولايات المتحدة (٤) تقدماً ملحوظاً خلال السنوات القليلة الماضية ، ويرجع ذلك إلى الجهود الكبيرة التي بذلها العديد من الأفراد والخبراء والمنظمات غير الربحية ، وكنتيجة لذلك بدأت العديد من المؤسسات الحكومية الاهتمام بالتربية الإعلامية، وأكدوا على ضرورة وجود مناهج للتربية الإعلامية لطلاب المدارس



المتوسطة والعليا , وقد بدأ النظر الى المعرفة الإعلامية على أساس أنها القدرة على الاتصال , وتحليل وتقييم الرسائل فى أشكالها المختلفة .

مرت برامج التربية الإعلامية فى الولايات المتحدة على مدار السنوات القليلة الماضية بالعديد من التطورات الى أن استقر الرأي على أهمية التربية الإعلامية للأطفال من سن ٥ الى ١٥ سنة , بل بدأت تسود وجهات النظر التى تدعو الى بدء التربية الإعلامية فى المنزل , ومن خلال الآباء والأمهات , قبل دخول الطفل المدرسة .

توجد برامج التربية الإعلامية فى جميع الولايات الأمريكية الخمسين بشكل أو بآخر كجزء من مادة فنون الإعلام أو الإنتاج الإعلامى , أو العلوم الإنسانية , وتدرس التربية الإعلامية فى جميع الولايات الأمريكية للأطفال من سن الخامسة وحتى الخامسة عشر , وتهدف التربية الإعلامية هنا الى تطوير قدرات الأطفال على الاتصال , وإكسابهم القدرة على التعبير وإكسابهم المهارات النقدية.

هناك ستة عناصر أساسية , تقوم على أساسها التربية الإعلامية فى الولايات المتحدة , وتشمل:

- ١-التفكير النقدي فيما يتعلق بالرسائل الإعلامية التى نتلقاها ومنتجها .
  - ٢-جعل عملية المعرفة غير قاصرة على القراءة والكتابة ولكن تمتد لتشمل القدرة استخدام وسائل الإعلام والتعامل معها.
  - ٣-بناء ودعم المهارات لدى الأفراد فى كل الفئات العمرية .
  - ٤-مساعدة الأفراد على المشاركة , مما يساعد على دعم الديمقراطية .
  - ٥-التعامل مع وسائل الإعلام على أساس أنها جزء من الثقافة فى المجتمع , وهى تلعب فى نفس الوقت دوراً فعالاً ومهما فى عملية التنشئة الاجتماعية .
  - ٦-تؤكد التربية الإعلامية أن الأفراد يستخدمون مهاراتهم , ومعتقداتهم وتجاربهم الفردية , عند تفسير المضامين التى يتلقوها وسائل الإعلام .
- أساليب دمج التربية الإعلامية فى النظام التعليمي<sup>(٥)</sup>
- هناك ١٢ أسلوباً أساسياً لدمج برامج التربية الإعلامية فى العملية التعليمية فى الولايات



المتحدة وتشمل ما يلي: -تدريب الطلاب على ممارسة الملاحظة العامة والتفكير النقدي، إثارة الاهتمام بالموضوعات الجديدة ، وحث الطلاب على الاعتماد على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات اللازمة ، التعرف على مدى تأثير معلومات الأفراد ورصيدهم المعرفي بما يتلقوه من رسائل ومعلومات من وسائل الإعلام، استخدام وسائل الإعلام كوسائل تعليمية مساعده ، التعرف على المعلومات الخاطئة ودور وسائل الإعلام فيها، التعرف على دور وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات ، ومدى مصداقيتها، مقارنة وسائل الإعلام من حيث طرق عرضها للمعلومات ، التعرف على حجم تأثير وسائل الإعلام فى قضايا معينة، التدريب على الإنتاج الإعلامي، استخدام العديد من وسائل الإعلام لكي يعبر الطلاب عن آرائهم ، ومدى فهمهم للعالم من خلال تحليل المضمون الإعلامي ، ونقد المنتجات والمواد الإعلامية المختلفة ، استخدام وسائل الإعلام كوسائل للتقييم، العمل على ربط الطلاب بالمجتمع ، والعمل على مشاركتهم ، بل وحثهم على المشاركة فى إحداث التغيير الإيجابى .

#### **مبادرات لدعم التربية الإعلامية**

أشهر مبادرة فى الولايات المتحدة هي مشروع « الفن الذكي » Smart Art Project ويعتمد هذا المشروع على كيفية مشاركة كل من المعرفة الإعلامية والفن فى تطوير وإيجاد مناهج دراسية حديثة ، تساعد على تطوير مواهب الأطفال ، وتساعدهم على التعرف على كيفية عمل وسائل الإعلام ، وكيفية إنتاج مضامينها وفى نفس الوقت ، وفى ضوء هذا المشروع يجب استخدام الفن والمعرفة الإعلامية فى كل المواد التى يدرسها الطالب، وقد تم تطبيق هذه البرنامج فى العديد من المدارس الأمريكية ، وقد أثبتت التجربة نجاحها ، وفعالية استخدام الإعلام والفن كالتمثيل معا فى العملية التعليمية المهارات التى يكتسبها الطلاب من التربية الإعلامية

يمكن تلخيص المهارات التى يكتسبها الأفراد من التربية الإعلامية فيما يلي: القدرة على تقييم مضمون وسائل الإعلام، التفكير النقدي لدى الأطفال، اكتساب المهارات الفنية



## معوقات التربية الإعلامية

تتعلق المعوقات الأساسية بعملية تدريب المعلمين ، فعلى الرغم من وجود تدريب دائم للمعلمين على التربية الإعلامية ، إلا أنه غالباً ما يكون لفترات قصيرة ، وفى شكل لقاءات قصيرة ، فى حين يحتاج المعلم الى فترة أطول من التدريب ، وفى نفس الوقت لا يشمل التدريب الأعداد الكبيرة من المعلمين ، ولكن يكون لأعداد محدودة .

## الرؤية المستقبلية للتربية الإعلامية

تتعلق النظرة المستقبلية للتربية الإعلامية فى الولايات المتحدة بمجموعة من الأمور التى تشمل استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى التربية الإعلامية ، للوصول الى قطاعات متعددة من الجماهير الى جانب الطلاب، المزيد من التدريب للمعلمين .

## أخيراً يمكن القول أن:

وسائل الإعلام هي الأقوى على وجه الأرض، وهذه القوة تتحكم فى عقول الجماهير وهذا ما دفع بعض الدول أن تتبنى فكرة الإعلام بوصفة قوة داعمة ومؤثرة فى المجتمع، ورصدت بعدها المادى والمعنوى من أجل حسم بعض القضايا، ويجب أن يدار الإعلام بشكل احترافى سواء هذا الإعلام مرئياً أو مسموعاً أو مقروءاً.

أن الأوان أن يقوم الإعلام بدوره للحفاظ على الهوية الثقافية والتاريخية والوطنية، وذلك من خلال قيام دور وسائل الإعلام بدقة وحسم، لافتاً إلى أن هذا الملئقى يضم مجموعة من قيادات صناع القرار فى المجال الإعلامى سوف يكون البداية الحقيقية من أجل مستقبل أفضل.

أصبح الإعلام سلاح يستخدم فى إسقاط دولة أو تعظيمها، مشيراً إلى حكومة ما قبل التسعينيات، كانت تعمل بالحدود السياسية للدول، وما بعد التسعينيات وظهور الأقمار الصناعية فالحدود السياسية للدولة اتلغت تماماً، فدخل عصر الانترنت سمح بتخطى الحدود. سرعة التطور فى مجال الاتصالات والإعلام فأصبح وسيلة هامة تجاوزت فكرة توصيل معلومة، موصياً على ضرورة محافظة الإعلام على منظومة القيم التى تتعامل معها وعن الهوية الخاصة بها .

أهمية اهتمام الإعلام الخاص بالأولوية الوطنية وعرض القضايا التى تهم الرأى العام وتحافظ على الهوية الوطنية .



أهتمام الإعلام الاقليمي بالحرف التراثية الخاصة بكل محافظة لأن هذا من شأنه الحفاظ على الهوية الوطنية.

تقديم نماذج من بطولات رجال الشرطة والجيش فى جميع وسائل الإعلام المسموع والمرئى والمقروء لأن هذا من شأنه تعزيز مفاهيم الولاء والانتماء والتضحية بالنفس من أجل بقاء الوطن.

ضرورة غرس صورة مشرفة فى ذهن الطفل المصرى باستخدام كل الوسائل الحديثة مثل استخدام أفلام الرسوم المتحركة التى يعشقها الأطفال، ليتعرف الطفل على عمل رجل الشرطة وما يبذله من جهد للحفاظ على أمن وسلامة البلد، مما يساهم فى زرع الهوية الوطنية وروح الإنتماء فى وجدانه منذ النشأة الأولى.

التكنولوجيا أصبحت سلاحا ذو حدين لذا يجب على القنوات الإعلامية إلى تطوير عملها وتوثيق المعلومات بما يقلل من فرص نقل الشائعات.

الاهتمام بصناعة الدراما العربية فى ظل التنافسية ، وأن اليوم الثانى يناقش أيضاً دور رجال الصناعة والتجارة كشركاء فى صناعة الإعلام وخدمة البحث العلم والاهتمام بالمضمون الذى يقدم من خلال الدراما والاهتمام بالقضايا الاجتماعية .



## المراجع:

١. أسامة هيكل , حروب الجيل الرابع الإعلام وتفتت المجتمعات . دار سما للنشر والتوزيع, الطبعة الأولى , ١ يناير ٢٠١٥.
٢. المؤتمر العلمى الدولى الخامس والعشرون كلية الإعلام جامعة القاهرة أبريل ٢٠١٩.
٣. د.سامية ابو النصر الصحافة الاليكترونية وثورة الفيس بوك ,المكتبة العصرية الطبعة الأولى , ٢٠١٢.
٤. تجارب عالمية فى التربية الإعلامية ( كندا وفنلندا والولايات المتحدة والهند وبريطانيا) اللجنة الوطنية لليونسكو عام ٢٠٠٩.
٥. تجارب عالمية فى التربية الإعلامية ,نفس المرجع السابق.