

## المنطلقات النظرية للتربية الإعلامية في عصر وسائط الإعلام الجديد

د. هارون منصر

أستاذ محاضر جامعة تبسة

### ملخص :

تخضع المفاهيم المرتبطة بالتربية الإعلامية لضغوطات دلالية هائلة في العصر الحديث، تجعلها مزيجاً من النهج التعليمية التي يتم تطويرها باضطراد والأخذة في عين الاعتبار الثقافات الجديدة الخارجة من المجتمع المعلوماتي. كما يساهم الدفع الاتصالي والمعلوماتي الحالي في شيوع مصطلحات ذات صلة بالتربية الإعلامية والتي لها وشائج عميقة بأفكار تعليم الإعلام أو التثقيف الرقمي أو تثقيفات القرن الحادي والعشرين.

من هذا المنطلق تظهر الحاجة الملحة في السعي لضبط المنطلقات التي يتم على أساسها التعامل مع مدخلات ومخرجات التربية الإعلامية وبشكل أخص داخل البيئة الرقمية المعتمدة على وسائط الإعلام الجديد بشكل مائز، مع إبراز غاياتها والدافع من وراء حتمية إحلال تربية إعلامية متماشية مع خصائص البيئة الرقمية الجديدة ومنصاتها.

**الكلمات المفتاحية:** التربية الإعلامية، الإعلام الجديد، مواقع التواصل الاجتماعي.

### Abstract :

The concepts associated with media education are subject to enormous Semantic pressures in modern times, making them a combination of increasingly developed educational approaches that take into account new cultures emerging from the information society. The current information and communication flow is also related to the widespread use of media-related terminology and deep links to information literacy, digital education or 21st-century education.

In this context, there is an urgent need to seek to set the basis for dealing with the inputs and outputs of media education, especially in the digital environment, which is

based on the new media in a way that Are aligned with The new digital environment and its platforms.

**key words :** Media education, new media, social networking sites.

### في مفهوم التربية الإعلامية:

التربية الإعلامية كمفهوم تم التأصيل له انطلاقاً من أواخر الستينيات من القرن الماضي، أين طرح الباحثون إمكانية استخدام أدوات الاتصال ووسائل الإعلام لتحقيق منافع تربوية ملموسة، كوسيلة تعليمية، وتطور المنظور بما يتفاعل ايجابيا مع وسائل الاعلام و ذلك باعتبارها تلكم البرامج و الخطط المعدة لحماية الأطفال والشباب من المخاطر التي انبثقت عن استخدام وسائل الإعلام، وانصب التركيز على كشف الرسائل المزيفة والقيم غير الملائمة.

في السنوات الأخيرة تطور مفهوم التربية الإعلامية بحيث لم يعد مشروع دفاع فحسب، بل مشروع تمكين أيضاً يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم، وحسن الانتقاء والتعامل معها والمشاركة فيها بصورة فعالة ومؤثرة.

غير أن التربية الإعلامية أخذت تتجه صوب إتباع نهج ذي طابع تمكيني أوضح (مهارات التعامل) حيث يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم، وحسن الانتقاء والتعامل معها، والمشاركة فيها بصورة فعالة. كما أن التربية الإعلامية هي التعليم والتعلم بشأن الإعلام، فالأطفال والشباب هم المستهلك الرئيسي للخدمات الإعلامية، وبالإضافة إلى ما يختارونه بأنفسهم من مواد إعلامية يشغلون بها أوقات فراغهم، يستمد الأطفال جانباً هاماً من تعلمهم من وسائل الإعلام، فقد أصبح الإعلام جزءاً من خلفيتنا الثقافية التي تحيط بالصغار والكبار على حد سواء، ولذا يستحق أن يدرس كمجال قائم بذاته. وهنا يجب التفريق وعدم الخلط بين التربية الإعلامية وبين استخدام وسائل الإعلام "كوسائل تعليمية".

من أجل تغطية الجوانب المفاهيمية الكثيرة المتصلة بالتربية الاعلامية يمكن استعراض المدلولات الشائعة عند المتخصصين في الاعلام وفروعه كما يأتي:

تختص التربية الإعلامية في التعامل مع كل وسائل الاعلام الاتصالي، وتشمل الكلمات، والرسوم المطبوعة، والصوت، والصور الساكنة والمتحركة، التي يتم تقديمها عن طريق أي نوع من أنواع التقنيات. (1)

- تمكّن أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم لوسائل الإعلام الاتصالية التي تستخدم في مجتمعهم، والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، ومن ثم تمكّنهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين .

- تكمن التربية الاعلامية من تيسير وصول الأفراد إلى المهارات والخبرات التي يحتاجونها لفهم الكيفية التي يشكل الإعلام إدراكهم وتبنيهم للمشاركة كصانعي إعلام ومشاركين في مجتمعات افتراضية . (2)

ووفق الأساس السابق تضمنت توصيات الحلقة الدراسية للتربية الإعلامية للشباب بإشبيليا (2002) موجّهات عملية لإرساء مفهوم التربية الإعلامية، وهي: (3)

- 1- ربط مفهوم التربية الإعلامية بالتعليم والتعلم عن الإعلام، وبواسطة وسائله.
- 2- التحليل الانتقادي والإبداعي لوسائل الإعلام.
- 3- إحداث التربية الإعلامية عن طريق الأنظمة التربوية الرسمية وغير الرسمية.
- 4- مراعاة المسؤولية تجاه المجتمع، و ذاتية الأفراد على نحو متوازن.
- 5- إعطاء الأولوية للتربية الإعلامية للشباب بين (12-18) عاماً، كما ينبغي الأخذ في الاعتبار الأطفال من عمر (5-12) عاماً.

تأثيراً يمكن وصف التربية الإعلامية في إطار العالم الحديث كعملية بناء الإنسان، والمساعدة على جودة استخدام وسائل الإعلام، وتهدف إلى تشكيل ثقافة التفاعل مع تلك الوسائل، وتنمية المهارات الابتكارية والاتصالية، والتفكير الناقد، والاستقبال، والتفسير، والتحليل، وتقييم النصوص الإعلامية، وتدريب جميع صور التعبير الذاتي باستخدام تكنولوجيا الإعلام (4)

غايات التربية الاعلامية في البيئة الرقمية:

تبحث التربية الاعلامية في البيئة الرقمية بشكل عام عن تمكين المستخدمين على فهم الوسائط الإعلامية الجديدة وتفسير مضامينها، واكتشاف ما تحمله رسائل وقيم وذلك من خلال الاختيار الواعي المبني على المقدرة على نقد المحتويات الاعلامية والإفادة من خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة على غرار التفاعلية وتبادل الادوار ما يتيح مجالاً أرحب من التواصل مع تلك الوسائط بغية إحلال ديمقراطية محسوسة في الاتصال.

المطروح هنا ضمن غايات التربية الاعلامية في العصر الحديث أيضاً البحث عن ابدال الطريقة التقليدية في التعاطي مع المحتويات الاعلامية بشكل عام، والمحكومة منذ زمن بخاصية التلقي والتي

أصبحت غير متماشية مع الأسلوب والطريقة التي تعمل وفقها وسائل الإعلام الجديد، وتغييرها مفاهيميا ثم استخداماتيا بحيث يساهم المستخدم فعليا في بناء المنصات الرقمية ومحتوياتها بما يعبر بشكل مباشر عن تطلعاتهم وأهدافهم المنبثقة حقيقة من رغبتهم في الابتعاد عن التنميط الممارس من طرف الميديا الجديدة و باروناتها داخل إطار التربية الاعلامية. (5)

هنا تظهر مفصلية علاقة المستخدم بوسائل الاعلام الجديد فيما اختص بالمقدرة على نقد تلكم المحتويات بشكل بنائي، أي عدم الاكتفاء بإبداء الآراء حولها وتعدديها الى الامكانية التقنية والموضوعاتية لتقديم البدائل الفعلية الخادمة للقيم السائدة والمنسجمة والاتجاهات المعبرة عن عدم قبول المستخدم في البيئة الرقمية للهيمنة والتحكيمية التي صارت سمة أساسية لمخرجات المنصات الاعلامية على الشبكة على شاكلة المعلومات الموحدة والإعلانات التجارية المتخصصة، وذلك على الرغم من المحاولات الحثيثة من طرف مطوريها قصد تكوين الانطباع العام حول استقلاليتها و عدم ارتباطها بمراكز القوى الاعلامية والتوجهات الاجتماعية اللاحقة.

إذن، فإن التربية الاعلامية نظريا يجب أن تركز في العصر الحالي على منطلقات وجدانية وادراكية متكاملة تنبني على البناء العاطفي القاضي بضرورة تحديد الاستخدام بما يتفق والقيم السائدة والبحث في جعل الاتجاهات المحيلة من التلقي والتحليل والهضم والتفسير ثم التقييم " العمليات العقلية " مساندة في الأساس لفهم الوسط الإعلامي الجديد و الحكم عليه، كما تقضي تلكم المنطلقات النظرية حتمية توافق السابق مجتمعا مع الخيارات الاستخداماتية " السلوكية" المعبر عنها من خلال الممارسة والإبداع و الإتقان المؤدي بالضرورة إلى الإفادة التشاركية والتعلم التعددي والحوار الوسيطي المغذي لبناء المحتويات الرقمية التفاعلية.

كما يطرح مبدئ الإتاحة بشكل فارق ضمن الفهوم الجديدة للتربية الاعلامية، إذ أن كثافة الاستخدام المرتبطة في العصر الحالي بالوسائل القابلة للتحرك والتوصيل ما انفكت تجعل الروابط أكثر قوة بين المستخدم ووسائل الاتصال الجديدة، فالهواتف الذكية والأجهزة اللوحية والساعات الرقمية غدت شيئا فشيئا أكثر قربا منه والتصاقا به، فأصبح الاستخدام لمخرجات عصر ثورة المعلومات غير متعلق بالمكان، وها هنا تظهر ضرورة انشاء المستخدم بطريقة ضامنة لعدم ظهور بواذر الادمان المفضي للانغماس الكلي مع تلكم الوسائل الامر الذي يشكل أخطارا صحية ونفسية وسلوكية كبيرة على العدى المتوسط والبعيد. (6)

يؤدي قضاء فترات زمنية طويلة داخل منظومات الاعلام الجديد وأدواته الى الارتباط المباشر بالتوجهات العامة المتصلة بالمضامين المعروضة عبر أشكال متباينة ومتعددة تستطيع فرض

سيطرها الدلالية والبيانية على المعتقدات والاتجاهات والقيم الداخلة مجتمعية، وإن تم التأكيد على كون الغالبية الكبيرة من المحتويات الاتصالية في عصر المعلومات إنما تفتقد إلى الإتساق مع المنطلقات الفكرية للمستخدمين في المنطقة العربية بوجه خاص، فإن ذلك يحيل مباشرة إلى ربط كثافة التعرض للمحتويات المغايرة للقيم السائدة وبروز حالات الانزياح والإغتراب والتنميط التي كانت سائدة بشكل بارز ضمن زمن الميديا التقليدية، وتقعيدا على الذي سبق تظهر أهداف جديدة للتربية الاعلامية في عصر الاعلام الجديد تفيد بجعل محتويات عمليات التربية تلكم منسجمة مع خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة في شقها النظري والتقني تمهيدا لدفع المستخدمين لوعي أرحب بمخاطر التفاعل السلبي مع المحتويات الرقمية ومحاولة تجاوز الاعتقادات السائدة بحياديتهما وصلاحيتهما مضامينها.

### حتمية التربية الاعلامية في عصر وسائط الاعلام الجديد:

يحدث الاتفاق داخل الأوساط الأكاديمية على مفصلية الأدوار التي تقوم بها وسائط الاعلام الجديد على أوسع تزويد الملتقين بالتصورات العامة حول محيطهم والقضايا التي يجب الخوض فيها، وهو الاتفاق الذي يترتب عن تطبيق المداخل التأثيرية لوسائل الاعلام على الفرد والمجتمع في استخدامهم خاصة لمواقع التواصل الاجتماعي ومنصات صحافة المواطن والتدوين.. والتي بينت العلاقة العميقة التأثير بين كل من متغيري كثافة الاستخدام ونوع واتجاه المستخدم نحو ما تعرضه تلك المنصات، ووفق التأصيلات المتعلقة بحجم التفاعل البنائي للمستخدمين ضعفتها على حساب الحجم الكلي من المحتويات الرقمية التي يتم التحكم فيها بشكل ناضج من طرف مؤسسات قادرة على توجيه الآراء والتحكم في شكل وحجم البيانات والمعلومات المتداولة على الشبكة.

الذي سبق يحيل الى ضرورة التفاعل التطبيقي الحالي مع مضامين الاعلام الجديد باعتبارها وجها مطابقا لتلك المقدمة عبر وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية " مع اختلاف الوسيط وطرق العرض"، الفارضة وفق سلطتها الاحتكارية منهجا عموميا في الأسلوب الذي يتعامل معها المستخدم وفقه، وهي القضية التي تطرح تساؤلات عميقة فيما اختص بضرورة تفعيل التكوين التوجيهات والإرشادات "التربية الإعلامية" في العصر الحديث بما لا يشكل التباسا عند المستخدم "الشباب غالبا" المعتقد في حرية وتعدد مصادر المعلومات التي يحصل عليها في البيئة الرقمية، والتي تؤكد المعطيات العملية احتكاريتهما العالية.

لا بد من التأشير في هذا السياق على التغير البائن عند المستخدم على المستويات التفاعلية والتي حتمت الانتقال بسلوك التلقي الى التفاعل العميق المفضي للبناء في الشكل والمحتوى وهي الجزئية التي تغيب بشكل كبير عند التعامل مع الاعلام الجديد, اذ يسود الاعتقاد في استقلالية وصحة المعلومات المحصلة على الرغم من كون بنائها غدى مرتبطا بالأفراد بشكل أكبر من ذي قبل, الأمر الذي يفرز تراكميا محتويات غير كلية منطلقة من التفسير الفردي العمومي للبيئة المحيطة, وهو ما يجعل قبولها باعتبارها تعبيراً عن السائد من القيم والأفكار والاتجاهات أمراً غير دقيق لاعتبارات كثيرة من المدخلات المتباينة أساساً. والحاصل هنا إبدال الأيديولوجيات الكبرى للمؤسسات الاعلامية التقليدية بأخرى فرعية تكون المصالح المجترزة سمتها التشغيلية الرئيسة. مع التطور التقني الهائل الذي طرأ على وسائل الإعلام في العقود الثلاثة الأخيرة, والذي تمثل في إلغاء الحواجز الزمنية والمكانية من خلال تقنية البث الفضائي عبر الأقمار الاصطناعية, تطور مفهوم الإعلام التربوي, وامتد ليشمل الواجبات التربوية لوسائل الإعلام العامة, المتمثلة في السعي لتحقيق الأهداف العامة للتربية في المجتمع, والالتزام بالقيم الأخلاقية. ويعزى هذا التطور للأسباب التالية: (7)

1. تطور مفهوم التربية الذي أصبح أوسع مدىً, وأكثر دلالة فيما يتصل بالسلوك وتقويمه, والنظرة إلى التربية على أنها عملية شاملة ومستدامة, وتحررها من قيود النمط المؤسسي الرسمي.
2. انتشار وسائل الإعلام على نطاق واسع, وتنامي قدرتها على جذب مستقبل الرسالة الإعلامية, وبالتالي قدرتها على القيام بدور تربوي مواز لما تقوم به المؤسسة التربوية الرسمية.
3. تسرب بعض القيم السلبية. والعادات الدخيلة على ثقافة المجتمعات, وتحديدًا في البلدان النامية تحت غطاء حرية الإعلام.

### ومن هنا يبرز لدينا أهمية هذا المفهوم من خلال:

1. العناية بالوعي الإعلامي, مما يؤكد التربية على التفكير النقدي التأملي. إذ أننا نعيش في بيئة مشبعة بالمواد الإعلامية, وينبغي لنا أن نعي أن وسائل الإعلام لا تقدم مجرد عرض بسيط للواقع الخارجي, بل هي تعرض تراكيب مصاغة بعناية تعبر عن طائفة من القرارات والمصالح المختلفة, والوعي الإعلامي يساعدنا على تفكيك عملية تصنيع المواد الإعلامية, وعلى فهم المنتجات الإعلامية, ومن ثم فهم كيفية استخدامها.

2. العناية بالوعي الإعلامي جزء من تكوين المواطن المستنير، إذ يؤكد الخبراء أن الشباب وخاصة الذي لم يصب حظاً كافياً من التعليم إذا كان واعياً ببيئته وملماً بأحداث الساعة من خلال اطلاعه على الوسائل الإعلامية، وقادراً على استخدام أدوات الاتصال في التعبير عن ذاته، سيصبح مواطناً أفضل تكويناً وأكثر التزاماً.

3. العناية بالوعي الإعلامي يشجع على المشاركة الفعالة في المجتمع، فالتربية الإعلامية تمكن الناس من تفسير المواد الإعلامية ومن تكوين آراء واعية عنها بوصفهم مستهلكين لها، وأن يصبحوا منتجين للمضامين الإعلامية، فالغاية التي تتوخاها التربية الإعلامية هي تطوير الملكات النقدية والإبداعية لدى الطلاب.

يتم التذكير في هذا السياق على تبني اليونسكو بدعم من وزارات التربية والتعليم في الاتحاد الأوروبي مشروع (مينتور) لنشر التربية الإعلامية في أوروبا ودول حوض البحر المتوسط، وبانتهاء المشروع قرر عدد من الخبراء والمستشارين فيه تأسيس منظمة دولية تتولى نشرها على مستوى العالم وتحقق ذلك في مايو 2002م من خلال تأسيس المنظمة الدولية للتربية الإعلامية(8). ويؤكد مشروع مينتور من خلال المنظمة الدولية للتربية الإعلامية 2007 على أهمية وجود ميثاق شرف للمهنة في مجال التربية الإعلامية؛ حيث ينص المشروع في هذا الميثاق على ضرورة (9):

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

يظهر اذن في هذا الإطار ما للتكوين الجيد للمستخدم فيما اختص "بتربية الوعي" من أهمية بالغة على أصعد التعامل الرشيد ومخرجات الاعلام الجديد، وذلك باعتبارها مكونا تفتيتيا في الأساس غير باحث عن توحيد الغايات بما يتسق والأهداف الاجتماعية للأفراد. ومن هنا يجب التنبيه على الحتمية الناضجة لتكوين المستخدمين لوسائط الاعلام الجديد عبر "التربية الاعلامية بمفاهيمها الحديثة" في جوانب نظرية وتقنية عديدة تنطلق أساسا من افهامهم طرق عمل تلکم الوسائط والمراكز التحكمية الجديدة بها، وكذا كشف الأساليب العملية الضامنة لتقديم المستخدم لمحتويات إعلامية خادمة لأطره الاجتماعية والثقافية المميزة، وهي عملية تنطلق غالب من العوامل الفردية والحاجات الشخصية والخلفيات والنظم القيمية السائدة. (10)

في هذا السياق يقترح عدد من الخبراء، نموذجًا للتربية الإعلامية يتميز بالتركيز الكبير على مفهوم التفاعلية Interactivity الذي يميز وسائل الإعلام وتقنيات المعلومات الحديثة؛ فالشبكات الرقمية المعاصرة هي كونية الطابع خصوصًا مع التوسع في الشبكات التفاعلية العالمية واسعة النطاق Broadband التي تتيح للأفراد الانغماس Immersion في بيئات تفاعلية متعاظمة الكبر والتعقيد، ولذا فإن مهارات التفكير الناقد والمهارات التقنية ليست كافية للبقاء ضمن هذه البيئة الجديدة دون فهم طبيعة وقوة التفاعلية نفسها، وأن الفرد المثقف إعلاميًا هو الذي يعترف بعمق التفاعل الكوني؛ لذلك، يصبح الوعي الكوني Global Sensibility مفتاح الثقافة الإعلامية، وهو ما يعني أن الحياة المعاصرة تفاعلية. ويقترح لتحقيق فهم التفاعل الكوني كأساس للتربية الإعلامية المعاصرة نموذجًا تم اعتباره "الثقافة الإعلامية العميقة".

- مهارات العصر الرقمي : Digital Age Literacy لمقدرة على استخدام التقنية الرقمية وأدوات الاتصال، والشبكات للوصول إلى المعلومات وإدارتها وتقويمها وإنتاجها للعمل في مجتمع المعرفة. وتشمل مهارات الثقافة الأساسية والعلمية والاقتصادية والتقنية والبصرية والمعلوماتية وفهم الثقافات المتعددة والوعي الكوني.
- مهارات التفكير الإبداعي : Inventive Thinking تشمل مهارات التكيف والتوجيه الذاتي والابتكار ومهارات التفكير العليا .- مهارات الاتصال الفعال : Effective Communication تشمل مهارات العمل في فريق والمهارات البين شخصية والمسؤولية الشخصية والاجتماعية والاتصال التفاعلي
- مهارات الإنتاجية العالية : High Productivity تشمل مهارات التخطيط والإدارة والتنظيم.



على أن الباحث يشير في ها السياق الى كون النموذج الي قدمه فهد بن عبد الرحمان الشميمري يعد الأبرز من حيث الاحاطة بالجوانب الرئيسية المتعلقة بالتربية الاعلامية وإن كان لزاما التنويه الى ضرورة التعامل الجدي مع مخرجات تكنولوجيا الاتصال الحديثة والاعلام الجديد على صعيدي الاستخدام والتفاعل مع المضامين شديدة التعقيد و الاختلاف. (11)

### خاتمة:

تشكل التربية الاعلامية داخل منظومات الاعلام الجديد من العديد من المقاربات النظرية القاصرة حاليا عن تقديم ما يتواءم وطبيعة الوسائط التقنية الحديثة ونوع البيانات والمعلومات المحصلة من العملية برمتها، بالإضافة الى الكم الهائل من التغيرات والتطورات في الاستخدام باعتباره سلوكا تفاعليا للتلقي، وهو ما يجعل الحاجة ملحة كما تم التأشير إليه سابقا للسعي الحثيث تعقيديا من أجل ضمان مكونات وأهداف جديدة من عملية التربية الاعلامية، والتي تقف عقبات كأداء أمام فرص تقديمها بالشكل الذي ينسجم والطبيعة شديدة التغير عند المستخدم الذي غدت أنماطه الاتصالية معتمدة بشكل مضطرد على ما تجود به تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

## المراجع:

1. شيماء الهواري <https://www.politics-dz.com/threads/thr-altrbi-alylami-yl-2018/02/20/almgmtmyat.8360>
2. <http://articles.islamweb.net/media/index.php?page=article&lang=A&id=218323>  
2018/02/16
3. فهد عبد الرحمن الشميمري: التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام؟، الرياض: فهرسة مكتبة الملك فهد 2010/ 1431، ص ص 19 22.
4. Baranov, O. (2012). **Media Education in School and University**. (in Russian).Tver: Tver State University, P. 87.
5. Thomas, Julia(2004).Professional Commitment to Advertising: The Relationship Between advertising Education and Professional Commitment. Master Advertising. University of Florida.p21
6. ليلى البيطار,علياء العسالي مفهوم التربية الإعلامية في كتب التربية المدنية والتربية الوطنية للمرحلة الأساسية في المنهاج الفلسطيني مؤتمراً " العملية التربوية في القرن الحادي والعشرين: واقع وتحديات "بجامعة النجاح الوطنية 17/18/10/2009 فلسطين, ص 10.
7. ليلى البيطار,علياء العسالي, مرجع سابق ص 13
8. Masterman, L. (2015). **A distinctive mode of enquiry: Towards critical autonomy**. In M. Alvarado & O. B. Barrett (Eds.), *Media education: An introduction* (pp.102-103). London: British Film Institute.
9. Berger, R., & McDougall, J. (2014). **Media studies 2.0: A retrospective**. *Media Education Research Journal*, 2(2), p.5-9.
10. نسمة البطريق، الإعلام والمجتمع في عصر العولمة. دار غريب، القاهرة 2004. ص 52
11. فهد عبد الرحمن الشميمري, مرجع سابق, ص 25