



Norwegian Ministry  
of Foreign Affairs  
وزارة خارجية مملكة النرويج



Jordan Media Institute • معهد الإعلام الأردني

# التربية الإعلامية والمعلوماتية والرقمية

الدليل التدريبي

2021

معهد الإعلام الأردني



JordanMediaInstitute



JoMedIns



jordanmediainstitute

w w w . j m i . e d u . j o



# التربية الإعلامية والمعلوماتية والرقمية

دليل تدريبي 2021

إعداد

أ. عبدالله الكفاوين

أ. حسام العسال

معهد الإعلام الأردني

أيار/مايو 2021

© جميع الحقوق محفوظة لـ معهد الإعلام الأردني 2021

جميع المعلومات والرسومات التوضيحية الواردة في هذا الدليل خاصة بمعهد الإعلام الأردني



التربية الإعلامية والمعلوماتية والرقمية  
المفهوم والمهارات

التربية الإعلامية  
والمعلوماتية والرقمية  
والديمقراطية والقضايا  
الاجتماعية

التربية الإعلامية  
والمعلوماتية  
والرقمية وحقوق  
الإنسان

التربية الإعلامية  
والمعلوماتية والرقمية  
ومعالجة قضايا النوع  
الاجتماعي (الجنس)

المواطنة الرقمية

11

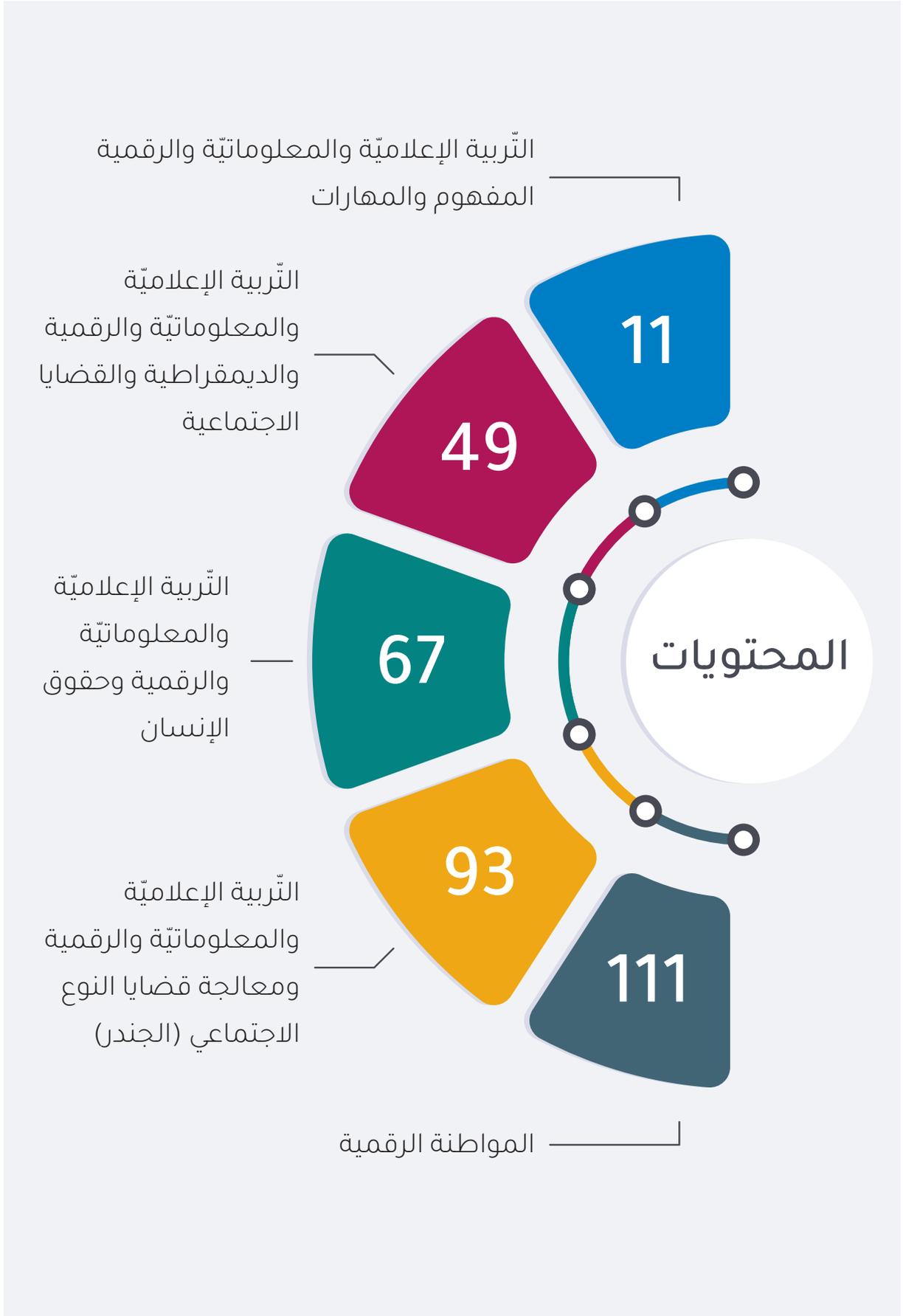
49

67

93

111

المحتويات





## مقدمة عامة

معهد الإعلام الأردني مؤسسة تعليمية غير ربحية أسستها سمو الأميرة ريم علي عام 2006. تسعى لدعم العاملين في ميدان الصحافة والإعلام في الأردن والمنطقة العربية، والراغبين في احتراف هذه المهنة من خلال توفير فرص تعليمية وتدريبية متقدمة تلبية لمطالب العديد من الصحفيين.

ويطبق برنامج الماجستير في معهد الإعلام الأردني معايير متقدمة في جودة تدريس الصحافة، تقوم على التوازن بين الجانبين النظري والتطبيقي والاندماج في تكنولوجيا الاتصال والتطبيقات الرقمية.

حيث يعد المعهد أول مؤسسة تعليمية عربية تطور مناهجها في الصحافة بالاستفادة من عناصر البيئة الرقمية، إلى جانب التركيز على بناء أساس معرفي ثقافي متين لدى الطلبة.

ومن باب المسؤولية المجتمعية للمعهد لطالما أكد على حق المجتمع في المعرفة، بما يعزز غرس الأسس المتينة لدور الإعلام في تحسين نوعية الحياة، وبناء الديمقراطية، وحمايتها، والتغير الثقافي والاجتماعي الإيجابي.

عام 2014 أسس معهد الاعلام الاردني مرصد «أكيد» لمصداقة الاعلام الأردني وهو أداة من أدوات مساءلة وسائل الإعلام، يعمل ضمن منهجية علمية في متابعة مصداقية ما ينشر على وسائل الإعلام الأردنية وفق معايير معلنة.

وفي عام 2016 بدأ المعهد أول مشروع متخصص في التربية الإعلامية والمعلوماتية بدعم من الاتحاد الاوروي وبالشراكة مع اليونسكو واشتمل المشروع آنذاك على تدريب 120 طالباً في 8 مدارس حكومية و24 معلماً عدا عن العمل في جامعتي الحسين بن طلال في معان وجامعة آل البيت في المفرق.

تعرف التربية الإعلامية والمعلوماتية على أنها مجموعة من المهارات والكفايات التي تمكن

الأفراد من البحث عن المعلومة واستخدامها بأمانة، وتقييم الرسائل الإعلامية ونقدها، وطرق إنتاج المحتوى الإعلامي مع احترام اخلاقيات المهنة. وتعتبر التربية الإعلامية والمعلوماتية من مهارات القرن الواحد والعشرين الرئيسية التي تسهم في صناعة مجتمع يتكون من مفكرين ناقدين ومنتجين مبدعين.

برزت الحاجة الملحة لتمكين الشعوب من هذه المهارات بعد الانتشار الواسع لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة والتدفق الهائل للمعلومات وتوجه الأفراد نحو مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيس للمعلومات ووسيلة للتعبير عن انفسهم. كما باتت الكثير من المنابر الإعلامية تستخدم في نشر الأكاذيب والتضليل والتحريض على العنف والكراهية. لكنها أيضاً وسائل ضرورية للتعبير ونشر الرواية البديلة وقيم الاعتدال والتسامح واحترام التعددية وحقوق الإنسان.

وقام المعهد بإعداد دليل لمعلمي المدارس وآخر لتدريس التربية الإعلامية والمعلوماتية في الجامعات، ودرّب مئات الأكاديميين والشباب وأفراد من المجتمعات المحلية.

حاز المعهد على جائزة اليونسكو للتربية الإعلامية عام 2018، لتميز المشاريع التي قام فيها بهذا الصدد وليتوج هذا الانجاز بتبنى الحكومة للإطار الاستراتيجي الوطني لنشر التربية الإعلامية والمعلوماتية (2019-2022) ويكون معهد الإعلام الأردني هو الذراع المنفذ لهذا الإطار، ويشمل:

- التعليم المدرسي.
- التعليم الجامعي.
- المؤسسات والبرامج الشبابية.
- مؤسسات المجتمع المدني والإعلام والفضاء العام.

وقد بنيت هذه الاستراتيجية بناءا على عدد من الفرص التي تتيحها التربية الإعلامية والمعلوماتية في الحالة الأردنية وتشمل:

**أولاً: تطوير التعليم بتحسين جودة المخرجات ونقل المعرفة بوسائط التكنولوجيا:**  
وعلى الرغم من الانتشار الواسع للانترنت وللهواتف الذكية الا أن هذا الانتشار لم يحدث تغييرا لصالح التنمية بل كانت له أحيانا نتائج سلبية.

### **ثانياً: تحسين التوافق الاجتماعي:**

تعد التربية الإعلامية والمعلوماتية اداة ناجعة لتحسين فرص التوافق الاجتماعي واحترام التنوع.

### **ثالثاً: سد فجوة المشاركة السياسية والاقتصادية**

تحدد التربية الإعلامية والمعلوماتية طريقة تنشئة أجيال أكثر استعدادا للمشاركة الايجابية. يعاني الأردن من أزمة مشاركة يثبتها ضعف المشاركة في انتخابات المجلسي الثامن عشر والتاسع عشر، وضعف المشاركة في الاحزاب ومؤسسات المجتمع المدني. وتبدو فجوة النوع الاجتماعي في تدني مشاركة المرأة في سوق العمل التي لا تتجاوز 14% مقابل 30% عربيا و50% عالميا. خاصة أن المرأة تشكّل 47.1% من إجمالي سكان الأردن عام 2020.

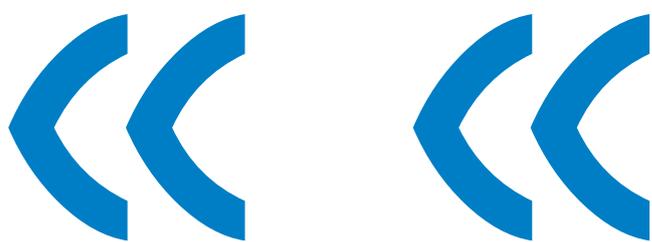
### **رابعاً: ترشيد الثقافة المجتمعية في مواجهة التطرف والكرهية:**

التربية الإعلامية والمعلوماتية تسهم في تطوير قدرات الأفراد على تقييم الرسائل الإعلامية ومقابلتها ورفضها مما يحصن الشباب ويكشف التضليل والزيغ.

### **خامساً: تمكين المجتمع من الفرصة السكانية:**

ويقصد بالفرصة السكانية التغير الديموغرافي لصالح الشباب وتحول قاعدة السكان من الأطفال المعالين الى الشباب المنتجين. ونحو 69% من المجتمع الاردني شباب أقل من 29 سنة. وهم من أجيال الانترنت مما يحدد الى حد كبير طرق تفكيرهم.





المحور الأول |

التربية الإعلامية

والمعلوماتية

والرقمية

المفهوم والمهارات

## مقدمة

يتلقى الفردُ كمًّا كبيرًا من المعلومات والمحتوى الإعلامي والمواد التي ينتجها مستخدمو منصات التواصل الاجتماعي، وفي الوقت ذاته يجذبُ الجمهور نفسه معرضًا لمخاطر هذا الكم من الرسائل الإعلامية المتلقاة، التي تتضمن العديد من المضامين الضارة، كالتطرف والعنف والغزو الثقافي والصبغة التجارية للرسائل الإعلامية، إضافة إلى تشكيل صور نمطية مغلوطة متعلقة بالنوع الاجتماعي والعرق، فضلًا عن الأخبار غير الدقيقة والمكذوبة والمضللة.

من هنا تبرز أهمية مواجهة تلك المخاطر والأضرار، وتمكين الجمهور من فهم المضمون الإعلامي وطريقة بنائه، ومساعدته على اختيار الوسيلة الإعلامية المناسبة.

لقد أظهرت الثورات التقنية والرقمية، المتزامنة مع الأحداث السياسية الكبرى في المنطقة، أهمية تمتع المتلقي بالتربية الإعلامية، حمايةً له من التأثيرات السلبية للإعلام، وشحذًا لوعيه الإعلامي الذي يمكنه من التعامل مع الرسائل الإعلامية وفهمها ومعرفة تكوينها، هذا الوعي الذي يتيح له أيضًا المشاركة الفاعلة في المجتمع.

إن زرع حس نقدي لدى المتلقي يُعطيه فرصة تحليل ما يُعرض عليه من محتوى إعلامي، ويجعله قادرًا على تقييمه وتحليله والتفاعل معه عبر إنتاج رسائل إعلامية مقابلة، وهذا ما تهدف إليه التربية الإعلامية والمعلوماتية بين جملة أهدافها.

## ماهي التربية الإعلامية؟

عرّف مؤتمر (القيادة الوطنية للتربية الإعلامية) المنعقد في الولايات المتحدة الأميركية عام 1992، التربية الإعلامية بأنها القدرة على الوصول للرسائل الإعلامية وتحليلها وتقييمها، وإنشاء الاتصال بأشكال وأنماط مختلفة مثل التلفزيون والسينما والإنترنت.

أما المفوضية الأوروبية وصفت عام 2007 التربية الإعلامية بأنها القدرة على الوصول للمحتوى الإعلامي وتقييمه نقدياً، إضافة إلى القدرة على إنشاء محتوى اتصالي.

ومن الجدير بالذكر أن التربية الإعلامية تُشكل مظلة لأنواع أخرى من التربية، مثل التربية المعلوماتية والتربية الرقمية والتربية الإخبارية.

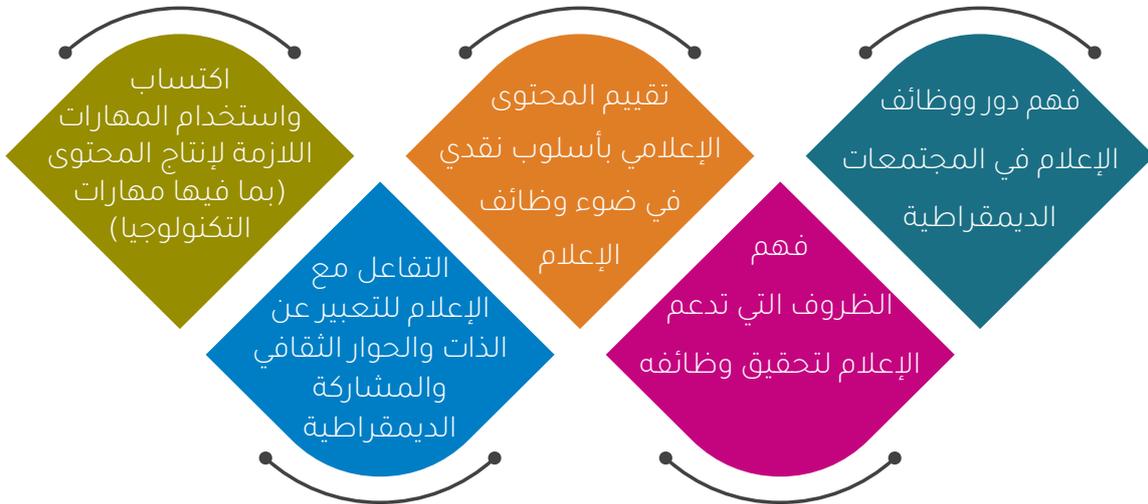
عُرِّفت اليونسكو التربية الإعلامية والمعلوماتية في إعلانها بالمؤتمر المنعقد بموسكو عام 2012، بأنها مجموعة المعارف والمهارات والممارسات اللازمة للوصول إلى المعرفة والمعلومات، وتحليل هذه المعلومات وتقييمها واستخدامها وإنتاجها ونقلها بطريقة إبداعية وقانونية وأخلاقية تحترم حقوق الإنسان.

إن هذا التعريف يُشير إلى أن الأفراد الذين يمتلكون هذه المنظومة من المعارف والمهارات والكفايات قادرون على استخدام مصادر وقنوات متنوعة من الإعلام والمعلومات في حياتهم الخاصة والمهنية والعامة، وقادرون كذلك على تحليل المعلومات، والرسائل، والمعتقدات، والقيم التي تنقلها وسائل الإعلام أو أي منتج محتوى، وبإمكانهم التحقق من صحتها، طبقاً للمعايير الشخصية، والعامة، التي تعتمد على السياق.

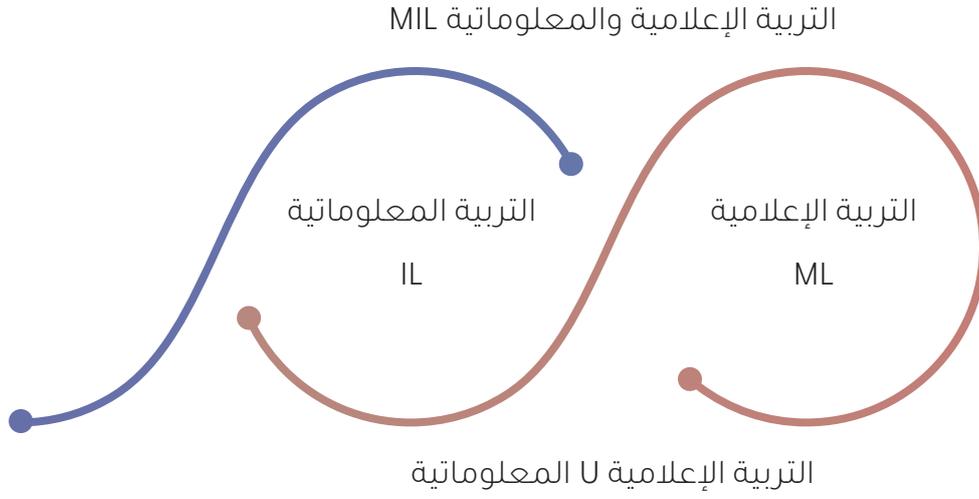
عُرِّفت اليونسكو التربية المعلوماتية بأنها القدرة على التعرف، وقت الحاجة، إلى المعلومات، وتحديد موقع المعلومات وتقييمها واستخدامها بطريقة فعالة وتوصيلها بأشكالها المختلفة، وتشمل القدرة على التعامل بشكل أخلاقي مع الوثائق بجميع أنواعها وفي المراحل جميعها.



الشكل (1): النتائج المتوقعة تحققها من التربية المعلوماتية



الشكل (2): النتائج المتوقعة تحققها من التربية الإعلامية



الشكل (3): العلاقة بين التربية الإعلامية والتربية المعلوماتية

## التربية الرقمية

تحتاج التربية الرقمية إلى مهارات أكثر شمولية من التربية الإعلامية، لكنها في الوقت ذاته لا تُعدُّ بديلَ التربية الإعلامية، إنما تتطلب زيادةً في إتقان مهارات القراءة والكتابة وفهم آليات عمل التقنيات الجديدة. والتربية الرقمية مفهوم مفيد يضم العديد من المهارات الضرورية لاستخدام التقنيات الرقمية، وهي مرتبطةٌ بالقدرة على استخدام الحاسب الآلي ومنصات التواصل الاجتماعي وشبكة الإنترنت.

تُعرف التربية الرقمية بالقدرة على البحث والتحليل والتفكير النقدي، إضافة إلى التمكن من التعامل مع الوسائل الرقمية وأدواتها وخصائصها ومحدداتها، بما في ذلك حماية المعلومات والخصوصية.

التربية الرقمية مفهوم ذو أبعاد متعددة يتضمن امتلاك الفرد للمهارات اللازمة للوصول إلى هدف ما باستخدام الأجهزة الرقمية وتقنياتها، إضافة لامتلاك الكفاءة في استخدام التقنيات، بمعنى أن هذا المفهوم يتضمن المهارات الضرورية والأساسية لاستخدام التقنيات الرقمية.

### جدول (3): النتائج المتوقعة تحققها من التربية الرقمية

فهم أدوار الأدوات الرقمية وكيفية استخدامها	الاستخدام الأخلاقي للأدوات الرقمية	تقييم المحتوى الرقمي بأسلوب نقدي سليم	امتلاك مهارة الإنشاء للنقد والتعبير عن الرأي بوساطة الأدوات الرقمية	القدرة على حماية المعلومات والخصوصية	التفاعل مع المجتمع عن طريق الواقع الافتراضي والتأثير في القضايا المختلفة
--	------------------------------------	---------------------------------------	---	--------------------------------------	--

## أهمية التربية الإعلامية والرقمية

في العصر الحالي الذي يزداد فيه الاعتماد على الأدوات الرقمية والفضاء الرقمي الافتراضي، وهو الفضاء الذي يضم سيلا من المعلومات والأخبار والمحتوى الإعلامي، أصبح لا بد من اكتساب مهارات التربية الإعلامية وكفاءاتها، مهارات وكفاءات لم تعد حكرا على فئة مخصوصة أو عمر معين.

إن كفاءات التربية الإعلامية ومهاراتها تعطيان الإمكانية للبحث والتقييم النقدي واستخدام المعلومات والمحتوى الإعلامي والإسهام فيه بحكمة ومسؤولية، ومعرفة كيفية إدارة حقوق الفرد في الشبكة العنكبوتية، وفهم كيفية مكافحة خطاب الكراهية والتسلط والتنمر، واستيعاب القضايا الأخلاقية المحيطة بالوصول إلى المعلومات واستخدامها، وكذلك المشاركة مع وسائل الإعلام وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتعزيز المساواة، وحرية التعبير والتسامح وقبول الآخر، والحوار بين الثقافات وبين الأديان، وإرساء ثقافة السلام ونبذ العنف.

### أهمية التربية الإعلامية والرقمية في نقاط:

- تعزيز مهارات التعامل مع وسائل الإعلام والمعلومات
- الحماية من المحتوى السلبي لوسائل الإعلام
- بناء الوعي لدى الأفراد للسيطرة على تأثيرات وسائل الإعلام
- تمكين الفئات العمرية المختلفة من استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات والوسائل الرقمية بفاعلية، وذلك وصولا للرسائل الإعلامية وتقييمها وإنشائها ومشاركتها
- خلق الوعي عند الأطفال تحديدا تجاه الرسائل الإعلامية المتنوعة التي يتعرضون لها
- توعية الطلبة تجاه العديد من القضايا المجتمعية كالظلم وعدم المساواة والتمييز العرقي والطبقي والتمييز المبني على النوع الاجتماعي
- تهيئة الأطفال والطلبة كي يكون لهم دور بالمشاركة في مجتمعاتهم ثقافياً واقتصادياً وسياسياً، وبناء شخصيات مستقلة وناقدة قادرة على اتخاذ قرارات صائبة حيال ما تتعرض له

- استثمار انجذاب الطلبة إلى العالم الرقمي، وذلك لتمكينهم من رواية القصص وإنشاء المحتوى الإعلامي والوصول إلى المعلومات المطلوبة
- تعزيز مفاهيم حقوق الإنسان والحريات عند المجتمع، وتمكينه من التعبير عن نفسه، والمشاركة الديمقراطية الفاعلة وتعزيز مفهوم المواطنة الرقمية

## كفاءات

### التربية الإعلامية والرقمية

الأمن السيبراني

2

التربية المعلوماتية

1

العلاقات الرقمية

4

التفكير النقدي

3

إدارة الخصوصية

6

التعاون

5

المفاهيم الرئيسية

9

مهارات الحياة/  
العمل

8

الأمان الرقمي

7

المواطنة

11

التواصل

10

محو الأمية البصرية

13

بناء المعرفة

12

التربية الرقمية:  
المهارات الشخصية،  
والتكنولوجية،  
والفكرية للعيش في  
مجتمع رقمي

آداب المهنة

15

الكفاءات الثقافية

14

التربية الإعلامية:  
المشاركة  
الفاعلة مع  
وسائل الإعلام

الشكل (4):

## مهارات التربية الإعلامية

### 1. مهارة الوصول (Access) أو الحصول على المعلومات.

تعني مهارة الوصول فهم قدرة كل وسيلة ومنصة وجهاز وكيفية استخدام الوظائف الخاصة بكل واحدة منها، وحيازتها أو امتلاكها. ومهارة الوصول تعني أيضا القدرة على البحث، والحصول على المحتوى الإعلامي، وإيجاد المعلومات واستعادتها وتخزينها، واستخدام التقنيات المناسبة لذلك كله. كما تشمل مهارة الوصول وتحديد مصادر المعلومات وامتلاك أسلوب جمع المعلومات واستعادتها.

ذكرت منظمة اليونسكو أن هناك العديد من الأفراد لا يمتلكون المعرفة أو لديهم معرفة محدودة بتقنيات المعلومات والاتصال والوصول للمعلومات الرقمية، غير أنهم ما زالوا قادرين على الوصول للمعلومات والتواصل عن طريق الأدوات والوسائل التقليدية.

#### الوصول للمعلومات وأدواته:

تعد البيانات المعلومات الأولية الخام غير المصنفة وغير الواضحة في الغالب الأعم، وهي التي يصعبُ على غير المختصين بها فهمها، لكن المرحلة الثانية تجعل البيانات معلومات مفيدة، وذلك بعد فرزها وتصنيفها وتحريها.

المعرفة هي الهدف من البيانات والمعلومات، فالمعلومات تُوظف لتطوير الحياة وتغيير الظواهر خدمة للإنسانية.

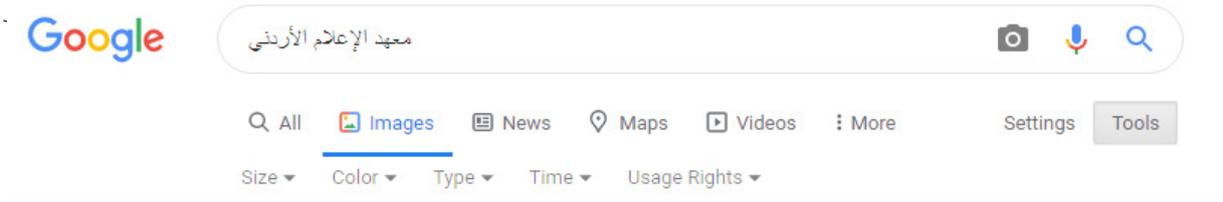
هناك تصنيفات عديدة للوسائل التي يمكن أن نستقي منها المعلومات، فهي تصنف بصرياً أو سمعياً أو حسب مصادرها ونوعها، كالمصادر الأكاديمية المبنية على مناهج علمية مثل البحوث والدراسات، هذا وتعد المكتبات أيضاً من المصادر، غير أن المصادر الأكثر انتشاراً اليوم هي وسائل الإعلام والإنترنت، الأمر الذي دفع العديد من المكتبات والكثير من الباحثين إلى نشر البحوث والكتب عن طريق الإنترنت والإعلام للاستفادة منها وزيادة رقعة انتشارها.

هناك عوامل كثيرة يمكن بواسطتها التحكم بوسائل الإعلام وتحديد وجهات النظر المنشورة. مثل ملكية الوسيلة الإعلامية وتوجهاتها وأفكار العاملين فيها، وهو ما يحدث أيضا عبر الإنترنت، فهناك عوائق تحد من إمكانية الأخذ بالمعلومات المنشورة على الإنترنت وعدّها صحيحة دائما، بالرغم من تنوعها وسهولة الوصول إليها، لكنها تحتاج إلى المراجعة وإلى تأكيدها من مصادر متعددة، وتحتاج أيضا إلى تصنيفها من الخبراء.

علينا أن نراعي مجموعة من التفاصيل في المعلومات التي نحصل عليها عن طريق الوسائل السابقة، وذلك بطرح الأسئلة التالية:

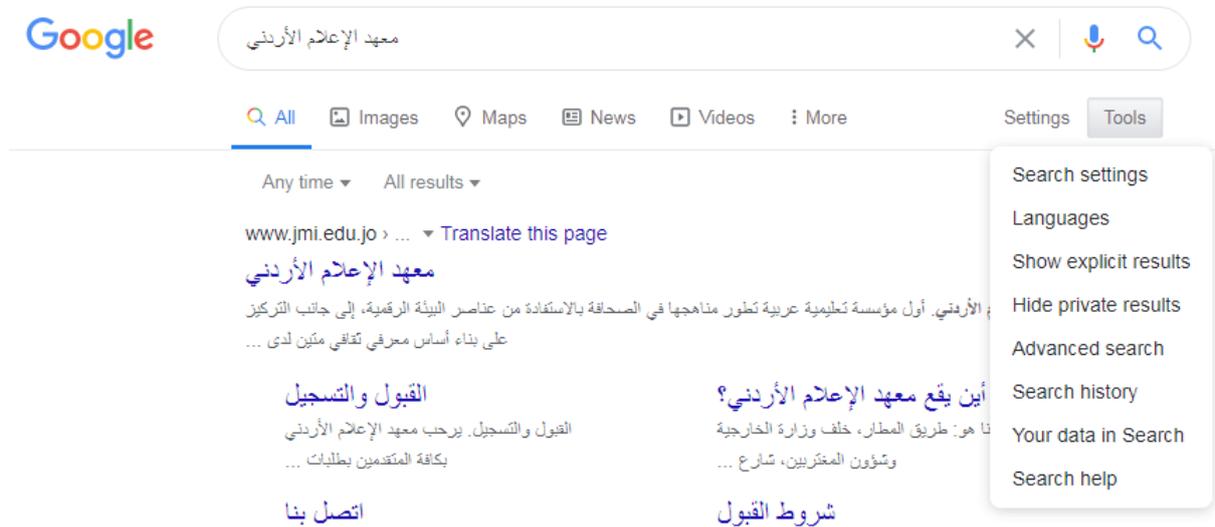
- من صنع الرسالة؟
- ما الهدف من بث الرسالة؟
- ما هي الوسائل المستخدمة للفت الانتباه؟
- من المستهدف من الرسالة؟
- ما هو التأثير المطلوب للرسالة؟
- ما هي القيم ووجهات النظر الممثلة أو غير الممثلة في الرسالة؟

تعدُّ محركات البحث من أهم أدوات الوصول، وأشهرها Google الذي يتيح للمستخدم أدوات تفصيلية للبحث تسمى بالبحث المتقدم، فمثلا عند البحث عن صور معينة يتيح لنا جوجل



صورة (1)

إن هذه الميزة أيضا متاحة للنصوص، وهي تمكننا من البحث بحسب لغة النشر والوقت والمصدر بعد الضغط على Settings أو إعدادات.



صورة (2)

ولا تُعدُّ هذه الطريقة الوحيدة للبحث، إذ يمكن لنا أن نستفيد من النتائج الظاهرة لمتابعة الناشرين للأخبار.

### الوصول للإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي في الأردن:

سجلت نسبة الوصول في الأردن للإنترنت رقما مرتفعا على المستوى العالمي، بحسب موقع إنترنت وورد ستيتس وإحصائيات هيئة تنظيم قطاع الاتصالات، فقد وصل عدد مستخدمي الإنترنت مع نهاية العام 2019 ثمانية ملايين وسبعمئة ألف مستخدم، لتبلغ نسبة الوصول قياسا بعدد السكان 85.3%.

وانعكس انتشار الإنترنت محليا على استخدام منصات التواصل الاجتماعي بأنواعها، إذ سجل الأردن الذي يصل عدد سكانه لعشرة ملايين ونصف تقريبا أعدادَ حساباتٍ كبيرةً نسبيا في الفيسبوك، حيث وصل عدد الحسابات إلى «5,755,000» خمسة ملايين وسبعمئة وخمسة وخمسين ألف حساب حتى فبراير 2020.

ووفقاً لإحصاءات هيئة تنظيم قطاع الاتصالات حتى منتصف 2020 تجاوز عدد اشتراكات الهواتف الخلوية سبعة ملايين وثلاثمئة وثمانين اشتراكاً، ووصل عدد اشتراكات الإنترنت في الأردن إلى سبعة ملايين وتسعمئة ألف اشتراك بأنواعها وبنسبة انتشار وصلت إلى 74%.

## 2. مهارة فهم المحتوى الإعلامي وتحليله (Understanding & Analysis)

تعني هذه المهارة وجود فهم لدوافع المنتجين في قطاع الإعلام، وكذلك امتلاك القدرة على التفريق بين الحقيقة والخيال، وبين الصحيح والخطأ.

عرفت اليونيسكو هذه المهارة بالقدرة على الفهم والتحليل والتقييم النقدي للمحتوى الإعلامي والمعلومات وطريقة عمل المؤسسات الإعلامية، وذلك ضمن السياق العام لحقوق الإنسان والحريات الإنسانية.

إن الفهم الذي تشير إليه هذه المهارة يشمل فهم تقنية الجهاز أو الوسيلة، ومعرفة كيف من الممكن أن يختلف معنى الرسالة ذاتها وبيانها، وكذلك فهم المحتوى وفقاً للسياق الذي أتى به المحتوى، ومعرفة سبب إنشائه ومعناه ضمن السياق الاجتماعي.

تتضمن هذه المهارة المقارنة بين الواقع الحقيقي والعالم الافتراضي، والتمييز بين الخبر والرأي والوعي تجاه عامل الوقت فيما يخص الأخبار، وتقييم جودة المحتوى الإعلامي من نواحي الدقة والموثوقية والملاءمة والاكتمال ومدى الفائدة.

من الجدير بالذكر أن هذه المهارة تساعد في فهم علاقة التربية الإعلامية بالمواطنة والديمقراطية والحكم الرشيد، ومعرفة الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تعزيز حرية التعبير وحرية الوصول للمعلومة، ووضع التساؤلات السليمة فيما يتعلق بقدرة العوامل الاقتصادية والسياسية والتقنية على تحديد المحتوى الإعلامي وتشكيله، ودورها في الرقابة على المؤسسات الإعلامية.

## الحس النقدي ومتطلباته:

اهتمت التربية الإعلامية والمعلوماتية بقدرة الفرد على نقد المعلومة ونقد المحتوى الإعلامي، والتحليل بالتفكير النقدي الذي عرفته اليونسكو بـ «القدرة على دراسة المعلومات والأفكار وتحليلهما من أجل فهم المدلول الدقيق وتقييمه وفهم الافتراضات المطروحة، وليس مجرد تناول معناها الظاهري».

إن الأفراد القادرين على البحث والتحليل والتفكير النقدي وإنشاء محتوى معلوماتي، لديهم المؤهلات المتوقعة التي تُناسب عالم المعلومات والقرن الحادي والعشرين.

فالتربية الإعلامية تحمي الأشخاص الذين يمتلكون مهارات النقد والتحليل من أخطار خرق الصحفيين والمؤسسات الصحفية المتكرر للأخلاقيات الإعلامية، وتحميهم كذلك من المحتوى المتداول في منصات التواصل الاجتماعي.

إذا وُجدَ الحس النقدي الذي تطالب به التربية الإعلامية والمعلوماتية فإن الفرد يصبح قادراً على التعبير عن رأيه بطريقة صحيحة وفاعلة، وبأساليب متنوعة بين التعبير النصي والأدبي أو المقاطع الصوتية أو إنشاء مقاطع فيديو.

لكن لا يُمكن عَدُّ النقد مهارة مستقلة ضمن مهارات التربية الإعلامية، إذ إن الحس النقدي يجمع بشكل أساسي بين مهارتين من مهارات التربية الإعلامية، وهما مهارة الفهم والتقييم من جهة ومهارة إنشاء المحتوى من جهة أخرى، وبالتالي فإن الفرد يستطيع أن يفهم محتوىً إعلامياً معيناً أو قضية معينة، ويقيمهما، ويفهم حيثياتهما وجوانبهما، ومن ثم يكون رأياً نقدياً عن إيجابيات ذلك المحتوى أو تلك القضية وسلبياتهما.

بعد ذلك يأتي دور تطبيق مهارة إنتاج المحتوى ومشاركته، وهنا يستطيع الفرد أن يجسد تقييمه لقضية معينة ونقده لها بصورة تطبيقية، ويختار الطريقة الأمثل والأكثر فاعلية للتعبير عن رأيه.

إن امتلاك الحس النقدي من أهم نتائج التمتع بالتربية الإعلامية، التي تمكن الشخص من استهلاك الرسائل الإعلامية بطريقة تحليلية ومدركة، وتفسح له المجال للتعبير وإبداء الرأي بطريقة مناسبة وأخلاقية.

تتوفر في مجتمع المعلومات كميات كبيرة من المعلومات بسبب الحضور الكبير للوسائل التقنية، لكن في مجتمعات المعرفة والمعلومات تتعاضم الحاجة لوجود التفكير النقدي وتحليل المعلومات.

ولا يعني توفر المعلومات بشكل كبير أنها مصدر للمعرفة، إذ يجب أن تتوفر الأدوات اللازمة لمعالجة المعلومات، فالفرد في مجتمع المعرفة عليه أن يمتلك القدرة على التحرك بشكل جيد وسط المعلومات، وأن يكون صاحب تفكير نقدي يُميز المعلومة المفيدة والجادة والساخرة والضارة من غيرها.

عند إنشاء محتوى نقدي يجب أن يكون الغرض منه معالجة مشكلة أو ظاهرة، وإبداء الرأي فيها دون قصد إلحاق الأذى والضرر بجماعة أو بفرد، على أن يكون الفيصل دائما هو احترام خصوصية الفرد والحق في التعبير ومصلحة المجتمع والأفراد من هذا الرأي.

على المحتوى النقدي أن يستند إلى وقائع محددة، وأن لا يستند إلى العواطف، مع ضرورة الحرص على عدم الوصول عن طريق هذا المحتوى إلى التنمر والاستقواء وخطاب الكراهية.

عند قراءة محتوى إعلامي أو مشاهدته يجب التعامل معه بداية عن طريق القراءة النقدية، وهي القراءة المهارية التي تمكن الشخص من إدراك الرسائل الإعلامية وقراءتها وتحليلها وفهمها وإعطائها معنى. والقراءة النقدية تشمل مستويات مختلفة، تتنوع بين امتلاك المعرفة بصياغة وسائل الإعلام لأخبارها ومحتواها ومصطلحاتها ومبادئها، ثم القدرة على فهم هيكل الرسائل الإعلامية ووصفها وأشكالها وتنظيمها وآلياتها الرئيسية لإنتاج المضمون والمحتوى، ثم القدرة على تأطير معنى الخطابات الإعلامية في السياق المستخدم، ثم التمتع بالاستقلالية في تقييم المعلومات والرسائل الإعلامية.

## نقاط إرشادية:

هناك خطوات لا بد منها عند التعرض لمحتوى إعلامي والرغبة بإخضاعه للنقد، يمكن إجمالها بما يلي:

- استجواب المحتوى والنص، والنظر بعين الشك للمعلومات الواردة في المحتوى للتأكد منها ومن مدى ملاءمتها
- فحص المعلومات الواردة في المحتوى الإعلامي ومحتوى منصات التواصل الاجتماعي، ومقارنتها مع مصادر مختلفة للتأكد من طريقة عرضها وتناولها ودقتها ومدى التحيز في المحتوى بهدف تقييمها
- تقييم المحتوى من جهة مطابقته لمعايير الوضوح والدقة والتحيز والموضوعية
- محاولة التمييز بين المحتوى الذي يتضمن خداعاً وتلاعباً وتضليلاً وأحكاماً مسبقة، وبين المحتوى الذي لا يتضمن ما سبق
- التأكد من المؤسسة الإعلامية التي نشرت المحتوى الإخباري من جهة مرجعيتها وتبعيتها ومصدر تمويلها وسياستها التحريرية
- بعد قراءة المحتوى ومشاهدته يجب التأكد من أنه قد أضاف معرفة ومعلومة جديدة أو لم يُضف
- تقييم مصادر البيانات والتأكد منها ومن دقتها ومن أهليتها لإعطاء تلك المعلومة
- التأكد من إصدار المحتوى تعميماً أو تمييزاً ما، أو احتوى على خطاب مسيء أو ينطوي على كراهية، أو تمييزاً ضد نوع اجتماعي معين أو جماعة ما
- فهم أساسيات التقنيات التقليدية والحديثة وكيفية عملها وتفاعلها مع الجمهور، واستخداماتها، وجمهورها المستهدف
- التأكد من دقة المعلومات التي يتضمنها الخطاب النقدي، والتريث لحين التأكد، والاستعانة بمصادر موثوقة وعمليات بحث كافية
- اختيار وسيلة التعبير والأداة المناسبة لإنشاء المحتوى الناقد
- الابتعاد عن العواطف والمشاعر، والتركيز والاستناد على الوقائع والحقائق والمعلومات الدقيقة الخاضعة للتأكد قبل استخدامها
- التحلي بالشجاعة في نشر المحتوى عند خدمته للصالح العام وعدم مخالفة القوانين السارية وذات العلاقة، ومراعاة القواعد الأخلاقية وخصوصية المجتمع
- التحلي برحابة الصدر عند التعرض لانتقاد أو وجهة نظر مخالفة، وقبول الأمر، والتركيز على حوار هادف بناء دون أخذ الأمر على المحمل الشخصي

**تدريب (1):** حاول تذكر خبر غير صحيح قرأته سابقا، ماهو؟ وماهي النقاط الإرشادية التي طبقتها عليه؟

**تدريب (2):** يمكن مناقشة النقاط السابقة على شكل مجموعات، والتحاور عن النقاط التي يطبقها بعضهم، وماهو الفارق الذي سيحدثه تطبيق نقاط أخرى؟

### التحقق: نص - صورة - فيديو

بسبب الانتشار الهائل لمصادر المعلومات وتنوعها؛ أصبح من الواجب مراعاة عدد من المعايير بشكل شخصي، والتحقق من المعلومات والأخبار التي ترد إلينا بكل أشكالها من صور ونصوص ومقاطع فيديو.

في الوقت الذي يُعدُّ فيه هذا التعرض الكبير للمحتوى والمعلومات تهديدا للدقة والمصداقية، فإنه من الممكن أن يلعب دورا إيجابيا في تسهيل عملية التحقق.

تتنوع مصادر استقاء الأخبار وتتغير بحسب المستخدم والوسائل التي يتعرض لها، وهي في مجملها تنقسم إلى: مواقع إخبارية، وقنوات تلفزيونية، وإذاعات ومنصات التواصل الاجتماعي التي تُعدُّها الوسائل السابقة وسيلةً انتشار فضلا عن استخدامها منصة.

كثيرةٌ هي العوامل التي تتحكم في اختيار الوسائل الإعلامية لتصبح مصدر الأخبار، ومنها ملكية الوسيلة وسياستها التحريرية وتوجهاتها وطبيعة توجهات العاملين فيها إضافة إلى المصداقية والشفافية.

لمنصات التواصل الاجتماعي خصوصية تميزها عن بقية الوسائل الأخرى، اكتسبتها من طبيعة المستخدمين وسهولة استخدام هذه المنصات المفتوحة للجميع دون قيود مكانية أو أكاديمية أو عمرية في بعض الأحيان، وأيضا بسبب غياب الرقابة المؤسسية إلى حد ما، والاعتماد على الرقابة الذاتية والرقابة القانونية اللاحقة في مراحل متأخرة.

المصدر هو أساس النصوص والمواد الإخبارية، وهناك عوامل عديدة تسهل التعامل مع المصادر وتصنيفها، منها:

## 1. وجود المصدر بشكل صريح أي بالاسم والمنصب الوظيفي.

مثال (1): صرح مصدر مسؤول بأن سبب وقوع الحادث هو عدم اتخاذ السائق التدابير الوقائية اللازمة. (مصدر مشكوك به)

مثال (2): صرح الناطق باسم الأمن العام عامر السرطاوي بأن سبب وقوع الحادث هو عدم اتخاذ السائق التدابير الوقائية اللازمة. (المصدر واضح)

## 2. وجود علاقة واضحة بين المصدر المذكور والحادثة ذاتها.

مثال (3): صرح مدير الصحة بأن اصابات حادث الكرك بخير وبصحة جيدة. (مصدر مشكوك فيه)

مثال (4): صرح مدير صحة الكرك محمد الطراونة بأن اصابات حادث الكرك بخير وبصحة جيدة. (مصدر ذو صلة)

### التحقق من النصوص:

التحقق من النصوص سهلٌ وصعبٌ في الوقت ذاته. غير أن هناك أموراً تُساعدُ في التحقق السريع أبرزها تاريخ النشر. فالخبر يمكن أن يكون قديماً ولكن أُعيد تداوله في الوقت الراهن، كما أن المعلومات الواردة في الخبر تساعدنا أيضاً على التحقق.

ويُمكن أن يُعدَّ تقلُّبُ المناصب والمسميات دليلاً مساعداً على التحقق والتثبت، فعلى سبيل المثال إذا ذُكر وزير الإعلام في خبر، وتسرب لنا الشك في الاسم، فإنه يُمكن البحث عن هذه المعلومة وحدها، مثل: مَنْ هو وزير الإعلام الأردني 2020، وهذا ينطبقُ على أية معلومة أخرى في الخبر، وبإمكاننا أيضاً أن نأخذ العنوان أو المعلومة الأبرز ونبحث عنها وحدها بوساطة محركات البحث.

يجب علينا أيضاً تحكيم الجانب المنطقي في الأخبار التي نسمعها، مثال ذلك: (الأردن يحصل على قرض بقيمة 10 مليارات دولار) ببساطة الرقم كبير جداً، ومن الصعب وجود جهة تُقرض هذا المبلغ.

يمكن أيضاً التحقق بشكل مباشر من الأخبار عن طريق الاتصال المباشر مع شخص معين أو قريب من مكان حدوث الخبر.

مثال (5): خبر بعنوان (الحجر على عشرة بنايات في معان)، وعندها يمكن الاتصال مع أحد الأشخاص الذين يسكنون تلك المنطقة (معان) وسؤاله عن المعلومة. وهذه الخطوة مساعدة على التحقق.

كما يمكن التأكد من المصادر الرسمية المخولة بموضوع الحجر، والتأكد من البيانات الرسمية لتلك الجهات، مثل: وزارة الصحة ووزارة الداخلية ومديرية الأمن العام.

هناك طريقة أسهل لتصنيف الأخبار ومدى دقتها، وهي تطبيق قاعدة الأسئلة الخمسة التي هي أساس أي خبر صحفي، أي ببساطة يجب على الخبر، غالبا في مقدمته، أن يجيب عن الأسئلة التالية، وفي حال كان الجواب عن أحدها ناقصا نبحث عن إجابته:



الشكل (5): الأسئلة الخمسة في الخبر الصحفي

## التحقق من الصور:

بوجود الإنترنت، أصبح التحقق من الصور أكثر سهولة وسرعة. فالإنترنت يحتوي على عدة أدوات للتحقق منها موقع "TinEye.com"، وهو يعمل بطريقة البحث العكسي، فعندما يقوم الشخص بوضع الصورة التي يريد التحقق منها، يقوم الموقع بإظهار نتائج عن الصورة ومعلومات عنها، كتاريخ النشر والنسخ المشابهة ومن قام بمشاركتها. مثال على التحقق من الصور:



الصورة (1) التي تظهر طلقة عالقة في خوذة عسكرية انتشرت وقت الهجوم الإرهابي في محافظة الكرك، أو ما يعرف بهجوم قلعة الكرك الذي حدث في 18 كانون الأول/ديسمبر 2016.

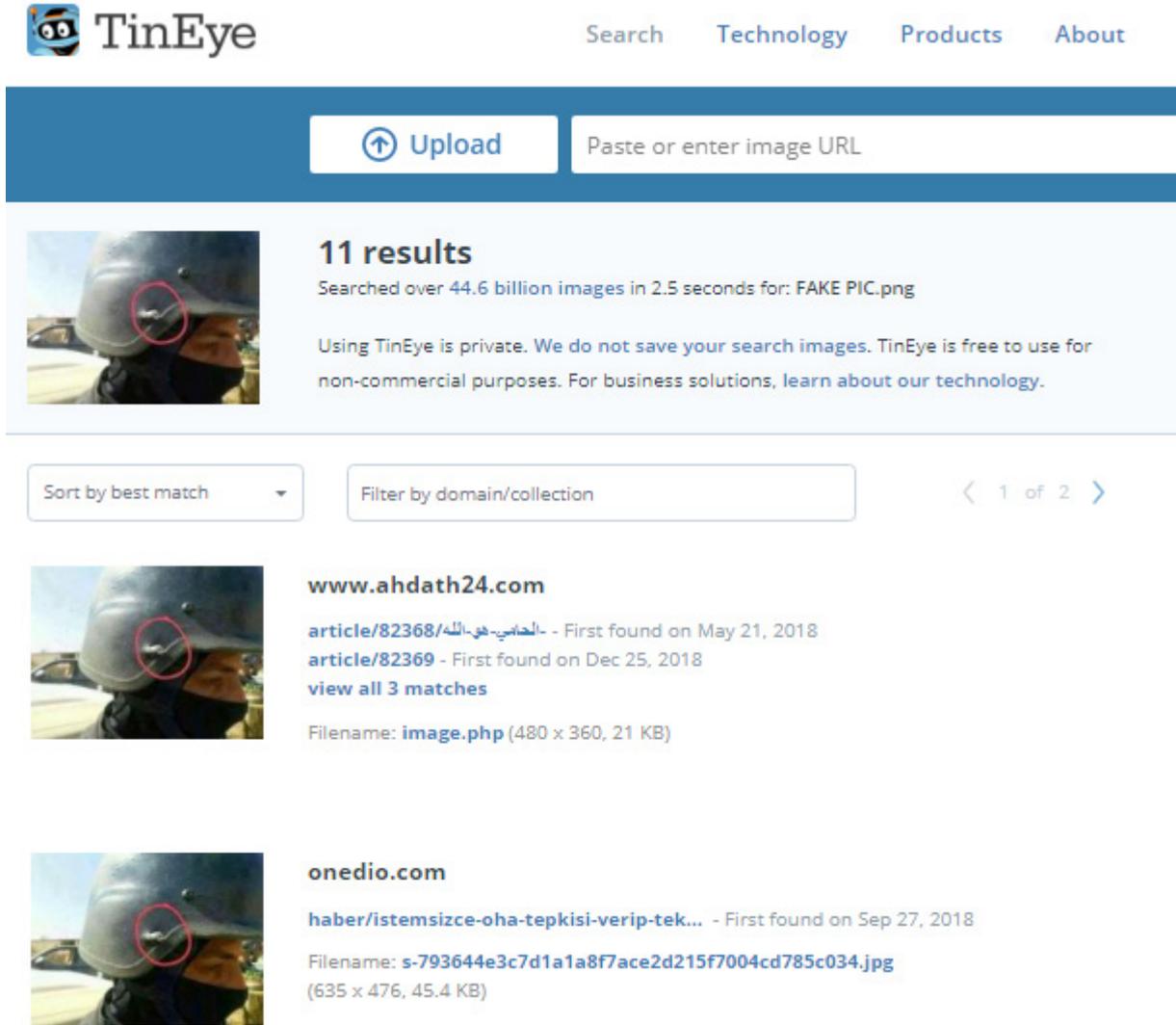
صورة (3)

بعد الدخول إلى الموقع نقوم بتحميل الصورة عبر الضغط على «Upload»، أو نسخ رابط الصورة ووضعه بالمكان المخصص.



صورة (4)

أظهر البحث على الموقع في هذه الحالة وجود 11 نتيجة مشابهة للصورة أو قريبة منها.



The screenshot shows the TinEye search interface. At the top, there is a navigation bar with links for Search, Technology, Products, and About. Below this is a search bar with an 'Upload' button and a text input field for 'Paste or enter image URL'. The search results section displays '11 results' for the image 'FAKE PIC.png', which is a close-up of a person's face with a red circle around a specific feature. The search was performed over 44.6 billion images in 2.5 seconds. A privacy notice states: 'Using TinEye is private. We do not save your search images. TinEye is free to use for non-commercial purposes. For business solutions, learn about our technology.' Below the search results, there are filters for 'Sort by best match' and 'Filter by domain/collection', along with a pagination indicator showing '1 of 2' results. Two search results are visible:

- www.ahdath24.com**  
article/82368/الحادي-هو-الله - First found on May 21, 2018  
article/82369 - First found on Dec 25, 2018  
view all 3 matches  
Filename: image.php (480 x 360, 21 KB)
- onedio.com**  
haber/istemisizce-oha-tepkisi-verip-tek... - First found on Sep 27, 2018  
Filename: s-793644e3c7d1a1a8f7ace2d215f7004cd785c034.jpg (635 x 476, 45.4 KB)

صورة (5)

يقوم الموقع بإعطاء بعض المعلومات عن النتائج، كتاريخ النشر، ومَن قام بنشر الصورة، وحجم الصورة، ومدى تشابهها مع الصورة مدار البحث، كما أن الموقع يتيح لنا ترتيب النتائج وفق المعلومات.



Sort by best match

Filter by domain/collection

Best match

Most changed

Biggest image

Newest

Oldest

**www.ahdath24.com**

article/82368/الحادي-هي-الله - First found on May 21, 2018

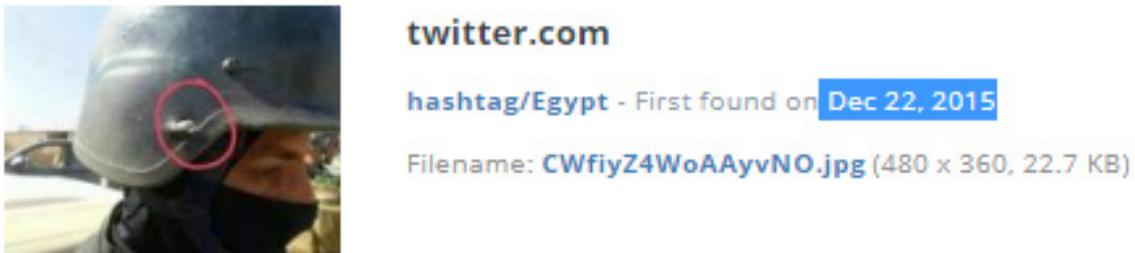
article/82369 - First found on Dec 25, 2018

view all 3 matches

Filename: **image.php** (480 x 360, 21 KB)

صورة (6)

في هذه الحالة توجد صورة مطابقة لصورة البحث منشورة بتاريخ 2015-12-22، أي قبل أحداث الكرك، وعليه سيثبت للباحث عدم صحة الصورة.



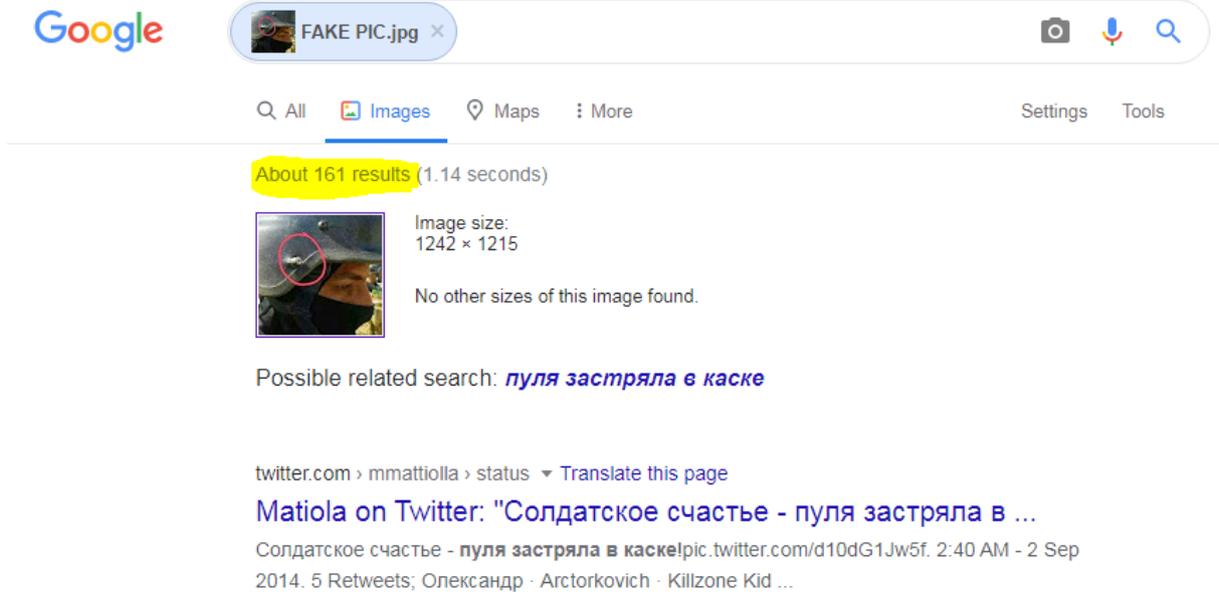
**twitter.com**

hashtag/Egypt - First found on Dec 22, 2015

Filename: **CWfiyZ4WoAAyvNO.jpg** (480 x 360, 22.7 KB)

صورة (7)

ويمكن تتبع الصور والتحقق منها بواسطة: "Google Images" ، وذلك بالطريقة ذاتها، إذ نقوم بوضع الصورة في خانة البحث وانتظار ظهور النتائج، غير أن هذه الطريقة أصعب؛ لأن عدد النتائج غالبا ما يكون أكبر.



صورة (8)

### التحقق من الفيديو:

تتعدد أشكال تزيف الفيديوهات، فالتزيف قد يحصل بتغيير مشاهد وتبديلها بمشاهد أخرى لتحقيق مصلحة ما أو الإساءة لجهة ما أو إخفاء حقيقة معينة، ويتم ذلك بتزوير الفيديوهات أو المونتاج.

ويمكن أيضاً تزوير الصوت المرافق للمشهد وتركيبه من مقطع قديم، كما يمكن تزيف الترجمة المرافقة للفيديوهات المنتشرة بلغات غير عربية كالإنجليزية أو العبرية أو الفرنسية مثلاً.

التزوير في مقاطع الفيديو يمكن أن يكون بتاريخ النشر، أو استخدام مقطع معين بوقت ومكان ومناسبة غير المنشور بها، ويمكن أن يُعطى الفيديو معنى آخر ويعدُّ ذلك تزويراً أيضاً.

إن وجود أكثر من نسخة للفيديو نفسه، وكذلك طول المدة الزمنية للفيديو يمكنهما أن يكشفوا التزوير المحتمل، ففي حال كان الفيديو أطول يمكن أن نعرف إذا كان مجتزعا بشكل معين أم لا، وإذا كان هناك أكثر من مقطع فيديو لحدث معين فمعنى ذلك وجود أكثر من مصور وأكثر من زاوية للتصوير، وعليه فإن المقاطع المختلفة الزوايا يمكن أن تكشف لنا أجزاء أكبر من الحدث.

لقد أصبحت تقنية Deepfakes أو الزيف العميق في متناول يد الجميع، ولها أشكال عدة أبسطها الفلاتر التي نستخدمها في تطبيقات منصات التواصل الاجتماعي للتصوير كفيسبوك وسناب شات وإنستجرام، وهذه التقنية بدأت في العام 1997 فكرة للتسلية وتغيير الكلام فقط في فيديوهات أصلية، وتطورت لاحقا لتصبح قادرة على تغيير الوجوه، فالمزور يحتاج فقط إلى مجموعة من الصور والفيديوهات لينتج فيديو مزورا بالكامل في دقائق بواسطة البرمجيات ودون تدخل كبير.

إن بالإمكان اتباع أدوات التحقق من الصور ذاتها، واستخدام موقع TinEye المجاني الذي ذكرناه سابقا، وذلك عن طريق أخذ لقطة مميزة من الفيديو Screenshot واستخدامها على المواقع للتأكد، كما بإمكاننا الفحص بالعين المجردة، وهو الفحص الذي يبقى مهما جدا؛ لأن أحجام الأشياء في الصورة والظلال ومكان الشمس وحتى الألوان واللافتات وعناصر الصورة كلها بشكل عام تسهل علينا فحصها.

إضافة إلى التأكد من تواريخ النشر والتفاصيل الأخرى، علينا التركيز على القناة التي تم نشر الفيديو عليها في اليوتيوب، ومدى مصداقية هذه القناة وما تنشره عادة، وكذلك توجهات أصحابها، وعدد الفيديوهات التي تنشرها، وغير ذلك من التفاصيل.

إذا كان الفيديو منشورا في منصات التواصل الاجتماعي فإن التعليقات عليه تكون في الغالب مفيدة جدا، ونستطيع أخذ المعلومات منها، ففي هذه الحالة يوجد أكثر من محقق في أماكن مختلفة وخلفيات مختلفة أيضا، إنهم المتابعون.

## 3. مهارة الإنشاء (Create)

تُعد مهارة الإنشاء تطورا مرتبطين بالتربية الإعلامية. وتُعد أيضا مهارةً تتميز بها التربية الرقمية التي تتطلب البحث والمشاركة وإنشاء المعلومات، وهي موجودة في جميع الأنواع الأساسية للتربية، وتتضمن الاستخدام المفيد والأخلاقي للمحتوى الإعلامي والمعرفة ضمن محددات الملكية الفكرية.

إن المشاركة الكاملة لا تحتاج إلى الوصول للرسائل الإعلامية فقط، وإنما تحتاج إلى إنشائها ومشاركتها أيضا، وإنتاج المعرفة والرأي بأسلوب أخلاقي وفعال، بحيث يصبح المواطن فاعلا ومشاركا ومؤثرا.

تهتم مهارة الإنشاء بامتلاك الفرد لمهارة الإنتاج بوساطة أجهزة الإعلام الرقمي ومعداته، إضافةً إلى حيازة الأجهزة الرقمية وامتلاك القدرة على استخدامها، ومعرفة كيفية عملها ووظائفها، وذلك لغرض إنشاء محتوى ما والتعبير عن الرأي والأفكار، إضافة لمعرفة كيفية الوصول للمعلومات.

تُعد مهارة الإنشاء، على اختلاف أساليبها، جوهر التربية الرقمية، فقد ساعدت تقنيات المعلومات والاتصال في دعم العمليات الإبداعية لإنشاء المحتوى، هذه العمليات التي تُساعد في الوصول إلى مفهوم المواطنة الرقمية المحتاجة إلى وجود مهارات التواصل عبر الوسائط المتعددة وباستخدام اللغة والصور والتصميم الجرافيكي والصوت.

جدول (4): مهارات التربية الإعلامية وسمات كل مهارة

المهارة	السمات
الوصول (Access)	القدرة على الوصول للمحتوى الإعلامي واستخدام الوسائل المناسبة لذلك. امتلاك أسلوب جمع المعلومات واستعادتها. تحديد الجهاز والوسيلة المناسبة للوصول للمعلومة وإجادة استخدامها ومنها الوسائل الرقمية الحديثة.

<p>القدرة على فهم دوافع منتجي المحتوى الإعلامي. القدرة على فهم المحتوى الإعلامي وتحليله بشكل نقدي. القدرة على التفريق بين الصواب والخطأ في الرسائل الإعلامية، وكذلك بين الرأي والخبر والوقائع. تقييم جودة المحتوى الإعلامي من نواحي الدقة والموضوعية والموثوقية. ومدى التزامه بالأخلاقيات والمعايير المهنية.</p>	<p>الفهم والتقييم (Understanding)</p>
<p>القدرة على إنشاء محتوى إعلامي وإنتاج المعرفة والرأي بطريقة أخلاقية وفعالة. القدرة على استخدام العديد من الأجهزة والوسائل الرقمية والاستفادة من وظائفها لغرض إنشاء محتوى ما أو رأي معين. امتلاك ثقافة إنتاج الرسائل الإعلامية وليس استهلاكها فقط</p>	<p>الإنشاء (Create)</p>

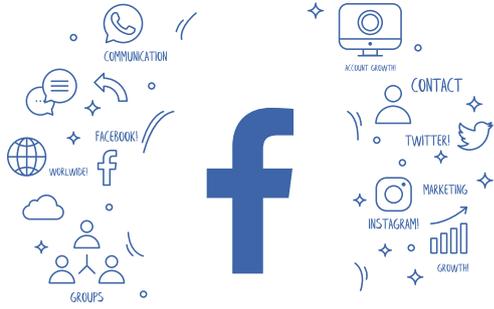
### الإنتاج عبر منصات التواصل الاجتماعي:

تتنوع منصات التواصل الاجتماعي الموجودة على الساحة، غير أن لكل منصة خصوصية وميزات وإمكانيات تتيحها لمستخدميها، وتعد منصة Facebook «فيسبوك» أبرز المنصات المستخدمة في الأردن.

عند الكتابة في منصة فيسبوك من المستحب استخدام أسلوب حوارى بعيد عن الأسلوب المتبع في إلقاء المحاضرات، مع الحرص على استخدام نبرة مسلية تشبه طريقة السرد في الحديث الشفوي، الأمر الذي يُساعد في خلق التفاعل مع المنشورات والتشجيع على التعليق. إن احتواء المنشور على سؤال يشجع المتابعين على التعليق والتفاعل، ويفضل الابتعاد عن الأسئلة المحددة بجواب نعم أو لا، أو الأسئلة التي تحتمل إجابة بكلمة واحدة.

الإيجاز والاختصار في الكتابة أفضل من الإسهاب، سواء أكان ذلك في فيسبوك أو تويتر، ويجب مراعاة إيصال أكبر قدر ممكن من المعلومات بأقل عدد من الكلمات، والأخذ بالحسبان الأسئلة الخمسة التي يجيب عنها الخبر الصحفي.

## وتالياً مواصفات منصة فيسبوك:



لا قواعد تحدد صلاحيات مستخدم فيسبوك



اكبر مجتمع على وسائل  
التواصل الاجتماعي

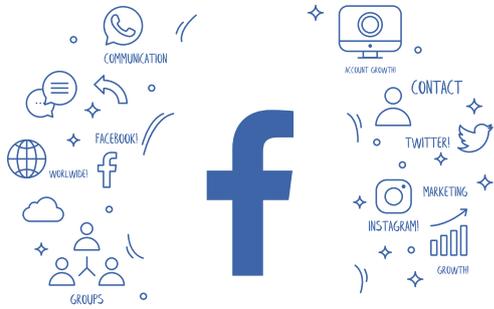


عدد مفتوح من  
الاحرف



فيديو / صور / بث  
مباشر

شكل (6): مواصفات منصة فيسبوك

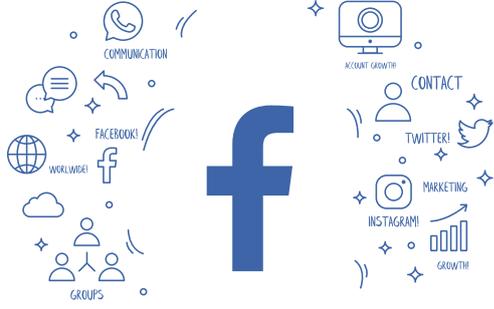


خيارات استخدام منصة فيسبوك



شكل (7): خصائص منصة فيسبوك

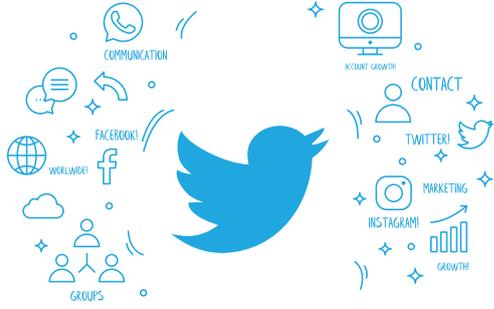
شكل (8): نصائح لاستخدام منصة فيسبوك



## نصائح لاستخدام منصة فيسبوك

- 1 مدة التفاعل مع المنشور لا تتجاوز ساعتين في أغلب الأوقات
- 2 استخدام أسلوب الملخصات «منشور واحد» للقصص المترابطة
- 3 استخدام الهاشتاغ بنفس اللغة التي كتب فيها المنشور
- 4 الرد على التعليقات على المنشورات بحسب سياسة المؤسسة وطبيعتها
- 5 دراسة الفئة المستهدفة وتوجيه الخطاب لها بشكل مناسب
- 6 مدة الفيديو الأفضل من 3 - 10 دقائق
- 7 أول 10 ثوانٍ هي الأهم بالفيديو
- 8 المؤثرات الصوتية مهمة جداً خاصةً ببداية الفيديو
- 9 أحياناً جودة الفيديو واحترافيته ممكن أن تضر ولا تفيد
- 10 التصوير الأفقي أو العامودي لا يؤثر ولكن لكل فكرة طريقة
- 11 استخدام الروابط المختصرة إن لزم

أما منصة تويتر Twitter فإنها لا تقل أهمية عن فيسبوك، ولديها خصوصية في الأردن بالرغم من قلة الناشطين عليها، وفيما يلي أبرز النصائح والإرشادات لهذه المنصة:



## التزم بقواعد تويتر لوصول أفضل



يسمح لك بأربع  
صور في التغريدة



مدة الفيديو 2:20  
ثانية

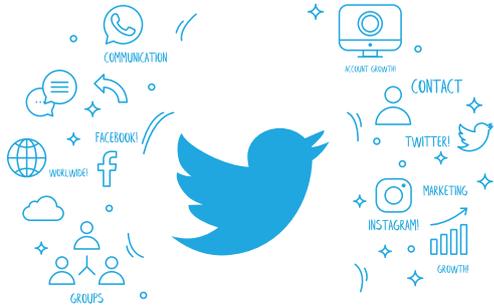


يصل عدد الاحرف  
ل 280



فيديو / صور / بث  
مباشر

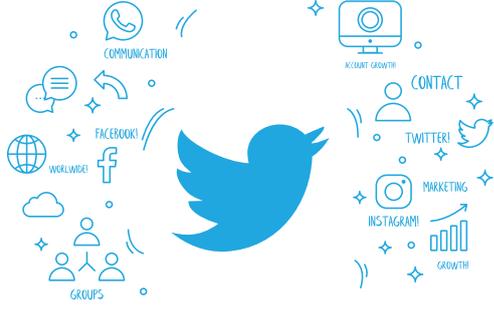
شكل (9): قواعد لاستخدام منصة تويتر



## خيارات استخدام منصة تويتر



شكل (10): خيارات استخدام منصة تويتر

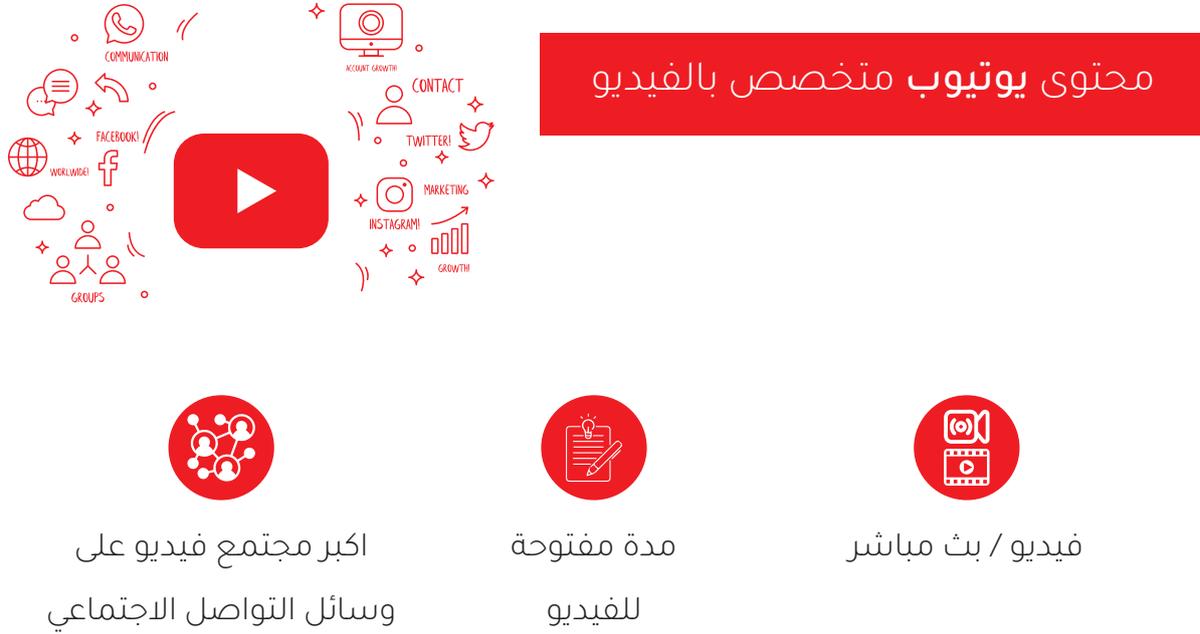


## نصائح لاستخدام منصة تويتر

- 1 مدة التفاعل مع التغريدة تعتمد على المحتوى كثيراً
- 2 استخدم سلسلة تغريدات «منشور واحد» للقصص المترابطة
- 3 استخدم الهاشتاغ بنفس اللغة التي كتب فيها المنشور
- 4 الرد على التغريدة او اعادة التغريد بحسب سياسة المؤسسة وطبيعتها
- 5 اعتماد السرعة والاختصار على حساب عدد التغريدات
- 6 استخدم الهاشتاج الفعال وقم بذكر الاشخاص
- 7 مدة الفيديو لا تتجاوز 2:20 ثانية
- 8 اول 10 ثوان هي الالهة بالفيديو
- 9 التصوير الافقي فقط
- 10 دراسة الفئة المستهدفة وتوجيه الخطاب لها بشكل مناسب
- 11 استخدم الروابط المختصرة ان لزم

شكل (11): نصائح لاستخدام منصة تويتر

ومن أبرز المنصات المستخدمة في الأردن والعالم أيضا منصة YOUTUBE، وهي متخصصة بالفيديوهات المتنوعة بشكل عام، وفيما يلي أبرز تفاصيل هذه المنصة:



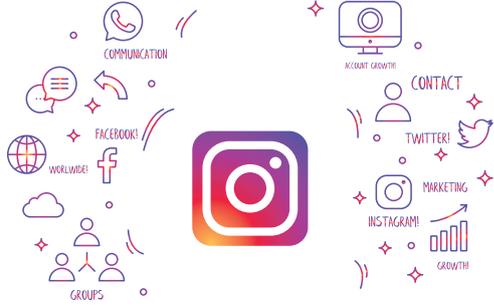
شكل (12): خصائص موقع يوتيوب



شكل (13): خيارات موقع يوتيوب



أما إنستجرام فهي منصة متخصصة أيضًا بالصور والفيديوهات، وهي اليوم من أهم المنصات لدى فئة الشباب وصغار العمر، الذين يستخدمونها لمشاركة صورهم؛ بسبب ما تتيحه لهم من ميزات، وفيما يلي أهم نصائح استخدامها:



## التميز بأحجام الصور على إنستجرام

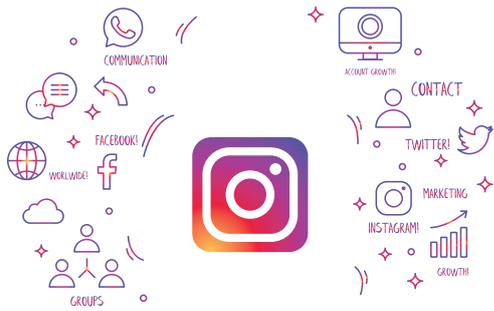


يفضل اختصار الكتابة  
في وصف الصور



فيديو / صور / بث  
مباشر

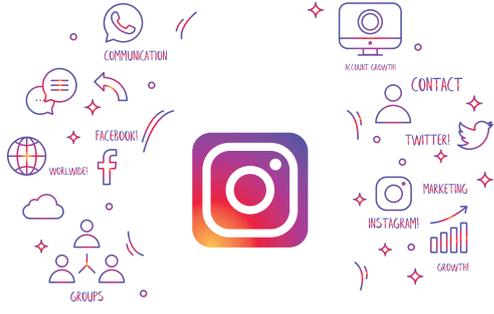
شكل (15): خصائص منصة إنستجرام



## خيارات استخدام منصة إنستجرام



شكل (16): خيارات منصة إنستجرام



## نصائح لاستخدام منصة إنستجرام

1 مدة التفاعل مع الصورة قصيرة

1

2 استخدم الالبومات للصور المترابطة بحدث او مكان واحد

2

3 استخدام الهاشتاج الفعال مهم جداً وهاشتاج دائم

3

5 صور جذابة وذات جودة عالية

5

4 الرد على المعلقين بحسب سياسة المؤسسة وطبيعتها

4

7 يمكن استخدام دمج عدد من الصور بصورة واحدة

7

6 استخدام المكان " chick in " يزيد من فرص انتشارها

6

9 التصوير العامودي فقط والافقي للمواد الجاهزة

9

8 مدة الفيديو دقيقة

8

10 التزم بالمقاسات المحددة

10

شكل (17): نصائح لاستخدام منصة إنستجرام

ومن أبرز تطبيقات المحادثة الفورية المستخدمة في الأردن تطبيق واتساب .WHATSAPP الذي يتيح للمستخدمين استقبال المواد المصورة والوسائط المتعددة بأشكالها والملفات والنصوص، كما يتيح إرسالها وإعادة إرسالها.



شكل (18): خيارات تطبيق واتساب



شكل (19): نصائح لاستخدام تطبيق واتساب

## الصحافة والإعلام

### ما هو الإعلام؟

يعبر الإعلام عن وسائل الإعلام كافة التي تقدم محتوى ورسائل تستهدف جمهورا كبيرا ومتعددا وغير متجانس، وتشمل مخرجات وسائل الإعلام: الأخبار، والمواد التعليمية والمعرفية والترفيهية.

### ما هي الصحافة؟

هي الممارسة التي تقوم على جمع الأخبار وتحليلها، عن طريق التعامل مع المعلومات والبيانات والوقائع والمصادر، ومعالجتها، وتحويلها إلى أخبار، والتحقق من مصداقيتها وتقديمها للجمهور.

غالبا ما تكون هذه الأخبار متعلقة بمستجدات الأحداث على الساحات السياسية والاقتصادية والثقافية والرياضية والاجتماعية وغيرها، وعلى المستويات المحلية والإقليمية والدولية.

تجدر الإشارة إلى التغطيات الإخبارية الأساسية التي لا تتضمن رأيا، وهي الخبر البسيط الذي يصف واقعة محددة، والخبر المركب الذي يتحدث عن وصف عدة وقائع ويربط بينها، والتقرير الإخباري الذي يقدم تغطية خبرية موسعة تشمل تنوعا في المصادر والتفاصيل، وهناك المقال الذي يتضمن رأي كاتبه مدعما بمعلومات وأرقام وخلفيات مرتبطة بموضوع المقال.

### وسائل الإعلام في الأردن:

تنقسم وسائل الإعلام في الأردن إلى مطبوعة ومرئية ومسموعة وإلكترونية، وتخدم ما يقارب العشر ملايين ونصف المليون ساكن في الأردن.

### وسائل الإعلام المرئية:

يوجد في الأردن 24 قناة فضائية مرخصة، منها ما يستهدف الجمهور الأردني أو مراكز لإعادة البث، وقنوات ليبية وعراقية وسعودية. ويبلغ عدد القنوات الأردنية 12 قناة، تنقسم لقنوات بث متكامل أو إعلانات أو ما تسمى بقنوات الشرائح.

جدول (5): أمثلة على قنوات أردنية

رؤيا	المملكة	التلفزيون الأردني
عمان TV	الأردن اليوم	Jordan Amen- الأمن العام

### وسائل الإعلام المسموعة:

يوجد في الأردن 42 إذاعة مرخصة، منها ما يستهدف المملكة بشكل عام ويغطي المناطق كافة، ومنها ما يغطي ويستهدف مناطق جغرافية محددة.

هناك أربع إذاعات تبث باللغة الإنجليزية فقط وتغطي أغلب مناطق المملكة، و13 من الإذاعات تغطي المملكة كلها، وتوجد 15 إذاعة تتبع لجامعات ومؤسسات تبث في نطاق جغرافي محدد لتستهدف جمهوراً معيناً.

جدول (6): إذاعات باللغة الانجليزية

Bliss	Beat	Play	Mood
-------	------	------	------

جدول (7): إذاعات تبث في الأردن

روتانا	روتانا طرب	صوت الغد	هلا
أمن FM	حياة FM	مزاج	MELODY
وتر	حسنى	ذهب	إذاعة القرآن الكريم
فن FM	نشامى	يقين	جيش FM

### وسائل الإعلام المطبوعة- الصحف:

توجد في الأردن 9 صحف مرخصة، منها ما يصنف بالأسبوعي، ومنها صحف تصدر بشكل يومي ولم تتوقف عن الطباعة وهي الرأي والدستور والغد، إضافة إلى صحيفة يومية واحدة فقط تصدر باللغة الانجليزية وهي The Jordan Times التي تصدر عن شركة صحيفة الرأي.

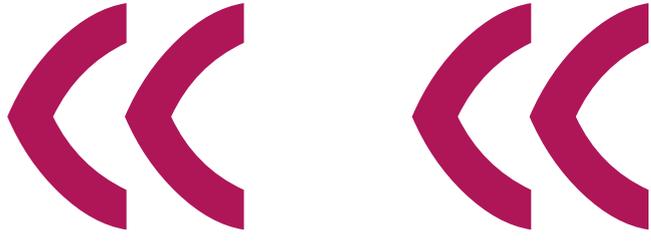
### وسائل الإعلام الاللكترونية- المواقع الإخبارية:

يتزايد نطاق انتشار الصحافة الاللكترونية على حساب وسائل الإعلام الأخرى، فحتى الصحف المطبوعة تملك مواقع إخبارية إلكترونية لمجاراة التسارع الكبير وإقبال الجمهور على استقاء المعلومات من الوسائل الرقمية الجديدة. وعدم الانتظار لقراءة الأخبار عند صدور الصحف المطبوعة في اليوم التالي.

مؤخرا، وُضعت معايير جديدة وأكثر جدية لترخيص المواقع الإللكترونية الإخبارية، لتكون أكثر جدية والتزاما.

بلغ عدد المواقع الاخبارية المرخصة حتى منتصف تشرين الأول/أكتوبر 2020، 131 موقعا إخباريا، 48 موقعا منها تتخذ من محافظات غير العاصمة مركزا لها.





المحور الثاني |

التربية الإعلامية

والمعلوماتية

والرقمية

والديمقراطية

والقضايا الاجتماعية

## مقدمة

نعيش اليوم في عصر التغيرات التقنية والفضاء الرقمي، وهو العصر الذي يتلقى فيه الأفراد أغلبية المعلومات من وسائل الإعلام الرقمية ومحتوى الوسائط المتعددة بما في ذلك الصور ومقاطع الفيديو والجغرافيكس.

إن التغيرات في التكنولوجيا والإعلام والمجتمع تتطلب تطوير التربية الإعلامية النقدية؛ وذلك لتمكين الطلبة والمواطنين من قراءة الرسائل الإعلامية بشكل مناسب، وإنتاج رسائل إعلامية بأنفسهم ليكونوا مشاركين نشطين في مجتمع ديمقراطي، وكي يستطيعوا طرح المشكلات المجتمعية واقتراح الحلول والضغط نحو التغيير.

أصبحت تقنيات الاتصال متاحة بشكل متزايد للشباب والمواطنين العاديين، وصار بالإمكان استخدامها لتعزيز التعليم والتعبير الديمقراطي عن الذات والتقدم الاجتماعي.

## وسائل الإعلام وأدوات التغيير

ترتبط التربية الإعلامية النقدية بتطوير المهارات التي من شأنها تعزيز الديمقراطية والمشاركة المدنية، وتتضمن نهجًا شاملاً يعلم المهارات الأساسية وكيفية استخدام وسائل الإعلام كأدوات للتواصل الاجتماعي والتغيير.

في البيئة التكنولوجية الحالية، انتقلت العلاقات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية بشكل كبير إلى الفضاء الافتراضي، وصارت الثقافة الإعلامية تقوم بدور المعلم للأفراد، تقدم لهم رؤى وأفكارا تتعلق بالعالم الاجتماعي، وتعمل على تمكين الرؤى المتعلقة بالنوع الاجتماعي، والعرق والطبقة.

تلعب وسائل الإعلام مجموعة متنوعة من الأدوار في الديمقراطية، وتعمل على تشكيل الخطاب العام المتعلق بالسياسة والديمقراطية والحكم، باستخدام التحقيق الصحفي والأخبار والتحقق من صحة الرسائل السياسية وغيرها من الوسائل.

وتؤثر وسائل الإعلام الإخبارية في القضايا ذات الصلة بالمجتمع. وبالتالي تشكل الطريقة التي ينظر بها الجمهور إلى واقعهم، ويعتمد هذا التأثير على الطريقة التي تؤثر بها الصور المعروضة في كيفية بناء الأفراد لواقعهم المستقبلي للعالم.

تجدد الإشارة إلى أن بعض وسائل الإعلام قد تعزز التمييز على أساس النوع الاجتماعي، والعنصرية، والممارسات المقوضة للديمقراطية وحرية التعبير، وغيرها من أشكال التحيز، بالإضافة إلى المعلومات المضللة وقيم معينة.

استناداً إلى هذه الصورة يجب القيام بحملات مضادة تروج مفاهيم الديمقراطية وتعززها، وتعمل على نشر حرية التعبير والمصطلحات والمفاهيم المتعلقة بالقضايا المجتمعية، والدعوة لتمكين الفرد والمجتمع وإبراز دوره في التغيير.

يبقى السؤال في البيئة السياسية الحالية: كيف يمكننا ضمان تنمية فردية فعالة ونمو المؤسسات الديمقراطية في الوقت ذاته؟، اليونسكو تجيب عن التساؤل بقولها «عبر تطوير التربية الإعلامية والمعلوماتية مع فهم أوسع لوسائل الإعلام كبيئة منتشرة في كل مكان نعيش فيه».

## أشكال المشاركة

يعيد مشهد الإعلام واسع الانتشار اليوم تشكيل معنى أن تكون مواطناً مشاركاً، هناك من عبر عن أسفه لفقدان المؤشرات التقليدية للمشاركة المدنية، بما في ذلك حضور اجتماعات المجالس المحلية، والمشاركة في المنظمات المدنية، والاقتراع في الانتخابات المحلية والتشريعية، ودفع الضرائب.

غير أن تلك المعايير وأشكال المشاركة المدنية أصبحت تتآكل في سياق الدعوات على الإنترنت، والاحتجاج الاجتماعي الافتراضي، والإعجاب والمشاركة في منصات التواصل الاجتماعي.

تبرز الأشكال الجديدة من المشاركة في المجتمعات التي ترتبط بشكل متزايد بتقنيات وسائل الإعلام، وتوفر هذه الأشكال الجديدة فرصاً كبيرة للمشاركة باستخدام أساليب جديدة ومبتكرة للمشاركة السياسية، خصوصاً عند الشباب في سياق منصات وسائل الإعلام الجديدة والتقنيات، ومدونات المواطنين، والعرائض الإلكترونية، والجمعيات الخيرية على الإنترنت.

إن تطور الحركات الاجتماعية الشبكية المنظمة إلى حد كبير باستخدام الأدوات الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي، يعيد تشكيل المشاركة المدنية ليس فقط في حالة الانتفاضات المدنية والسياسية واسعة النطاق، ولكن أيضاً في سياق المشاركة اليومية في الأمور الشخصية والعامة.

**مثال (1): الحملة الوطنية من أجل حقوق الطلبة - ذبحتونا:** حملة مختصة في الدفاع عن حقوق الطلاب العامة في الجامعات والكليات وطلبة المدارس في كافة القطاعات ومختلف

البرامج. <https://www.facebook.com/thab7toona>



صورة (1): شعارات لحملة ذبحتونا

في عصر الاعتماد المتزايد على وسائل الإعلام الرقمية والاجتماعية يجب أن يكون المواطنون قادرين على الوصول بشكل نقدي وتحليلي إلى معلومات تتعلق بالمشاركة الديمقراطية والحقوق والواجبات.

وهنا يجب أن يفتن تعلم قراءة الرسائل الإعلامية بشكل نقدي، مع تطوير قدراتهم على جمع معلومات دقيقة وذات صلة بمجتمعهم، وسؤال السلطة ومساءلتها بشكل فردي أو مؤسسي.

عند تعليم الأشخاص البحث النقدي والقراءة الناقدية بشكل نشط، يجب إرشادهم أيضا إلى كيفية مشاركة مضمالمهم، والتعبير عن أصواتهم وقضاياهم، والسعي من أجل إنشاء مجتمع أفضل.

المشاركة الديمقراطية الحقيقية تعتمد على جهود الأفراد والمجتمع لتطوير وجهات نظرهم الفريدة حول القضايا المجتمعية ومشاركتها، الأمر الذي يتجاوز الانتماء إلى حزب سياسي أو الاقتراع في يوم الانتخابات، إذ يجب أن يكون المواطنون قادرين على جمع المعلومات وتحليلها، وتطوير آراء مستنيرة، ومشاركة وجهات النظر هذه مع الآخرين، وإذا توفرت عند الناس كفاءات محو الأمية الرقمية والإعلامية، فإنه يتم تمكينهم من التحدث نيابة عن الأصوات المفقودة ووجهات النظر المحذوفة في مجتمعاتنا.

عندما يرى المواطنون أنفسهم عوامل للتغيير الاجتماعي والمجتمعي والسياسي فإنهم يصبحون قادرين على بذل الجهود بهدف تقديم إسهامات كبيرة في الحياة المدنية، كتنظيم الحركات السياسية، وإنشاء ممارسات وعمليات سياسية جديدة، وتأسيس سياسات تشريعية جديدة.

## كفاءات أساس نحو التشاركية

يعتمد الطريق صوب ديمقراطية تشاركية نابضة بالحياة الآن وبشكل كبير على التعامل مع وسائل الإعلام لتسهيل المشاركة في الحياة المدنية، ويستند إلى أربع كفاءات أساسية للتربية الإعلامية.

**أولاً،** كفاءة التشاركية، وهي تركز على تمكين المهارات التي «تجعل من الممكن لمتلقي المحتوى العاديين التعامل مع محتوى وسائل الإعلام وتخزينه والتعليق عليه وجعله مناسباً وإعادة توزيعه بطرق جديدة قوية» (Kellner and Share, 2007).

في تطوير المهارات التشاركية، يتم إنشاء علاقة قوية بين الإجراءات والممارسات اليومية على الإنترنت والإسهامات التي يمكن أن تقدمها إلى تلك الشبكة.

ونظراً لتطور هذه المهارات لدى المواطنين الشباب، يمكن أن تظهر ثقافة المشاركة لديهم وإلى جانبها مفاهيم الإسهامات المسؤولة والواعية والهادفة في المجتمعات المحلية والوطنية والعالمية.

**مثال (2): اذكر منشورات أو حسابات اعتبرتها مسيئة وقمت بالإبلاغ عنها بدعوة من الأصدقاء؟**

**ثانياً،** كفاءة التعاون، وهي تساعد على تعزيز الترابط والعلاقات الاجتماعية لتكوين الاتصالات وتوسيع نطاقها مع مجموعة كبيرة من الأشخاص الذين يظهر لديهم الاهتمام بقضية معينة، وهذه الكفاءة تقلل من الحواجز أمام الأقران للانضمام إلى الحوار أو التعاون في قضية مشتركة.

**مثال (3): هل سبق وشاركت بمجموعات أو مبادرات لمناقشة عادات اجتماعية أو تغييرها على منصات التواصل الاجتماعي؟ اذكرها؟**

**ثالثًا،** كفاءة التعبير، وهي تركز على المحتوى الذي ينشره المواطنون وخصوصا الشباب ويشاركونه، ويعبرون عن آرائهم باستخدام ذلك المحتوى.

عندما يقوم الطلاب بنشر تحديثات الحالة، أو مشاركة الروابط، أو التعليق على الأشياء التي يرونها، أو إعادة مشاركة محتوى ما، فإنهم يشاركون في تكوين سردية مشتركة وتعبير مشترك، بوساطة ما يختارون مشاركته، واختيار مكان المشاركة، وكيف يعبرون بشكل جماعي لإنشاء المعرفة ونشر المعلومات.

عن طريق التركيز على إنشاء التعبير الفردي عن المحتوى ونشره واستقباله، يمكن للمواطنين الشباب أن يعكسوا محتوى صوتهم، وكذلك القوة التي تمكنهم من أن يكونوا جزءًا من حوار مدني أكبر.

**مثال (4): إبداء الرأي في منصات التواصل الاجتماعي على منشور يتعلق بقضية تهم قطاع معين غالبًا ما يكون متخصصًا يظهر تمركزًا بوجهات النظر، اذكر مثالًا؟**

**رابعًا،** النقد، وهي كفاءة أساس ضمن مهارات التربية الإعلامية التي استعرضناها في الفصل الأول، لإعداد مواطنين مشاركين نشطين، يجب أن يعكس محتواهم بالضرورة القدرة على التنقل بين المنصات الرقمية التي توفر لهم مساحة للتعبير والتعاون والمشاركة في الحياة المدنية، وكذلك النقد وإطلاق الحملات التي تساند أفكارهم ورغبتهم في التغيير.

## الحملة عبر الإنترنت

الحراك والنشاط على الإنترنت له تاريخ طويل، فقد اعتمد في السابق على إطلاق الحملات عبر البريد الإلكتروني والمنتديات المختلفة عبر الإنترنت، والمدونات التي شكلت لمدة زمنية معينة منصة للتعبير عن الرأي وإبدائه في مختلف القضايا السياسية والاجتماعية والثقافية.

لكن الأمر أصبح أكثر سهولة ومن الممكن الوصول إلى مجموعات كبيرة من الناس باستخدام منصات التواصل الاجتماعي وقت الحدث وبشكل تفاعلي ومواكب له.

أصبحت الوسائط الرقمية وبشكل متزايد تستخدم في دعم التغيير داخل المجتمع، مثل لعب منصات التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في أحداث «الربيع العربي».

إن تنفيذ الحملات بشكل منظم ومدروس يؤدي إلى الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الناس بشكل فعال، ويمكن لأي شخص أو منظمة أو نقابة أو جمعية بدء حملة لدعم حقوق الإنسان وزيادة الوعي بالحقوق المدنية والسياسية والتوعية بشأن مخاطر خطاب الكراهية والتمييز على أساس النوع الاجتماعي.

تعطي التربية الإعلامية والرقمية الأدوات اللازمة لإنشاء حملات إلكترونية، وتشجعها من أجل تحقيق أهداف سياسية أو اجتماعية أو ثقافية أو دينية، وخصوصا في ظل قدرتها على التأثير والتعبئة وحشد الجماهير.

## خطوات حملة إعلامية

حددت شبكة الصحفيين الدوليين 8 خطوات لإطلاق حملة إعلامية ناجحة، في ظل انتشار حملات إعلامية مناصرة لهدف ما، ويُطلق عليها أيضا حملات الحشد الشعبي أو المناصرة الإلكترونية.

تعتمد معظم الحملات على عناصر مثل الجمهور المستهدف، وطرق استهدافهم، والإعلام المساعد سواء أكانت مؤسسات أم ناشطين، وقياس ردة الفعل.

تختلف طرق إعداد الحملات ونتائجها بناءً على مدى واقعية هذه الحملات وطرق تنفيذها، وتتنوع الحملات بين التوعوية أو المتعلقة بتعديل سلوك مجتمعي أو حملات دعائية أو حتى الحملات الإعلامية المرافقة للانتخابات وأنواع أخرى.

### الخطوات التالية هي خطوط عريضة لبناء حملات المناصرة:

#### 1. الهدف العام للحملة

كل حملة لها هدف معين، مثل تسليط الضوء على حق من حقوق الإنسان، أو تسليط الضوء إعلامياً على أمر أو مدينة مُغيّبة والكثير من الأهداف الأخرى، ويعد الهدف أساساً للحملة.

#### 2. الجمهور المستهدف

تتنوع الفئات المستهدفة في كل حملة سواء أكانت فئة واحدة أم أكثر من فئة، وعادة تقسم الفئات إلى فئاتٍ عمريةٍ بصرف النظر عن النوع الاجتماعي، لكن بعض الحملات توجه بشكلٍ خاص للذكور أو الإناث، ويتجه بعضهم إلى تقسيم الفئات وفقاً للتحصيل العلمي. ويساعد التقسيم في تحديد صيغة الخطاب والأدوات المستخدمة مع كل فئة. وهناك تصنيفات أخرى مثل:

- أ- الفئة التي تكون واعية في الأصل لأهداف الحملة وتأتي الحملة لتعزيز رأيها.
- ب- الفئة غير المُحددة رأيها تجاه الحملة أو غير المهتمة بها أو لا يمسّها الموضوع بشكلٍ مباشر ولكن بعض أفرادها مهتمون بالاطلاع على الحملات.
- ج- الفئة التي تُعدّ من الجمهور المضاد لخطاب الحملة.

وهناك نوع آخر من الجماهير المستهدفة في الحملات، مثل الجهات الإعلامية أو الصحفيين المستقلين أو الناشطين الذين لن تتواصل معهم الحملة بشكل مباشر. لكن سيكون لديهم اهتمام بها.

### 3. اهتمامات الجمهور المستهدف

هنا توضع البنود العامة لاهتمامات الجماهير، وتكون أشبه بخطة تقييم احتياجات الفئات التي تستهدفها الحملة.

فمثلاً، عند طرح موضوع علمي يهتم معظم الناس بالحقائق لا بالخيال، أو عند توجيه خطاب إعلامي للحملة ذاتها تختلف الاهتمامات بين الجمهورين العربي والأوروبي.

إن تنوع الاهتمامات يساعد على وضع خطط مختلفة لآلية العمل في كل جزئية من الحملة وطرق الخطاب والأدوات المستخدمة.

### 4. الحملات الفرعية

إذا كان هدف الحملة عاماً، ولا يمكن تحقيقه بمدّة قصيرة، فإن الحملة في كثير من الأحيان تفقد الجذب الجماهيري لو اعتمدت على النشاط ذاته طوال مدّة الحملة، على سبيل المثال «حملة لتعزيز ثقافة الاندماج بين اللاجئين والمجتمعات المستضيفة»، لذلك يعتمد الكثير من خبراء حملات المناصرة إلى تقسيم الهدف العام إلى أفكار فرعية تنبثق منها حملة لكل فكرة. هنا يكون للقائمين على الحملة حرية اختيار مدّة كل حملة فرعية شرط مراعاة عدّة أمورٍ مثل مدّة كل حملة ودراسة ما بعد الحملة.

على سبيل المثال، في الحملات التي شهدتها منصات التواصل الاجتماعي في الأعوام الأخيرة كانت مدّة التفاعل مع كل حملة فرعية لا تتجاوز ثلاثة أسابيع، مع مراعاة أسبوع رابع لقياس ردّة الفعل وكتابة تقريرٍ لنتائج الحملة (الأهداف التي تم تحقيقها - مدى تفاعل الجمهور - السلبيات والإيجابيات - وباقي الأمور التي تساعد في تطوير الحملات الأخرى)، وتنقسم الحملات هنا إلى قسمين رئيسيين - يمكن أن تُقسّم إلى أكثر من قسمين اعتماداً على أهداف الحملة - الأول الحملات التي تحمل خطاباً موجهاً ورسائل مباشرة أو غير مباشرة ويكون فيها الاعتماد بشكل كبير على المعلومات والمواد البصرية المرئية والمكتوبة، والثاني الحملات التي

تعتمد على تفاعل الجمهور معها، إذ ينتقل الجمهور من مرحلة المتلقي إلى مرحلة المشارك ليصبح جزءا من فريق الحملة.

## 5. طرق الوصول

نقصد بطرق الوصول هنا أساليب إيصال الحملات الفرعية إلى الجمهور المستهدف، وتتألف بشكلٍ رئيس من قسمين، قسم ميداني وهذا في حال وجود نشاطات ميدانية للحملة، وقسم إلكتروني تتعدد فيه الأساليب، ومنها:

أ- منصة فيسبوك واسعة الانتشار في الأردن، وهي منصة تتيح خياراتٍ أوسع في المشاركة والتفاعل مع الحملات باستخدام ميزة التعليقات سواء أكانت على الصفحات العامة أم في المجموعات أو الحسابات الشخصية.

ب- منصة تويتر، يُعتمد عليها كثيرا في نشر الأخبار والمعلومات، إذ يُلاحظ تركيز جمهور تويتر على المعلومات الملخصة بعيدا عن النقاشات الطويلة، وفي معظم الأحيان يتم الاعتماد عليها للحملات باللغتين العربية والإنجليزية أو المرتبطة بوسم - هاشتاغ - معين.

ج- إنستجرام، وهنا يعتمد صانعو الحملة على توجيه الرسائل للجمهور من فئة الشباب بشكلٍ خاص، وأصبح استخدام ميزة القصة - Story - أمرا شائعا حتى بين شبكات الأخبار العالمية ويُعتبر تطبيق Snapchat أيضا رائدا في ميزة القصة - Story.

د- المجموعة البريدية، وعن طريقها يتم إيصال الرسائل الإعلامية للحملات إلى الجهات الإعلامية والمهتمين، وذلك بتوجيه نشراتٍ بريدية تخص الحملة، وتقدم منصة غوغل عبر خدمة Gmail للمراسلة البريدية الكثير من الميزات التي تخص هذا الموضوع.

## 6. شركاء الحملة

يندرج في هذا القسم بندان اثنان:

أ- الجهات والأشخاص المتعاونون مع الحملة بشكلٍ مباشر، والذين هم جزء من التحضير للحملة وإطلاقها، مثل المنظمات أو المؤسسات الشريكة أو الشبكات التي تقترحها الجهات المانحة - في حال وجود جهة مانحة للحملة - وتقوم بوضع خطة للتعاون معها.

ب- الجهات والأشخاص المتعاونون مع إحدى الحملات الفرعية أو الجهات الإعلامية المهتمة بتغطية الحملة بعد انطلاقها، أو حتى النشطاء والمشاهير المتطوعين للمشاركة في الحملة مثل مشاركة لاعبي كرة القدم والفنانين في الحملات الإنسانية.

## 7. المصاعب

يضع مُعدّو حملات المناصرة عادة احتمالات لمصاعب يمكن مواجهتها، وطريقة التعامل معها، مثل رسائل الرد على الخطاب السلبي تجاه الحملة أو احتمالية ضجة إعلامية حول موضوع ما يتزامن مع إطلاق الحملة، والكثير من المصاعب الأخرى حتى غير المحتملة، كي تكون جميع الاحتمالات الواردة وغير الواردة في الحسبان، ولا تشكل خطراً على خطة سير العمل.

## 8. تقييم الحملات

بعد الانتهاء من الحملة الرئيسية بنشاطاتها الفرعية كافة، يجب قياس مدى التقدّم في الهدف الذي قامت الحملة لأجله، ومعرفة الأهداف التي تم تحقيقها سواء أكانت على المدى القريب أم التي يأمل القائمون على الحملة تحقيقها على المدى البعيد.

في معظم الأحيان توضع مخططات بيانية للحملة، وإحصائيات عن عدد المتفاعلين والمشاركين والصدى الناتج عن النشاطات، وعادةً ما تحدد نشاطات معينة لاقت صدًى إيجابياً أكثر من غيرها.

يستفيد القائمون على الحملات من تحديد الجهات الإعلامية المهتمة كي يتم التركيز عليها في الحملات المشابهة، ووضع خطة لجذب وسائل الإعلام الأخرى غير المتفاعلة مع هذا النوع من الحملات، بالإضافة إلى تحديد المدة الزمنية الكفيلة بإيصال رسالة كل نشاط مما يساعد في إعداد الخطط المستقبلية للحملات التالية.

## توعية وتشجيع

لا بد من ضمان معرفة الفئات المستهدفة بالحملة في الأردن، بمواد الدستور الأردني التي تتعلق بالدولة ونظام الحكم فيها، وحقوق الأردنيين وواجباتهم، والأحكام المرتبطة بالسلطات التنفيذية والقضائية والتشريعية.

**كذلك الإضاءة على مواد معينة بالدستور مثل المادتين السادسة والسابعة:**

### المادة (6):

1. الأردنيون أمام القانون سواء لا تمييز بينهم في الحقوق والواجبات وإن اختلفوا في العرق أو اللغة أو الدين.

### المادة (7)

1. الحرية الشخصية مصونة.  
2. كل اعتداء على الحقوق والحريات العامة أو حرمة الحياة الخاصة للأردنيين جريمة يعاقب عليها القانون.

وكذلك المواد 14، 15، 16، 17، المرتبطة بحرية إقامة الشعائر الدينية وحرية الرأي والصحافة والبحث العلمي، وحق الاجتماع، والحق في تأليف الجمعيات والنقابات والأحزاب السياسية، والحق في مخاطبة السلطات العامة.

والتعريف بالمواد القانونية التي تكفل الحكم الرشيد والديمقراطية وحرية الرأي والتعبير في القوانين الأخرى، وكذلك التعريف والتوعية بالاتفاقيات الدولية ذات الشأن التي صادق الأردن عليها.

عند الرغبة في إطلاق الحملات والأنشطة المتعلقة بالديمقراطية والحقوق المدنية والقضايا المجتمعية، يجب التركيز وخصوصا في بادئ الأمر على مفهوم الديمقراطية وكيف تهيء بيئة مناسبة لحماية حقوق الإنسان، والقيم الخاصة بها والواردة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، والعهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية، الذي يشمل مجموعة واسعة من الحقوق السياسية والحريات المدنية التي تستند إليها الديمقراطيات الصحيحة.

والتعريف بميثاق الأمم المتحدة والعبارة الافتتاحية به «نحن الشعوب» التي تقول إن إرادة الشعب تمثل مصدر شرعية الدول ذات السيادة.

يصور الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، الذي اعتمده الجمعية العامة للأمم المتحدة في عام 1948، بوضوح مفهوم الديمقراطية، الذي يقول إن «إرادة الشعب أساس لسلطة الحكومة»، والذي يبين أيضا أن الإعلان تطرق إلى الحقوق التي تعد ضرورية من أجل الاضطلاع بمشاركة سياسية فعالة.

أما العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية (1966) أرسى القاعدة الأساس لمبادئ الديمقراطية في إطار القانون الدولي، وهو يتضمن بصفة خاصة حرية التعبير، والحق في التجمع السلمي، والحق في حرية تكوين الجمعيات مع آخرين، والحق في المشاركة في إدارة الشؤون العامة، سواء أكان ذلك بطريقة مباشرة أم بوساطة ممثلين يُختارون اختيارا حرا، وفي الحصول على فرصة مناسبة للقيام بذلك، وكذلك الحق بالانتخاب، وأن يكون عبر انتخابات نزيهة تُجرى دوليا بالاقتراع العام وعلى قدم المساواة بين الناخبين وبالتصويت السري، مع تضمينها للتعبير الحر عن إرادة الناخبين، مع الإشارة إلى أن العهد ملزم لتلك الدول التي قامت بالتصديق عليه، في تموز/يوليو 2012 بلغ عدد الدول الأطراف في العهد 167 دولة، أي ما نسبته 85% من أعضاء الأمم المتحدة.

هناك أهمية أيضا لإبراز دور منظمات المجتمع المدني في تقوية صوت المجتمع المدني وتعزيز حقوق الإنسان وتشجيع مشاركة جميع الفئات في العمليات الديمقراطية.

تشمل التوعية التطرق إلى الأهداف الإنمائية للألفية، وإعلان الألفية الذي تعهد فيه زعماء العالم بتعزيز الديمقراطية وتوطيد سيادة القانون واحترام حقوق الإنسان والحرية الأساس، وخطة التنمية المستدامة لعام 2030 التي اعتمدها زعماء العالم ملتزمين بـ «الديمقراطية والحكم الرشيد وسيادة القانون وكذلك بيئة تمكينية على الصعيدين الوطني والدولي، ضرورية لتحقيق التنمية المستدامة».

ولا بد من التطرق إلى التوعية بأهمية المشاركة السياسية للمرأة، ودعم ذلك، والإشارة إلى ما نصت عليه اتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة، التي حصلت على مصادقة الدول الأعضاء في الأمم المتحدة عام 2015، وتكفل الاتفاقية للمرأة وبشكل مساوٍ للرجل الحق في التصويت والترشيح في الانتخابات، والمشاركة في الحياة العامة وصنع القرار بما في ذلك على المستوى الدولي.

يجب التأكيد في الحملات على كفالة حرية التعبير والوصول للمعلومات عن طريق تقوية التشريعات وقدرات وسائل الإعلام، وضمان تدفق المعلومات وتوفيرها.

### يمكن استثمار اليوم الدولي للديمقراطية (15 أيلول/سبتمبر) للتأكيد على المفاهيم التالية والتوعية بها:

- احترام حقوق الإنسان والحريات الأساسية
- حرية الانضمام للجمعيات
- حرية التعبير والرأي
- إمكانية الوصول إلى السلطة وممارستها في إطار سيادة القانون
- تنظيم انتخابات دورية حرة نزيهة على أساس الاقتراع العام والتصويت السري تعبيراً عن إرادة الشعب
- إيجاد نظام لتعددية الأحزاب السياسية والمنظمات
- الفصل بين السلطات
- استقلال القضاء
- توفير الشفافية والمساءلة في الإدارة العامة
- وجود وسائل إعلام تتسم بالحرية والاستقلال والتعددية

### أمثلة على حملات إعلامية توعوية ومناصرة:

مثال (5) الهيئة المستقلة للانتخاب: قامت الهيئة بالبداية بحملة إعلامية كبيرة على منصات التواصل الاجتماعي وفي الشوارع، تتركز على توعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم في الاستحقاق الدستوري وهو الانتخابات النيابية للمجلس التاسع عشر، وفيما يلي أمثلة من تلك الحملة:



صور(1, 2, 3): حملات للهيئة المستقلة للانتخاب

### وفي تحليل هذه الحملة بالاستناد إلى ما سبق:

أولاً- الهدف العام للحملة: تشجيع المواطنين وحثهم على ممارسة حقهم في الانتخاب. ثانياً- الجمهور المستهدف: الأردنيون الذين يحق لهم الاقتراع وفق الدستور الأردني، إذ إن هناك مواطنين راغبين في الاقتراع وبحاجة لتعزيز رغبتهم، إضافة إلى فئة لم تحدد موقفها من الاقتراع، فتأتي الحملة لتشجيعهم على ممارسة حقهم، وكذلك فئة ثالثة رافضة للمشاركة في الانتخابات وهنا يأتي دور الحملة لتغيير آراء أفراد هذه الفئة.

ثالثاً- اهتمامات الجمهور المستهدف: طريقة صياغة الحملة خاطبت الفئة المستهدفة عن طريق اهتماماتهم وهمومهم المعيشية لحثهم على الاقتراع، كاستخدام جملة «لا تفرض ضريبة أو رسم إلا بقانون» وهي مادة في الدستور الأردني رقمها 111.

رابعاً- الحملات الفرعية: وهنا كانت مدة هذه الحملة قصيرة فركزت على حملة رئيسة واحدة. خامساً- طرق الوصول: هذه الحملة استخدمت منصات التواصل الاجتماعي المنتشرة في الأردن بعمومها «فيسبوك، تويتر، وانستجرام».

والحملة الميدانية اقتصر نشاطها على الإعلانات في الشوارع واللافتات في الميادين الرئيسية.

سادساً- شركاء الحملة: وهنا كانت وزارة الشؤون السياسية والمؤسسات الحكومية والأحزاب ووسائل الإعلام ومنظمات المجتمع المدني.

سابعاً- المصاعب: هذه المرة كانت أكثر المصاعب استثنائية، وهي جائحة كورونا، وقامت الهيئة بالترويج لطرق الوقاية المستخدمة في عملية التصويت وإقناع الجمهور بها، وكانت هناك أيضاً مصاعب في التواصل ولذلك اعتمدت الحملة الطريقة الالكترونية للوصول والطرق غير الواجهية.

حاولت الحملة التعامل مع الردود السلبية تجاه الحملة بفتح قنوات حوار إلكترونية استخدمت لغة مبسطة وقريبة من الفئات المستهدفة، وتضمنت لغة بيضاء طريفة في بعض الأحيان.

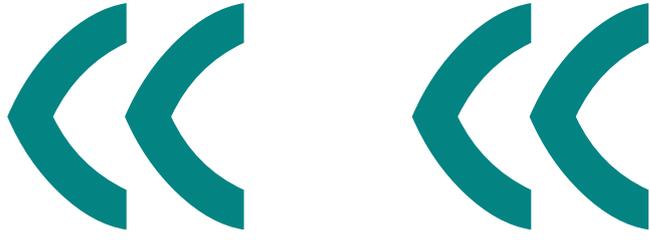
مثال (6) حملة «صنع في الأردن»: تهدف الحملة إلى تعزيز الثقة بالصناعات الأردنية، والترويج لفكرة إقبال الأردنيين على شراء البضائع الأردنية، وترسيخ البعد الوطني لدى المستهلك عند إقباله على شراء هذه المنتجات وانعكاس ذلك على الاقتصاد الوطني.

قامت الجهات الوطنية وهي غرفة صناعة عمان والمؤسسة الأردنية لتطوير المشاريع الاقتصادية ووزارة الصناعة والتجارة بتطوير رؤية هذه الحملة وتمويلها وتنفيذها. #صنعت\_بأيادٍ\_أردنية.



صورة (4): جانب من الحملات الترويجية لصنع في الأردن





المحور الثالث |

التربية الإعلامية  
والمعلوماتية  
والرقمية  
وحقوق الإنسان

بما يشمل الثقافة القانونية  
وقضايا اللجوء والعمالة المهاجرة

## مقدمة

تؤكد أهمية التربية الإعلامية في حياتنا بسبب تأثير وسائل الإعلام في الممارسات الديمقراطية، وحقوق الناس وواجباتهم، وفي ظل الارتفاع المتزايد لمعدل استهلاك المحتوى الإعلامي، وتشعب المجتمع بوسائل الإعلام، ومنصات التواصل الاجتماعي.

ولا ننسى تأثير وسائل الإعلام في تشكيل التصورات والمعتقدات والمواقف، وبالتالي التأثير في سلوك الأفراد والمجتمع، وتزايد أهمية الاتصال المرئي والمعلومات في المجتمع، والحاجة إلى التعلم المستمر.

إضافةً إلى أنّ التربية الإعلامية تعمق أيضا الوعي بالمسؤوليات الأخلاقية للمواطنة، وفهم الناس حقوق حرية الرأي والتعبير والتواصل، وتوضح مسؤوليات وسائل الإعلام المرتبطة بمفهوم المواطنة العالمية؛ التي تمكن المواطنين من المبادرة من أجل إحداث تغيير إيجابي في العالم.

تتعامل التربية الإعلامية والمعلوماتية مع حاجة الإنسان العميقة إلى التواصل في عالم لا تتوفر فيه فرص متساوية للجميع، وترتبط التربية الإعلامية والمعلوماتية ارتباطًا مباشرًا بحقوق الإنسان؛ وخصوصا من جهة حرية التعبير وتدفق المعلومات والتعليم؛ التي تنتهك في العديد من البلدان.

وبدلاً من حل هذه المشاكل؛ تسعى العديد من الحكومات حول العالم إلى مراقبة مواطنيها عبر الإنترنت، والتحكم في تدفق المعلومات.

## حقوق الإنسان

تصف حقوق الإنسان المعايير الأساسية المتفق عليها دولياً؛ والضرورية بالنسبة إلى الناس للعيش بكرامة، وتعد متأصلة في الفرد البشري، وأساسية غير قابلة للتصرف، وعالمية.

وتعني سمة العالمية أن حقوق الإنسان ملك لكل الناس في العالم، وتنطبق على الجميع، بغض النظر عن العمر، أو الأصل العرقي، أو الدين، أو الميول الجنسية، أو الجنسية، أو الثقافة، أو النوع الاجتماعي، أو وجود إعاقة، أو أي سمة أخرى.

أما عدم قابلية التصرف، فإنه يُشير إلى أن حقوق الإنسان تُكتسب عند الولادة؛ ولا يمكن لأحد أن يتخلى عنها، حتى لو أراد ذلك، وبالرغم من أن حقوق الإنسان عالمية، إلا أن احترامها وتعزيزها هو عملياً في عهدة كل دولة.

### وسائل الإعلام وحقوق الإنسان

يتضمن إعلان الأمم المتحدة العالمي لحقوق الإنسان؛ واتفاقية الأمم المتحدة لحقوق الطفل؛ الحق في حرية الرأي والتعبير، والحق في التعليم، والحق في الخصوصية.

وتلك الحقوق تمكن من تبادل الآراء وتطويرها، وهي شرط أو أساس مهم لحقوق أخرى، مثل المشاركة في الشؤون العامة والحياة الثقافية. ولوسائل الإعلام مكانة مركزية في ما يتعلق باحترام حقوق الإنسان، إذ من المفترض قيام وسائل الإعلام بتأدية دور الرقيب لكشف انتهاكات حقوق الإنسان.

منظمة مراسلون بلا حدود تقول إن وسائل الإعلام الحرة واليقظة هي الأداة التي تمنع تحول انتهاكات حقوق الإنسان إلى جزء من الحياة اليومية، لكن ظهرت ممارسات في العالم تُسخر فيها وسائل الإعلام من قبل حكومات، أو أحزاب سياسية أو في نزاع مسلح، وجعلها بمثابة آلة دعاية من أجل تحقيق أجندة جهة معينة.

هدف الصحافة يجب أن ينصبَّ على تقديم معلومات موضوعية، ودقيقة، وصادقة، ومتوازنة للجميع حول الوقائع، وتجنب إساءة استخدام مصطلحات حقوق الإنسان، والتصرف بتوازن وموضوعية من دون انحياز إلى طرف معين.

ولتحقيق هذه الهدف يجب توفر حرية التعبير كأساس للعمل الصحفي، وتعني حرية التعبير حق الشخص في التعبير عن رأيه بشكل علني، بما يشمل الحق في السعي إلى الحصول على المعلومات وتلقيها دون تدخل من الآخرين.

وتعرف حرية التعبير بأنها حرية الفرد في الحديث بحرية، ومن دون ضغوط ورقابة من قبل الآخرين؛ سواء أكانوا أفراداً أم جماعاتٍ أم مؤسساتٍ، وتشمل جميع أشكال البحث، وتلقي المعلومات والأفكار، ونشرها؛ بصرف النظر عن الوسيلة المستخدمة، وكذلك جميع أشكال تداول المعلومات والأفكار؛ سواء أكانت بشكل وجاهي أم إلكتروني.

إن حرية التعبير شرط أساس لضمان العديد من الحقوق الجوهرية الأخرى، إذ إنها تعدُّ جنباً إلى جنب مع حرية التجمع السلمي وتكوين الجمعيات؛ من الركائز الأساسية للمجتمع الديمقراطي.

وتجدر الإشارة إلى أن حرية الوصول إلى المعلومات؛ والإفصاح عن الانتقادات الموجهة إلى صانعي القرار؛ حق أساسي وحجر زاوية في المجتمعات الديمقراطية.

وعلى الرغم من أن حرية التعبير تستند إلى الاتفاقيات المتعلقة بحقوق الإنسان، لكن الحق في حرية التعبير هو حق غير مطلق في أي بلد في العالم، ويخضع عموماً إلى بعض القيود، وتهدف الرقابة على حرية التعبير إلى التغيير، أو كبت الأفعال أو الأفكار أو المنشورات التي قد تعدُّ غير مرغوب فيها سياسياً، وكذلك جعل عمل الصحفيين صعباً، الأمر الذي قد يدفع الصحفيين والمواطنين إلى ممارسة رقابة ذاتية، وفرض القيود على أفعالهم بأنفسهم.

## التربية الإعلامية والمعلوماتية وحقوق الإنسان

يجب أن يخاطب نهج حقوق الإنسان في التربية الإعلامية والمعلوماتية ثلاثة أطراف: الحكومة، والأفراد، ووسائل الإعلام.

تعدُّ مؤسسات الدولة من الجهات المسؤولة عن صون حقوق الإنسان، وضمان تطبيقها، والحرص والعمل على عدم انتهاكها، ويقع الأمر على عاتقها بالدرجة الأولى.

وهنا يجب احترام الحق في حرية التعبير بجميع جوانبه بما يشمل حرية الصحافة، وحماية الصحفيين والمواطنين من ردود الأفعال التي تنتهك هذه الحرية، وتدفق المعلومات، وحق الوصول إليها، وتوفير إطار قانوني تشريعي يضمن ذلك، ويعزز وسائل الإعلام الحرة ودورها كسلطة رابعة، ويعزز أيضا دور الفرد في التعبير والنقد.

أما الأفراد في المقابل، فهم أصحاب حقوق الإنسان الواجبة على الحكومات، وهي حق لهم، لكن تقع على عاتق جميع الأفراد في المجتمع مسؤولية الإسهام إيجابا في تعزيز نظم الحماية؛ والنهوض بالأعباء المتعلقة بالحقوق والواجبات في مجتمع ديمقراطي.

وهنا يجب تمكين مستخدمي وسائل الإعلام والأفراد من الوصول إلى تقارير الصحفيين؛ واستخدامها كمصادر للمعلومات بعد التحقق منها وتقييمها، ويجب توعية الأفراد بأوجه القصور في وسائل الإعلام، وتزويدهم بمهارات التقييم والتحليل والإنتاج؛ وضمان قدرتهم على النقد الواعي المستند على أسس دقيقة وموضوعية.

أما وسائل الإعلام فإنها تلعب دور الوسيط، والصحفيون هم أصحاب حقوق يتمتعون بامتياز الوصول إلى المعلومات ونشرها، وهنا وسائل الإعلام لها مصلحة راسخة في برامج التربية الإعلامية والمعلوماتية لأنها تساعد الأفراد في فهم التقارير الإعلامية، وبناء الثقة مع الأفراد وهو أمر تعتمد عليه وسائل الإعلام.

التربية الإعلامية والمعلوماتية تجعل المواطنين يتوقعون أن وسائل الإعلام ومصادر المعلومات ستقدم محتوى من الجودة الفنية والأخلاقية والمهنية، وبالتالي تعمل كمحفز لتحسين التقارير الصحفية؛ وتنظيم التحرير والنظام الإعلامي ككل.

وتمكّن التربية الإعلامية والمعلوماتية الأفراد من المعرفة والمهارات؛ يُطلق عليها كفاءات التربية الإعلامية والمعلوماتية السبع، التي تنطبق على وسائل الإعلام؛ والطرق التي تستخدم بها منصات التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات مفيدة وذات صلة بشكل أكبر، وهي:

1. الوصول إلى وسائل الإعلام والمعلومات: وهنا تحتاج المهارات الفنية اللازمة للوصول إلى وسائل الإعلام؛ ومصادر المعلومات المناسبة.
2. استخدام المعلومات.
3. تقييم الإعلام والمعلومات: وتشمل القدرة على الحكم على مصداقية المصادر، ودقتها، وموضوعيتها.
4. إنشاء المحتوى: ويشمل كيفية التعبير عن المواقف النقدية وبناء المحتوى.
5. المشاركة في وسائل الإعلام: وتعبر عن المواقف النقدية للأفراد، ومعرفة مكان التفاعل وكيفية مع الصحفيين، ومع الأفراد الآخرين أيضًا.
6. معرفة كيفية عمل وسائل الإعلام.
7. المطالبة بجودة الإعلام وحقوقه: وتعني المطالبة الناقدة بالدفاع عن وسائل الإعلام ومصادر المعلومات الجيدة.

وهنا يجب التركيز على أن اكتساب المعرفة بالتربية الإعلامية والمعلوماتية ومهاراتها وكفاءاتها، ليس لمجرد المعرفة؛ وإنما لوضعها موضع التنفيذ أيضا، من أجل ترسيخ مبادئ الديمقراطية، وتنويع مصادر المعلومات والآراء، ولكن لا تسعى برامج التربية الإعلامية والمعلوماتية إلى تحويل الأفراد إلى محترفين في مجال الإعلام.

أردنيا، من المهم العمل على تمكين أفراد المجتمع؛ وتحديد الشباب؛ من حرية التعبير والتفكير النقدي والإبداع والريادة، والإسهام في تحسين قدرات المجتمع الأردني على المزيد من الاندماج الاجتماعي، والمشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية.

وأيضاً تعزيز مفاهيم حقوق الإنسان والحريات، وتمكينه من التعبير عن نفسه، والمشاركة الديمقراطية الفاعلة، وتعزيز مفهوم المواطنة الرقمية. وتؤكد الأحداث والتحويلات التي يشهدها العالم في العقد الأخير أن هذا النمط من المشاركة: أصبح يسهم في تحديد مستوى المشاركة ومضمونها وحجمها، تلك التي يمارسها الأفراد في مختلف نواحي الحياة: وفي مقدمتها المشاركة الاجتماعية والسياسية، فالمشاركة تعد أساساً متيناً للتنمية.

وتعمل جودة التعامل مع المعلومات والأخبار في تحسين فرص المشاركة السياسية: سواء أكانت المشاركة الانتخابية، أم المشاركة في الشأن العام، إلى جانب دور الثقافة المعلوماتية والإعلامية في تحسين قابلية المواطنين للقبول بالمساواة، والسعي إليها، وتحديدًا بين الجنسين، وتمكين المرأة من حقوقها، وتعزيز مشاركة الفئات الخاصة.

ويمكن لمؤسسات المجتمع المدني التي تهدف إلى تقديم برامج متخصصة في مجال التربية الإعلامية والمعلوماتية الموجهة إلى المجتمع بشكل عام، أن تقدم برامجها عبر مستويين:

1. المجموعات والفئات الخاصة التي تحتاج رعاية واهتماماً، إذ تسهم التربية الإعلامية والمعلوماتية في تمكين هذه الفئات من الوصول إلى حقوقها السياسية والاقتصادية، مثل فئات المرأة، وذوي الإعاقات، والمجموعات التي تقطن في الأماكن النائية.
2. المجموعات والفئات المؤثرة: وهنا تمكين هذه الفئات من القدرات والمهارات والمعرفة في التربية الإعلامية والمعلوماتية يُسهم في أن ينعكس هذا التمكين على المجتمع بشكل عام، وتشمل هذه الفئات البرلمانيين، ورؤساء البلديات والمجالس المحلية، ورؤساء النقابات والاتحادات المهنية، ورؤساء المؤسسات المدنية والأهلية، إضافة إلى صناعات السياسات والقرار بشكل عام.

ويمكن الاستعانة بالمؤسسات الإعلامية، والمكتبات، وشركات خدمات الإنترنت، والإعلام المجتمعي وجعلها جزءاً من البرامج، إذ تستطيع هذه المجموعات دعم المشروع وتطوير سياسات خاصة بها تتعلق بالتربية الإعلامية والمعلوماتية.

## مفاهيم ومواضيع حقوق الإنسان

إن نشر التوعية والتثقيف بمواضيع حقوق الإنسان من أهم الأدوات والطرق التي تضمن تفاعل الأفراد والمؤسسات مع هذه الحقوق، وبالتالي القدرة على ممارستها ضمن إطارها القانوني دون اعتداء على القانون أو على حقوق الآخر.

وهنا يجب الالتفات إلى بعض المفاهيم والمصطلحات، مثل القانون الدولي للإنسان الذي يتفرع من القانون الدولي العام، ويهدف إلى حماية الأشخاص غير المشاركين في القتال، وحماية الأموال والممتلكات العامة والخاصة غير المرتبطة مباشرة بالعمليات العسكرية، ويشمل عدة اتفاقيات.

أما القانون الدولي لحقوق الإنسان فهو فرع من القانون الدولي العام، ويضم مجموعة من الضمانات القانونية العالمية لحماية الأفراد والجماعات من إجراءات الحكومة والمؤسسات الرسمية والخاصة التي تحول دون تمتعهم بحقوقهم، وتحمي الحريات الأساسية والكرامة الإنسانية والعدالة وسيادة القانون وعدم التمييز.

### ومن أهم الوثائق والاتفاقيات المتعلقة بحقوق الإنسان:

المادة السادسة من الدستور الأردني أكدت على سواسية الأردنيين أمام القانون من دون تمييز بينهم في الحقوق والواجبات، وأكدت المادة السابعة على صون الحرية الشخصية، وتجريم الاعتداء على الحقوق والحريات العامة أو حرمة الحياة الخاصة للأردنيين.

والمادة التاسعة في الدستور أكدت على حق الأردني في حرية التنقل، والمواد «14-15-16» من الدستور نصت بشكل صريح على حرية العبادة والاعتقاد والرأي والتعبير، وحق الاجتماع، وتأليف الجمعيات والنقابات والأحزاب السياسية.

الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الصادر عن الأمم المتحدة: هو من أهم وثائق حقوق الإنسان، وُضع بعد الحرب العالمية الثانية، ويعدّ ملزماً أخلاقياً للحكومات، وقانونياً أيضاً؛ استناداً إلى القانون الدولي العام.

ويشمل الإعلان العالمي لحقوق الإنسان مقدمة وثلاثين مادة، ويغطي الحقوق بإسهاب، من الحق في الحياة والتحرر من العبودية، إلى الحق في التعليم وحرية الدين والفكر، ومستوى معيشي لائق، والحق في طلب اللجوء والحصول عليه.

ومن وجهة نظر المجتمع الدولي؛ فإن كل دولة مسؤولة في المقام الأول عن احترام حقوق الإنسان داخل حدودها، وهذا الالتزام ينطبق أيضًا على الأجانب المقيمين في البلاد.

ومن أهم الاتفاقيات المتعلقة بحقوق الإنسان؛ العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية، والعهد الدولي الخاص بالحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية. وبدأ إعداد هذين العهدين على إثر صدور الإعلان العالمي، وتمت الموافقة عليهما في الجمعية العامة للأمم المتحدة عام 1966، ويشكل الإعلان العالمي والعهدان الدوليان الأساس لنظام حقوق الإنسان في الأمم المتحدة، ويطلق عليهم أيضًا الشرعة الدولية لحقوق الإنسان.

ولا بد من التوعية بالشرعة الدولية لحقوق الإنسان التي تشمل خمس وثائق وهي الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، والعهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية، والعهد الدولي الخاص بالحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، والبروتوكول الاختياري الملحق بالعهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية، والبروتوكول الاختياري الملحق بالعهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية.

### وهناك ثلاثة أجيال لحقوق الإنسان:

1. الحقوق المدنية والسياسية: وتستند على تأمين بعض مجالات الحرية للفرد بالنسبة، وإتاحة المشاركة السياسية، تتضمن مثلًا الحق في الحياة وحرية التعبير وحرية العبادة.
2. الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية: مثل الحق في الحصول على عمل في ظروف عادلة، والحق في الغذاء والسكن والرعاية الصحية.
3. الحقوق الجماعية أو ما تسمى حقوق التضامن: مثل الحق في التنمية والحق في بيئة نظيفة.

عند الحديث عن تلك الاتفاقيات أو بعضها من المفيد التوعية بما تعنيه، وماذا تتضمن، وما هو تأثير تطبيقها أو عدم تطبيقها.

### تدريب (1):

- ما هي الاتفاقيات والمعاهدات التي صادق عليها الأردن، وماذا يترتب على الأردن من التزامات نتيجة المصادقة عليها؟
  - ما هي الاتفاقيات والمعاهدات التي لم يصادق الأردن عليها؟ ولماذا؟
- وهل يمكن هنا الشروع في حملات لتوضيح كيف انعكست تلك المصادقة على القوانين الأردنية؟ وهل تلك الاتفاقيات والمعاهدات مطبقة بالفعل؟



## كيفية التعامل مع ضحايا حقوق الإنسان في الإعلام والتواصل الاجتماعي

من المهم مراعاة خصوصية ضحايا انتهاكات حقوق الإنسان، والصالح العام أيضًا، وهنا يجب تجنب الاعتداء على خصوصية الأفراد وكراماتهم، والموازنة بين الحق في الخصوصية وحق المجتمع في المعرفة.

مع مراعاة طبيعة قضايا حقوق الإنسان المرتبطة بجوانب حياة أفراد المجتمع التي تشمل التعليم والاقتصاد والصحة وغيرها، التي قد تدعو إلى تناول تجارب لفئات يتوجب حمايتها وعدم انتهاك خصوصيتها مثل النساء والأطفال وذوي الإعاقة.

وتعني الخصوصية الشؤون التي يسعى الإنسان إلى إبقائها بعيدة من المعرفة العامة، ويمكن أن تشكل وقائع يعرفها بعض الأشخاص فقط.

في المقابل، فإن المعلومات ذات الصلة بالمصلحة العامة تشمل المعلومات التي تخدم حقوق المجتمع وحقوق الإنسان الفردية أو الجماعية؛ والمعلومات التي توفر الأمان لهم، أو تطور فهم الناس ومشاركتهم في النقاش بشأن قضية ما، أو تنمية روح المساءلة والشفافية في الحياة العامة والمعلومات التي تصح خطأ معينًا.

ومن الممكن تعريف الصالح العام بأنه كل ما يحقق منفعة للمجموع أو للمجتمع، وما يتفق مع القوانين والأنظمة القائمة، لكن المفهوم نفسه يتغير بتغير الظروف السياسية والاجتماعية في المجتمع الواحد، كما أن ما يعد صالحًا عامًا لمجتمع ما، قد لا يكون كذلك في مجتمع آخر.

ويعلو الصالح العام على القواعد المتبعة ويسمح بتجاوزها، لأن ما يحققه من مصلحة للمجموع يفوق الضرر الذي قد يقع على فرد أو مجموعة من الأفراد، إذا الأمر هنا أصبح مثل الميزان ... موازنة بين الفائدة والضرر.

ويجب الالتفات إلى ضرورة تجنب الصور النمطية والتعميم عند التعامل مع قضايا حقوق الإنسان سواء أكان ذلك في الإعلام أم عبر المطبوعات أم التقارير، أم البيانات الصحفية أم الحملات الإعلامية، أم عبر منصات التواصل الاجتماعي. وتعرف الصورة النمطية بأنها اعتقاد سائد عن شخص أو فئة أو جماعة، وهو تعميم لا يسمح بملاحظة الاختلافات الفردية والتنوع داخل هذه الفئة أو الجماعة، ولا يسمح بملاحظة الصفات الأخرى للفرد. وتمثل الصورة النمطية آراء مشتركة بين أعضاء جماعة معينة تجاه غيرها من الجماعات، وتغرس في الناس من خلال التنشئة الاجتماعية.

وتؤدي وسائل الإعلام دوراً محورياً في خلق الصورة النمطية، عبر التركيز على زوايا معينة والاهتمام بها وإبرازها، وكذلك بالتكرار، وأخيراً بحذف حقائق معينة تتناقض مع الصور النمطية التي تعمل وسائل الإعلام على تثبيتها.

ويجب التركيز على عدم استخدام اللغة التي تنطوي على الاتهام، وعدم إطلاق الأوصاف ذات التعميم على الأفراد والجماعات أو عند التقاط الصور.

### مثال (1): ما رأيك في الصورة المرفقة ومدى ارتباطها بصور نمطية مسبقة؟



صورة (1): رسم كاريكاتوري يتحدث عن صورة نمطية

وعند عرض معلومات تنطوي على اتهام جهة أو شخص معين بخرق حقوق الإنسان أو انتهاك معين؛ يجب أن يكون الأمر مدعوماً بدليل أو وثيقة تؤكد صحة تلك المعلومات لتجنب الوقوع في متاعب قانونية، وتجنب إطلاق اتهامات قد تكون غير صحيحة أو غير دقيقة.

وتجدر الملاحظة إلى أن الصحفي عندما يتعامل مع قضايا حقوق الإنسان؛ عليه أن يعرض الوقائع المثبتة والمستندة إلى مصادر بشكل يثبت عدم انحيازه وتوازنه ووقوفه على مسافة واحدة من أطراف الموضوع، وإعطاء كل طرف حق الرد، وإعطاءه المساحة الكافية قدر الإمكان والتعامل مع الأمر بتجرد، وضرورة عدم إقحام رأي الصحفي الشخصي في القضية.

### قواعد مهمة عند جمع المعلومات وعرضها:

#### • الصدق والدقة

وهنا يجب ضمان صدق المعلومات وعزوها إلى مصادر موثوق منها دون تحريف أو تزوير، ونقل الوقائع دون تضخيم أو مبالغة أو تقليل من شأن تلك المعلومات.

#### • الاستقلالية

ينبغي التصرف باستقلالية وعدم الانحياز نحو مصالح خاصة أو أطراف معينة وعدم الخضوع لتأثيرات تؤثر في المحتوى المعروض أو المنشور.

#### • مصادر المعلومة

قد يكون هناك اضطرار إلى إخفاء مصادر معينة وعدم الإشارة إليها بشكل صريح أو استخدام أسماء وهمية للضحايا مع الإشارة إلى أن الاسم وهمي، لكن يجب عدم الإكثار من ذلك واستخدامه عند الضرورة ووفق حالات معينة.

ومن الحالات التي يكون فيها اضطرار للحفاظ على سرية المصدر، إذا كان ذلك يهدد سلامة المصدر أو كان الإفصاح يعرضه للضرر أو خطر الانتقام، وإذا كان يسبب الحرج للمصدر وخصوصاً في بعض القضايا الحساسة اجتماعياً، لتجنب وصم الضحية بالعار من أفراد المجتمع، أو في حال وجود أسباب قانونية لإخفاء الهوية.

وعند عرض قضايا تخص انتهاك حقوق الإنسان؛ يجب الأخذ بعين النظر أن مرحلة التحقيق سرية ومرحلة المحاكمة علنية.

ويحظر قانون المطبوعات والنشر مثلاً على المطبوعة نشر كل ما يتعلق بأية مرحلة من مراحل التحقيق حول أية قضية أو جريمة تقع في الأردن، إلا إذا أجازت النيابة العامة ذلك، وأعطى القانون الحق بنشر جلسات المحاكم وتغطيتها ما لم تقرر المحكمة غير ذلك، ويعاقب القانون على نشر وقائع الجلسات السرية أو تحريف وقائع الجلسات العلنية، باستخدام قانون العقوبات وقانون انتهاك حرمة المحاكم.

### الإطار القانوني والنقد والذم والقبح وحرية التعبير:

بدايةً يُعرف النقد بصفة عامة بأنه إبداء الرأي في تصرفات أو أعمال أو آراء دون المساس مباشرة بشخص صاحبها، وقد يكون النقد بشكل إيجابي أو سلبي.

النقد ليس دائماً مباحاً، فأحياناً يأخذ أشكالاً أخرى، يعاقب عليها القانون وتشكل إساءة.

وبما أننا نتحدث عن الإساءة، لا بد من التطرق إلى الابتزاز في الصحافة والإعلام كظاهرة سلبية ومسيئة، الحق في النقد يستند إلى حرية الإنسان وحقه في الإعلان عن الرأي، والتعبير عنه بكافة وسائل التعبير المشروعة، وهي قاعدة أساس من قواعد الدستور.

يعد النقد أمراً ضرورياً في المجتمعات الديمقراطية، لأنه يضمن تعدد الآراء وحق الاختلاف، وهو ضمانات لسلامة المجتمع لأنه يحقق مصلحة عامة عندما يتناول تقييم وضع أو عمل معين بعرض إيجابياته وسلبياته.

علينا أن نعرف أن ما يمس المصلحة العامة يكون صالحاً للنقد، والنقد يضمن حرية الرأي والتعبير والحق في الحصول على المعلومات وهو جزء ثابت من حقوق الشعوب والأفراد، والنقد يشمل الاستحسان والاستنكار والقبح والمدح، لكن في العادة تطلق كلمة النقد على بيان العيوب فقط.

لكن علينا الانتباه فموضوع النقد مرتبط بالقانون ونصوصه: فالقوانين الأردنية أباحت توجيه أي أمر أو واقعة إلى الموظف العام إذا كانت ليست كاذبة، وأن يكون النقد موجهاً إلى الواجبات الوظيفية، أو أن يكون متعلقاً بجريمة تستلزم العقاب لا ترتبط بشخص الموظف.

الموظف العام بحسب تعريف قانون العقوبات هو كل موظف عمومي في السلك الإداري أو القضائي، وكل ضابط من ضباط السلطة المدنية أو العسكرية أو فرد من أفرادها، وكل عامل أو مستخدم في الدولة أو في إدارة عامة.

لكن النقد غير محصور بالموظف العام إذ يمكن توجيه النقد إلى شخصيات أخرى من غير الموظفين العاميين، مثل زعماء الأحزاب وأعضاء الأحزاب، ورؤساء النقابات وأعضائها، ورؤساء الجمعيات والمنظمات والهيئات والمؤسسات والتكتلات والتجمعات غير الحكومية التي تقدم خدمة عامة.

وكذلك الكتاب والمفكرون والفنانون والرياضيون، ومن يؤدي أعمالاً ترتبط بالمصالح الاجتماعية على اختلاف الأنواع والأشكال.

حق النقد ليس مرسلًا وغير مقيد، لكنه محدد بشروط معينة.

## شروط حق النقد:

### أولاً: موضوع النقد ثابت ومسلم به

في الشرط الأول، يجب أن يكون النقد صادراً بأمانة من دون تعسف في التقدير أو الاستنتاج، وأن يكون هدف النقد خدمة الصالح العام وليس المصالح الخاصة، وأن يكون النقد مبنيًا على وقائع ثابتة وإبداء الرأي فيها بحسن نية مع التثبت والتحري عن تلك الوقائع أو الأحداث.

وهنا على سبيل المثال، إذا أراد صحفي نقد أداء وزارة معينة؛ فعليه الاستناد على أحداث وتصرفات معينة، وأن يتحقق منها ومن حقيقة حدوثها، وأن يكون الهدف من النقد نابغاً من حسن النية، وبهدف تقويم تلك الأخطاء وإصلاحها، وليس بهدف الإضرار بأشخاص معينين والنيل منهم لأسباب أخرى ليست لها علاقة بالمصلحة العامة.

### ثانياً: الأهمية الاجتماعية لموضوع النقد

في الشرط الثاني، يجب أن يكون للموضوع أهمية للمجتمع، ولا يتعلق فقط بميدان الوظيفة العامة. بل هناك العديد من المجالات التي ترتبط بحياة الناس بشكل مؤثر، وعلينا مراعاة أن جانباً من حياة بعض الأفراد الخاصة له دلالات وأثر في حياتهم العامة أو الوظيفية، وهنا يكون من المفيد أن يُكشف.

ومن المواضيع المهمة اجتماعياً حالات الفساد داخل سلطة معينة، أو سوء إنفاق داخل مؤسسة مالية، أو حتى السلوك الشخصي لقادة الرأي والفكر. بوصف السلوك الشخصي للشخص العام مرتبط بطريقة أداء العمل.

### ثالثاً: أن يكون النقد موجهاً لموضوع النقد

الأصل في النقد أن يكون موجهاً إلى تصرفات الشخص، ويمكن الربط بين تصرفات الشخص وجزء من حياة الشخص الخاصة وأخلاقه الشخصية، إذا كان ذلك من مقتضيات النقد وضرورياً له.

وإذا لم يثبت أن ذلك النقد فرصة للإساءة إلى سمعة الشخص والإساءة إلى كيانه أو مكانته الاجتماعية.

### رابعاً: أن يكون النقد مناسباً للموضوع مع وجود حسن النية

وهنا يجب عدم اللجوء إلى التعميم في غير مكانه، فمثلاً، إذا نقد صحفي مسؤولاً ما، بشأن أحد القرارات التي اتخذها والجدوى من ذلك القرار، فلا يجوز له أن يعمم النقد على جميع قرارات الوزير، لأن المسؤول قد يكون اتخذ قرارات أخرى صائبة وثبت جدواها، وهنا لا يجوز التعميم على جميع القرارات.

### صور وأنواع النقد:

1. نقد الاعتبار السياسي- فطبيعة النظام الديمقراطي تستوجب حق المناقشة العامة والمعارضة ورقابة الرأي العام على السياسيين والقادة، فكل من يدخل في مجال السياسة يجب أن يكون محل المراقبة والمراجعة والنقد والانتقاد.

2. النقد الأدبي والعلمي والفني- فباب النقد مفتوح لنقد الفنون والآداب والعلوم، والنقد هنا حرته كبيرة إذا كان يهدف إلى النفع العام، فيمكن نقد كتاب أو مقال أو قصيدة أو رسم وأن يسخر من مؤلفه بشرط أن يقصد النفع العام وألا يهاجم خلق صاحبه. النقد الفني يؤدي إلى جعل التجربة الجمالية أفضل عن طريق جعل الإدراك الجمالي أقدر على التمييز.
3. النقد التاريخي- يتعلق بالمنهج التاريخي ونقد النصوص التاريخية للتأكد من صحتها وعدم تناقضها، والنقد هنا يعني التيقن والتحقق والفحص والتحليل وكشف التناقض في الأحداث التاريخية.

## التشهير والنقد المباح

يجب أن يُفرك الصحفي والمتلقي للمادة الصحفية بين التشهير والنقد المباح. جرائم التشهير (الذم والقذح أو السب والقذف) من أكثر الجرائم المرتكبة في العمل الصحفي.

يمكن أن نعرف الذم بأنه إسناد مادة معينة إلى شخص معين بشكل يؤدي إلى النيل من شرف هذا الشخص وكرامته واعتباره، بصرف النظر عن الأسلوب، وصرف النظر عن كون تلك المادة جريمة تستوجب العقاب أم لا. أما القذح فيختلف بشيء واحد فقط، فالقذح: اعتداء على كرامة ذلك الشخص وشرفه واعتباره، دون تحديد مادة معينة، مثل استخدام لفظ سارق أو مغتصب أو قاتل.

وبالتالي فإن إسناد واقعة أو حادثة معينة يعد ذماً، أما إصدار حكم عام فيعدّ قذحاً.

## فعل الذم أو القذح تتوفر فيه الأركان الآتية:

### 1. الركن المادي

فعل الإسناد في موضوع الذم، أو ما ينسبه القاذح إلى المجني عليه، هو في الحالين يؤدي إلى النيل من كرامة المجني عليه وشرفه واعتباره، فلا فرق بين من يكتب مادة أو من ينقلها، ويجب أن يكون الإسناد إلى شخص معين، وممكن أن يكون الأمر بنشر الاسم الجزئي أو الكامل أو بعبارات تسهّل معرفة الشخص، مثل أن يحدد وظيفته أو عمله السابق، ولا يشترط أن يكون الذم أو القذح صريحاً، وإنما قد يكون في معرض الشك أو الاستفهام.

## 2. العلانية

في الذم والقدح يشترط وقوع الجريمة بإحدى وسائل العلانية. وبالنسبة إلى الصحفيين لا بد من نشر المقال أو الصور أو الرسوم، ولا يكفي مجرد كتابة خبر دون نشرها.

ليست كل المظالم الاجتماعية هي انتهاكات لحقوق الإنسان -ناهيك عن جرائم الحرب- ودور وسائل الإعلام هو أن تكون شاهدا على الحقائق، وليس محكمة قانونية. سوف يتآكل وزن لغة حقوق الإنسان وموثوقية الصحفي إذا تم استخدام المصطلحات بشكل متكرر من أجل خلق شعور بالأهمية حول موضوع يومي.

تجدر الإشارة إلى الفئات المهمشة والضعيفة اجتماعيا وماليا، والأقليات وقضايا النوع الاجتماعي والمرأة والحصول على الخدمات العامة وقضايا القضاء والعدالة.

## قضايا اللجوء

تؤثر الطريقة التي تغطي بها وسائل الإعلام قضايا اللجوء في نطاق المعلومات التي يتلقاها الجمهور ونوعيتها، وكذلك كيفية إدراك المجتمعات هذه القضية وعلاقتهم بها.

ويغلب على محتوى وسائل الإعلام بشأن قضايا اللجوء اقتصرها على روايات بسيطة لقصص اللاجئين التي قد تكون معقدة، وتخضع تلك الروايات كثيرا إلى خطابات تشير إلى كونهم أجنب وغرباء.

تطغى تلك الروايات على قصص إيجابية في قضايا الهجرة واللجوء، عدا عن إنشاء الأخبار بشكل يتجاهل منظور المهاجرين واللاجئين أنفسهم، على الرغم من أن الزخم الذي رافق قضايا اللاجئين اجتذب تغطية إعلامية واسعة النطاق واهتمامًا عامًا، وهذا ما يدفع الجمهور إلى التفكير في الهجرة في إطار «المشكلة» فقط.

لذلك ينبغي الاستمرار في تغطية تلك القضايا في وسائل الإعلام على المدى الطويل لتسليط الضوء على المشاكل المستمرة.

وكثيرا ما يتم تمثيل اللاجئين كمجموعة وليس كأفراد، وغالبًا ما تُنسب إليها خصائص التهديد أو مشاكل مثل الجرائم والنزاعات، على النقيض من ذلك، تركز القضايا المماثلة التي يقوم بها المواطنون ويتم الإبلاغ عنها على المسؤولية الفردية.

هناك حاجة إلى منع التعبيرات النمطية والسلبية التي تشير إلى أصل المشتبه به، في تقارير الجرائم على سبيل المثال، وكثيرا ما يبدو اللاجئ بمظهرين، إما ضحية عاجزة منكسرة أو شخصية انتهازية ومسببة للمشاكل.

ويجب أيضا، التصدي لأي محتوى يتضمن خطاب كراهية في وسائل الإعلام أو منصات التواصل الاجتماعي، وعدم الإسهام في ترويجه. مع ضرورة السعي صوب إنشاء محتوى مناقض لأي خطاب محرض على الكراهية.

عالميا، تميل الحكومات والأطراف السياسية إلى النظر إلى الهجرة أنها مشكلة أو أزمة، ليسود تأطير سلبي قوي للهجرة واللجوء وعدّها مشكلة تجب معالجتها وتخفيفها، بدلا من الالتفات إلى جوانب إيجابية تفتح إمكانيات حقيقية.

### أمثلة لعناوين إخبارية تُؤطر لما سبق:

مثال (2): اللجوء السوري يضغط على قطاع المياه الأردني

مثال (3): اللجوء السوري في الأردن تحد لبنية تحتية هشة

مثال (4): اللجوء السوري يؤثر في التعليم والصحة والعمل والمياه والبيئة والأمن

### نقاط إرشادية عند تغطية قضايا اللجوء:

عند تناول أخبار اللاجئين وقضاياهم وقصصهم في وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي والبيانات الصحفية والمقابلات المرئية، يمكن الاستعانة بالنقاط التالية:

#### • الانتباه إلى المصطلحات والوعي بها ومدى دقتها.

**اللاجئ:** شخص اضطر للفرار من بلده بسبب خوف له ما يبرره من التعرض للاضطهاد بسبب عرقه أو دينه أو جنسيته أو انتمائه إلى فئة اجتماعية معينة أو آرائه السياسية، ولا يستطيع، أو لا يرغب بسبب ذلك الخوف، أن يستظل بحماية ذلك البلد. وفي حال فرار الأشخاص من الصراع والعنف، فهم يلبون عادة معايير التعريف ويجب الاعتراف بهم على هذا النحو، وبموجب القانون الدولي فإن أطفال اللاجئين وذريتهم يعدون كذلك لاجئين حتى التوصل إلى حل دائم.

**المهاجر:** شخص أقام في دولة أجنبية لأكثر من سنة بصرف النظر عن الأسباب سواء أكانت طوعية أم كرهية، وبصرف النظر عن الوسيلة المستخدمة للهجرة سواء أكانت نظامية أم غير نظامية.

**طالب اللجوء:** الشخص الذي غادر بلده سعيا وراء الحصول على الحماية من الاضطهاد والانتهاكات الخطيرة لحقوقه الإنسانية في بلد آخر، ولكن لم يتم بعد الاعتراف به كلاجئ رسميا، وينتظر البت بشأن طلبه اللجوء، مع العلم بأن طلب اللجوء حق إنساني.

**النازحون داخليا:** على عكس اللاجئين، هم أشخاص لم يعبروا حدودا دولية بحثا عن الأمان، ولكنهم بقوا مهجرين داخل أوطانهم، ويبقى النازحون داخليا ضمن بلدانهم وفي حماية حكوماتهم، حتى وإن كانت تلك الحكومات السبب في نزوحهم.

- الاعتماد على الاتفاقيات الناظمة لقضايا اللجوء، والتوعية بها وتأثير تطبيقها أو عدم الالتزام بها، وهنا تعد اتفاقية عام 1951 الخاصة بوضع اللاجئين أساسا لحماية اللاجئين، وكذلك بروتوكول عام 1967 الخاص بوضع اللاجئين.

- التأكيد على مبدأ حظر الطرد أو الرد (عدم الإعادة القسرية) الوارد في اتفاقية 1951، الذي يحظر على الدول طرد اللاجئين أو إعادته قسريا، والشروط المتعلقة بهذا المبدأ.

- ضرورة احترام القانون والالتزام بكل التشريعات الدولية والمحلية التي تحمي حقوق الإنسان والأطفال، والتوعية بتلك التشريعات وإلقاء الضوء على انتهاك تلك التشريعات.

- عدم تعريض المهاجرين واللاجئين إلى أي نوع من المخاطر.
- جمع المعلومات من أكثر من مصدر واحد مع ضرورة أن تكون المصادر والشهادات والوثائق من دون شبهة وغير مشكوك بها، واعتماد الأرقام والاحصائيات من مصدر رسمي أو موثوق.

- استخدام لغة بسيطة ذات أسلوب واضح ومباشر.
- تجنب التعامل مع قضايا اللجوء بأسلوب الإثارة تفاديا للتحريض وردات الفعل العنصرية، وتجنب كل أنواع التمييز وإثارة النعرات وبثّ الخوف في صفوف المواطنين من جراء حالات اللجوء أو الهجرة إلى البلد المستضيف.

- الابتعاد من كل تصرف يستغل ضعف هذه الفئة.
- التوازن، والحرص على تعدد الآراء والتقيّد بالتوازن بين مختلف الأطراف التي لها علاقة مباشرة بالموضوع، وتجاهل أي آراء مخالفة للأعراف والقوانين أو تعبر عن عنصريّة أو عن مواقف يمكن أن تثير نعرات ضدّ اللاجئين أو النازحين.

- التركيز على الوقائع بدقة ودون تحيز بعيدا من العاطفة والانتماء السياسي.
- مراعاة المصلحة العامة، التي تقتضي كشف الفساد والجريمة وتجاوز القانون وكلّ أنواع الاستغلال غير المشروع، نظرا إلى ما يمكن أن يتعرّض له اللاجئون والمهاجرون من استغلال واعتداءات.

- احترام الخصوصية، واحترام الحمة الجسدية للمهاجرين واللاجئين وطالبي اللجوء.

- والتقييد بأخلاقيات مهنة الإعلام وبالقوانين المنظمة لقواعد التصوير في الأماكن العامة وشبه العامة كالمخيمات والمستشفيات أو أي أماكن أخرى يوجدون فيها.
- تجنب إجبار اللاجئين على الحديث لوسائل الإعلام، واحترام وضعيته النفسية والصحية، واحترام عدم رغبة اللاجئين في الظهور على الإعلام أو التواصل الاجتماعي.
- التعريف بالهوية والمهنة والغرض من المقابلة عند مقابلة لاجئ، والتحلي بالتواضع وعدم الاستفزاز بنقاط قد تعقّق مآسيهم.
- حماية الفئات المستضعفة، وتفادي استغلال النساء والمرضى وذوي الإعاقة والمُسنين من أجل أخبار تهدف إلى الإثارة، وتجنّب إظهارهم في وضعيات تمسّ من كرامتهم ومراعاة حالاتهم النفسية والصحية.
- حماية الأطفال بتجنب إظهارهم في مواضع مُهينة، والتنبيه إلى كل خطر يهددهم، والحرص على وجود إذن مسبق من ذويهم إذا كان ذلك ممكناً.
- الالتزام بقواعد السلامة المهنية واحترام القوانين السارية في منطقة التغطية الصحفية.
- إحداث توازن بين توثيق ما تعرض له اللاجئ من قصص مروعة وبين وضعه العقلي وحالته النفسية والحفاظ على خصوصيته لأسباب أمنية، وتجنب جعل الضحايا يعيشون الصدمة مجدداً.
- احترام رغبة اللاجئ في حجب هويته الذي قد يكون بسبب خوف مشروع.
- تجنب نقل القصص التي أخبركم بها الناس من دون تأكيد.
- جمع بيانات لا تشوبها شائبة: الصورة الكبيرة معروفة ولكننا لا نعرف سوى القليل عن التفاصيل ونقص المعلومات الجيدة يمثل مشكلة عندما نكتب عن القصص البشرية
- إنتاج مقاطع فيديو يتحدث فيها اللاجئون ويشرحون أوضاعهم ليكون للاجئ صوته الذي يعبر به عن ذاته وقضاياه.
- التطرق إلى قضايا متنوعة مثل قضايا الإسكان والدين والتوظيف والاندماج وأمثلة لمنجزات اللاجئين وتأثيرهم في المجتمع ومقابلة فنانيين ناجحين ومهنيين ورجال أعمال.
- البعد من إطلاق أحكام تخلق صورة نمطية عن اللاجئين، والبعد من خطاب الكراهية والتصدي له والترويج لأمثلة إيجابية وقصص نجاح.

## العمالة المهاجرة

يؤثر محتوى وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي بشكل كبير في تكوين اتجاهات المجتمع ومواقف أفراده تجاه العديد من القضايا والمواضيع ومن ضمنها قضايا العمالة المهاجرة (العمالة الوافدة)، الأمر الذي ينعكس على سلوك أفراد المجتمع في التعامل مع هؤلاء العاملين.

ووفق التعريف الدولي، فإن العامل المهاجر هو «الشخص الذي سيزاول أو يزاول أو ما برح يزاول نشاطا مقابل أجر في دولة هو ليس من رعاياها»، ويوجد في العالم أكثر من 164 مليون عامل مهاجر. بشكل عام، لا تكتسب قضايا العمال المهاجرين أهمية في محتوى وسائل الإعلام المحلية في الأردن، الذي يُشاركه مستخدمون في منصات التواصل الاجتماعي.

تقول دراسة إن أحداثا معينة تتعلق بالعمال المهاجرين يهتم بها الرأي العام مؤقتا، وتحظى بمتابعة من وسائل الإعلام لكن لا تستكمل المتابعة في كثير من الأحيان. وأدت بعض وسائل الإعلام دورا في تعزيز خطاب الكراهية ضد العمال المهاجرين، عبر نقل أخبار غير صحيحة أو غير دقيقة ومن دون التأكد من صحتها، أو بعدم الموضوعية في تناول القضايا وإغفال رأي أطراف ذات علاقة، أو باستخدام مصطلحات تحمل تحريضا وتمييزا.

وتعتمد العديد من وسائل الإعلام ومستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في الأخبار والمعلومات على مصادر أو بيانات صادرة عن جهات معينة غالبا تكون حكومية مع إغفال الأطراف الأخرى ودون متابعة.

### تدريب (1): حدد خطاب الكراهية وعمله في العناوين التالية:

«وافد مصري يقتل أردنيا في ببادر وادي السير»

«عاملة اثيوبية تقتل مخدوميا في اربد»



ويندر أن يتم التطرق في وسائل الإعلام إلى قضايا نوعية تمس العمال المهاجرين وبيئة عملهم وحقوقهم.

وهنا من المهم معالجة العديد من القضايا مثل السياسات والتشريعات التي تنظم سوق العمل بما يشمل العمالة المهاجرة، ومدى توافر شروط العمل اللائق، وانخفاض الأجور، وما تتطلبه الأعمال من مجهود بدني عال في ظل ظروف عمل صعبة، ومدى شمول العمالة المهاجرة بمظلة الضمان الاجتماعي.

وكذلك المدى الذي تكفل به التشريعات والإجراءات حق العامل المهاجر بالانتقال من عمل إلى آخر بشكل طوعي عند انتهاء عقد العمل دون اشتراط موافقة صاحب العمل، وطبيعة العقوبات المترتبة على استغلال العمال المهاجرين، والعمل الجبري، والإساءة إلى العاملين، ومدى توعية العاملين وأصحاب العمل بحقوقهم والتزاماتهم القانونية.

وأيضاً تضرر العامل المهاجر من تداعيات جائحة كورونا، وفقد الكثير من العاملين وظائفهم جراء الجائحة، ومدى مساهمة العاملين خلال الجائحة في خدمات الصحة والنقل والغذاء، وقضايا التمييز والاستغلال والاتجار بالبشر.

تتخذ وسائل إعلام ممارسة تستخدم من خلالها بعض المصطلحات التي تؤجج خطاب الكراهية وإبراز الجرائم الي قد ترتكب من غير المواطنين في العناوين مع ذكر الجنسية، وكذلك التركيز على الجرائم الجنسية، الأمر الذي يثير الرأي العام ويخلق جدلا عبر منصات التواصل.

ترى دراسة أن تكرار الترويج لفكرة أن العمال المهاجرين حلوا محل العمال المواطنين المحليين، وأنه يسهم في ارتفاع معدل البطالة في ظل أوضاع اقتصادية سيئة يؤدي إلى التحريض ضد العمال المهاجرين ويلقي اللوم على وجودهم، ويغفل أسبابا كثيرة أدت إلى ارتفاع البطالة وسوء الأوضاع الاقتصادية.

يجدر العمل على تعزيز الوعي القانوني في المجتمع الأردني، وبشكل خاص حقوق العمال والمهاجرين منهم، وإنفاذ سيادة القانون، عبر معالجة تطبيق التشريعات الدولية والمحلية المرتبطة بتلك الفئة.

### القوانين:

- اتفاقية منظمة العمل الدولية المتعلقة بالهجرة من أجل العمل (المنقحة) لعام 1949
- اتفاقية العمال المهاجرين (الأحكام التكميلية) الخاصة بمنظمة العمل الدولية لعام 1975
- قانون العمل
- قانون الضمان الاجتماعي
- قانون منع الاتجار بالبشر
- قانون الإقامة وشؤون الاجانب
- الأنظمة الخاصة بالعمال المهاجرين
- التعليمات الخاصة بالعمال المهاجرين
- قائمة المهن المغلقة التي لا يسمح العمل بها لغير الأردنيين

### نقاط إرشادية عند تغطية قضايا العمالة المهاجرة:

- التطرق إلى إسهام العمالة المهاجرة اجتماعيا وثقافيا ومدنيا وسياسيا واقتصاديا في بلدان الأصل والمقصد ومجتمعاتها.
- تسليط الضوء على كونهم عوامل تغيير هامة في مجموعة من القطاعات.
- أنسنة الأخبار والمحتوى وإتاحة الفرصة أمام العامل للتحدث عن نفسه وقضاياها.
- الضغط على وسائل الإعلام لإعطاء قضايا العمالة المهاجرة مساحة مهمة من تغطيتها والاهتمام بها بشكل أكبر.
- التعامل بموضوعية وحياد مع قضايا العمالة المهاجرة، بما يضمن تمثيل آراء جميع الأطراف، وعدم إسقاط رأي الصحفي ومنشئ المحتوى على المحتوى المنشور.
- الاستعانة بآراء نشطاء حقوق الإنسان، والمحامين، والقضاة والمسؤولين والنقابات والحركات العمالية بشأن تلك القضايا، والاعتماد على دراسات وقواعد بيانات موثوقة ودقيقة.

- عدم لوم العامل المهاجر بشأن ارتفاع معدلات البطالة وسوء الأوضاع الاقتصادية، والاهتمام بالسياسات والإجراءات التي تسببت بالفعل بتلك المشاكل.
- التحلي بالمسؤولية عند نشر المحتوى، وتحري المسؤولية الجماعية والتفكير بعواقب المحتوى المنشور وتداعياته.



المحور الرابع |

التربية الإعلامية  
والمعلوماتية  
والرقمية  
ومعالجة قضايا  
النوع الاجتماعي  
(الجنود)

## مقدمة

يظل التمييز القائم على النوع الاجتماعي وإنكار حقوق النساء والفتيات من أكثر الدوافع المؤدية لعدم المساواة في العالم.

وفي الوقت الذي توجد فيه الصورة النمطية القائمة على النوع الاجتماعي وعدم المساواة في المجتمعات، فإن وسائل الإعلام ومنتجات المحتوى والمعلومات الآخرين، لديهم القدرة على نشر هذه الاختلالات وإدامتها أو التخفيف منها.

إن المساواة بين الجنسين مبدأ من مبادئ حقوق الإنسان، وشرط مسبق للتنمية المستدامة، فقد تضمنت أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة، تحقيق المساواة بين الجنسين وتمكين كل النساء والفتيات، إذ إن «المساواة بين الجنسين ليست مجرد حق أساس من حقوق الإنسان، وإنما قاعدة ضرورية لعالم مسالم ومزدهر ومستدام».

تعمل برامج التربية الإعلامية والمعلوماتية ومهاراتها على احترام التعددية وتعزيز الاندماج الاجتماعي، وكذلك على تقليل «الفجوة في المشاركة» بين الأفراد الذين يشاركون في إنتاج المحتوى الإعلامي والمعلوماتي واستخدامه، وبين الذين يُحجمون عن المشاركة، فضلا عن تعزيز مبادئ المساواة بين الجنسين، وتمكين المرأة، وتوفير الفرص لمشاركة المجتمعات المتنوعة بما في ذلك ذوي الإعاقة والأطفال والشباب الذين يعانون من مشاكل البطالة والفقر.

وتؤدي جودة التعامل مع المعلومات والأخبار إلى تحسين فرص المشاركة السياسية، سواء أكانت المشاركة الانتخابية أم المشاركة في الشأن العام، إلى جانب دور التربية الإعلامية والمعلوماتية في تحسين استعداد الأفراد للقبول بالمساواة والسعي لها بخاصة بين الجنسين.

وتركز التربية الإعلامية والمعلوماتية عن طريق مهارة النقد على تحليل محتوى وسائل الإعلام وتقييمه، وتعلم مقاومة المحتوى السلبي، وصولا إلى كشف الظلم الاجتماعي، ودعم

جهود العدالة الجنسانية في الأردن، وتحسين قدرات المجتمع في ردم فجوات مشاركة المرأة السياسية والاجتماعية والاقتصادية.

لقد حل الأردن في المرتبة 127 عالمياً من أصل 190 من جهة التمثيل النسائي للمرأة في التشكيلات الوزارية. بنسبة تمثيل وصلت إلى 13.8% وفق خريطة "المرأة في السياسة" الصادرة عن هيئة الأمم المتحدة للمرأة بالشراكة مع الاتحاد البرلماني الدولي لعام 2020.

وفي التمثيل البرلماني للنساء جاء الأردن في المرتبة 134 عالمياً بعدد تمثيل وصل إلى 20 سيدة، بنسبة تمثيل وصلت إلى 15.4% من مجلس النواب وفقاً للدراسة ذاتها، التي اعتمدت أرقام بداية سنة 2020.

## الإعلام والمرأة

إن توزيع السلطة بين الذكور والإناث غير متساو. الأمر الذي يؤدي إلى التمييز ضد المرأة. وفي الوقت الذي تمارس فيه وسائل الإعلام قوة مؤثرة هائلة على الجماهير، لم يُعطَ تصوير المرأة على قدم المساواة مع الرجل الأولوية التي يستحقها من وسائل الإعلام.

تُعدُّ تعددية الأصوات هدفًا مهمًا لوسائل الإعلام، لكن عمليًا لا تُحترم تلك التعددية بشكل جيد، على الرغم من أن متابعي تلك الوسائل متعددون من جهة النوع الاجتماعي، والدين، والأصول، والأفكار.

تُظهر الدراسات أن وسائل الإعلام تركز على قيم تؤكد مشروعية التمييز الاجتماعي والثقافي بين الجنسين، بوصفه من الأمور الطبيعية التي لا تقبل الجدل، وكذلك تبين انحياز الإعلام العربي للصور والأدوار التقليدية للمرأة، وحصر حضورها في صور متكررة، كصورة الأم المعطاة والزوجة الخاضعة والابنة المطيعة.

ولا يطرح الإعلام رؤية متوازنة ومتوازنة لأدوار المرأة والطفل والرجل داخل الأسرة العربية، ولا لوظائفهم ومسؤولياتهم وحقوقهم، ويركز في المقابل على المسؤوليات التقليدية للمرأة.

يجب على وسائل الإعلام الأخذ بالحسبان قضايا المساواة عند اختيار المواضيع الصحافية والأشخاص الذين ستنم مقابلتهم، وكذلك توزيع العمل في هيئات التحرير على الجنسين، فعلى عاتق هذه الوسائل تقع مسؤولية كبيرة في تحقيق المساواة، والتعامل مع قضاياها الحساسة والمسؤولة والمتوازنة والموضوعية.

وتجدر الإشارة هنا إلى ضرورة ألا تقع وسائل الإعلام في فخ تعزيز الصورة النمطية المبنية بالاستناد على النوع الاجتماعي، والتصدي لقضية عدم المساواة بين الجنسين المتجذرة بعمق في التاريخ الطويل للوعي الاجتماعي، ويُعتقد الآن أن وسائل الإعلام، نظرا لقوتها الهائلة، ستكون الأداة المثالية لتحقيق المساواة بين الجنسين.

يمكن بوضوح ملاحظة نماذج لسلوك غير أخلاقي يسيء للمرأة عند متابعة المحتوى الذي تقدمه وسائل الإعلام، كذلك في المحتوى الذي يُنتجه مستخدمو منصات التواصل الاجتماعي، هذه النماذج تشمل الفئات التالية:

1. التمييز ضد المرأة.
2. خطاب الكراهية.
3. التنمر على المرأة.
4. الاستغلال.

## الصورة النمطية

الصورة النمطية هي اعتقاد سائد عن شخص أو فئة أو جماعة، وهو تعميم لا يسمح بملاحظة الاختلافات الفردية والتنوع داخل هذه الفئة أو الجماعة، ولا يسمح بملاحظة الصفات الأخرى للفرد.

الصورة النمطية تمثل آراء مشتركة بين أعضاء جماعة معينة تجاه غيرها من الجماعات، وتنغرس في الناس عن طريق التنشئة الاجتماعية.

عملية التصوير النمطي ترى أن الأفراد جميعهم الذين ينتمون إلى الجماعة التي يتم تصويرها تنطبق عليهم الخصائص أو السمات التي تتضمنها هذه الصورة.

تلعب وسائل الإعلام دورا أساسيا في خلق الصورة النمطية، بوساطة التركيز على زوايا معينة والاهتمام بها وإبرازها، وكذلك بال تكرار، وأخيرا بحذف حقائق معينة تتناقض مع الصور النمطية التي تعمل وسائل الإعلام على تثبيتها.

ما زالت الصور النمطية للمرأة تقصر دورها على الإنجاب ورعاية الأطفال، واستغلال صورة المرأة الضحية من أجل كسب التعاطف السياسي، واستخدام جسد المرأة للترويج للسلع الاستهلاكية، وأحيانا التعامل باستخفاف مع المرأة، والتطرق لحقوق المرأة بوصفها منحة وليست حقوقا، أو التعامل مع النجاح الذي تحرزها المرأة بدهشة وتعجب وشك واستنكار.

على سبيل المثال، تُقدم وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي الذكور غالبا على أنهم الموضوع الرئيس، ويصورون على أنهم مقدمو خدمات مالية، وفي المهن المتعلقة بالعلوم والتكنولوجيا والهندسة والرياضيات، وغالبا ما يتم تصوير الإناث على أنهم زوجات وأمهات، ومعلمات، وممرضات، وسكرتيرات.

يوضح الجدول (1) تقسيم تمثيل الجنسين في وسائل الإعلام:

الذكور	الإناث
تمثيل مبالغ فيه	تمثيل ناقص
سياق العمل	سياق الأسرة
مناصب رفيعة المستوى	وظائف منخفضة المرتبة
سلطة ونفوذ	دون سلطة أو نفوذ
التمتع بالقوة	دون قوة
فردى	مرتبطة بالآخرين
فاعل	غير فاعلة
عقلاني	عاطفية
مستقل	تابعة
مقاوم	مطبعة
حازم	متردة

## تدريب (1):

حل هذه المنشورات من جمعية معهد تضامن النساء الأردني، وإلى أي مدى تتوافق مع ما يحدث في المجتمع حولنا؟



**KVINNA KVINNA**

**تضامن SIGI**  
جمعية معهد تضامن النساء الأردني  
Solidarity is Global Institute-JO

**واحدة من بين كل 3 عاملات تتعرض  
للتحرش في اماكن العمل!**

المصدر: دراسة -ظاهرة التحرش في الأردن- الصادرة عن اللجنة الوطنية الأردنية لشؤون المرأة نهاية عام ٢٠١٧  
اصدار جمعية معهد تضامن النساء الاردني 2019  
info@sigi-jordan.org

صورة (1): منشور لجمعية معهد تضامن



صورة (2): منشور لجمعية معهد تضامن

حتى في السينما والدراما أصبح من المعتاد رؤية المرأة دائما مؤطرة في أدوار ربة المنزل الهادئة التي تجيد الطبخ، أو الأم الحنون، أو الزوجة المطيعة، أي فقط في أدوار محدودة.

أظهرت دراسة مصرية أن وسائل الإعلام تركز على مجموعة من القيم التراثية التي تؤكد مشروعية التمايز الاجتماعي والثقافي بين الجنسين بوصفه من الأمور الطبيعية التي لا تقبل الجدل، وكذلك تبين لها انحياز الإعلام العربي للصور والأدوار التقليدية للمرأة، وحصر حضورها في 3 صور متكررة، وهي الأم المعطاءة والزوجة الخاضعة والابنة المطيعة.

ينحاز الإعلام العربي للأسر الغنية والشرائح العليا من الطبقة الوسطى من سكان المدن ويتجاهل نساء الريف والبوادي.

أيضا، لا يطرح الإعلام رؤية موازية ومتوازنة لأدوار المرأة والطفل والرجل داخل الأسرة العربية، ولا لوظائفهم ومسؤولياتهم وحقوقهم، ويركز في المقابل على المسؤوليات التقليدية للمرأة.

هناك حاجة في السينما والتلفزيون لظهور نساء قويات، عطوفات، يتخذن قرارات جيدة، إن تنوع ظهور أدوار المرأة يجعلها تبدو حقيقية، ويسهم تعدد جوانب الصورة في إنشاء صور حقيقية، وهي أفضل طريقة لتجنب الصور النمطية.

أما في قطاع الإعلان، فإن العديد من الإعلانات تستخدم المرأة أداة لترويج المنتجات، حتى في المنتجات التي يستخدمها الرجال أو الأطفال، ويتم إظهار المرأة غالبا بصورة المرأة التي تغوي الرجل، أو التي تسعى لإرضائه أو شد انتباهه، وهو ما يقلل من قيمتها ويتناولها كسلعة.

العديد من المعننين يكتفون من استغلال المرأة في الإعلانات لأنها تجلب الزبائن، أو لأنها ذات وجه حسن وتمتلك اللياقة في المعاملة، كما يجري استغلالها بشكل مثير لشد الانتباه والتأثير في السلوك الشرائي للمستهلك، مع التركيز على أنوثة المرأة تحديدا وحصر صورتها في إطار الغواية.

وسائل الإعلام لا تركز على عرض الإعلانات التي تظهر المرأة كائنا منتجا وعاملا ومساهما في نهضة المجتمع وتربية النشء، ولا تركز على تزويد المشاهد بمعلومات ضرورية عن تلك السلع التي تعرضها، وإنما تبالغ في التركيز على إظهار شكل المرأة.

مثال (1)، انتشرت في عدة شوارع في مدينة عمان لوحات إعلانية تعود لإحدى شركات السيارات، كُتب عليها (عينك ع غيرها، مصروفها كبير، حاسس في أحلى منها؟، صرلها فترة مغلبتك.. غيرها) وذلك بالتزامن مع عيد الحب الذي يوافق يوم 14 فبراير/شباط سنويا.



صورة (3): لوحات إعلانية تعود لإحدى شركات السيارات

تعامل الإعلان مع المرأة بشكل غير أخلاقي، وفق صورة نمطية منتشرة عن المرأة بوصفها جزءًا مملوكًا، يُباع ويُشترى ويُستبدل.

الإعلان حمل تلميحات وإشارات تُقلل من قيمة المرأة وتعرضها للتمييز والاستغلال، كما أنه لم يحترم كرامة المرأة وعرضها للإساءة، والاستغلال. في الآونة الأخيرة بدأنا نلاحظ ظهور أدوار أخرى للمرأة، وتداولًا أكثر لقضايا النوع الاجتماعي، مثل التمييز في الأجور بين الجنسين، التحرش في العمل، العنف ضد المرأة، والعديد من القضايا الأخرى.

لكن على الرغم مما سبق، يبقى تعامل وسائل الإعلام ومستخدمي منصات التواصل الاجتماعي مع تلك القضايا غير منسجم بالعدالة وتكافؤ الفرص، مقارنة مع الرجل، كما أنه مستمر في تأطير المرأة في أدوار محددة، ولا يعطي المساحة الكافية لمعالجة قضايا المرأة. مؤخرًا، شكلت منصات التواصل الاجتماعي البيئة الأكثر استجابة لقضايا النوع الاجتماعي، وطرح المبادرات والتأثير في الرأي العام، في الوقت الذي ينشط في تلك المنصات مستخدمون يقدمون محتوى مضادًا لتلك المبادرات، ويحاولون مقاومة محاولات التغيير. لكن قد يتطور الأمر من خلق صور نمطية عن المرأة وصولًا إلى استخدام خطاب يوصف بأنه خطاب كراهية مبني على التمييز ضد المرأة أو حتى ضد الرجل.

## خطاب الكراهية ليس حرية تعبير

تتفق المواثيق الدولية على حماية حق التعبير عن الرأي وحرية تداول المعلومات والدفاع عنهما، بما في ذلك التعبير عن الانتقادات الموجهة للأنظمة والأفراد، والمؤسسات والمنظمات والجماعات.

وأكدت المواثيق أن التعبير عن الرأي يعد حقا أساسيا من حقوق الإنسان، لكن هذا الحق مرتبط بعدم تعريض المجتمع إلى خطر الانقسام، وعدم تعريض مجموعة من البشر أو أحد الأفراد للمخاطر.

لذلك لا يجوز تعرض أحد للأذى بحجة الحرية، وإنما على العكس يجب استخدام الحرية لخدمة القضايا وبشكل مسؤول دون تعريض أحد إلى الخطر، لأن التعريض للخطر يعد خطاب كراهية.

من أشكال خطاب الكراهية، خطاب التمييز ضد جماعة محددة، مثل الخطاب المبني على التمييز ضد المرأة أو ذوي الإعاقة أو ضد جنسية بعينها.

قد يأخذ خطاب الكراهية شكل النص المكتوب أو الصورة أو مقطع الفيديو، أو العمل الفني غير الإخباري.

وجرت العادة أن تتضمن قوانين كل دولة موادا خاصة بمكافحة خطاب الكراهية والحض على العنف، لكن الكثير من هذه الممارسات خاصة مع انتشار الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي لا تقع تحت طائلة القانون.

## التمييز ضد المرأة

يُمكن ملاحظة مقدار التمييز الحاصل في وسائل الإعلام، عند مراقبة المحتوى الذي يغلب عليه وجود الرجال بوصفهم مسؤولين وخبراء وصناع قرار ومؤثرين.

وضعت الأمم المتحدة وضعت منفصلة تماما لحقوق الإنسان، لمواجهة الأشكال الشائعة للتمييز، مثل الاتفاقية الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز العنصري، واتفاقية القضاء على جميع أشكال التمييز ضد المرأة، واتفاقية حقوق الطفل، واتفاقية حقوق الأشخاص ذوي الإعاقة.

تنص المادة الثانية من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان على أن: «لكل إنسان حق التمتع بجميع الحقوق والحريات المذكورة في هذا الإعلان، دونما تمييز من أي نوع، ولا سيما التمييز بسبب العنصر، أو اللون، أو الجنس، أو اللغة، أو الدين، أو الرأي سياسياً وغير سياسي، أو الأصل الوطني أو الاجتماعي، أو الثروة، أو المولد، أو أي وضع آخر. وفضلاً عن ذلك لا يجوز التمييز على أساس الوضع السياسي أو القانوني أو الدولي للبلد أو الإقليم الذي ينتمي إليه الشخص، سواء أكان مستقلاً أو موضوعاً تحت الوصاية أو غير متمتع بالحكم الذاتي أم خاضعاً لأي قيد آخر على سيادته».

### نقاط إرشادية لتجنب التمييز ضد المرأة عند إنتاج المحتوى:

- إنصاف المرأة بوصفها مصدراً إعلامياً وخبيرة ومن حقها الظهور على وسائل الإعلام المختلفة.
- تجنب ربط مواقع السلطة والنفوذ والقوة بالخصائص الذكورية، لأن ذلك يعني أن على المرأة أن تتبنى سلوكيات مرتبطة بصفات الذكور حتى تصبح صانعة قرار، وكأن هذا هو السبيل الوحيد للمشاركة أو تولي السلطة.
- تجنب إطلاق الأوصاف الجمالية والمتعاطفة مع المرأة.
- الحديث عن المرأة بوصفها مواطناً مستقلاً، والتركيز على دورها ومسؤولياتها فيما يتعلق بموضوع المحتوى.

- عدم التركيز في المقابلات على كيفية تمكن المرأة من الجمع بين المهام المنزلية والارتباطات العائلية والعمل في موقع عام، في الوقت الذي يندر طرح هذا الربط عند مقابلة الرجال.
- تجنب استخدام الأوصاف التي تتفق مع الصور النمطية التقليدية للمرأة، مثل القول، إنها أم لطفلين، ما لم يكن ذلك في سياق المحتوى، أو إنها زوجة، أو أية أوصاف تقلل من شأنها أو تستخف بها، ولو كان بشكل غير مباشر.
- تجنب التركيز على مظهر المرأة خصوصا إن كانت في موقع ذي سلطة، والابتعاد عن التفاصيل المتعلقة بالمظهر والملابس، والنظام الغذائي، وتسريحة الشعر، وما إلى ذلك.
- عدم التسرع بإطلاق المسمى الوظيفي للمرأة بصيغة ذكورية، مثل رجل أعمال، ورجل الإطفاء، ورجل القانون، ورجال الشرطة، ورجل الأمن، والاستعاضة عنها بمسمى يُناسب نوعها الاجتماعي.

ويحدث أحيانا في بعض المناصب والمسميات الرسمية أن تقول وسائل الإعلام المدير العام فلانة الفلانية، ومن باب أولى أن يقال المديرية فلانة أو الوزيرة بتأنيث المنصب أو المسمى.

## ما هي العدالة الجندرية؟

تعرف العدالة الجندرية بأنها المساواة في الحقوق والمسؤوليات والفرص بين النساء والرجال والفتيات والفتيان وفق المعهد الأوروبي للعدالة الجندرية.

ولا تعني العدالة الجندرية أن يصبح النساء والرجال الشيء ذاته، وإنما تعني عدم اعتماد حقوق النساء والرجال ومسؤولياتهم وفرصهم على الجنس الذي ولد عليه الشخص.

إن العدالة الجندرية تقتضي أخذ مصالح كل من النساء والرجال واحتياجاتهم وأولوياتهم بالحسبان، وصولاً إلى الاعتراف بتنوع المجموعات المختلفة من النساء والرجال.

تشير خطة عمل اليونسكو بشأن أولوية المساواة بين الجنسين للفترة 2014-2015 إلى «المساواة بين النساء والرجال والفتيان والفتيات في الحقوق والمسؤوليات والفرص، وتقتضي مراعاة مصالح النساء والرجال واحتياجاتهم وأولوياتهم على حد سواء والتسليم بتنوع مختلف المجموعات بين النساء والرجال».

العدالة الجندرية قضية لا تخص المرأة وحدها، ولكنها تتعلق بالمشاركة الكاملة للرجال والنساء، ويُنظر إليها على أنها قضية من قضايا حقوق الإنسان وشرط مسبق ومؤشر للتنمية المستدامة التي يكون الإنسان محورها.

ولا يمكن دعم جهود المرأة والمطالبة بحقوق توازي دورها الفاعل عبر التمر على الرجال، ومهاجمتهم بطريقة غير موضوعية وغير متوازنة، وإطلاق أحكام تعميمية عليهم.

من الواجب التعامل مع القضية بشمول يقتضي الانفتاح لسماع وجهات النظر المتعددة والتعرف عليها باحترام، والتواصل بمحبة وتعاطف، مع مختلف الفئات، وكذلك التحلي بالتوازن، وهذه كلها من الكفاءات المرتبطة بمفهوم المواطنة الرقمية.

## كفاءات التربية الإعلامية وقضايا الجندر

تعمل التربية الإعلامية والمعلوماتية على تمكين المواطنين من الدعوة إلى المساواة بين الجنسين في جميع جوانب التنمية، بما في ذلك في وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي، وذلك باستخدام كفاءات مرتبطة بقضايا النوع الاجتماعي:

### 1. التعرف على الحاجة إلى المعلومات وتوضيحها:

الاعتراف بضرورة وجود معلومات عن النساء والرجال في وسائل الإعلام والكتب والتاريخ، وتحديد عدم وجود أنواع معينة من المعلومات عن النساء، مثل المعلومات عن المرأة القوية في التاريخ أو القيادات النسائية في الوقت الحاضر، والدعوة للحصول على بيانات مصنفة حسب الجنس في التقارير الرسمية مثل البطالة والوصول إلى الإنترنت والهواتف المحمولة، وفي تقارير التنمية.

### 2. فهم دور وسائل الإعلام ووظائف مقدمي المعلومات ومنتجاتي المحتوى في المجتمعات الديمقراطية:

ويشمل ذلك فهم وسائل الإعلام ومقدمي المعلومات الآخرين وإدراك قوتهم ودورهم، وفهم دور الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، ودعوة وسائل الإعلام ومقدمي المعلومات لجعل قضايا النوع الاجتماعي وعدم المساواة بين الجنسين شفافة ومفهومة للجمهور، وكذلك الضغط والدفع نحو التنوع في وسائل الإعلام ومقدمي المعلومات الآخرين، والمحتوى المنتج.

### 3. فهم الشروط التي بموجبها يمكن تنفيذ وظائف وسائل الإعلام وإنتاج المحتوى:

ويتضمن الأمر الدفاع عن حرية التعبير وحرية الصحافة والحق في التعبير بحرية، دون خوف من التمييز على أساس النوع الاجتماعي.

#### 4. تحديد المعلومات ذات الصلة والوصول إليها:

البحث عن المعلومات والمعارف المتعلقة بالنوع الاجتماعي واسترجاعها، واستخدام قوانين الوصول للحصول على المعلومات التي تحتفظ بها الحكومة بشأن المساواة في معاملة المرأة وتمكينها، والمشاركة بنشاط في دورة حياة المعلومات (التجميع والمعالجة والنشر).

#### 5. التقييم الناقد للمعلومات ومحتوى وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي:

هنا عملية التقييم تستند إلى مدى دقة المحتوى ومصداقيته، والهدف من المعلومات، والمخاطر المحتملة، وسلطة منتج المحتوى التي تخوله تقديم تلك المعلومات، وكذلك تفكيك الرسائل الإعلامية وتحليل المعلومات من جهة اشتغالها على صور نمطية أو تمييز مبني على النوع الاجتماعي.

#### 6. استخراج المعلومات من المحتوى الإعلامي وتنظيمه وتجميعه ثم العمل على الأفكار المستخرجة من المحتوى:

جمع المعلومات ذات الصلة التي تشير إلى العوامل التي تعوق المساواة وتمكين المرأة، واستخدام هذه المعلومات لفتح حوار مع صناع القرار والمعنيين، في مسعى لإنصاف المرأة.

#### 7. القدرة على تطبيق مهارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل معالجة المعلومات وإنتاج المحتوى.

8. عدم التركيز على سلبيات وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي وتدفق المعلومات فقط: وهنا يجب التركيز أيضا على الفرص التي توفرها تلك الوسائل لإعطاء دفعة للمساواة والعدالة الجنسانية.

## معالجة قضايا المرأة

يعاني الأردن من أزمة مشاركة متعددة الأوجه سواء أكان ذلك في الأبعاد السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية، الأمر الذي يظهر في ضعف معدلات المشاركة في انتخابات المؤسسات التمثيلية، مثل البلديات والنقابات ومجلس النواب، وضعف الانخراط في الأحزاب ومؤسسات المجتمع المدني، وخصوصاً لدى المرأة.

تبدو فجوة النوع الاجتماعي في معدلات مشاركة المرأة بشكل أكثر وضوحاً وإجراً، فمعدل مشاركة المرأة الأردنية اقتصادياً في سوق العمل متدن، لتمتد المشاركة الضعيفة إلى قطاعات أخرى مثل العمل التطوعي والعمل غير الربحي.

ويظهر هنا دور وسائل الإعلام في معالجة تلك القضايا والتطرق لها بشكل معمق، والاهتمام بها كما ونوعاً وبما يحقق العدالة والتوازن، والواجب يقتضي أن يضغط المجتمع ومؤسسات المجتمع المدني على وسائل الإعلام لـ «ممارسة سلطة ودور أكبر» بشأن تلك القضايا.

ومن القضايا التي تعاني من ضعف وندرة في معالجة معمقة لها، قضايا التحرش الجنسي وخصوصاً في مكان العمل، وجرائم الشرف، والزواج بالإكراه، والعنف المنزلي، وإظهار النساء في الإعلانات كسلعة، والتمييز في الأجور، وكذلك قضية تمكين المرأة بمختلف الأبعاد السياسية والاجتماعية والثقافية، وعدم إغفال الاهتمام بالقضايا المتعلقة بالأمومة والصحة الإنجابية وتربية الطفل لكن مع عدم حصر الاهتمام بها.



المحور الخامس |

## المواطنة الرقمية

نحو مشاركة مدنية رقمية

## مقدمة

تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات دورًا حاسمًا في تمكين التنمية البشرية الشاملة والمستدامة، وذلك بفتح الباب أمام الناس للوصول إلى المعلومات والخدمات وفرص المشاركة والإسهام في اقتصاد المعرفة.

تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وسيلة لتعزيز التنمية الاقتصادية وتمكينها، والنمو والاندماج الاجتماعي، والاستدامة البيئية، فلقد غيرت التكنولوجيا بالفعل الطريقة التي نتعلم بها ونسافر ونعمل ونتفاعل ونشارك.

مع توالد العديد من الفرص والفوائد بسبب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، أُثِّرت مخاوف وقضايا تتعلق بالأمن على الإنترنت (سرقة الهوية، والخداع، والقرصنة، والاحتيال)، وإساءة استخدام المعلومات (الانتحال، والوصول إلى محتويات غير ملائمة، والتحرير)، والمخاطر الصحية والعقلية (التعرض الطويل للشاشة وآلام الظهر والذراع وإدمان الألعاب).

إن التغيير السريع للتقنيات الرقمية ولد حاجة لمواكبة التدابير الرامية إلى منع المخاطر المرتبطة باستخدام التكنولوجيا وتخفيفها، فصار من المُلحّ وجود نهج استباقي لتثقيف الأطفال والمعلمين وأولياء الأمور والمستخدمين بشكل عام بوساطة التربية الرقمية والمواطنة الصالحة في العالم الرقمي.

في هذا الإطار نشأت العديد من المبادرات والبرامج الصادرة عن حكومات ومنظمات مختلفة حول العالم بشأن قضايا المواطنة الرقمية. بعد إدراك الفرص والمخاطر التي يمكن أن تجلبها تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

## ما هي المواطنة الرقمية

يُمكن تعريف مفهوم المواطنة الرقمية على أنه القدرة على المشاركة في المجتمع عبر الإنترنت، وجعل هذه المشاركة تعمل للصالح العام، عن طريق الشعور بالمسؤولية، والحماية والالتزام بالقوانين والأخلاقيات.

ويُعرف المواطنون الرقميون بأنهم الذين يستخدمون الإنترنت بانتظام، وبشكل فعال ويومي.

تتحدث المواطنة الرقمية عن القدرة على استخدام التكنولوجيا بكفاءة، وتفسير المحتوى الرقمي وفهمه وتقييم مصداقيته، وإنشاء الأدوات المناسبة والبحث عنها والتواصل معها، واستغلال فرص العالم الرقمي والتعامل مع تحدياته، واتخاذ خيارات آمنة ومسؤولة ومحترمة على الإنترنت.

يجب أن يتمتع المواطن الرقمي ببعض الخصائص مثل فهم القضايا الإنسانية والثقافية والمجتمعية المتعلقة بالتكنولوجيا، وممارسة السلوك القانوني والأخلاقي، وممارسة الاستخدام الآمن والقانوني والمسؤول للمعلومات والتكنولوجيا، وإظهار موقف إيجابي تجاه استخدام التكنولوجيا التي تدعم التعاون والتعلم والإنتاجية.

وتشمل المواطنة الرقمية، في أبسط مستوياتها، احترام الذات والآخرين وحياتهم، واحترام الملكية الفكرية وحياتها.

تعد التربية الرقمية ضرورية لتفعيل المواطنة الرقمية، وبعبارة أخرى، «المشاركة المدنية الرقمية» التي هي ذخيرة للممارسات التي تندرج تحت «المواطنة الرقمية» المحتاجة إلى «التربية الرقمية» من أجل الحدوث.

وتُعرف التربية الرقمية بالقدرة على البحث والتحليل والتفكير النقدي، إضافة إلى القدرة على التعامل مع الوسائل الرقمية وأدواتها ومحدداتها. وهي مفهوم ذو أبعاد متعددة يتضمن

امتلاك الفرد للمهارات اللازمة للوصول لهدف ما باستخدام الأجهزة والتقنيات الرقمية، إضافة لامتلاك الاتجاه والكفاءة في استخدام التقنيات.

تشكل التربية الإعلامية مظلة للتربية الرقمية، والأفراد المتمتعون بالتربية الإعلامية هم متواصلون فعالون، وقادرون على إظهار التفكير النقدي والإبداعي أثناء استخدامهم الأدوات المناسبة، ويفهمون قواعد الأدوات التي اختاروها وخصائصها، علاوة على قدرتهم على التكيف مع التقنيات المتغيرة وتطوير المهارات الجديدة المطلوبة مع استمرارهم في الانخراط في التعلم مدى الحياة.

ويمكن اعتبار «المواطنة الرقمية» مزيجًا من المشاركة المدنية الرقمية والممارسات الرقمية المحترمة، كما أنها تهدف إلى التعليم والتمكين والحماية.

تركز المواطنة الرقمية على تجاوز المصلحة الشخصية الفردية لحساب مصلحة المجموعة الأكبر والمجتمع، وتعليم السلوك المحترم واللبق على الإنترنت، والتوعية بشأن التنمر الإلكتروني، ودعم الأفراد الذين تم استهدافهم بشكل سلبي، وتعزيز التسامح والاحترام، واحترام الآخرين عند الاختلاف في الرأي.

تشير الأبحاث إلى أن الشباب اليوم يتعاملون مع مفهوم المواطنة بشكل مختلف عن أسلافهم، وهم أقل استثمارًا في أعمال المواطنة التقليدية مثل التصويت في الانتخابات، ويفضلون بدلا من ذلك «سياسة شخصية للمشاركة التعبيرية»، مثل الشبكات الرقمية والتعبير عن الذات والاحتجاجات والعمل التطوعي. وفي الوقت الذي يمتلك فيه المواطنون الرقميون مفاهيم مختلفة جوهريًا عن المواطنة والعمل المدني، فإن وسائل الإعلام الرقمية التشاركية توفر العديد من السبل للمواطنين الرقميين للانخراط في المواطنة النشطة.

وهنا يمكن التركيز في تعليم المواطنة الرقمية على استخدام موارد الإنترنت لجعل الشباب يمارسون سلوكيات محترمة ومتسامحة تجاه الآخرين، وزيادة أنشطة المشاركة المدنية.

## عناصر المواطنة الرقمية

تتضمن المواطنة الرقمية تسعة عناصر تتمتع بالمرونة لاستيعاب التغييرات التكنولوجية في المستقبل المنظور، وهي عناصر لا بد للمواطن الرقمي أن يتمتع بها، ويمكن إجمال العناصر التسعة في ثلاثة مجالات، هي: الاحترام، والتثقيف، والحماية.

أما عناصر المواطنة الرقمية التسعة هي:

### 1. الوصول الرقمي: المشاركة الإلكترونية الكاملة في المجتمع.

توفر التكنولوجيا فرصًا لأعداد كبيرة من الأشخاص للتواصل والتفاعل، لكن لا يمكن للجميع الوصول إلى الأدوات الرقمية بسبب الحالة الاجتماعية والاقتصادية والإعاقات، أي أن تلك الفرص ليست متاحة بشكل متساوٍ لجميع الأفراد.

وتشمل المجموعات التي ينقصها الوصول إلى التكنولوجيا، العائلات التي لا تملك القدرة المالية، والمؤسسات التعليمية التي تمتلك عددًا محدودًا من أجهزة الحاسوب لطلابها، والمناطق الريفية والنائية التي لا يمكنها الوصول إلى الإنترنت أو إلى إنترنت عالي السرعة، وكذلك ذوي الإعاقة الذين لا تتوفر لديهم الأدوات الخاصة المصممة لاستخدامهم.

### 2. الاتصال الرقمي: تبادل المعلومات إلكترونياً.

الهواتف المحمولة ومنصات التواصل الاجتماعي والرسائل النصية تعد بنية اجتماعية جديدة تحكم كيف ومتى ومع من يتفاعل الناس، وتوفر للمستخدمين إمكانية الوصول الفوري إلى الآخرين على مستوى غير مسبوق.

ينسى المستخدمون أنه على الرغم من إمكانية حذفهم لرسالة ما، فإنها تخزن عادةً في خادم أو يتم نسخها احتياطياً للمرجعة المستقبلية، ما يعني أن المستخدمين بحاجة إلى التفكير فيما يكتبونه عند استخدام البريد الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي وطرق الاتصال الأخرى.

ويمكن استخدام أي تقنية بشكل غير لائق، وفي كثير من الأحيان يرسل الأشخاص رسائل دون التفكير بمضمونها أو كيف يمكن تفسيرها، إذ توفر تقنيات الهواتف المحمولة العديد من المزايا والحريات، لكن هناك حاجة إلى موازنة هذه الحرية مقابل المسؤولية.

### 3. التربية الرقمية.

القدرة على البحث والتحليل والتفكير النقدي، إضافة إلى القدرة على التعامل مع الوسائل الرقمية وأدواتها ومحدداتها.

### 4. الأمن الرقمي (الحماية الذاتية).

الاحتياطات الإلكترونية لضمان السلامة، إذ يجب تطوير استراتيجية قوية لحماية المعلومات عند تخزينها والتعامل معها، مثل (استخدام برامج الحماية من الفيروسات، وعمل النسخ الاحتياطية).

### 5. الآداب الرقمية: معايير السلوك أو الإجراءات الإلكترونية.

بصفتنا أعضاء في مجتمع رقمي، يُطلب منا أن نفعل ما هو الأفضل للمجموعة الأكبر. إذ يجب التفكير في كيفية تأثير استخدام التكنولوجيا على الآخرين، والتصرف بما هو أفضل للمجتمع. فالمواطن الرقمي يحترم الآخرين ويتعلم طرق استخدام التكنولوجيا بلباقة وفعالية.

### 6. الحقوق والمسؤوليات الرقمية.

وهنا الحريات تشمل الجميع في العالم الرقمي وفق حدود الحقوق والواجبات. أن يكون الفرد عضوًا في مجتمع رقمي يعني أن كل مستخدم يتمتع بحقوق معينة وبشكل متساوٍ مع البقية، مقابل وجود مسؤوليات وواجبات معينة تجاه المجتمع.

ومن الأمثلة على ذلك الالتزام بسياسات استخدام مقبولة في المنصات الرقمية، والإشارة للمصدر عند استخدام معلومات معينة.

## 7. القانون الرقمي: المسؤولية الإلكترونية عن الأفعال.

سهّل الإنترنت نشر مجموعة كبيرة من المواد وتحديد موقعها وتنزيلها، وتعد هذه القدرة على مشاركة المعلومات بسهولة إحدى نقاط القوة في الإنترنت، لكن لا تؤخذ بالحسبان الأمور غير الملائمة وغير القانونية عند نشر المعلومات أو الوصول إليها عبر الإنترنت.

إن قضايا حقوق الملكية الفكرية وحماية حقوق النشر حقيقية، وهناك عواقب حقيقية عند انتهاكها، ولذلك أصبحت القوانين المتعلقة باستخدام التكنولوجيا أكثر أهمية.

المواطنة الرقمية تساعد المستخدمين ليصبحوا أكثر وعياً بالتداعيات القانونية لاستخدام التكنولوجيا.

## 8. الصحة الرقمية: الرفاه الجسدي والنفسي في عالم التكنولوجيا

برز موضوع «إدمان الإنترنت» بوصفه مشكلة شائعة تتعلق بالسلامة الرقمية، وهو الذي يسبب أضراراً نفسية وجسدية متعددة.

## 9. التجارة الرقمية: بيع وشراء البضائع إلكترونياً.

وهنا تلزم التوعية بكيفية شراء البضائع على الإنترنت ومكانها، والحذر من عمليات الاحتيال في الشبكة وسرقة الهوية وممارسات الشراء السيئة التي تؤدي إلى ضعف التصنيف الائتماني.

### كفاءات ومهارات المواطنة الرقمية:

#### 1. الشمول

ويعني الانفتاح لسماع وجهات النظر المتعددة والتعرف عليها باحترام، والتواصل مع الآخرين على الإنترنت باحترام وتعاطف.

#### 2. الاطلاع

ويعبر عن تقييم دقة الوسائط الرقمية والمشاركات الاجتماعية ومنظورها وصحتها، ومنشورات الإعلام الرقمي والتواصل الاجتماعي.

### 3. المشاركة

وتتعلق باستخدام التكنولوجيا والقنوات الرقمية في المشاركة المدنية والتنمية، وحل المشكلات والتأثير الإيجابي في المجتمعات الحقيقية والافتراضية.

### 4. التنبه

يشير التنبه إلى الوعي بالتصرفات والأفعال على الإنترنت، ومعرفة كيفية التصرف بشكل آمن، وخلق مساحات آمنة للآخرين على الشبكة.

### 5. التوازن

يرتبط التوازن هنا باتخاذ قرارات تستند إلى معرفة كيفية تحديد أولويات الوقت والأنشطة على الإنترنت وخارجه.

## التعليم والمواطنة الرقمية

تظهر حاجة ملحة لتطوير البيئات التعليمية بهدف التربية على المواطنة الرقمية. عن طريق تمكين الطلبة من التعامل مع العالم الرقمي وما أنتجه من أدوات ووسائط تعليمية. وإمدادهم بإطار معرفي يؤهلهم لفهم تأثير الثورة الرقمية على حياتهم وكيفية تحقيق الفائدة المرجوة منها بطريقة إيجابية وآمنة. وكذلك توفير فرص تدريب على مهارات استخدام تقنياتها وتصفح الشبكات الرقمية وتنمية مهارات التفكير الناقد لما يتعاملون معه من محتويات رقمية.

في خضم السباق العالمي والتغيرات الكبيرة في المجتمع والعمل، تبرز الحاجة إلى التغيير. واعتماد سياسات مواطنة رقمية تركز على تعلم الطلاب، وتدريبهم على العمل والعيش والمشاركة في البيئات الرقمية. وكذلك إعادة التفكير في كيفية إعداد الطلاب للمواطنة النشطة والتشاركية.

باختصار، هناك حاجة لتوسيع المهمة المدنية للمدارس لتشمل مهمة إعداد «المواطنين الرقميين».

يحتاج المجتمع التعليمي إلى نموذج للمواطنة الرقمية في بنيته التحتية وإجراءاته، يشمل توفير الوصول العادل إلى المعلومات الرقمية. ووضع الأحكام لضمان أن المجتمع التعليمي آمن رقمياً، ووجود خطة لتأمين البيانات التعليمية وحمايتها في حال وقوع جريمة أو انتهاك، وكذلك الحفاظ على الخصوصية وسرية السجلات الفردية. وإنشاء السياسات التي تضمن الحقوق الرقمية للجميع وتنفيذها، وتدريب الموظفين على تعليم المواطنة الرقمية لإبقائهم مطلعين باستمرار بشأن تعليم المواطنة الرقمية.

تحتاج المنظومة التعليمية أيضاً إلى إدراك أن «التعلم عن التكنولوجيا» يختلف عن «التعلم باستخدام التكنولوجيا»، إذ إن التعلم عن التكنولوجيا غاية في حد ذاته، بينما التعلم باستخدامها وسيلة لا أكثر.

المواطنة تتطلب التعليم، والوصول إلى مبادئ أخلاقية عالية في التفاعلات المجتمعية لا يحدث تلقائياً، ويتطلب التوجيه الذي يأتي من المعلمين مثلاً.

### ويحتاج متعلمو المواطنة الرقمية إلى:

- التثقف بالمعلومات عن طريق الوصول، التقييم، الاستخدام.
- مواصلة التعلم مدى الحياة.
- توليد المعرفة وإثبات القدرة على الإسهام بمعرفة مفيدة في المجتمع الرقمي.
- التحلي بالمسؤولية الاجتماعية والمحافظة على الديمقراطية والدفاع عنها.
- ممارسة سلوكيات أخلاقية ومتعاونة.

### ويُنتظر من الطلاب بعد تعلم المواطنة الرقمية:

1. إدراك الحقوق والمسؤوليات وفرص العيش والتعلم والعمل في عالم رقمي مترابط.
2. التصرف بطرق آمنة وقانونية وأخلاقية.
3. تنمية هويتهم الرقمية وإدارتها، والحفاظ على سمعتهم وإدراكهم لاستمرارية أفعالهم في العالم الرقمي.
4. الانخراط في سلوك إيجابي وآمن وقانوني وأخلاقي عند استخدام التكنولوجيا، بما في ذلك التفاعلات الاجتماعية على الإنترنت.
5. إظهار فهم حقوق استخدام الملكية الفكرية والتزاماتها ومشاركتها.
6. إدارة البيانات الشخصية للحفاظ على الخصوصية والأمان الرقميين، والمعرفة بتكنولوجيا جمع البيانات المستخدمة لتتبع التنقل على الإنترنت.

### ويجب أن يركز تعليم المواطنة الرقمية على تطوير مهارات الشباب في مجالين مهمين:

1. استخدام السلوك المحترم على الإنترنت
2. ممارسة المشاركة المدنية على الإنترنت

## المواطنة الرقمية والمشاركة المدنية والديمقراطية

تعدُّ المواطنة أساساً وحجر زاوية للدول الديمقراطية، وتوفر الدعم اللازم لتوجيه الحقوق والمسؤوليات صوب المشاركة المدنية والمشاركة السياسية والمشاركة المجتمعية، وتتطلب المواطنة العمل بمبادئ أخلاقية عالية.

إن الهدف من معالجة المواطنة وتطوير سياستها في نهاية المطاف هو تشجيع المحادثات التي تُشرك المجتمع، إذ تعمل هذه المشاركة ضمن إطار يصف المواطنة ويوضح بعض متطلباتها.

ترتبط المواطنة ارتباطاً وثيقاً بالتقدم الإعلامي، إذ أدت التغييرات في وسائل الإعلام إلى تغييرات في المجتمع والعلاقات المجتمعية.

التطور المستمر للمواطنة يتطلب محادثة ونقاشاً مستمرين، فما هو مناسب في إطار زمني أو ثقافي معين قد لا يكون مناسباً في إطار آخر، وهنا المواطنة الرقمية بوصفها شكلاً جديداً نسبياً من المواطنة تتطلب محادثة مستفيضة. في الوقت الذي تتطلب فيه المواطنة المشاركة في المجتمعات سواء أكانت محلية أم إقليمية أم اجتماعية أم سياسية، فإن المواطنة الرقمية تتطلب بدورها المشاركة في المجتمعات الرقمية بطرق هادفة ومسؤولة.

المواطنة الرقمية أعادت صياغة طبيعة المجتمعات ومدى الوصول إليها، إذ أصبحت تلك المجتمعات متعددة الثقافات وعالمية، وذات سياق رقمي، وتقدم دعائم للمجتمع الديمقراطي، وبالتالي فإنها تخلق شكلاً جديداً من أشكال المواطنة وتبني على مفاهيمها.

في الأساس، المواطنة الرقمية متجذرة في المواطنة التقليدية، وتعمل القيم الأساسية للمواطنة على توجيه المواطنة الرقمية، ويجب أن تكون المساواة والإنصاف بمنزلة كلمة السر في نموذج المواطنة الرقمية، ومستندة على مفاهيم المواطنة شاملة.

أما المشاركة المدنية فتعرف على أنها: «إجراءات فردية أو جماعية يشارك فيها الناس لتحسين حال المجتمعات أو المجتمع بشكل عام».

اتخذت المشاركة المدنية تقليدياً شكل التصويت في الانتخابات، أو حضور اجتماعات أو الاتصال بالمسؤولين الحكوميين، أو حضور الاحتجاجات، أو توقيع الالتماسات، أو كتابة مقالات أو تدوينات، ويمكن أن تشمل المشاركة السياسية والعمل التطوعي ودعم الجمعيات الخيرية ومشاركة الهوايات والمهارات مع مجتمع أكبر، لكن الإنترنت يوفر مساحات وفرصاً جديدة ومثيرة خصوصاً عند الشباب.

جدول (1): أنماط سلوك وأساليب اتصال المواطنين التقليديين والرقميين

المواطنون الرقميون	مواطنو الأجيال السابقة	
الانفتاح على العديد من أشكال التعبير المدني الإبداعي	المشاركة المدنية تمحورت حول نشاط المواطنين في المنظمات والمؤسسات والحملات الحكومية أو الرسمية	نمط السلوك المدني
متجذر في تحقيق الذات باستخدام التعبير الاجتماعي	متجذر في المسؤولية والواجب	
العضوية في شبكات مرتبطة بشكل فضفاض	العضوية في مجموعات اجتماعية محددة	
الخطوط الفاصلة بين استهلاك المحتوى والإنتاج غير واضحة والمعلومات مصدرها الأفراد والموسوعات الإلكترونية والمحتوى الرقمي	استهلاك أحادي الاتجاه بشكل أساس للمعلومات المدنية المُدارة (من الأخبار والمنظمات الحزبية والإعلانات السياسية)	أسلوب ومنطق الاتصال
مشاركة المحتوى التفاعلي عبر الشبكات الرقمية التي تضيء طابعاً شخصياً على هوية المواطن ومشاركته	غالبا ما يهدف التعبير الفردي إلى أهداف مؤسسية محددة (الاتصال بالمسؤولين المنتخبين، وإرسال رسائل إلى الصحف)	

تقول دراسة إن مشاركة الشباب في الأنشطة غير السياسية القائمة على الاهتمامات عبر الإنترنت تنبأت بمشاركة مدنية تقليدية وسياسية أكبر، أي أن لها أثراً إيجابياً. وكما أشرنا سابقاً، يمكن عدُّ «المواطنة الرقمية» مزيجاً من المشاركة المدنية الرقمية والممارسات الرقمية المحترمة.

ذكرت بعض الأبحاث في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة وأستراليا أن منصات التواصل الاجتماعي قد تشكل حافزاً للمشاركة السياسية، ووجدت علاقة قوية بين التعليم والمشاركة السياسية.

### وتكتسب المشاركة المدنية للشباب أهمية لأسباب عديدة أهمها أن:

1. التعليم والتعرض للقضايا المدنية في سن مبكرة أمر أساس لخلق فاعلين مدنيين مشاركين في المستقبل.
2. الشعور بالتمكين الاجتماعي والسياسي يرتبط باحترام الشباب لذاتهم.

### العوامل التمكينية للمشاركة المدنية الرقمية:

#### • الوصول العادل إلى التكنولوجيا والأدوات الرقمية:

يشكل ضعف البنية التحتية الرقمية وكلفة الاتصال المرتفعة، والحواجز الاجتماعية مثل الفجوة الرقمية بين الجنسين، عائقاً أمام استثمار فرص للمشاركة الرقمية.

#### • التربية المدنية:

تدريس التربية المدنية في المدارس خطوة مهمة في خلق الوعي بشأن حقوق أفراد المجتمع وواجباتهم وإمكانيات العمل في الفضاء المدني.

تلعب التقنيات الرقمية دوراً متزايداً في التربية المدنية، إذ إن الأطفال والفتيان يقدرّون التكنولوجيا كطريقة للبحث في القضايا التي تواجه مجتمعاتهم، وللتعرف على الأحداث والقضايا، وجمع البيانات، وتبادل الآراء والخبرات مع الآخرين، والتحقق من المعلومات المضللة والخاطئة. ونظراً لأن مفهوم المواطنة الرقمية في العمل المدني متجذر في تحقيق الذات، فإن أنواع خبرات التعلم التي يحتاج إليها الطلبة كي يصبحوا مواطنين نشطين ومشاركين تختلف اختلافاً جوهرياً عن تجارب التعلم المدني التي قدمتها المدارس تاريخياً.

• **مساحة مدنية للنشاط:**

توفر الوصول إلى الفضاء المدني دون قيود أو تهديدات أو رقابة أو ترهيب أمر حيوي للأفراد والشباب ؛ كي يشعروا بالقدرة على المشاركة في الحركات الاجتماعية من أجل التغيير.

يصف الجدول (2) أربعة أنواع من فرص التعلم المدني واختلافها بين مواطني الأجيال السابقة والمواطنين الرقميين.

جدول (2): فرص التعلم المدني للمواطنين

فرص التعلم المدني	وصف عام	مواطنو الأجيال السابقة	المواطنون الرقميون
المعرفة	المعلومات التي يجب أن يعرفها المواطنون	المعلومات المقدمة من السلطات (مثل المعلمين والتقارير الإخبارية)	المعلومات التي تم إنشاؤها وتبادلها من الأفراد
التعبير	التدريب على مهارات الاتصال العام الفعال	التدريب على الأشكال التقليدية للمخاطبة العامة (الرسائل إلى المحررين والمسؤولين الحكوميين)	تدريب عن طريق إنتاج المحتوى باستخدام وسائل الإعلام الرقمية مثل منصات التواصل الاجتماعي
الانضمام إلى الجمهور	تعلم كيفية الاتصال بالآخرين من خلال الشبكات والمجموعات	العضوية في منظمات	العضوية في شبكات ومجموعات رقمية محددة ذاتيًا
التصرف	الإجراءات التي يمكن للمواطنين المشاركين اتخاذها	الأنشطة المحددة والمقدمة من قبل السلطة	الأنشطة التي تم إنشاؤها أو الإبلاغ عنها من قبل الأفراد

## أمثلة على المشاركة المدنية الرقمية:

### مثال (1): Tiktok والرموش وحقوق الإنسان

أواخر عام 2019، نشرت فيروزا عزيز (17 عامًا) من ولاية نيو جيرسي في الولايات المتحدة مقطع فيديو قصير عبر موقع TikTok تحدثت فيه عن أوضاع مسلمي الإيغور في الصين.

بدأت فيروزا مقطع الفيديو، الذي تحدثت فيه مباشرةً إلى الكاميرا، بقولها «مرحبًا يا رفاق، سأعلمكم يا رفاق كيفية الحصول على رموش طويلة».

بعد بضع ثوانٍ من استخدام أداة الرموش، قالت عزيز، «استخدم هاتفك الذي تستخدمه الآن للبحث عما يحدث في الصين، وكيف يبنون معسكرات اعتقال، ويلقون مسلمين أبرياء هناك».

تلقى الفيديو ما يقرب من 500 ألف إعجاب عبر المنصة، قبل أن تغلق TikTok الصينية حساب فيروزا.

كانت خطة فيروزا، تتمثل في الفصل بين ما هو بصري وما هو سمعي (لم تتوقف أبدًا عن تجعيد رموشها أثناء حديثها، لذا فإن أي رقيب قد يقوم بالمسح الضوئي بصريًا بدون صوت لن يعرف أبدًا رسالتها الحقيقية).

كانت تلك طريقة بسيطة لاختراق المنصة من أجل التهرب من مراقبة الدولة والمنصة.



صورة (1): فيروزا عزيز

[https://www.youtube.com/results?search\\_query=%D981%D98%A%D8%B1%D988%D8%B2%D8%A7+%D8%B9%D8%B2%D98%A%D8%B2+](https://www.youtube.com/results?search_query=%D981%D98%A%D8%B1%D988%D8%B2%D8%A7+%D8%B9%D8%B2%D98%A%D8%B2+)

## مثال (2): ليا وإضراب الجمعة

عام 2018، علمت المراهقة الأوغندية ليا ناموجيروا (14 عاما) بالإضراب المدرسي للمراهقة السويدية غريتا ثونبرغ يوم الجمعة احتجاجاً على تقاعس حكومتها تجاه قضية تغير المناخ.

استخدمت ليا الإنترنت لتتعلم المزيد وبدأت نسختها الخاصة من إضراب الشباب العالمي أيام الجمعة من أجل المستقبل للمناخ في كمبالا في عام 2019.

تحدثت ليا مع وسيلة إعلام وعبرت عن سخطها من عدم الانتباه إلى المشكلة، وقالت «لقد لاحظت أن البالغين لم يكونوا مستعدين للقيادة واخترت التطوع بنفسني».

وبينما كانت ليا تعتصم منعت السلطات أول احتجاج كبير لها، لكنها واصلت، وفي نشاط آخر لها، قادت فريقاً من الشباب لتنظيف البلاستيك من شواطئ بحيرة فيكتوريا، وهو ما وثقته ليا يقرب من 10 آلاف متابع عبر تويتر.

وهي الآن جزء من حركة «فرايدي فور فيوتشر» العالمية، التي حفزت الملايين من الناس في العالم للعمل والمطالبة بالاهتمام بالتغير المناخي وإيجاد حلول له.



Leah Namugerwa  
@NamugerwaLeah

Week 98 #schoolstrike4climate.

The climate crisis has no holiday. It's still affecting us like it does on other days.

#FridaysForFuture #ClimateStrike



صورة (2): منشور للمراهقة الأوغندية ليا

ناموجيروا

<https://twitter.com/NamugerwaLeah>

### مثال (3): حركة أنا أيضا (#Me\_Too)

من الأمثلة على الحملات الرقمية المساندة لقضايا الجندر أو النوع الاجتماعي، استخدام وسم #مي\_تو (#Me\_Too) في الولايات المتحدة على منصات التواصل الاجتماعي عام 2017، عندما بدأت نساء برواية قصصهن عن التحرش والاعتداء الجنسي في ظل اتهامات واسعة النطاق طالبت شخصيات شهيرة في مجال الترفيه والأعمال والسياسة.



صورة (3): وقفة احتجاجية لحملة مي تو

وكان من نتائج الحملة إعلان الشبكة الوطنية لمكافحة الاغتصاب والاعتداءات الجنسية في الولايات المتحدة أن عدد المكالمات التي استقبلها الخط الساخن التابع لها زاد 25% في نوفمبر/تشرين الثاني 2017 مقارنة بما كان عليه قبل عام، كما ارتفع 30% أخرى في ديسمبر/كانون الأول 2017.

وأعلن مركز الأزمت لمكافحة الاغتصاب ومقره العاصمة الأميركية في مطلع 2018 أنه يستقبل 70 ضحية كل أسبوع في المتوسط، ضحايا يأتين لطلب مساعدة قانونية أو بدنية أو نفسية، بينما كان العدد قبل انتشار وسم #مي\_تو يتراوح بين 30 و40 ضحية فقط أسبوعياً.

النجاح الذي حققته الحملة دعا مجلة تايم إلى اختيار الحركة الاجتماعية التي تهدف إلى زيادة الوعي بشأن التحرش والاعتداء الجنسي، التي تجسدت في وسم #مي-تو على منصات التواصل الاجتماعي، كأكثر "شخصية" مؤثرة في عام 2017.



صورة (4): غلاف لمجلة تايم عن حملة مي تو

## المراجع

### مراجع الفصل الأول

- الطويسي، باسم والهلايات، جبريل (2018)، التربية الإعلامية والمعلوماتية: دليل فهم الاتصال والإعلام المعاصر، معهد الإعلام الأردني، عمان، الأردن.
- الطويسي، باسم (2018)، التربية الإعلامية والمعلوماتية: دليل محو الأمية الإخبارية، معهد الإعلام الأردني، عمان، الأردن.
- عجيلات، لينا (2018)، التربية الإعلامية والمعلوماتية: دليل التربية الإعلامية الرقمية، معهد الإعلام الأردني، عمان، الأردن.
- الحمداني، بشرى (2015)، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، (ط1)، عمان: دار وائل للنشر.
- العسال، حسام (2016). معرفة الوالدين بالتربية الإعلامية والرقمية في المجتمع الأردني، معهد الإعلام الأردني، عمان، الأردن.
- العمري، نجلاء والعسال، حسام. (2017)، منهج التربية الإعلامية والمعلوماتية - الجامعات، معهد الإعلام الأردني، الأردن، عمان.
- درويش، عبد الرحيم (2006)، مقدمة في علم الاتصال، (ط1)، دمياط: مكتبة نانسي.
- معهد الإعلام الأردني، (2016)، التربية الإعلامية والمعلوماتية في الأردن الحاجات والفرص: ورقة سياسات عامة.
- إحصائيات هيئة الإعلام حتى منتصف أكتوبر 2020
- Aufderheide, P. (1992), Media Literacy, A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy. Aspen Institute, Communications and Society Program, 1755 Massachusetts Avenue, NW, Suite 501, Washington, DC 20036, 79-December, 1992, 1.44-
- European Commission (2007), Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Brussels, Belgium.

- The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) (2013), Integrating media and information literacy into Jordanian schools, Accessed on August 21, 2016
- [http://www.unesco.org/new/en/amman/about-this-office/single-view/news/integrating\\_media\\_and\\_information\\_literacy\\_into\\_jordanian\\_schools/#.V7jaDph97IW](http://www.unesco.org/new/en/amman/about-this-office/single-view/news/integrating_media_and_information_literacy_into_jordanian_schools/#.V7jaDph97IW)
- Office of Communications (OFFCOM) (2006), Media Literacy Audit: Report on media literacy amongst older people, London.
- The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) (2013), Global media and information literacy assessment framework, country readiness and competencies, Paris.
- The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) (2011), Digital Literacy in Education, Moscow, Russia.
- UNESCO. (2012), The Moscow Declaration on Media and Information Literacy, <https://www.ifla.org/files/assets/information-literacy/publications/moscow-declaration-on-mil-en.pdf>
- The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) (2013), Global media and information literacy assessment framework, country readiness and competencies, Paris.
- Park, S. (2012), Dimensions of digital media literacy and the relationship with social exclusion. Media International Australia, 142(1), 87.100-
- Buckingham, D., Banaji, S., Carr, D., Cranmer, S., and Willett, R. (2005). The media literacy of children and young people: A review of the research literature, London: University of London.
- Hobbs, R. (2010), Digital and media literacy: A plan of action. Washington, D.C.: The Aspen Institute.

- Pérez Tornero, J. M. 2008. Teacher Training Curricula for Media and Information Literacy, Background
- Strategy Paper International Expert Group Meeting (Paris, June 2008). Paris: UNESCO Headquarters
- Cortoni, I., LoPresti, V., & Cervelli, P. (2015). Digital competence assessment: A proposal for operationalizing the critical dimension. *Journal of Media Literacy Education*, 7(1), 46.57-
- Wilson, C, Grizzle, A, Tuazon, R, Akyempong, K, and Cheung, C. K. (2011), *Media and information literacy curriculum for teachers*, France: UNESCO.
- Melki, J. P. (2013), *Sowing the seeds of digital and media literacy in Lebanon and the Arab World*. In: De Abreu, B. S. and Mihailidis, P. (ED), *Media literacy education in action: Theoretical and pedagogical perspectives*. (pp. 7786-), New York, Routledge.
- UNESCO, (2017), *Media and Information Literacy, a critical approach to literacy in the digital World*.
- Abu-Fadil, M., Torrent, J., & Grizzle, A. (2016). *Opportunities for media and information literacy in the Middle East and North Africa. The international clearinghouse on children, youth and media*.
- <https://en.unesco.org/news/media-and-information-literacy-critical-approach-literacy-digital-world>
- <https://www.internetworldstats.com/stats5.htm#me>
- <https://www.internetworldstats.com/middle.htm#jo>
- [https://trc.gov.jo/EchoBusV3.0/SystemAssets/PDF/AR/Statistics/Market%20indicators/9944a857130-c-45b7-a4a6349-d1c1d2755\\_%D9%84%D984%D986%D8%B4%D8%B1-%D8%B1%D8%A8%D8%B920%D8%AB%D8%A7%D986%D98%A\\_202020%D8%-AC%D8%AF%D8%A7%D988%D984.pptx.pdf](https://trc.gov.jo/EchoBusV3.0/SystemAssets/PDF/AR/Statistics/Market%20indicators/9944a857130-c-45b7-a4a6349-d1c1d2755_%D9%84%D984%D986%D8%B4%D8%B1-%D8%B1%D8%A8%D8%B920%D8%AB%D8%A7%D986%D98%A_202020%D8%-AC%D8%AF%D8%A7%D988%D984.pptx.pdf)

## مراجع الفصل الثاني

- Kellner, D., & Share, J. (2007). Critical media literacy, democracy, and the reconstruction of education. *Media literacy: A reader*, 3.23-
- Toward critical media literacy: Core concepts, debates, organizations and policy. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 26 (3), 369-386.
- Jamaica Conference Centre. (2017), MEDIA AND INFORMATION LITERACY AND DEMOCRACY NEW REALITY AND NEW TECHNOLOGIES, Seventh Media and Information Literacy and Intercultural Dialogue Conference.
- Mihailidis, P., & Thevenin, B. (2013). Media literacy as a core competency for engaged citizenship in participatory democracy. *American Behavioral Scientist*, 57(11), 16111622-.
- Castells, M. (2012). *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age*. Cambridge, UK: Polity.
- Wheeldon, J., & McBrien, A. (2014). (Mis) Representing the 2008 Prorogation: Agendas, Frames, and Debates in Canada's Mediocracy. *Canadian Journal of Communication*, 39(3)
- المؤسسة الفنلندية للتعليم المستمر، ومركز تطوير الإعلام في جامعة بيرزيت، (2020). *الدليل الإعلامي*.
- 8 خطوات لإطلاق حملة إعلامية ناجحة، (2018)، شبكة الصحفيين الدوليين. <https://bit.ly/2Jfc4xv>
- الأمم المتحدة، الديمقراطية، <https://www.un.org/ar/sections/issues-depth/democracy/>
- عبد الصادق، عادل، (2012)، *الفضاء الإلكتروني والديموقراطية: بين التحولات والتحديات*، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، الجيزة (مصر).
- عبدالحميد، صلاح، وعاطف، يُمنى (2015)، *الإعلام والفضاء الإلكتروني*، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، الجيزة (مصر).

## مراجع الفصل الثالث

- Sarwatay, D. (2015) Media Literacy as an Emerging Human Right.
- Media and Information Literacy: A human rights-based approach in developing countries, Dennis Reineck / Jan Lublinski, Discussion Paper, 2015, DW Akademie.
- Frau-Meigs, D. (2008). Media literacy and human rights: education for sustainable societies. Croatian Journal of Communication and Psychology, Jg, 5, 145157-
- Triandafyllidou, A. (2017). Media coverage on migration: promoting a balanced reporting, International Organization for Migration (IOM).
- The European Federation of Journalists (EFJ)
- Ethical Journalism Network
- المؤسسة الفنلندية للتعليم المستمر، ومركز تطوير الإعلام في جامعة بيرزيت، (2020). الدليل الإعلامي.
- معهد الإعلام الأردني، (2016)، التربية الإعلامية والمعلوماتية في الأردن الحاجات والفرص: ورقة سياسات عامة.
- معهد الإعلام الأردني، (2014)، دليل التغطية الصحافية لحقوق الإنسان.
- المحكمة الدستورية، قرار التفسير رقم (1) لسنة 2020، <https://bit.ly/3mNWLes>.
- موقع الأمم المتحدة
- موقع مفوضية الأمم المتحدة السامية لحقوق الإنسان
- النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين، مدونة سلوك مهني خاصة بالتعاطي الإعلامي مع قضايا اللجوء والهجرة.
- موقع منظمة العفو الدولية
- موقع منظمة العمل الدولية
- موقع المنظمة الدولية للهجرة

## مراجع الفصل الرابع

- المؤسسة الفنلندية للتعليم المستمر، ومركز تطوير الإعلام في جامعة بيرزيت، (2020).  
الدليل الإعلامي.
- عبد الرحمن، عواطف (2008)، الصحف والإعلاميات العربيات، العربي للنشر والتوزيع.
- العمري، نجلاء والعسال، حسام، (2017)، منهج التربية الإعلامية والمعلوماتية -  
الجامعات، معهد الإعلام الأردني، الأردن، عمان.
- معهد الإعلام الأردني، (2016)، التربية الإعلامية والمعلوماتية في الأردن الحاجات  
والفرص: ورقة سياسات عامة.
- الأمم المتحدة، أهداف التنمية المستدامة، [https://www.un.org/  
sustainabledevelopment/ar/sustainable-development-goals](https://www.un.org/sustainabledevelopment/ar/sustainable-development-goals)
- الأمم المتحدة، الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، [https://www.un.org/ar/universal-  
declaration-human-rights/index.html](https://www.un.org/ar/universal-declaration-human-rights/index.html)
- يونسكو، خطة عمل اليونسكو بشأن أولوية المساواة بين الجنسين للفترة 2014-2021.  
[https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000227222\\_ara/PDF/227222ara.pdf](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000227222_ara/PDF/227222ara.pdf).  
multi
- Sharda, A. (2014). Media and gender stereotyping: The need for media literacy. International Research Journal of Social Sciences, 3(8), 4349-
- Puchner, L., Markowitz, L., & Hedley, M. (2015). Critical media literacy and gender: Teaching middle school students about gender stereotypes and occupations. Journal of Media Literacy Education, 7(2), 2334-
- Allan, K., and S. Coltrane. 1996. "Gender Displaying Television Commercials: A Comparative Study of Television Commercials in the 1950's and 1980's." Sex Roles, 35: 185204-
- Lambiase, J., Reichert, T., Adkins, M., & LaTour, M. S. (2012). Gender and media literacy: Women and men try on responses to objectification in fashion advertising. Gender, culture, and consumer behavior, 139, 159

- Grizzle, A. (2014). Enlisting media and informational literacy for gender equality and women's empowerment. Media and gender: A scholarly agenda for the global alliance on media and gender: Towards a global alliance, 93.108-
- European Institute for Gender Equality, <https://eige.europa.eu/thesaurus/terms/1168>
- Center for Media Literacy, <https://www.medialit.org/>
- <https://arabstates.unwomen.org/ar/news/stories/202003//press-release-ipu-un-women-map-of-women-in-politics-2020>

### مراجع الفصل الخامس

- Alberta Education, (2012). Digital Citizenship Policy Development Guide, Edmonton, Canada.
- Baumann, P. (2012). Civic Engagement through Digital Citizenship: Engaging Youth in Active, Participatory Citizenship through Digital Media. The Progress of Education Reform. Volume 13, Number 1. Education Commission of the States (NJ3).
- Cho, A. (2020). Digital civic engagement by young people, UNICEF.
- Common Sense Media White Paper (March 2011). Digital Literacy and Citizenship in the 21st Century: Educating, Empowering and Protecting America's Kids.
- Farmer, L. (2011, October). Teaching digital citizenship. In E-Learn: World Conference on E-Learning in Corporate, Government, Healthcare, and Higher Education (pp. 99104-). Association for the Advancement of Computing in Education (AACE)
- Jones, L. M., & Mitchell, K. J. (2016). Defining and measuring youth digital citizenship. New media & society, 18(9), 20632079-
- International Society for Technology in Education (ISTE). (2020), <https://www.iste.org/explore/5-competencies-digital-citizenship>
- Isman, A., & Canan Gungoren, O. (2014). Digital citizenship. Turkish Online Journal

- of Educational Technology-TOJET, 13(1), 7377-
- Mossberger, K., Tolbert, C. J., & McNeal, R. S. (2007). Digital citizenship: The Internet, society, and participation. MIT Press
  - Mossberger, K., Tolbert, C.J. & McNeal, R.S. (2011). Digital Citizenship: The Internet, Society, and Participation. The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, London, England.
  - Ribble, M.& Bailey, G. (2007). Digital Citizenship in Schools. Washington, DC: ISTE. ISBN:9789-232-56484-1-
  - Tamayo, P. D. (2016). Digital citizenship recommendations. Report to the legislature).
  - Tan, M., Park, J., Patavanich, S., and Cheong, J.(2015). Fostering Digital Citizenship through Safe and Responsible Use of ICT, UNESCO, Bangkok, Thailand.
  - Wike, R., & Castillo, A. (2018). Many around the world are disengaged from politics. Recuperado de: <http://www.pewglobal.org/201817/10//international-political-engagement>
- الجزائر، هالة حسن ( 2014 ). دور المؤسسة التربوية في غرس قيم المواطنة الرقمية: تصور مقترح. مدلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس، 56، 385-418.





Norwegian Ministry  
of Foreign Affairs  
وزارة خارجية مملكة النرويج



Jordan Media Institute • معهد الإعلام الأردني

جميع الحقوق محفوظة