

## التربية الإعلامية: من مشروع دفاع إلى مشروع تمكين

### Media Education: From A Defence Project to an Empowerment Project

تاريخ الاستلام: 2020/10/09؛ تاريخ القبول: 2021/02/15

#### ملخص

يتناول هذا المقال التحديات التي فرضتها التكنولوجيات الجديدة للمعلومات وتدايها على التربية بشكل خاص. لقد أصبحت مسألة ابتكار أساليب جديدة أمرًا ضروريًا حتى يتمكن الشباب من فحص وغرلة محتوى وسائل الإعلام. إن الرهان هو كيف نجعل الشباب أكثر يقظة إزاء ما تقدمه وسائل الإعلام. والمقاربة التي هي محل نقاش اليوم تقوم على كيفية جعل الشباب أكثر حذرا وأكثر تفاعلا في الوقت نفسه وسط بيئة افتراضية بتزايد الاعتماد عليها وذلك وتمكين الشباب من مهارات بدونها لن تكون عملية غرلة الرسائل ممكنة . لذلك بات من الضروري اعتماد أساليب جديدة في التربية لمواجهة هذه التحديات المستجدة. إن مسعى هذا المقال هو محاولة تقديم إجابة عن السؤال : ما الذي يمكن فعله لجعل التربية أكثر إيجابية من خلال إيقاظ ملكة النقد عند النشء ؟

**الكلمات المفتاحية:** التربية الإعلامية؛ الغرلة؛ الوسائط البديلة؛ البيئة الافتراضية.

1 \* د أحلام بولكعبيات

2 أ.د إدريس بولكعبيات

1 جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة،  
الجزائر

2 جامعة صالح بونيندر قسنطينة 3،  
الجزائر

#### Abstract

This article discusses the challenges posed by new information technologies and their repercussions for education. Creating new methods has become imperative for young people to sift through media content. The challenge is to know how to make young people more vigilant.

The approach is based on making young people both more careful and more interactive in an increasingly powerful virtual environment by giving them skills without which message filtering would not be possible. Therefore, the adoption of new methods of education would become necessary to face these emerging challenges.

In view of these challenges, the article attempts to provide an answer to the question: what can be done to make education more positive by awakening the faculty of criticism in young people?

**Keywords:** media education, filtering, alternative media, virtual environment.

#### Résumé

Cet article traite des défis imposés par les nouvelles technologies de l'information et de leurs repercussions par rapport à l'éducation. La création de nouvelles méthodes est devenue impérative pour que les jeunes puissent passer au crible le contenu des médias. Le pari est de savoir comment rendre les jeunes plus vigilants. L'approche est basée sur le fait de rendre les jeunes à la fois plus prudents et plus interactifs dans un environnement virtuel de plus en plus puissant en leur donnant des compétences sans lesquelles le filtrage des messages ne serait possible. Par conséquent, l'adoption de nouvelles méthodes d'éducation deviendrait nécessaire pour faire face à ces défis émergents. À l'optique de ces défis l'article tente de fournir une réponse à la question : que peut-on faire pour rendre l'éducation plus positive en éveillant la faculté de critique chez les jeunes?

**Mots clés:** éducation aux médias, filtrage, médias alternatifs, environnement virtuel.

\* Corresponding author, e-mail: [ahleboulkaibet@gmail.com](mailto:ahleboulkaibet@gmail.com)

## I - مقدمة

تشير التربية الإعلامية إلى تلقي التدريبات لأجل امتلاك مهارة التعامل مع مضامين وسائل الإعلام من حيث التفسير وإنتاج النصوص واكتساب القدرات الفكرية للمشاركة في الثقافة. وعليه، تعتبر التربية الإعلامية نوعاً من التنقيف.

ويخضع تطور المعرفة في المجتمع للتغيرات الاجتماعية والثقافية كما يشمل تحصيل المعرفة واكتساب المهارات ضمن أطر ترعاها أنظمة اجتماعية كمؤسسات التعليم ومنظومة مؤسسات التنشئة الاجتماعية أجمالاً بما فيها وسائل الإعلام.

وفي عصر الثورة التكنولوجية، يتم تطوير أشكال التربية الإعلامية باكتساب مهارات التعامل مع الوسائط المتعددة وبالتالي تحقيق معارف أكثر تنوعاً وهو ما يتطلب إعادة هيكلة التربية من جديد.

إن تكنولوجيا الوسائط المتعددة تتطلب مهارات مبتكرة، وبالتالي، فإن التربية تتعرض لتحديات غير مسبوقة. لذا يتعين علينا أن نوسع مفهوم التربية وأن نعتمد أساليب تعليم جديدة.

وقد برزت في السنوات الأخيرة الحاجة إلى إعلام بديل وإلى تربية إعلامية تتطرق إلى مسألة تقبل الاختلاف وتعدد الثقافات.

إن هذا المقال يتناول بالتحليل أبعاد ما يتعين علينا مراجعته لجعل التربية نقدية وفعالة، أي إيجابية وذلك من خلال تسليط الضوء على المفاهيم الرئيسة للتربية الإعلامية والإشكالات التي تطرحها.

## II - ما التربية الإعلامية؟

يقصد بالتربية الإعلامية بكل بساطة: مهارة التعامل مع الإعلام. وقد تطور في السنوات الأخيرة مفهوم التربية الإعلامية بحيث لم يعد "مشروع دفاع" فحسب بل أصبح "مشروع تمكين". ويهدف أيضاً إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم حسن الانتقاء والتعامل معها والمشاركة فيها بصورة فعالة ومؤثرة.<sup>(1)</sup>

وعليه تبدو مسألة التربية الإعلامية وكأنها ذات صلة بالتنشئة الاجتماعية وعملية التنقيف. وقد عرف "هوبز Hobbes" الثقافة الإعلامية على أنها القدرة على استخدام

وتحليل وتقييم الرسائل الإعلامية والاتصال بمختلف الأشكال.<sup>(2)</sup>

كما استخدم بعض المفكرين مصطلح التفكير الناقد كـ "إدوارد غليس (Edward Glaser)

وعرفه على أنه الميل إلى التفكير العميق في المشاكل والمواضيع التي ترد ضمن مجال خبرة الفرد والإحاطة بنهج منطق الأسئلة وتعليلها وبعض المهارات في تطبيق هذا النهج. أما "روبرت إنس (Robert Ennis) فقد عرفه بأنه تفكير منطقي

تأملي يركز على اتخاذ قرار عما يجب اعتقاده أو عمله. وقد "جون ديوي Johan

Dewey" على التفكير الناقد بالتفكير التأملي. أما التفكير الناقد الإبداعي فهو لا يكتفي

بمجرد النقد والتفكير وإنما يطرح الحلول والسيناريوهات البديلة للخروج من المشكلة

أو معالجة القضية المطروحة.<sup>(3)</sup>

وقد لفت "هوبز" الانتباه إلى وجود اختلاف في الآراء بين الدارسين والمربين حول الآثار السلبية المحتملة لوسائل الإعلام مما يؤكد أهمية تنمية التقييم الناقد كمهارة

ضرورية للنشء.<sup>(4)</sup>

إن الوظيفة الأساسية للتربية هي ترحيل التراث من جيل إلى الذي يليه عبر نماذج

وقنوات التواصل التي طورها المجتمع. وبموجب عملية النقل يتم ترحيل المعرفة والخبرة ودفع الأجيال الجديدة إلى اكتساب المهارات والرأس المال الثقافي إذا استعرنا مصطلح "بيير بورديو P.Bourdieu" للتكيف مع البيئة بكل أبعادها عبر الممارسة وضمن أطر ترعاها المؤسسات.(5)

وتتطور المعارف وتتغير استجابة للتغيرات الاجتماعية والثقافية ويكون للنخب المسيطرة على السلطة دور في صياغة مضمون تلك المعرفة. إننا نعيش أهوال الثورة التكنولوجية بكل تجلياتها والتي نجم عنها زخم معلوماتي هائل أدى إلى خلق بيئة جديدة للإنسان وهي البيئة الرمزية. ومن مسؤولية الباحثين في مجال التربية توسيع المفهوم بإدراج البعد الإعلامي والوسائط المتعددة. وقد يتطلب هذا التوسيع إعادة هيكلة التربية من الأساس. ولا شك أن إعادة النظر هذه تتطلب التركيز على المهارات والكفاءات المبتكرة. وإذا ما أرادت التربية أن تكون ذات صلة بالمشاكل وقادرة على التعامل بكفاءة مع التحديات الجديدة، فإنه يتعين على القائمين على التربية ورجال الأخلاق أن يوسعوا المفهوم وأن يعتمدوا مناهج وأساليب تعليم جديدة.(6)

وللإشارة، فإن الإعلام المطبوع وهو المصنف على أنه تقليدي، لازال يتمتع بحضور مؤثر على الرغم من وجود إعلام إلكتروني وسمعي بصري بات مهيمنا على المشهد. وفي ظل مجتمع المعلومات الحالي تتزايد أهمية الإعلام المكتوب عبر النشر الإلكتروني. فالأفراد في حاجة إلى التدقيق بشكل نقدي والبحث في كم هائل من المعلومات، الأمر الذي يسلب الضوء على تطوير مهارات المطالعة والكتابة. فعلى سبيل المثال، البريد الإلكتروني والمدونات الإلكترونية وغيرها من المنتديات الإلكترونية تتطلب مهارات الكتابة التي تعيد التركيز على أهمية الوضوح والدقة. وتحل التربية الإعلامية في وجود الإعلام المتعدد الوسائط موقعا لم تعرف له أهمية مماثلة من قبل. إن الدراسات حول التربية الناقدة بدأت تعلمنا كيفية انتشار الثقافة الإعلامية في المجتمع المعاصر وترينا الأنماط المتزايدة نحو التربية المتعددة الثقافات والحاجة إلى تربية إعلامية تنطلق إلى مسألة الاختلاف الثقافي والاجتماعي.(7)

إن تزايد الاعتراف بأن عملية التمثيل الإعلامي يساهم في بناء الصور والفهم الذي نشكله عن العالم، وبأن التربية عليها مواجهة التحديات الناجمة عن تأهيل الأفراد في مجتمع متعدد الثقافات.

وبحسب الدراسات، فإن الإعلام التقليدي وسع الفوارق وعدم المساواة بين مكونات المجتمع. وينتظر من الوسائل التي يمكن أن تعتمدها التربية الإعلامية أن تساعد في خلق بيئة ثقافية تشجع التنوع وتخلق مناخا لممارسة الديمقراطية وذلك بقبول التعايش مع المختلف وعدم ازدرائه.(8)

### III - الإعلام ظاهرة معقدة:

إن مكونات التربية الإعلامية ليست واضحة كما يزعم البعض. وذلك بسبب الاختلاف في البرامج والأجندات. وفي الدول المتخلفة تحديدا لا تزال المقاربة تقليدية، إذ تقوم على التلقين والعلاج ضد "مرض الإدمان على الإعلام والتعرض للتضليل". وتقوم عملية التلقين هذه عبر الدعوة لتعزيز الميل لمطالعة الكتب والانجذاب إلى الثقافة الرفيعة وقيم الحقيقة والجمال وتجنب ثقافة الإعلام. وهي ثقافة جماهيرية نمطية تم تحويلها إلى سلعة عادية عن طريق التصنيع وهي خالية من الإبداع وتركز على مخاطبة العواطف والمشاعر بدل العقل حسب المدرسة النقدية.(9)

وبعد أن كتب "لين ماسترمان Teaching the Media عن التربية الإعلامية عام 2011، برز لدى الكثير من مدرسي الإعلام في العالم مجموعة من المفاهيم. وقد تبني مركز التعليم الإعلامي الكثير من هذه الأفكار التأسيسية للتربية الإعلامية وبسطها في إطار يسهل على المدرسين عملية التدريس وعلى التلاميذ التطبيق. وفي ضوء ذلك تم تحديد جملة من المفاهيم تقوم عليها التربية الإعلامية والحقيقة أنها عبارة عن أبعاد لهذه العملية.<sup>(10)</sup>

### III-I الرسالة بطبيعتها معقدة:

تتشكل الرسائل التي تنتجها وسائل الإعلام من مجموعة من المكونات. ولهذا، فهي تتسم بالتعقيد ولا تبدو واضحة للمتلقي دائما وخاصة تلك النصوص المفتوحة التي تحتمل تعدد المعنى. ما يجعل مسألة الالتباس في الرسائل أحد عناصر التربية الإعلامية، حيث يجب لفت انتباه الشباب إلى أن الرسائل ليست شفافة كما قد يعتقد العامة. ويجب التذكير بدور السيميولوجيا في تفكيك شفرات الرسالة. وقد أشار " فيسك J.Fiske" إلى أن الدراسات الإعلامية انتقلت من التركيز على الرسالة كما أنتجت إلى

الرسالة كما فهمت، أي الانتقال في التركيز من المرسل إلى المتلقي.<sup>(11)</sup>

وقد أشار "رولان بارث Barth" إلى أن السيميولوجيا تسعى إلى تحدي طبيعة الرسالة برفض فكرة الوضوح والبداهة.<sup>(12)</sup>

ويصب التوجه الحالي في تحليل الرسالة في السياق نفسه، حيث يرجح فكرة تعدد المعنى لأن اللغة بطبيعتها مجازية.<sup>(13)</sup> ومن جهته أكد "ماسترمان" أن التربية الإعلامية تركز على مبدأ عدم الشفافية. إذ إن وسائل الإعلام لا تعبر عن الحقيقة مثل النوافذ الشفافة أو الانعكاسات البسيطة للعالم لأن الرسائل الإعلامية توضع وترسم وتحدد عبر عملية بناء وصياغة تشمل هذه الصياغة عدة قرارات حول ما يمكن أن تتضمنه الرسالة أو تستبعده.

ولم يعد خافيا أو محل جدل اليوم أن مهمة الإعلام لا تكمن في نقل الواقع كما هو بالفعل بل تكمن في تمثيله عبر نقل صورة عنه ليعاد بناؤه وتشكيله وتعديله. ويعتبر التوضيح الذي يجب أن يقدم للشباب حول كيفية بناء الرسائل مسألة مهمة لفهم حقيقة ما يقدمه الإعلام.

### III-II النص مفتوح:

بحسب السيميائيين، فإنه توجد معان مزدوجة للعلامات: الدلالة والمؤشر، أي أن المعاني المتضمنة في الرسالة وكذلك المستخلصة ترتبط بالأيديولوجيا المرسل وكذا المتلقي. إن إنتاج الرسائل ليس مستقلا عن الجماعات المرجعية والثقافية للمرسل. وتتدخل التربية الإعلامية على هذا المستوى لمساعدة الشباب على التمييز بين الدال والمدلول والمؤشر والمعنى.

وعلى سبيل المثال يتطلب تمثيل الشرائح الاجتماعية والطوائف في وسائل الإعلام كالتلفزيون أو الأفلام تحليلا للرموز والأفكار التي يتم تداولها عندما يتعلق الأمر بالحديث عن هذه الشرائح.

وإذا كان تمثيل هذه الشرائح عبر وسائل الإعلام سلبيا، فقد يؤدي إلى تفاقم التبعية بجعلها طبيعية ومقبولة؛ حيث يؤدي ذلك إلى خلق صور نمطية سلبية عن مجموعات اجتماعية كما هو الحال عن المسلمين ووصمهم بالإرهاب.

وما يجب أن يعلمه الشباب حول هذه المسألة أن لعب أدوار في البرامج التي تقدم لا تعبر عن الممثلين فحسب بل الأخطر هو أن ما يقوم به الممثل هو ترسيخ أفكار متداولة فيزيديها ترسيخا لتصبح مقبولة اجتماعيا.

ففي فيلم "الورنس العرب" يمرر الممثل فكرة مركزية الغرب والدونية الإفريقية والسيطرة. وهكذا تصبح وسائل الإعلام لا تنقل الحقيقة. وعليه، تصبح وسائل الإعلام تبني الواقع ولا تنقل صورة عنه بل أنها قد تشوّهه.

وبالرغم من أن الأخبار تبدو وكأنها نصوص مغلقة لأنها تكتب بطريقة منمطة بحيث توحي بأنها توحد المعنى بالنسبة للمستقبل، أي لا تحتل أكثر من تأويل التأويل، فإنها مع ذلك خلال عملية تمثيل الأحداث تتعرض على يد الإعلاميين إلى التشويه والتلاعب بالاختزال في جوانب والاستطراد في جوانب معينة كما يدس الرأي دائما للتأثير على المتلقي. وقد فسرت "نظرية التأطير" هذه الظاهرة الشائعة في نقل الأحداث وإنتاج الأخبار. (14)

وقد انتقد "بيير بورديو P. Bourdieu" هذه الظاهرة بعد أن كان ضحية لهذا الشكل من التلاعب بالتصريحات وإخراجها عن السياقات. (15)

### III-III الجمهور مقاوم للهيمنة:

الجمهور لا يتلقى الرسالة الإعلامية بنفس الكيفية. وبحسب دراسات مركز "بيرمينغهام" للدراسات الثقافية في بريطانيا، فإن مفهوم "الجمهور الفاعل" يعيد الاعتبار للمتلقي باعتباره مقاوما. كانت نظرية التأثير المباشر والطلقة السحرية والحقنة تحت الجلد قد اعتبرت متلقي وسائل الإعلام هدفا سهلا يستجيب لكل ما يقدم له دون طرح أسئلة. وقد شدد "ستوارت هال" على ضرورة التمييز بين تحويل النصوص الإعلامية التي يضعها المنتجون إلى رموز، وتفكيك هذه الرموز من قبل المستهلكين في دراسة تتعلق بـ "عملية بناء الرسالة وتفكيك رموزها". (16)

ووفق هذه المدرسة، فإن الجمهور يتمتع بالقدرة على التمييز وخلق قراءة خاصة وعلى فك رموز النصوص بطرق مختلفة، بالإضافة إلى الوسائل "المفضلة" المتوافقة مع الايدولوجيا السائدة. وتقدم مقارنة "الدراسات الثقافية" وجهة نظر هامة تفيد في تحليل وسائل الإعلام وتساعد القائمين على التربية الإعلامية، باعتبار الجمهور غير عاجز بل قادر على الاختيار. والتربية الإعلامية يجب أن تركز على تمكين الجماهير في عملية إثراء المعاني والاستخلاص.

كما أن هناك بعض الرسائل التي لا تلقى انتشارا إعلاميا واسعا بإرادة من الجمهور. وبالتالي، يصبح تمكين الجمهور عبر التفكير النقدي ضروريا لكي يتحدى الشباب قوة وسائل الإعلام لخلق قراءات مفصلة. وتنظر نظرية الجمهور لحظة تلقي الرسالة كمجال للصراع الثقافي؛ حيث تقدم مهارات التفكير النقدي للجمهور القدرات إمكانية عرض قراءات مختلفة للخطاب.

إن تنمية قدرة النشء على التحليل وجعل تفسير الجمهور للرسالة الواحدة بطرق مختلفة مهما في التربية الإعلامية. فالفهم المختلف بين المتلقين يعني الاعتماد على الأطر المرجعية والمعرفية للجماعات التي ينتمي إليها الأفراد.

ومن هنا يزداد فهم نصوص الإعلام بتفسيرها من وجهة نظر الجماهير المختلفة. كما أن عملية الفهم المتعدد للرسائل يغزز الديمقراطية، كما أن التعليم المتعدد الثقافات يؤهل الأفراد للممارسة الديمقراطية على اعتبار أنها تقوم على المواطنة والتمكين لوجهات النظر المختلفة.

### III-IV الأيدولوجيا الكامنة:

لا شك أن الرسائل الإعلامية محملة ومتقلة بالقيم. فهي ليست محايدة كما قد يتبادر إلى الذهن. لهذا يجب أن تركز التربية الإعلامية على تعليم الشباب كيفية الكشف عن الخلفية الأيدولوجية للنصوص والمعاني الضمنية ونسق بناء الأحداث. وتقدم الدراسات الثقافية وكذا التربية النقدية بحثاً حول هذا النوع من القضايا من أجل طرح أسئلة عن التمثيل الإعلامي للعرق والطبقة الاجتماعية والنوع الاجتماعي ... الخ. وإلى جانب فضح الانحياز في وسائل الإعلام، يساعد هذا المفهوم الشباب على تحديد الطبيعة غير الموضوعية في كل الرسائل التي تنتجها. وغالباً ما يكون المحتوى متخماً بالرموز ويتطلب الفهم الاستعانة بمقاربات نظرية واسعة لفهم المعاني ذات البعد الاجتماعي والسياسي والنفسي المتعدد في النص الإعلامي.

### III-V الهدف الاستراتيجي:

هل أن وسائل الإعلام تسعى لإجلاء الحقيقة ونشرها أم أن هدفها الاستراتيجي هو تحقيق الربح، أي أنها عبارة عن سلع يسعى من ورائها المنتجون إلى تحقيق مكسب؟ لا يملك جمهور وسائل الإعلام فكرة واضحة حول مؤسسات الإعلام باعتبارها تقوم بنشاط اقتصادي وغالباً ما يتم الحديث عن الدور الترفيهي الذي جنحت إليه في العقود الأخيرة؛ حيث أصبح هذا الدور هو المهيمن على البرامج لأنه يجلب الإعلان أكثر مما تجلبه البرامج الجادة.

ظاهرة الاحتكار في وسائل الإعلام ازدادت بروزاً قوة في السنوات الأخيرة ليس على الصعيد المحلي أو الإقليمي فحسب بل على الصعيد الدولي أيضاً.

اليوم هناك شركات تحتكر سوق الإعلام في أمريكا والعالم؛ حيث تهيمن على غالبية الصحف والمجلات ودور نشر الكتب واستوديوهات الأفلام ومحطات الراديو والتلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية... على رأس هذه المجمعات "تايم وارنر" التي أصبحت أكبر شركة للإنتاج الإعلامي في العالم وشركة "وال ديزني" وشركة "ميردوخ" التي تتخذ من أستراليا مقراً لها؛ و"فياكوم"؛ و"بيرتيلسمان" الألمانية. (17)

فقد أكد "روبرت ماك" على أن الملكية المدمجة لشركات الإعلام الكبرى مسألة غير ديمقراطية وغير تنافسية و"تشبه مفهوم تجمع الشركات أكثر من مفهوم السوق التنافسية". وقد سعى الإعلام التقليدي في أمريكا إلى رسم صورة إيجابية للرئيس "جورج بوش" خلال الانتخابات لأن أجندة الجمهوريين المحافظة التي حدها حاكم ولاية تكساس كانت متنسقة مع مصالح شركات وسائل الإعلام التي فضلت التحرر من الأنظمة وإزالة العوائق أمام عمليات دمج إضافية مع شركات أخرى وإعفاءات ضريبية للأثرياء.

بعض من شركات الإعلام مثل شبكة تلفزيون "فوكس" التابعة لـ"روبرت مورдох" متبنية لأجندة يمينية وفقاً لمصالح المالكين الذين يعتمدون الأسلوب المحافظ. بالتالي، فإن معرفة أي نوع من الشركات يقدم منتجات إعلامية أو نظام الإنتاج المهيمن، تساعد وسائل الإعلام على تفسير انحياز وتشويه النصوص الإعلامية بشكل نقدي. ومنذ مطلع الألفية الثالثة تم تداول في أمريكا مصطلح "التقدمية المفيدة" التي تركز على المهارات وعلى حساب معرفة المضمون، وتعزز المراقبة والإشراف من خلال الاختبار المكثف. (18)

واللافت أن "التقدمية المفيدة" تعطل التفكير النقدي. ويعتبر ربط مصالح الشركات بالمؤسسات التربوية أقل تقييداً من الرقابة المعلنة والمباشرة ولكنه مؤذ في قدرته على وضع أجندة للمؤسسات التربوية ويصبح فيها الطلاب مجرد سلع مصممة للتكيف مع

اقتصاد السوق كمستهلكين وعاملين. يمكن تلمس هذا الدمج بين الشركات والتعليم العام بوضوح في الشراكة من أجل مهارات القرن الحادي والعشرين وهي مؤسسة عامة وخاصة أسستها وزارة التربية والتعليم الأمريكية عام 2002. ومن بين المساهمين في المؤسسة شركات "مايكروسوفت" و "أبل" و "تايم وارنر". واعتبر تقرير صادر عنها أن التربية الإعلامية مهارة تعليمية رئيسية. (19)

غير أنه هناك خطر التركيز على الإنتاجية في حين تغيب برنامج العدالة الاجتماعية لحساب وتغليب مصالح الأعمال.

#### IV - تنمية التعرض الناقد:

يتم إعداد الكثير من البرامج الموجهة للتثقيف الإعلامي لمساعدة الأطفال على تعلم مهارات المشاهدة الناقدة وكذا كثير من المعلومات العامة عن وسائل الإعلام كما تم تطوير الكثير من أجهزة التقييم فيما يتعلق بمضمون بعض البرامج. (20)

وتمنح التربية على النقد للأفراد قوة وتمكنهم من ابتكار معانيهم وهوياتهم الخاصة. ويدعم الكثير من التربويين النقيدين هذه الأهداف؛ بحيث تهدف التربية الإعلامية إلى خلق استقلالية نقدية. وهو ما يمكن الشباب من أن يكونوا نقديين لكن بصورة مستقلة. يقول "روبرت فرغوسن": أن العلاقة مع وسائل الإعلام غير مستقلة بل إنها تتوقف على اتخاذ مواقف مرتبطة بسياقات اجتماعية. ولذلك دعا إلى ما أسماه بالتضامن النقدي الذي يصفه بـ "الوسيلة التي نقر فيها بالأبعاد الاجتماعية لتفكيرنا وتحليلنا. (21)

ويقصد بالتضامن النقدي تعليم الشباب طريقة تفسير المعلومات والتواصل ضمن أطر إنسانية واجتماعية وتاريخية وسياسية واقتصادية للوصول لفهم العلاقات المتداخلة. وإذا جمعنا الاستقلالية النقدية مع التضامن النقدي، يمكننا تعليم الشباب كيفية تحولهم إلى مفكرين نقديين مستقلين ومترابطين لا يعتمدون على وسائل الإعلام. وتوفر التربية الإعلامية النقدية إطاراً مناسباً لتعليم مهارات النقد التي يمكنها تحديث البناء الاجتماعي للمعلومات والتواصل من النص الفائق إلى ألعاب الفيديو. ويتعين على مؤسسات التربية تغيير طريقة التعليم عبر جعل التلاميذ قادرين على تحليل وسائل الإعلام واستخدامها للتعبير عن آرائهم. (22)

والمحرك الأساس للتربية الناقدة هو تدريب النشء على مهارة إطلاق التساؤلات لتقويض إستراتيجية الإعلام والتي أضحت بمثابة جهاز القمع الفكري للشعوب وإجهاض محاولات التغيير.

كما أنه يتحتم إحياء روح المبادرة لدى المتلقي فوسائل الإعلام قوضت الإنسان من الداخل، قوضت فعل المبادرة لديه ومن ثم جعلته متردداً فلا يتخذ قراراً بمفرده بل يدع لقرارات الآخرين باعتبارهم أكثر علماً. هكذا تصور الآلة الإعلامية الأمر، ومن ثم وجدنا أنفسنا أمام إنسان الإذعان الذي جرى تسويته بالأمر الواقع فقبل مستسلماً كل مفردات عالمه في حين أن ما نريده هو إنسان القدرة على التجاوز ليرى دائماً أبعد من واقعه.. (23)

وتقوم التربية الإعلامية على تحليل بناء الرسائل الإعلامية، في ضوء البناء الاجتماعي للمعرفة، ويمكن أن توسع العملية التربوية إلى أشكال متعددة من المعلومات والتواصل، بما في ذلك البرامج التلفزيونية والانترنت والإعلان والمعلومات. ويجب أن يتصدر التربويون تطوير العمليات التربوية لوسائل الإعلام الإلكترونية ووسائل الاتصال الجديدة هذه، حتى لا تستحوذ الشركات على أمر تحديد مضمون التربية.

كان "جون ديوي J.Dewey" يدعو لتكون التربية أداة لتمكين الأشخاص من المشاركة في الديمقراطية، فمن دون مواطنين يمتلكون التربية ومطلعين ولديهم معرفة كافية حول ما يجري ويدور في بيئتهم، وإلا ستكون الديمقراطية مستحيلة. (24)

بالإضافة إلى وجود علاقة تساند وظيفي بين التربية والديمقراطية والمشاركة في إدارة الشأن العام. ويبدو أنه من دون تطوير تربية مناسبة، فإنه من الصعب تجاوز الهوة بين الواقع الفعلي والمأمول.

#### V - آلية التمكين للإعلام البديل:

تتخذ عملية التمكين في التربية عدة أشكال من بناء الثقة بالنفس إلى خلق إعلام بديل يتناول القضايا والتحديات التي يواجهها المجتمع.

إن انتشار ثقافة الإعلام في المجتمع المعاصر والاعتراف بأن وسائل الإعلام مؤسسة من مؤسسات التنشئة وبالتالي تقدم شكلا من أشكال التعليم، ورغم الانتقادات الموجهة لأسلوب عرضها للقيم والتمثيل المشوه للعالم، فإن ذلك لم يؤد إلى الاهتمام بالتربية الإعلامية.

بيد أن الثورة التكنولوجية الحالية التي تسلط الضوء على دور الإعلام مثل التلفزيون والموسيقى الشعبية والأفلام والإعلانات لأن انترنت يستوعب بسرعة هذه الأشكال الثقافية ويخلق مساحات افتراضية ونماذج ثقافية وتربية متغيرة باستمرار وفي وجه التشعب الناتج عن الانترنت والثقافة الإعلامية.

قد يكون من غير المناسب تجاهل أشكال التربية، وبالتالي، يجب إعادة بناء التربية بشكل نقدي بحيث يجب أن تدرس التربية الإعلامية وتمكن الطلاب والمدرسين والمواطنين بوجه عام من تمييز طبيعة وتأثيرات الثقافة الإعلامية. ووفق هذا المنظور، فإن الثقافة الإعلامية تعتبر شكلا من أشكال التربية التي تساعد على تبني وإتباع السلوك المناسب والقيم التي يجب غرسها بالإضافة إلى معرفة العالم.

لا يدرك في العادة أفراد المجتمع مدى تأثير الثقافة التي يصنعها الإعلام على تبنينهم للمواقف، لأن هذه الثقافة غالبا ما تكون غير مرئية وغير مدركة. ويستدعي هذا الوضع اعتماد مقاربات نقدية تجعلنا نعي كيفية بناء الإعلام للمعاني والتأثير على الرأي العام وتقنيته وفرض الرسائل والقيم وتنمحو التربية الإعلامية النقدية حول بناء المهارات في تحليل الرموز والقدرات على انتقاد القولية والقيم المسيطرة والإيديولوجيات والمهارات لتفسير المعاني والرسائل المتعددة التي تدرها النصوص الإعلامية. وتساعد التربية الإعلامية الجمهور على استخدام الإعلام بذكاء لتمييز وتقييم المحتوى في تحليل نماذج الإعلام والتحقيق في آثاره واستخداماته من أجل بناء إعلام بديل.

في أمريكا هناك حركة لتعزيز "التربية الإعلامية" تهدف إلى تعليم الشباب كيفية التحليل وتفكيك النصوص الإعلامية بطريقة نقدية وبالكيفية نفسها لتحليل الإعلام المطبوع والتربية على فنون الإعلام وتقدير الخصائص الجمالية للإعلام واستخدام مختلف الوسائل التكنولوجية الإعلامية كأدوات للتعبير عن أنفسهم والإبداع. (25)

وتبنى التربية الإعلامية النقدية على هذه المقاربات وتحلل الثقافة الإعلامية كمنتجات وتعلم الطلاب انتقاد التمثيل والمناقشات الإعلامية، وتركز في الوقت عينه على أهمية تعلم استخدام وسائل الإعلام كوسائل للتعبير عن الذات والقيام بالنشاطات الاجتماعية. ويشمل تطوير التربية الإعلامية النقدية إدراك كيفية استخدام الإعلام مثل الأفلام أو الفيديو بشكل إيجابي لتعليم سلسلة من المواضيع مثل الفهم والتربية المتعددة الثقافات. على سبيل المثال، إذا أرادت التربية الثقافية المتعددة أن ترفع راية التنوع الفعلي. فمن الضروري للمجموعات الهامشية أن تتعلم عن إرثها الخاص والمجموعات المسيطرة.



وعندما تتمكن الأقليات التي غالباً ما تكون عرضة لتدني أو سوء التمثيل في الإعلام من فرض ذاتها عن طريق الابتكار لمعناهم الخاص تصبح عملية التعلم تعبيراً عن الذات وعملية تحول ديمقراطي. وبالتالي، يمكن للتربية الإعلامية النقدية أن تعزز التربية الثقافية المتعددة والتي تمكن لفعل المشاركة في الحياة العامة وفي التنوع الثقافي.

ولا تعلم التربية الإعلامية النقدية الشباب كيفية مقاومة التلاعب الإعلامي واستخدام المواد الإعلامية بطريقة بناءة فحسب، بل تركز على تطوير المهارات التي سوف تساهم في خلق مواطنين صالحين والتي سوف تجعل من الأفراد مشاركين أكثر حماساً ومهارة في الحياة الاجتماعية.

ومن خلال هذا التحليل يتبين لنا أن التربية الإعلامية النقدية وثيقة الصلة بمشروع بناء الديمقراطية وهي الأساس لاكتساب المهارات التي سوف تعزز انتشار المشاركة. ويمكن اليوم استخدام التكنولوجيا في مجال الترويج لأجل التعليم والتعبير عن النفس والتقدم الاجتماعي والديمقراطي كما يمكن أيضاً استخدام الوسائل التكنولوجية التي يمكنها المساعدة في بلوغ ديمقراطية تداولية التي دافع عنها "هابرماس J.Habermas" عبر تحويل السياسات إلى مشاهد إعلامية وحرب صور وتحويل المشاهدين إلى مستهلكين غير فاعلين، للمساعدة في تحفيز الحوار والمشاركة والدفع نحو التفكير بعقلانية.(26)

والواقع، أن التربية الإعلامية النقدية عملية تقوم على المشاركة وتنشأ من مشاهدة البرامج وإطلاق نقاش إيجابي داخل مؤسسات التربية أو داخل المحيط الأسري بحيث يتوفر مناخ يساعد على استنباط الآراء ووضع تفسيرات مختلفة ومحتملة للنصوص الإعلامية.

وليس غريباً اليوم الإقرار بأن الشباب يتمتع بالمهارة في استخدام التكنولوجيا والثقافة الإعلامية أكثر من الآباء بل وحتى المدرسين. إنهم قادرون على المساهمة في العملية التربوية عبر تقاسم الأفكار والآراء. وإلى جانب المحادثات والنقاشات والتحليل النقدية، فإنه يتعين على المدرسين توجيه الطلاب في عملية تفكير وتحليل يعمق دراستهم النقدية للمشاكل التي تؤثر عليهم وعلى المجتمع.

وواضح اليوم أن الثقافة الإعلامية باتت تشكل جزءاً من هوية الشباب، حيث يجب أن ينتبه المدرسون عندما ينتقدون المنتجات ووجهات النظر التي يتبناها الشباب. غير أن خلق مناخ يتم فيه تقدير الآخر المختلف مع التعمق في طبيعة وتأثير الثقافة الإعلامية يظل هدفاً أساسياً.

والأهم من كل ذلك هو أن تتشكل فنانة عامة لدى القائمين على التربية بأن التربية الإعلامية خارجة عن المسار التقليدي، وأنها تمتلك قواعد وركائز واضحة. إنها تتطلب تقاسم المدرسين الصلاحيات مع طلبة العلم وذلك بالتصدي للهيمنة.

في أمريكا وهي الدولة الأعظم في العالم من حيث إنتاج الثقافة الإعلامية وكذا استهلاكها لا تزال التربية الإعلامية النقدية في مراحلها الأولى؛ فقد بدأت مع مطلع الألفية الثالثة بتحقيق بعض النتائج. بالإضافة إلى ذلك، فمواد الثقافة الإعلامية متعددة الأشكال والاستعمال والمعاني لدرجة أنها حساسة لمختلف القراءات والتفسيرات للصور والمشاهد.(27)

وفي البلاد العربية لا تزال الأصوات الداعية إلى ضرورة الاهتمام بالتربية الإعلامية ضعيفة ومنخفضة وكان الموضوع ليس ذو أولوية قصوى. ولعل السعودية وكونها دولة محافظة طورت جامعاتها برنامجاً أطلقت "فطن" يهدف إلى المرافقة وتوجيه النصيحة للنشء. وفي الجزائر، نظمت ملتقيات كانت عبارة عن إشارات باعتبار

الموضوع مستحدث مع إطلاق شركة الجزائر للاتصالات للهاتف النقال "موبيليس Mobilis" رسائل نصية للمشاركين تنبههم فيها إلى الاهتمام ومتابعة مواقع الانترنت التي يتصفحها أبناؤهم. وهو ما يبين أن الاهتمام بالتربية الإعلامية لا يزال في بدايته وقد يتطور لاحقا عندما تتعقد المشاكل وتتعاظم من جراء تكثيف استخدامات الانترنت.

## VI - خاتمة:

تأكد أن العيش داخل "القرية الكونية" التي وعدنا بها "مارشال ماكلوهان Marchal. Macluhan" في كتابه: "كيف نفهم وسائل الإعلام؟" لا توفر للإنسان كل الحلول التي تساعده على العيش بانسجام وتناغم مع بيئة جديدة أخذة في التشكل وهي البيئة الرقمية. لقد أفرط "ماكلوهان" في التفاؤل بالرهان على العودة إلى القرية التي انطلق منها الإنسان والتي كان يتمتع فيها بالتوازن بين العقل والعاطفة وبين الأفراد والمجتمع. إن وسائل الإعلام الجديدة خلقت تحديات جديدة على مستوى التربية. إذ أن المؤثرات التي يتعرض لها النشء الجديد والقادمة من عالم رمزي مجهول الهوية والأهداف والمرجعية الثقافية خرجت عن السيطرة من جراء الثورة التكنولوجية الهائلة في إنتاج المعلومات ونشرها وتخزينها وتخفيض تكاليفها مع تبسيط التعامل معها.

غير أن الجيل الحالي الذي يطلق عليه "جيل الانترنت" أكثر مهارة في التعامل من الناحية التقنية مع عالم الآلات من الجيل الذي سبقه والذي يعاني من أمية من نوع جديد وهي الأمية الرقمية. وهو ما يبقيه دون حصانة ما يطرح إشكال من سيعلم من؟ هناك هوة رقمية بين الأجيال يجب الإقرار بوجودها. ونتيجة لذلك يواجه التربية تحديان: الأول ناتج عن ضرورة ترقية قدرات الجيل الجديد على النقد والغربة لمضامين الإعلام الجديد لأنه لا يمكن تركه دون حصانة. والثاني هو من يتكفل بفعال التربية الناقدة التي تتطلب حدا من المهارة في التعامل مع العالم الرقمي. وعليه يمكن الجزم بأن التمكين للتربية الناقدة يظل ضعيفا مع الجيل الحالي وأن إمكانية حصول نوع من فقدان المعايير داخل المجتمع غير مستبعد. ومن ذلك يزداد الاهتمام بموضوع التربية الإعلامية والانتقال به من "مشروع دفاع" إلى "مشروع تمكين".

## - قائمة المراجع:

1- فهد بن عبد الرحمن الشميمري: التربية الإعلامية، مكتبة الملك فهد، الرياض، السعودية 2010، ص 19.

2- ت. هارولز جيلرت: طرائق البحث العلمي في المجالات الإعلامية، ترجمة/ المركز الثقافي للتعريب والترجمة، دار الكتاب الحديث، القاهرة 2009، ص 388.

3- محمد عمارة تقي الدين: الإعلام وحتمية التفكير الناقد، مقال نشر في:

2018 /5/10.

تم استرجاعه بتاريخ: 2020/10/05 من:

<https://www.gomhuriaonline.com/GomhuriaOnline-Articles>

4- ت. هارولز جيلرت، مرجع سابق، ص 388.

- 5- بيير بورديو: أسئلة علم الاجتماع، ترجمة/ عبد الجليل الكور، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء ، المغرب 1997، ص ص 84 – 85.
- 6- دوغلاس كيلنر وجيف شير: دراسات في السياسات الثقافية للتربية، منشورة على الانترنت في سبتمبر 2001، المجلد 26، رقم 3، نحو تربية إعلامية نقدية: المفاهيم والحوارات والمنظمات والسياسات الأساسية جامعة كاليفورنيا، لوس أنجلوس، الولايات المتحدة الأمريكية.  
تم استرجاعه بتاريخ: 2020/10/05 من:  
<https://mdlab2013.files.wordpress.com/2013/07/pdf>
- 7- المرجع السابق.
- 8- كمال بومنيير: النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت 2010، ص ص 131- 155.
- 9- إريك ميغريه: سوسيولوجيا الاتصال ووسائل الإعلام، ترجمة/ موريس شربل، جروس برس، طرابلس، لبنان، 2009، ص ص 101 – 111.
- 10- دوغلاس كيلنر، مرجع سابق.
- 11- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص ص 319- 320.
- 12- صفاء جبارة: الخطاب الإعلامي بين النظرية والتطبيق، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2009، ص 282.
- 13- المرجع السابق، ص 283.
- 14- أحمد زكريا أحمد: نظريات الإعلام، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، مصر، 2009، ص ص 218 - 234.
- 15- بيير بورديو: التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، ترجمة/ درويش الحلوجي، ترجمة درويش الحلوجي، دار كنعان، دمشق، 2004، ص ص 48 – 54.
- 16- *Armand Mattelart, histoire des théories de la communication, la découverte, Paris 2002, p p85-86.*
- 17- محمد نجيب الصرايرة: قضايا في الإعلام الدولي، الرائد للنشر والتوزيع، عمان 2012، ص ص 139 - 142.
- 18- دوغلاس كيلنر، مرجع سابق.
- 19- المرجع نفسه.
- 20- ت. هارولز جيلرت، مرجع سابق، ص ص 387 – 394.

21- دوغلاس كيلنر، مرجع سابق.

22- المرجع نفسه.

23- محمد عمارة تقي الدين، مرجع سابق.

24- *Jhon Dewey, education et democratie, traduction/ Gerard Deladalle , Delmas , Bordeaux 1983 ,p 107*

25- دوغلاس كيلنر، مرجع سابق.

26- *J.Habermas ,Droit et Democratie ,éditions Gllimard, Paris,1997, pp327-340.*

27- دوغلاس كيلنر، مرجع سابق.