

نحو تربية إعلامية مدرسية للوقاية من مخاطر الإعلام الجديد

Towards a school media education to prevent the risks of new media

مخنف حفيفة¹ معبود مريم²

mokhenfer hafida maboud meryem

1 المعهد الوطني للبحث في التربية(الجزائر)

2 جامعة عبد الرحمان ميرة - بجاية (الجزائر)

تاريخ الإرسال: 12 / 04 / 2025. تاريخ القبول: 15 / 07 / 2025. تاريخ النشر: 30 / 09 / 2025.

ملخص

مع الإقبال الواسع على استعمال وسائل التواصل الاجتماعي، والتكنولوجيات الحديثة من قبل مختلف الفئات الاجتماعية؛ تزداد أهمية الحديث حول دور التربية الإعلامية المدرسية في تنمية وعي المتلقين من الأطفال والمراهقين والكبار؛ بماهية المحتوى الإعلامي وكيفية فهم ما يرمي إليه. لذلك، تهدف هذه الورقة البحثية إلى تبيان دور التربية الإعلامية المدرسية في تنمية مهارة التعامل السليم للأفراد مع المحتوى الإعلامي وكل ما يعرض في وسائل الإعلام والاتصال، وتمكين الأفراد من الاستخدام الآمن للتكنولوجيات الحديثة، وتبيان كيف تمكن التربية الإعلامية الفرد من فهم الخطابات المتنوعة التي يتعرض لها أثناء استعماله وسائل الاعلام الجديد، والتي قد تصل خطورتها إلى درجة تمس بالأمن المجتمعي والقومي وتتنافى مع مصالح وقيم المجتمع ككل. وسيتم تبيان المداخل الأساسية التي تركز عليها التربية الاعلامية في مواجهة الخطاب الإعلامي بكل مكوناته.

الكلمات المفتاحية: تربية إعلامية؛ إعلام جديد؛ وقاية؛ مهارات؛ مدرسة

Abstract

With the widespread adoption of social media and modern technologies across diverse social groups, it is increasingly important to discuss the role of school media education. This education is vital for fostering the awareness of recipients such as children, adolescents, and adults. Therefore, this paper aims to clarify the pivotal role of school media education in developing individuals' ability to interact appropriately with media content. The paper seeks to illustrate how media education enables them to understand the diverse discourses they encounter when using new media. The potential risks associated with these discourses.

Keywords: Media education; new media; prevention; skills; school

1. مقدمة:

شكلت المدرسة في الماضي القريب، بمنهجها المصدر الوحيد الذي يستمد منه الأفراد معرفتهم بأنفسهم وبالعالم المحيط بهم، وكما كانت الأسرة تعمل جنب إلى جنب مع المدرسة على تنشئة الأجيال على قيم المجتمع وثقافته، ويحدث أن تتفوق أحياناً المدرسة في أداء وظيفتها التربوية على الأسرة؛ إلى أن ظهرت وسائل الإعلام -تدريجياً- بداية من ظهور التلفزيون إلى الانترنت وما رافقهما من تطور في استخدام الأدوات التكنولوجية الحديثة؛ ووسائل الاتصال؛ إذ أصبحت وسائل الإعلام الجديدة المتجددة أكثر التصاقاً بحياة الفرد؛ وجميع الفئات والشرائح الاجتماعية دون استثناء، وما حدث هو أن زاحمت تلك التكنولوجيات الإعلامية الحديثة المدرسة والأسرة في وظيفتهما التربوية، إذ أصبح الوقت الذي يستعمل فيه الأطفال الهاتف النقال والألواح الإلكترونية والتلفاز يفوق بكثير الوقت الذي يقضونه مع أوليائهم، إذ تشير الكثير من الدراسات الاجتماعية إلى وجود تراجع في معدل الحوار والتحاور داخل الأسرة الواحدة، ناهيك عن الإدمان الشديد لاستعمال التقنيات الحديثة لدى الأطفال والكبار على حد سواء وأصبحت هذه المقنيات الحديثة (الهواتف الذكية، ألعاب الفيديو، الألواح الذكية ...) في متناول الأطفال والمراهقين يستعملونها بصفة مفرطة دون رقيب أو حسيب؛ إلى حد يمكن القول أن وسائل الإعلام تمارس ما يمكن أن نسميه "اختطاف" أو "استلاب"؛ وصارت سلطتها على الفرد أقوى من سلطة الأسرة أو المدرسة معاً.

فالثورة التكنولوجية الحديثة -التي نقلت وسائل الإعلام والاتصال من أنماطها التقليدية إلى أشكال أكثر عصريّة- بقدر ما أثبتت قدرة النوع البشري على التطور والاستمرارية بقدر ما خلفت الكثير من الأزمات الاجتماعية التي لم تكن مطروحة أو معروفة من قبل، فالتقارب غير المسبوق بين المجتمعات العالمية سمح لأفراد هذه المجتمعات بتبادل المعارف والثقافات وجميع أنماط وأشكال الحياة، وأضعفت من سلطة الأديان والأعراف وقدرتها على الحفاظ على الخصوصيات الثقافية والاجتماعية التي توارثها هؤلاء الأفراد على مر العصور، ووضع مؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية -أهمها المدرسة- أمام معضلة تربوية معقدة، فمن جهة أصبحت هذه المؤسسة مجبرة على دحض

الممارسات التربوية القديمة والانخراط في هذه الثورة العلمية بإدماج الوسائل التكنولوجية الحديثة في العملية التعليمية/التعلمية ما يسمى بالتعلم التكنولوجي والتعلم عن بعد، وتحفيز المتعلم على توظيف التكنولوجيا في مساره الدراسي كي يبنى أفكاره ويطور معارفه ومهاراته ويتفتح على كل ما هو حاصل في عالم المعلومات.

ومن جهة أخرى أصبحت المدرسة في مواجهة تحدي الحفاظ على المجتمع بمقوماته التربوية الثقافية أمام المحتويات الإعلامية الغير أخلاقية والمضللة وتوجيه أنماط سلوك الأفراد، وإكسابهم مفاهيم جديدة وقيم وعادات مغايرة لما تصبو إليه المنظومة التربوية في مجتمعاتهم، لهذا أصبح من الضروري تمكين المتعلمين من مهارات النقد والتفكيك والبناء، ضف إلى ذلك مهارة الحوار مع الآخر المختلف وتبادل الأفكار والثقافات بطرق عقلانية دون الذوبان أو الانحراف عن منظومة قيم المجتمع، والأهم من ذلك تدريبه على كيفية استخلاص وتمييز القيم التربوية والأخلاقية في المحتوى الإعلامي. وعليه ستحاول الورقة البحثية الحالية تبين دور التربية الإعلامية المدرسية في تدريب الأفراد بصفة عامة والمتعلمين بصفة خاصة على مهارات التعامل مع المحتوى الإعلامي والمضامين الإعلامية التي تهدد الأمن القيمي والتربوي للمجتمعات.

2. المفاهيم الأساسية نشأتها وتطورها

1.2. مفهوم التربية الاعلامية

وردت العديد من التعريفات في التربية الإعلامية فمنهم من يرى أنها التعليم عن طريق وسائل الإعلام؛ ومنهم الشمشيري (2010) الذي يرى أنها مهارة التعامل مع الإعلام أي تربية الفرد على التعامل السليم مع المحتوى الإعلامي؛ بما تشمله هذه المهارة من عمليات عقلية وفكرية.

كما عرفها مؤتمر فينا سنة 1999 الذي عقد تحت رعاية الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) بانها: "تهتم بتعامل الفرد مع وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي الحديثة؛ بما تحتويه من كالكلمات والرسومات والصور والصوت الثابتة والمتحركة والتي تبث عن طريق الوسائل التقنية؛ والتي تمكن الفرد من الوصول إلى فهم وسائل الإعلام المستخدمة في مجتمعهم، والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، لتمكينهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين (كما مكتوب في

الشمشير، 2010، ص20) التعريف يحصر مفهوم التربية الإعلامية في عملية تنمية قدرات الفرد العقلية بالدرجة الأولى في التعامل السليم مع المحتوى الإعلامي ومختلف الرسائل التي يبثها؛ خاصة تلك المتصلة بالمعتقدات والاتجاهات والآراء والمواقف؛ والتي تمتد لتمس هوية الأفراد والمجتمعات، وحتى أمنهم واستقرارهم السياسي.

ويعرف عبد الحميد، (2012، ص 118) التربية الإعلامية بأنها العمل المخطط له من قبل مؤسسات التربية والتعليم الرسمية وغير الرسمية، والتي غايتها تمكين الأفراد من استخدام وسائل الإعلام، وحصولهم على حقوقهم الاتصالية، بتنمية مهاراتهم في اختيار الوسائل الاتصالية التي يستخدمونها، ونقد للمحتوى الإعلامي، والإبداع بالمشاركة في إنتاج الرموز والمعاني، لخلق المواطن الذي يعمل من أجل رقي مجتمعه، والحفاظ على النظام الاجتماعي، وتأييد المعايير الثقافية والأخلاقية والمشاركة الديمقراطية. التعريف تجاوز مسألة (تنمية القدرات) إلى قضية أخرى وهي التخطيط، أي تخطيط المؤسسات التربوية لتمكين الأفراد من ممارسة الحق في الاتصال بمعنى آخر تمكين الفرد من اختيار المحتوى الإعلامي

2.2. الاعلام الجديد:

الإعلام الجديد عرفته كلية شريديان التكنولوجية (sheridan) بأنه "جميع أنواع الإعلام الذي يستخدم الوسائل التكنولوجية الرقمية التي تتيح للأفراد التفاعل بأي شكل من الأشكال، وهناك سمتين تميز الجديد من التقليدي وهي الكيفية التي يتم بها بث المحتوى الإعلامي الجديد والطريقة التي يصل بها الفرد إلى خدماته، ويتميز باندماج النص والصورة والفيديو والصوت مع بعضهم البعض، وتعتبر التفاعلية سمة فارقة تميز الإعلام الجديد عن التقليدي" (سبتي، 2018، ص 23). وبالرغم من التعريفات المتعددة لمصطلح الإعلام الجديد إلا أن سبتي جمعتها في مفهوم واحد هو "هو جملة الوسائل التكنولوجية التي تستخدم الإنترنت، من أجل الإعلام والتواصل، وهناك ثلاث خدمات أساسية يقدمها الإعلام الجديد لمستخدميه هي كما يلي:

- الاتصال: الاتصال بين أفراد أو بين أفراد وجماعات أو بين جماعة وجماعة أخرى أو أكثر لأهداف شخصية أو جماعية.

- التفاعل: بمعنى الاستخدام لأغراض اجتماعية وثقافية وسياسية.

- الإعلام والمعلومات: أي استخدام الأنترنت لنشر واسترجاع المعلومات التي تغطي مجالات واسعة من الأنشطة الإنسانية والمعرفية والاجتماعية" (سبتي، 2018، ص 24).

ويقول كنعان، (2014) في تعريفه لمصطلح الاعلام الجديد: "الإعلام الجديد new media أو الإعلام الرقمي digital media هو مصطلح يضم كافة وسائل الاتصال وتقنيات المعلومات الرقمية التي سهلت وأتاحت إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نزيدها بسلاسة تتجاوز الإطار المكاني والزمني من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالأنترنت، والتفاعل مع المستخدمين الآخرين في أماكن متباعدة ومختلفة ثقافيا واجتماعيا (كنعان، 2014، ص162).

3. الإعلام الجديد وانعكاساته على التربية:

بتطور وسائل الإعلام والاتصال لم يعد الفرد مجرد مستهلك ومتلقي سلبي للرسائل الإعلامية بل جعلت منه هذه الوسائل التقنية مشاركا فعالا إيجابيا مهما، من حيث القدرة على التعبير على الرأي والمشاركة بحرية في تشكيله.

في الآونة الأخيرة تعاضم دور وسائل الاعلام لتكون سلاحا ذا وجهين إذ يمكنها أن تعمل على زيادة الالتحام والتناسق والانسجام داخل المجتمع وتدعم بنائه وتعبر عن قضاياها وتكشف عن أشكال الفساد وتساهم في زيادة معدلات التنمية فيه وبذلك تكون قوة فاعلة إيجابيا، أو تستخدم كقوة سلبية فتعمل على تدمير المجتمع من الداخل وتفتيته وتشويه شخصيته الوطنية بنشر قيم غريبة فاسدة بتقديم صور مؤثرين للاقتداء بهم" (دخل الله، 2014، ص 188)، وقد صاحب ظهور الإعلام الجديد عدد من المظاهر نذكر منها على سبيل المثال:

- اخراج الاعلام من هيمنة المؤسسات الإعلامية الكبرى إلى كافة أفراد المجتمع العالمي؛

- ظهور فئات جديدة من العاملين بالإعلام ومن عامة الناس أصبحوا محترفين في استخدام وسائله، وتفوقوا حتى على أهل الاختصاص الأصليين، وأصبحوا مؤثرين بشكل واسع في مختلف فئات المجتمع؛

- ظهرت مجالات للتعبير والحوار غير مألوفة، حيث أصبح يمكن لأي فرد مهما كان موقعه الاجتماعي أن يتفاعل وبشكل غير محدود، في إطار سياسة الخصوصية لوسائل الاعلام الجديد؛

- برزت وتكاثرت مضامين ثقافية وإعلامية غير معروفة من قبل أو لم تكن محل اهتمام واسع من فئات المجتمع؛

- المشاركة في خلق قضايا جديدة كانت تعتبر من المحرمات في وسائل الإعلام التقليدية، مما يجعل هذه القضايا "قضايا رأي عام"، يتم مناقشتها وإيجاد الحلول لها؛

- المجتمع الافتراضي وشبكات التواصل الاجتماعية: وهي عبارة عن مجموعة من الأشخاص يتفاعلون باستخدام وسائل الإعلام الجديد لأغراض متنوعة (الشميمري، 2010، ص 186) مثل فيسبوك، يوتيوب، منصة أكس (توتير سابق)، انستغرام وغيرها...
وقد أثرت هذه الظواهر على الحياة الاجتماعية للأفراد حيث من أهم انعكاساتها نجد ما يلي:

- نقل الأحداث بشكل مبالغ فيه وانتشار الإشاعة؛
- تراجع المسؤولية الاجتماعية للأفراد والضبط الاجتماعي بمختلف وسائله اللذان يعتبران من أهم دعائم السلوك الاجتماعي؛
- انتشار النقاشات التي يغلب عليها قلة الاحترام والكلام البذيء وعدم تقبل الرأي الآخر وعدم تقبل الاختلاف؛
- استنزاف وقت الفرد وقت شكل كبير مبالغ فيه بولوج الصفحات والملفات دون فائدة تذكر؛ كنوع من الإدمان؛
- زيادة التفكك الاجتماعي وتشتت الأفراد والعلاقات الاجتماعية، ونقص التفاعل الاجتماعي؛

- ظهور لغة جديدة بين المستعملين لوسائل الاعلام الجديد من شأنها أن تضعف اللغات المعيارية وهي لغات مزيج من الحروف والأرقام والرموز متعارف عليها بين رواد مواقع التواصل الاجتماعي (الشاعر، 2015، ص 69).

إضافة إلى هذا؛ فإن ظهور المجتمع الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي أثر على منظومة القيم التربوية والثقافية والاجتماعية والدينية للأفراد وأصبحت تهدد الامن النفسي

والفكري والاجتماعي والغوي؛ خاصة وأن هناك من يستغل وسائل الاعلام الجديد لأغراض تخريبية ونشر أفكار منحرفة تضليلية تمس بأمن واستقرار المجتمعات، ومن أكثر المظاهر شيوعا نذكر ما يلي:

- التسويق والترويج للإباحية من حيث عرض واستدراج المستعملين إلى ممارسات جنسية عبر الوسائل الالكترونية وإغوائهم واستدراجهم للانخراط فيها؛
- الابتزاز باستعمال صور شخصية ومواقع ومحادثات خاصة بأفراد ومساومتهم عليها للحصول على مقابل مادي وتهديد أمن الأفراد والجماعات واستقرارها؛
- الإلهاب الإلكتروني؛ حيث وظفت مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الأفكار المتطرفة والمنحرفة، لدعم العنف الفكري عن طريق تزوير الحقائق وحشد المريدين؛
- قرصنة البرامج؛ أين يتم نسخ البرامج ونشرها وانتهاك حقوق الملكية الفكرية والنشر؛
- التشهير؛ أو الفضائح، أحيانا كثيرة يتم استعمال مواقع التواصل الاجتماعي للتشهير وتشويه السمعة للأفراد والجماعات والمؤسسات بشكل سهل وذلك عن طريق نشر معلومات بعد الحصول عليها بطريقة غير قانونية أو معلومات مظللة تهدف إلى الكسب المادي، السياسي، أو الاجتماعي
- السطو الخصوص من خلال سرقة كلمات المرور؛ حيث يتم سرقة الأرقام السرية التي تمثل كلمة مرور إلى حسابات إلكترونية شخصية؛
- الاختراق؛ يتم من خلاله إحداث ثغرات في نظام الحماية الخاصة بالهدف، فيقوم بالاستحواذ على المعلومة ونشرها بعد تزييفها، أو حذفها من الموقع بما يحقق أهداف تدميرية سعى إليها المتصل وانتحال الشخصيات بالاستيلاء على كلمة المرور (الشاعر، 2015، ص56).

تعتبر العولمة الإعلامية "كثورة تكنولوجية اتصالية قد يؤدي إلى التغاضي عن المشكلات التي تنتج عنها خصوصا فيما يتعلق بالمنظومة القيمية وإنتاج الرموز في المجتمع؛ فإن مؤسسات المجتمع الثقافية التقليدية وهما الأسرة والمدرسة لم تعودا قادرتين حماية الأمن الثقافي للمجتمع وتلبية حاجات أفراد من القيم والرموز والمعايير والمرجعيات التي أصبحت تبني خارج حدود الجغرافيا الوطنية؛ إن المجتمع الذي يفتح على باب

متغيرات العولمة يقع ضحية لتصارع القيم الأصيلة والواردة فيقع أفراد المجتمع في حالة فوضى قيمة بسبب انعدام المقاييس القيمية والفكرية" (الزويد، 2011، ص 95).

ويشير حامد إلى ضرورة الوقاية من التدفق الإعلامي الثقافي بوعي الفرد والمجتمع، وتعزيز قدرتهما على النقدي، والاختيار والتمثيل من بين ما يعرض عليه، وهذه وظيفة تتجاوز قدرة النظام التربوي التعليمي، بخصائصه الحالية، إن الوقاية من مخاطر الاعلام الجديد تتطلب نظاما تربويا من نوع جديد وتتطلب جهاز ثقافي يتطافر مع النظام التعليمي في القيام بها، إذا كان لهذا المجتمع أن يحافظ على هويته الحضارية الوطنية ويحفظها من المسخ أو الذوبان في نفس الوقت الذي يتحول فيه إلى شيء جامد ومنغلق" (حامد، 1992، ص 7).

4. ماهية الإعلام التربوي ومركزاته:

ظهر مصطلح الإعلام التربوي في أواخر السبعينات أين استخدمته المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو)، للإشارة إلى التطور الذي حل على نظم المعلومات التربوية، كأساليب التوثيق والتصنيف والإفادة منها، وعرف بأنه كل ما تبثه وسائل الإعلام المختلفة من رسائل إعلامية ذات قيمة، من أجل نقل التراث، وتربية النشء على مشاعر الولاء للوطن، بحيث يمكن لمختلف أفراد المجتمع من الوعي بالمفاهيم واكتساب المهارات، وبالخبرات، وتنمية الاتجاهات، وتعديل السلوك" (دخل الله، 2014، ص 195).

ويستند الإعلام التربوي على جملة من المراكز، حتى يكون إعلاما فعالا ويحقق أهدافه تجاه الفرد والمجتمع وفيما يلي أهمها:

- أن يستمد أفكاره من الدين الإسلامي كأهم مكون لثقافة المجتمع؛
- أن يرتبط بتراث الأمة الإسلامية وتاريخها وحضارتها، والاستفادة من سير العظماء، والآثار التاريخية؛
- تعزيز ثقافة الولاء للأمة، بالتعريف برسالتها وخصائصها ومكتسباتها، والتوعية بدور الأفراد في نهضة مجتمعهم وتقدمه، والمحافظة على تراثه ومنجزاته؛
- التمحور حول مكونات العملية التعليمية في الرسالة الإعلامية (المدرسة، المنهج، المتعلم، المعلم، وولي الأمر)؛
- التأكيد على أن اللغة العربية الفصحى هي لغة للتربية الإعلامية؛

- الالتزام بالموضوعية في عرض الحقائق والتفاعل الواعي مع التطورات العالمية في مختلف العلوم والمشاركة فيها وتوجيهها (دخل الله، 2014، ص197).

5. دور الإعلام التربوي المدرسي في مواجهة التضليل الإعلامي:

بالنظر إلى الوظيفة الحقيقية للنظام التربوي والهدف الذي أنشئ لأجله، وهو نقل ثقافة وقيم المجتمع وعاداته وتقاليده واستمراره، وبالنظر إلى التطور التكنولوجي الحاصل في مجال الإعلام والاتصال فإنه أكبر خطر يهدد استقرار وأمن المجتمعات في وقتنا الحاضر. ويفسر دخل الله (2014، ص 224) الخطر الذي يكمن وراء هذا النوع الجديد من الإعلام بقوله "الغزو الفكري والثقافي والتكنولوجي يعني انتهاك القيم التي تشكل الخصوصية الثقافية لمجتمع ما، وتتمثل أسوأ صوره في السعي إلى تغيير مناهج التربية والتعليم لدولة من الدول فتطبقها على أبنائها وأجيالها، فيتشوه بذلك فكرهم عقولهم.

تقوم التربية الإعلامية المدرسية بتطوير وزيادة فاعلية العمل التربوي المدرسي من خلال بعض الممارسات نذكر منها:

- تنشئة الأطفال على التعايش والتطورات الفكرية السريعة والقيم والتقنيات والأدوات والوسائل؛ وإدراك وفهم القضايا المحلية والإقليمية والدولية دون الدوبان مع الآخر وإعداد النشء للتعايش مع الآخرين؛

- مساعدة المتعلمين على امتلاك المهارات والقدرات التحليلية وتفسير الأمور واستيعابها والمشاركة في حل المشكلات (الحمداني، 2015، ص 134).

6. أساليب تفعيل الإعلام التربوي في المدارس:

يرى المكي وآخرون (2015) أنه من غير المنطقي فصل التكنولوجيا عن حياة المتعلم وجعل عملية التعليم عملية نمطية مملة ويواصلون: "أمام هذا الاجتياح الكبير للصورة والتكنولوجيا الرقمية لحياة الاطفال/المتعلمين، وانفتاحهم على مختلف آفاق ومصادر المعرفة، أصبح من غير المجدي أن نغلق عليهم الأبواب والنوافذ داخل جدران محنطة، ونحبسهم داخلها، ونحرمهم من حقهم الطبيعي في السؤال والتفكير والرؤية الواضحة لما يستقبلونه من معلومات ومعطيات، ونطالبهم بحفظها في الذاكرة إلى غاية موعد إرجاعها، الأمر الذي يقوي النفور من المدرسة، والرغبة في تكسير هذه الجدران والانطلاق إلى فضاءات مفعمة بالحياة". فمن الممكن أن تتبنى المدرسة هذا النوع الجديد من التعليم

(التعليم الإلكتروني) وتدخل الوسائل التكنولوجية المتاحة للعملية التعليمية، فتكون لها المبادرة في الربط بين واقع المتعلم ومؤسسته، وتصبح قادرة على مراقبته وتوجيهه في استخدام التكنولوجيا، ويتقبل المتعلم التوجيه والتأثير الذي تمارسه المدرسة- عليه، وقد تصل مستقبلا إلى التخفيف من الأثر السلبي الذي تتركه هذه الوسائل على قيم المتعلم وسلوكياته.

ويؤكد حامد (1992) على ضرورة تفعيل دور التعليم في مواجهة المحتوى الإعلامي الخطير، والتخطيط الهادف في وضع النظام التربوي فيقول: لقد تزايد في السنوات الأخيرة الإدراك بأن القضية ليست أي تعليم؛ وإنما الذي أصبح مطلوباً هو تعليم من نوع جديد يهيئ الفرد والمجتمع لمتطلبات عصر الثورة التكنولوجية الثالثة، عصر التغير المتسارع، عصر الانفتاح الإعلامي، الثقافي الحضاري العالمي، عصر تغيير الأهمية النسبية لقوة وعلاقات الإنتاج، والتغيير الاجتماعي المتسارع الذي هو أحد خواص القرن القادم؛ يعني أن القيم والمؤسسات والعلاقات الاجتماعية ستكون عرضة للتغير والتحول والتبدل عدة مرات، لا من جيل لآخر كما كان عهدنا في الماضي، ولكن في حياة نفس الجيل وهذا التغير المتسارع هو نتاج للثورة التكنولوجية الثالثة؛ التي تعتمد أساساً على العقل البشري والإلكترونيات الدقيقة والكمبيوتر وتوليد المعلومات وتنظيمها واختزانها واستردادها وتوصيلها بسرعة متناهية وعلى الشركات المتعددة الجنسية، وهذا ما يتطلب من الفرد والمجتمع أن يكونا سريعَي التكيف والتأقلم مع كل تغير، ويتكيف الفرد والمجتمع إذا كانا مجهزين بنوع من التفكير والمعرفة يغرسهما النظام التربوي في الفرد والمجتمع. لهذا كان لابد من تمكين المتعلم/ المتلقي من مجموعة من المهارات الفكرية التي تساعد على فهم الرسائل الإعلامية ونقدها بعقلانية، وتحويله من صفة مستهلك غير واعي إلى صفة المفكر الناقد الواعي/ وهذا ما يصبو إليه الإعلام التربوي المدرسي، ونركز هنا على إكسابه مهارتين أساسيتين هما:

أ- مهارة التفكير الناقد مع الإعلام:

حسب ما يرى الشمشير (2015، ص148) فإن النقد من حيث المفهوم اصطلاحاً يطلق على عدة معان منها ما يلي:

- التعرف على العيوب والحرص على إذاعتها؛

- تمييز الجيد من الرديء؛
- اختلاس النظر للأشياء؛
- معرفة الخطأ من الصواب والثناء على الخير ومدحه وذم الشر والتحذير منه باختلاف أنواعه.
- ويعرف على أنه عملية كشف أو مناقشة يميز بها الأثر الأدبي أو الفني جيده من رديئة، وصحيحه من زيفه، ويدخل ضمنه التقييم، والذي يعد إصدار الحكم على قيمته الأشياء أو الأفكار أو الجوانب أو الاستجابات لتقدير مدى كفاية هذه الأشياء ودقتها وفعاليتها.
- التفكير الناقد عبارة: عن عملية تفكير مركبة عقلانية ومنطقية، يتم من خلالها إخضاع فكرة أو أكثر للتقصي والتحقق، وجمع الأدلة إقامة الشواهد بموضوعية وتجرد على مدى صحتها، ومن ثمة إصدار حكم بقبولها أو رفضها، بالاعتماد على معايير وقيم المجتمع.
- كما يعتبر نشاط عقلي هادف ومتأمل يقوم على حجج منطقية غاياته الوصول إلى أحكام صادقة وفق معايير مقبولة، ويتألف من مجموعة من المهارات التي يمكن استخدامها بشكل منفردة أو مجتمع، وتصنف ضمن ثلاث فئات هي: التحليل والتركيب والتقويم.
- يرتبط التفكير الناقد بعدد من الأفعال ومن أهمها التمهّل والتعلّل والتفتح العقلي، وطرح التساؤلات، والاستيضاح، والتحقق، والرجوع إلى المصادر وتقويم المصادر، وبناء المعايير للحكم، والتعليل والاستنتاج، ومعرفة الافتراضات، والاستنباط، وتحليل الأفكار، وجمع الأدلة والشواهد على صحة أمر ما، وتقويم الأدلة، والبحث عن الأسباب، وإتياع الدليل والأمانة العلمية والأخذ بالاعتبار جميع الاحتمالات والأخذ بالاعتبار وجهات نظر الآخرين وتفسيراتهم، والاستناد على التعقل أكثر من الانفعال والاهتمام بإيجاد الحقيقة والتقويم وإصدار الأحكام (الشمشيري، 2015، ص149).
- وعليه فإن المفكر الناقد يمتلك خصائص منها:
- يستوعب ويلم بالموضوع محل التفكير، ولا يتدخل في كل شيء؛
- عندما لا يعرف شيئاً لا يجادل في أمره؛
- يدرك أين يحتاج إلى بيانات أكثر حول شيء ما؛

- لديه معرفة بالفرق بين نتيجة "ربما تكون صحيحة" ونتيجة "لا بد أن تكون صحيحة"؛
- يدرك بأن لدى الناس انطباعات متباينة حول فكرة ما؛
- يمكنه تجنب الأخطاء الشائعة في استدلالاته للقضايا؛
- يطرح الأسئلة عن أي شيء يبدو غير مفهوم بالنسبة إليه أو غير معقول؛
- يبحث وراء الأسباب والعلل؛
- يفصل بين التفكير العاطفي والتفكير المنطقي؛
- يستخدم مصادر معرفية علمية موثوقة ويشير إليها؛
- يرى جميع جوانب الموقف بنفس القدر من الأهمية؛
- يبقى دائماً على صلة بالقضية الأساسية أو جوهر الموضوع؛
- يتخذ موقفاً أو يتخلى عن موقف عند توافر أدلة وأسباب كافية لذلك.
- ولاستخدام مهارة التفكير الناقد مع وسائل الإعلام فوائد منها:
- يساهم استخدام مهارة التفكير الناقد في بناء الوعي الإعلامي لدى الإنسان، وتساعد على تجنب التضليل الإعلامي؛
- يساعد استخدام مهارة التفكير الناقد المتلقي على فرز المواد الإعلامية بين ما هو سلبي وريء وما هو إيجابي ونافع، وما بينهما؛
- تساعد استخدام مهارة التفكير الناقد المتلقي أن يكون متلقياً إيجابياً قادراً على انتقاء المضمون الإعلامي وتحليله وتقويمه.
- تزداد أهمية التفكير الناقد في التعامل مع وسائل الإعلام وضرورة تفعيل هذه المهارة واستخدامها؛ في أوقات الحروب والصراعات والأزمات والأحداث الكبرى حول العالم.
- استخدم مهارة التفكير الناقد عبر وسائل الإعلام؛ من خلال توجيه مجموعة من الأسئلة لكل عنصر من عناصر عملية الاتصال، حسب نموذج "الازويل" الشهير الذي اقترح خمسة أسئلة \ هي:

1- من؟ وما هي الأسئلة المرتبطة بمعرفة المرسل صانع المحتوى وهويته وأهدافه من المحتوى.

2- يقول ماذا؟ وهي الأسئلة المرتبطة بمعرفة رسالة المحتوى إن كان المحتوى رأي، أم حقيقة، أم انطباع، أم خيال، وماهية المعلومات، والأفكار، والقيم، والتوجهات التي تحملها الرسالة.

3- بآية وسيلة؟ وهي الأسئلة المرتبطة بنوعية الوسيلة وتقنياتها مثل الصورة من حيث الحجم زاوية التقاطها إضاءتها ألوانها المؤثرات البصرية عليها وسرعة حركتها.

4- لمن؟ تعني الجمهور المتلقي أي من هو المستهدف من الرسالة أو المحتوى.

5- وبأي تأثير؟ وهي المتعلقة بجوانب التأثير أو الأثر رد الفعل أو ما فهم من الرسالة.

ب- مهارة الوعي بالمضامين الإعلامية:

يفيد مصطلح "الوعي" حسب المعنى اللغوي بأنه الفهم وسلامة الإدراك ويكون في الفرد والجماعة، وهو إدراك الفرد لذاته وللبيئة المحيطة به وأفراد مجتمعه". ويعرف الوعي بأنه نتاج اجتماعي؛ ينشأ عن حاجة الإنسان للمعرفة وعبر اتصاله بالآخرين في البيئة الاجتماعية التي يعيش فيها، والوعي في صورته الأولية هو وعي بالبيئة الحسية المباشرة، ووعي بالعلاقات المحددة مع الأشخاص والأشياء الموجودة خارج كيان الفرد، وهو في ذات الوقت وعي بالطبيعة المحيطة بالأفراد التي تبدو للبشر أول ما تظهر وكأنها غريبة تماماً (الزويني، 2015، ص12).

ج- مهارات السلوك الواعي إعلامياً:

إن الوعي الإعلامي يتضمن مهارة حسن الاختيار والتواصل والمشاركة في صياغة الرسائل الإعلامية والتأثير فيها، وكذلك إنتاج المحتوى الإعلامي. ولا يقتصر الوعي على تحليل الرسائل والمضامين الإعلامية وتقويمها والقدرة على قراءة طبقاتها المتعددة والوصول إلى نتائج تتعلق بالحقائق والمعلومات واستخدام مهارة التفكير الناقد. وهناك أربع مهارات تمثل السلوك الواعي إعلامياً وهي على النحو التالي:

• الاختيار:

من البديهي أنه لا أحد يجبر أحد على متابعة فضاء إعلامي بعينه مقروء أو مسموع أو مرئي؛ كما إن المتلقي هو الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية وليست الوسيلة هي التي تستخدم المتلقي. إن المتلقي هو الذي يختار ما يقرأ؟ وما يسمع؟ وما يشاهد؟؛ إن الوعي الإعلامي بجوانبه المختلفة وأدبياته المتنوعة يبني لدى المتلقي مهارة حسن الاختيار، ويساعده على اتخاذ قرار التعرض الانتقائي الناجح للمضمون الإعلامي الذي يناسبه، وللوسيلة الإعلامية التي يتابعها، ويتأثر بها ويتفاعل معها (الشمشير، 2015، ص166).

• التغذية الراجعة:

التغذية الراجعة هي أحد عناصر عملة الاتصال وهي المعلومات التي تعود من المتلقي إلى المرسل، وقد يكون رجع الصدى سلبيا وهو لا يشجع المرسل على توجيه رسائل مشابهة، وقد يكون رجع الصدى ايجابيا ويشجع المرسل على الاستمرار في تقديم رسائل مشابهة وقوي ويدعم سلوك المرسل بشكل مطرد، ويتطلب منه بل ويفرض عليه تعديل شكل أو محتوى الرسائل التالية التي يقوم بإرسالها، ومن هذا المنطلق تأتي أهمية التغذية الراجعة في عملية الاتصال والدور الكبير المنوط بالمتلقي لتعزيز الرسالة الإعلامية ودعمها أو إيقافها. "عبر عن رأيك" هكذا يجب أن يكون تجسيد سلوك المتلقي الواعي إعلاميا لكي تجعل القائمين على وسائل الإعلام والمعلنين أيضا يعرفون مشاعرك حول الرسائل الإعلامية يعرفون ما ترغبه وما لا ترغبه (الشمشير، 2015، ص166).

• المشاركة:

أتاح عامل المناقشة والتطور المتسارع لوسائل الإعلام أنماطا مختلفة كتشجيع الحوار والمشاركة بالرأي بين وسائل الإعلام والجمهور؛ ومن وسائل المشاركة بالرأي والحوار: تقييم ما ينشر في الصحف والمجلات من مقالات ومواد تحريرية بإرسال مادة تحريرية للصحيفة أو المجلة. تقييم يفيد بالموافقة أو المخالفة حول ما نشر فيها، لكي ينشر في الصحيفة ذاتها؛ والتدخل الصوتي والسؤال عبر الهاتف أو وسائل الاتصال المختلفة. إن المشاركة بالرأي والسؤال والحوار والتعليق والتقييم والتدخل دليل على الوعي الإعلامي المتقدم خصوصا في المسائل ذات الأهمية (الشمشير، 2015، ص167).

• الإنتاج:

من أفضل النماذج التي توضح عناصر عملية الاتصال نموذج "لازويل" المكون من خمسة أسئلة: من؟ يقول ماذا؟ بأية وسيلة؟ لمن؟ وبأي تأثير؟ ومن المهم أن تبقى هذه الأسئلة المعبرة عن عملية الاتصال حاضرة في ذهن منتج المحتوى الإعلامي بحيث يجب على منتج المحتوى الإعلامي معالجة كل عنصر بحيث يكون عاملا فعالا في نجاح عملية الاتصال (الشمشير، 2015، ص174).

7. التربية الإعلامية في المناهج الدراسية:

إن تطوير المناهج الدراسية أصبح ضرورة حتمية في وقتنا الحالي، بل لا بد من العمل تجديدها باستمرار كي تتماشى مع التطور المتسارع في مجال المعلومات، وهذا ما يمكن أن نطلق عليه عملية عصنة المناهج، وتعتبر التربية الإعلامية الجسر الذي يربط المدرسة بواقع المتعلم ويرى الحمداني (2015، ص121) أن استراتيجية تدريس التربية الإعلامية تتضمن تطوير المناهج الدراسية (سواء كانت منفصلة أو مدمجة) بحيث تتضمن نوعين من المحتوى:

- المحتوى الجوهري: يتكون هذا المحتوى من المفاهيم التي تشكل المادة الدراسية (رياضيات، كيمياء، ... الخ)
- المحتوى المساند أو الموازي: يعالج هذا المحتوى المفاهيم الخاصة بالتربية الإعلامية وغيرها من مفاهيم (تربية وطنية، تربية مرورية، تربية سياحية، الخ)
- بمعنى أن يتم دمج مفاهيم ومهارات التربية الإعلامية (وغيرها من أنواع التربية الحياتية مثل التربية المرورية والسياحية وغيرها في المحتوى المساند) ضمن نشاطات التعلم في المحتوى الجوهري ويتطلب تحقيق ذلك:
- تحديد المستوى التعليمي الذي ينبغي أن تقدم فيه مفاهيم التربية الإعلامية؛
- تحديد المواد الدراسية التي ينبغي أن تقدم من خلالها مفاهيم التربية الإعلامية ويمارس الطلاب خلالها مهارات هذه التربية؛

- تبني أو تكيف أو تطوير مهارات التربية الإعلامية كمنظومة فرعية ومدمجة ضمن منظومة المهارات في الإصلاح التربوي الشامل؛
- تطوير مواقف تعلم للتربية الإعلامية في سياق المواد الدراسية المناسبة؛
- توفير المصادر الإعلامية في صيغ مختلفة ومناسبة لمواقف التعلم والمستوى التعليمي". (الحمداني، 2015، ص121)

8. خاتمة:

على ضوء ما ورد في ثنايا هذا البحث نقول أن التربية الإعلامية هي السلاح الذي يمكن به مواجهة المخاطر التي ينطوي عليها استخدام وسائل الاعلام الجدية والتقليدية في كل زمان ومكان، خاصة وأن هذه الوسائل في تطور وتجدد مستمر بحسب المستجدات الدولية والتغيرات الاجتماعية المتسارعة، وتكون التربية الإعلامية فعالة إذا ما تم التخطيط لها وإعطائها الأهمية البالغة في الإصلاحات التربوية القادمة، والنظام المدرسي هو السبيل الذي يمكن من خلاله تجهيز الأجيال وتسليحها بالمهارات اللازمة لمواجهة الخطر الحالي والتهديد القادم، فمادامت التقنيات في تطور مستمر فلا بد أن تكون المدرسة هي الأخرى في تطور مستمر ومتزامن، ولابد لهذه المؤسسة أن تبقى متفتحة على المجتمع وأن تكون قادرة على الاستشراف والتنبؤ حتى تكون أكثر جاهزية وأكثر فعالية في صد المخططات الخفية والعننية لتفكيك منظومة قيم المجتمعات وترويضها.

7. المراجع:

- حامد، ع. (1992)، من قضايا الأزمة التربوية. درا سعاد الصباح. مركز ابن خلدون للدراسات الإنمائية.
- الحمداني، ب. ح. (2015). التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية. دار وائل للنشر والتوزيع.
- دخل الله، أ. (2014). التربية ومشكلات المجتمع في عصر العولمة. دار الخلدونية للنشر والتوزيع.
- الزويني، ح. د. (2015). الحرب الإعلامية. دار أسامة للنشر والتوزيع.
- الزيود، م. (2011). الشباب والقيم في عالم متغير. دار الشروق للنشر والتوزيع.
- سبتي، ع. (2014). الإعلام الجديد والمجتمع. المركز العربي للنشر والتوزيع.
- الشاعر، ع. ر. (2015). مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني. دار صفاء للنشر والتوزيع.
- الشمشيري، ف. ب. ع. ر. (2010). التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام. مكتبة الملك الرياض.

- عبد الحميد، م. (2012). *التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي*. عالم الكتب.
- كنعان، ع. ع. ف. (2014). *الإعلام والمجتمع*. دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- المكي، ه. السراجي، ب. بلعقروز، ع. مرزاق، ع. و المريط، م. (2015). *سؤال القيم بصيغ متعددة نماذج في العلوم الاجتماعية والإعلام والتربية والأدب والثقافة*. مركز نماء للبحوث والدراسات.