

النقد الإعلامي Media criticism

الدكتور: توفيق عمري

DGM 413
التربية الإعلامية الرقمية

المحاضرة العاشرة



- مقدمة.

- 1- مفهوم التربية الإعلامية.
 - 2- المبادئ الأساسية للتربية الإعلامية.
 - 3- المداخل التربوية لتطبيق التربية الإعلامية.
 - 4- إستراتيجيات التربية الإعلامية.
 - 5- مهارات التربية الإعلامية.
 - 6- مفهوم وتطور التربية الإعلامية الرقمية.
 - 7- مجالات وفوائد التربية الإعلامية الرقمية.
 - 8- معوقات تطبيق التربية الإعلامية.
 - 9- تجارب في التربية الإعلامية الرقمية.
 - 10- تحديات تواجه التربية الإعلامية الرقمية.
 - 11- نقد التربية الإعلامية.
 - 12- الدراية بالذكاء الاصطناعي.
- خلاصة.





التربية الإعلامية

Copyright © Dr. Samirah

برزت الجهود البحثية في مجال التربية الإعلامية، من خلال باحثين في مجالات التربية والإجتماع والنفس والاتصال، لتُقدم إضافات نوعية في الإجابة على التساؤلات والتحديات التي فرضتها التطورات المتلاحقة في مجال الإعلام واتخذ ذلك الإهتمام مظاهر متعدّدة، مثل: إنعقاد المؤتمرات والندوات المحلية والإقليمية والدولية، وإتجاه الباحثين والمتخصّصين في شتى البلدان، للإهتمام بهذا المجال. ولأنّ أدبيات ودراسات التربية الإعلامية واسعة ومتشعبة، فإنّ المتابع لتلك الأدبيات قد لا يتمكّن من فهم إتجاهاتها العامة، وإستيعاب الإجابات التفصيلية، التي حاولت تقديمها في زوايا متعدّدة، أهمها: كيف يمكن تنمية مهارات النّقد والإنتاج للرسائل الإتصالية لدى الجمهور خاصة في فضاء الإعلام الجديد؟

التربية الإعلامية هي: " عبارة عن مشروع سيمته الإستمرار والتجّد، ويهدف إلى تحصين المجتمع وأفراده من مخاطر الإعلام ومضامينه المتنوعة، فمخاطر الإعلام بدأت مع تحوّل وسائل الإعلام التقليديّة الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون إلى وسائل إتصال وتواصل جماهيرية، أي في الوقت الذي أصبح بإمكان الأفراد التعامل معها وتلقّي الرسائل الإعلامية منها، فكان لابدّ من تثقيف المجتمع وأفراده للإستخدام الأمثل للإعلام وما يحتويه من وسائل وأدوات إتصالية متنوعة، و تحصينهم من المخاطر المحتملة نتيجة الإستخدام. لذا ركّزت أغلب التعريفات التي تناولت مفهوم التربية الإعلامية على أهمية تنمية وتعلّم الأفراد والنشء الجديد مهارات معينة في تعاملهم مع وسائل الإتصال والإعلام، وما تُقدّمه من رسائل ومضامين متنوعة، حيث أشار الخبراء ومن كتّب في هذا المجال على ضرورة تعزيز مهارات التحليل والتّقييم والتّفكير بشكل ناقد وإبداعي، وغيرها من المهارات سواء كانت فطرية أو مكتسبة.

تختلف المبادئ التأسيسية للتربية الإعلامية من باحث إلى آخر، وتُعد المبادئ التي حددها Turow هي الأكثر شمولاً ووضوحاً، وهي كالآتي:

– **المبدأ الأول:** المواد التي تُقدمها وسائل الإعلام يتمُّ بناؤها: أي أن جمهور وسائل الإعلام، يجب أن يكون على وعي بأنَّ ما يقرأه ويسمعه ويشاهده عبر وسائل الإعلام ليس هو الواقع، وإنما هو إعادة خلق للواقع من خلال وجهات نظر القائمين بالاتصال .

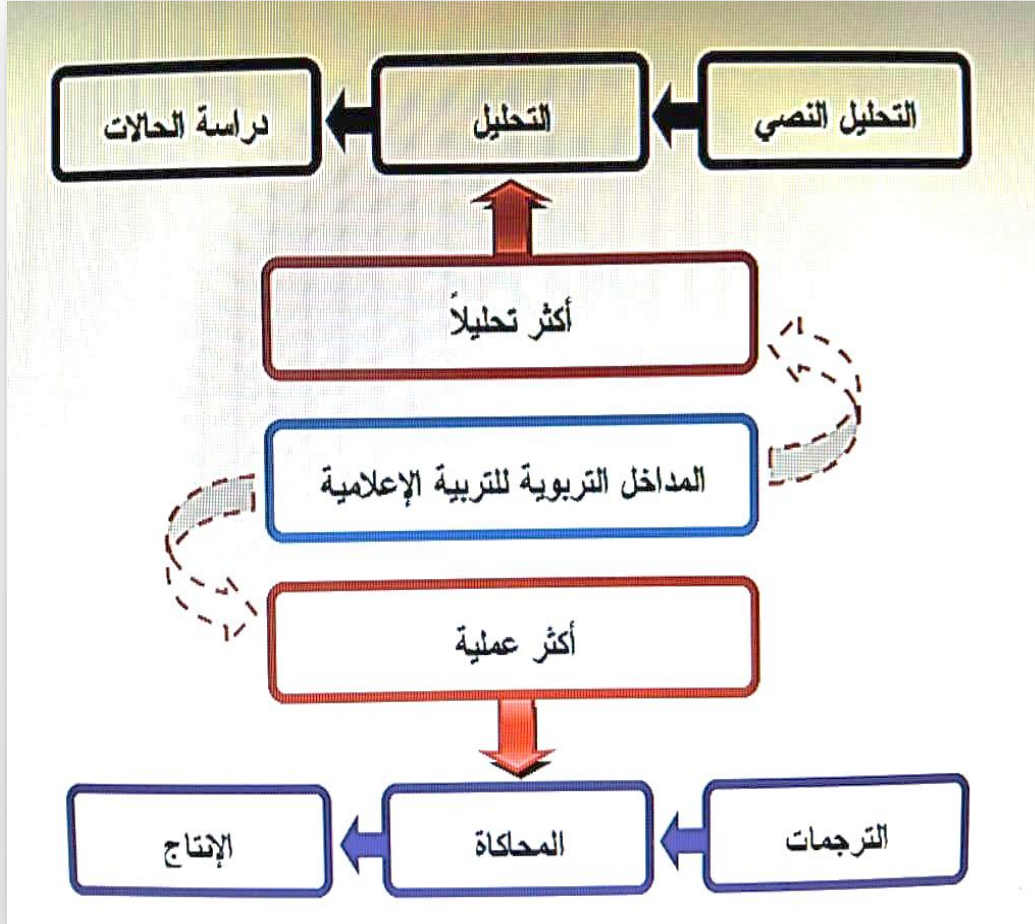
– **المبدأ الثاني:** المضامين الإعلامية يتم إنتاجها وتوزيعها من خلال بيئة تجارية وإقتصادية: يجب أن نعي أنَّ المضامين الإعلامية تُنتجها مؤسسات لها سياسة تجارية وتحتاج إلى تحقيق أرباح من خلال الإعلانات، لذا فإنها تقوم بجذب أكبر عدد من الجمهور .

– **المبدأ الثالث:** المضامين الإعلامية يتمُّ إنتاجها من خلال بيئة سياسية: يجب أن نعي أن المضامين الإعلامية تنتجها مؤسسات إعلامية خاضعة لقرارات وتنظيمات وقيود تضعها الحكومة عليها، ممَّا يؤثر على طريقة معالجة المضامين الإعلامية .

–**المبدأ الرابع:** المضامين الإعلامية تُقدّم بأشكال مختلفة عبر وسائل الإعلام: يجب أن ندركّ المضامين الإعلامية تُقدّم بأشكال متنوعة عبر وسائل الإعلام سواء كانت أخبارًا أو إعلانات أو دراما، وعلى الجمهور أن يدرك الفروق بين هذه الأشكال، بالإضافة إلى معرفة الفروق بين كل وسيلة وأخرى من وسائل الإعلام، أي طبيعتها .

–**المبدأ الخامس:** تُؤثّر المضامين الإعلامية على إدراك الجمهور لمجتمعه وواقعه: أي أنّ الجمهور قد يدرك واقعه ومجتمعه من خلال ما تُقدمه وسائل الإعلام، وأكبر مثال على ذلك الصورة النمطية لبعض الأفراد أو الشعوب في وسائل الإعلام، والتي يتأثّر بها الكثير من الأفراد المتلقين .

–**المبدأ السادس:** الجمهور متلقي إيجابي للمضامين الإعلامية: أي أنّ الجمهور يجب أن يكون إيجابيا أثناء تلقّيه للمضامين الإعلامية من خلال تفاعله مع هذه المضامين، و موافقته على محددات التربية الإعلامية وعلى كل ما يقدم له على أنه أمر مُسلّم به دون تحليل أو نقد أو تغيير هذه المضامين إذا كانت سيئة.



المَدَاخِل التربوية لتطبيق التربية الإعلامية :
تناول كتاب "التربية الإعلامية: دليل للمدرسين والطلبة والوالدين والمحترفين" لمؤلفه دافينا فراو، ومايغز، والذي قام بترجمته إلى اللغة العربية الفلسطيني: "عارف أحمر"،
المداخل التربوية لتطبيق التربية الإعلامية أثناء تطبيق البرامج والنماذج، وهي : التحليل النصي، والتحليل السياقي، ودراسة الحالات، والترجمات، والمحاكاة، والإنتاج، والشكل التالي يوضح تلك المداخل:

أ/ التحليل النصي في التربية الإعلامية:

هو مدخل تربوي يساعد المتعلم على فهم كيف تمّ تجميع الرسائل الإعلامية، وما الذي تعنيه، ولماذا صيغت بهذا الشكل.

يبدأ التحليل بوصف كل ما يُرى ويُسمع، ثم تفسير المعنى والغاية من طريقة العرض. والتحليل النصي لا يقتصر على الوصف، بل يشجّع المتعلمين في النهاية على إصدار حكم شامل على النص، واستخدام مفردات دقيقة مثل زوايا الكاميرا وانتقالات اللقطات. لكن يجب ألا يتحوّل إلى عملية آلية جامدة، بل يجب ربطه بسياقات حقيقية ونصوص واقعية حتى يكون مفيداً وعملياً، مثل تعلّم قواعد النحو في سياق جُمْل فعلية.

■ مثال :

بعد تحليل تقرير إخباري، يمكن للطلاب إصدار حكم مثل: "إستخدام الكاميرا القريبة والصوت الحاد منح الشعور بالإستعجال، ممّا قد يُؤثّر على طريقة فهم الحدث".

ب/ التحليل السياقي:

يركّز على فهم النصّ الإعلامي من خلال خروجه من سياقه المُعتاد لمعرفة علاقته بعمليات الإنتاج والجمهور. يوجّه المتعلمون للانتباه لعناصر غالبًا ما يتجاهلونّها، مثل: المقدمات والخواتيم والعناوين والإعلانات، لأنّها تكشف عن الجمهور المستهدف، ودور الشركات المنتجة، وكيفية الترويج للنص. كما يساعد التحليل في فهم الدوافع الإقتصادية للصناعات الإعلامية، وكيف تستخدم الشركات الضّجة والجدل لجذب الجمهور، مع توضيح أنّ النصوص لا تظهر عشوائيًا، بل تمرّ بعمليات إنتاج وتسويق لجذب الفئة المطلوبة.



ج / دراسات الحالة: هي أسلوب يجعل الأفراد يبحثون بعمق في موضوع إعلامي يختارونه. وتنقسم إلى ثلاثة أنواع:

1. دراسة نصّ إعلامي مُعيّن:

تحليل كيفية إنتاجه وتسويقه وإستهلاكه، مثل متابعة إطلاق برنامج تلفزيوني أو حملة إعلانية.

2. دراسة قضية إعلامية محددة:

مثل: تحليل استخدام الحيوانات في الإعلانات، من خلال جمع أمثلة، دراسة ردود الجمهور، والإطلاع على آراء الجهات المعنية.

3. دراسة جمهور وسائل الإعلام:

التركيز على سلوك الجمهور وكيف يتفاعل مع محتوى أو وسيلة معينة.

مثال مختصر: طالب يختار دراسة حملة إعلانية لمُنتج غذائي جديد:

- يجمع الإعلانات المنشورة.
- يُحلّل كيف تم تسويق المنتج على التلفزيون ووسائل التواصل.
- يُلاحظ تعليقات الجمهور وردود فعلهم.
- يستنتج أن الحملة ركّزت على العائلة لجذب أكبر شريحة ممكنة.

د/ التّرجمات:

يقتضى الأسلوب التّحويلي من الأفراد أن يدقّقوا في طريقة معالجة مسألة معينة في وسيلتين مختلفتين من وسائل الإعلام أو لدى جمهورين مختلفين، وقد يقتضى هذا دراسة مقارنة الكيفية التي عولج بها موضوع معين في شكلين أحدهما خيالي والآخر واقعي . ويُمكن للطلبة أن ينظروا بطريقة منسّقة في العناصر التي لا تتغير في الحالتين، والعناصر التي تتغير، والأهمّ هو بيان سبب حدوث ذلك. وفي هذا السياق، سينظر للأفراد في الكيفية التي تمّ من خلالها تناول الأفكار بطرق مختلفة في الأسلوب والشكل. والشّق العملي المرتبط بعملية التحويل، يتّضح في محاولة الأفراد تحويل نصّ من وسيلة إعلامية إلى وسيلة أخرى.

و/ المَحَاكَاة: أسلوب شائع جدًا في التربية الإعلامية. والمُحاكاة ضَرْبٌ من لَعِبِ الأدوار، وهي تشتمل على وضع الأفراد في موضع المنتجين الإعلاميين، وإن يكن بطريقة خيالية أساسًا. وتُعد المحاكاة مفيدة عمليا في معالجة المسائل المتعلقة بالإنتاج، من قبيل أدوار الإنتاج وعملياته ضمن الصناعات الإعلامية، والكيفية التي يُوازن المنتجون الإعلامييون بها بين القيود المالية والتقنية والمؤسسية في عملهم. ولا تحتاج عمليات المحاكاة بالضرورة إلى أن تَبْلُغ مرحلة الإنتاج ذاتها، لذا يُمكن أن يُطلب من الأطفال أن يقوموا بدور مُعَدِّي برامج تليفزيونية يقدمون مقترحات إلى إذاعة أو محطة تليفزيون لسلسلة جديدة بأسلوب معين.

هـ/ الإنتاج:

تعمل التربية الإعلامية على الربط بين قراءة وسائل الإعلام وكتابتها، وتشكل عملية الإنتاج عنصر "الكتابة"؛ فقد أثبتت الأبحاث الحديثة أن استخدام الأفراد خاصة النشء أنماطاً وأساليب إعلامية يدلُّ على مدى الفهم الواضح "للغة الإعلامية". ولقد عمل ظهور التكنولوجيا الرقمية على إيجاد فرص جديدة مهمة في هذا المجال، مثل استخدام الكاميرات الرقمية والتحرير الرقمي وبرامج تعديل الصور. كما يمكن للأفراد عن طريق المهارات التقليدية كاللعب والإستكشاف أن يجعلوا معرفتهم "السلبية" - أو غير الواعية بلغة الإعلام التي إكتسبوها كمُتلقيين- معرفة "فاعلة" وواعية. وتوفّر هذه التقنيات أيضاً فرصاً جديدة للتأمل والتفكير. فتبادل العمل الإنتاجي عن طريق الإنترنت، ومعرفة ردود الفعل من جماهير حقيقية، يمكن أن يساعد الأفراد على تقييم ما أنجزوه بطريقة مدروسة جداً.

تتعدّد وُجّهات النظر حول الاستراتيجيات أو الأساليب المناسبة لتفعيل التربية الإعلامية. ففي الوقت الذي ينادي فيه البعض بضرورة أن يتعلّم الطُّلاب مهارات التربية الإعلامية من خلال مادة أو مقرّر خاص بالتربية الإعلامية، ويُنادي البعض الآخر بدمج التربية الإعلامية في المنهج بدلاً من تقديمها في مادة منفصلة ، بينما ينادي فريق ثالث بتوظيف كلا المنهجين في هذا السياق، حدّد مركز التربية الإعلامية عشر إستراتيجيات لتدريس الثقافة الإعلامية ، أهمها:

دمج التربية الإعلامية في المنهج، أو تقديم مقرّر كامل في التربية الإعلامية، وتوظيف النموذج الاستقرائي (Approach Inquiry) ، وتدريس مهارات التفكير الناقد، وتحليل البيئة الإعلامية، ودراسة وجهات النظر المختلفة، وغيرها. كما يقترح المركز استخدام نموذج التعلّم النّشط ، الذي يبدأ بمرحلة الوعي بقضية معينة، ثمّ التّحليل ثمّ التّعقيب أو التأمّل وأخيرا الإستجابة، ونتاج هذه النشاطات الأربعة هو الخبرة التي يكوّنها الفرد .

□ نموذج Freed فريد للتربية الإعلامية (2003):

يُركّز النموذج على التفاعلية (Interactivity) في وسائل الإعلام وتقنيات المعلومات الحديثة، خصوصًا الشبكات الرقمية العالمية التي تسمح بالغمر في بيئات تفاعلية.

ويؤكد أن المهارات التقنية والتفكير النقدي وحدها غير كافية، بل يجب فهم قوة التفاعلية والوعي الكوني (Global Sensibility) كأساس للتربية الإعلامية.

■ مستويات نموذج التربية الإعلامية العميقة (Literacy Media Deep):

1. مهارات استخدام تقنيات المعلومات وتصفح الشبكات الرقمية.
2. مهارات التفكير النقدي لمحتوى الرسائل الإعلامية.
3. تقدير وفهم التفاعلية الكونية.



1- مهارة تحليل المحتوى الإعلامي:

هي الخطوة الأولى في الوعي الإعلامي، وتعتمد على تفكيك الرسائل الإعلامية وفهم مكوّناتها. يبدأ التحليل بمعرفة أنواع الفنون الصحفية (خبر، تقرير، مقابلة...) والفنون البرمجية (برامج إخبارية، حوارية...). ثم الإجابة عن أسئلة أساسية مثل: من؟ متى؟ ماذا؟ أين؟ لماذا؟ وكيف؟ مما يساعد على فهم تفاصيل الحدث تمامًا، كما يفكّك المخبّر قطرة الدّم لمعرفة مكوّناتها.

من خلال هذا التفكيك البسيط، يفهم القارئ عناصر الخبر الأساسية، هدفه، الجهات المعنية، وتوقيته، دون الوقوع في التفسير الخاطئ أو تأويل غير دقيق.



2 - مهارة النقد الإعلامي:

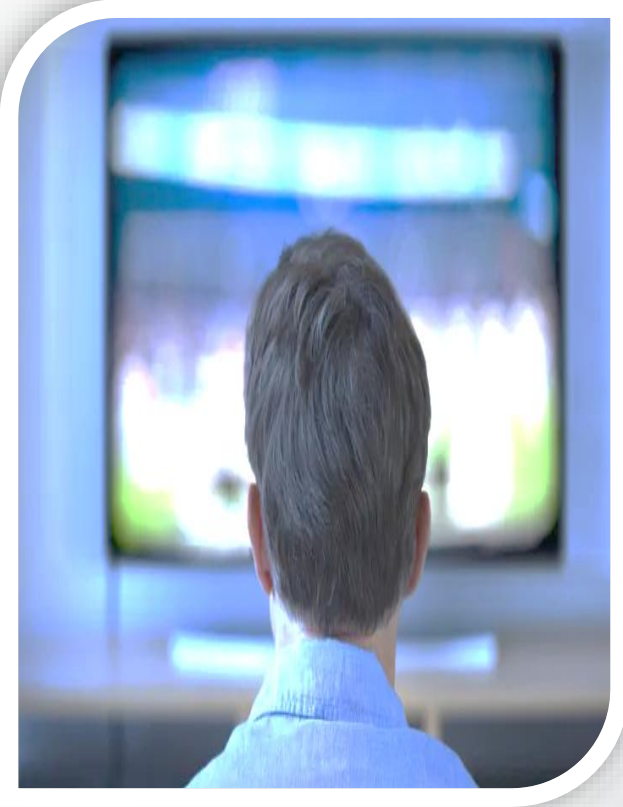
تأتي بعد التحليل أو بالتزامن معه، وتعتمد على التشكيك الموضوعي والحياد في تقييم المحتوى. الهدف هو التمهّل قبل إصدار الأحكام، وتجنّب التسرع أو الإنفعال العاطفي، مع مراعاة الموضوعية والمهنية في الحكم على الرسائل الإعلامية.

■ مثال توضيحي :

فيديو على وسائل التواصل الاجتماعي يدّعي أنّ تناول نوع معين من الأعشاب يعالج مرض السكري تمامًا. لابدّ من :

- التّحقّق من المصادر: (علمية أو تصريحات وزارة الصحة).

يستنتج الفرد أن المعلومة غير موثوقة، ويقرّر عدم إتباعها، مع الإحتفاظ برأي علمي مُستند إلى مصادر موثوقة.



3- مهارة تكوين رأي مستقل:

بعد التحليل والنقد، يصبح الفرد قادرًا على تكوين موقف مُستقل عن المحتوى المسموع أو المقروء أو المرئي. يُمكنه تعديل المحتوى أو إنتاج محتوى جديد يعبر عن رأيه. وتعدُّ هذه المهارة دليلًا على الوعي الإعلامي والفكر المستقل والإبداعي.

■ **مثال توضيحي :** مقال إخباري على موقع إلكتروني يروج لفكرة أنَّ الألعاب الإلكترونية تؤدي دائمًا إلى العنف لدى الأطفال.

- تكوين الرأي المستقل:

إِستنتاج أنَّ الألعاب الإلكترونية ليست دائمًا سببًا للعنف، وأن التأثير يعتمد على عوامل متعدّدة مثل: البيئة الأسرية والمحتوى ونمط التربية.



❖ أكد Buckingham أن مهارات التربية الإعلامية تتمثل في معرفة الإجابة على مجموعة من الأسئلة، وهي كالآتي :

– أولاً- أسئلة خاصة بالمؤسسة الإعلامية، تتمثل في: من المرسل؟ ما هي الرسالة؟ لماذا يتم إرسالها؟ ما مراحل وعمليات إنتاج الرسالة الإعلامية؟ .

– ثانيًا- أسئلة خاصة بالمضمون الإعلامي، تتمثل في: ما طبيعة المضمون الإعلامي المُقدّم؟ ما الفرق بين المضامين الإعلامية المقروءة والسمعية والبصرية؟، ما الفرق بين القوالب والأشكال الإعلامية المختلفة سواء الإعلانات أو الدراما أو البرامج أو الأخبار؟ .

– ثالثًا- أسئلة خاصة بالتكنولوجيا الإعلامية، تتمثل في: كيف يتم إنتاج هذه التكنولوجيا؟ كيف يتم استخدامها؟ ما أنواع التكنولوجيا المستخدمة في الإنتاج الإعلامي؟ .

—رابعًا— أسئلة خاصة باللغة الإعلامية، تتمثل في: كيفية إدراك ما تعنيه وسائل الإعلام؟ كيف تُعالج وتصيغ وسائل الإعلام المعاني والدلالات في الرسائل الإعلامية؟ - .التربية الإعلامية؛ المفهوم والمَاهِيَة .

—خامسًا— أسئلة خاصة بالجمهور، تتمثل في: من مُتلقي الرسالة الإعلامية؟ ما إحساس الجمهور تجاه ما يتلقاه من رسائل؟ كيف يتم جذب الجمهور واستمالته للمضمون الإعلامي؟ كيف يختار الجمهور ويستهلك ويستجيب للمضمون الإعلامي؟ .

—سادسًا— أسئلة خاصة بالمؤثرات والاستimalات التي تستخدمها وسائل الإعلام، لجذب الجمهور، تتمثل في: هل يعكس المضمون الإعلامي الواقع أم يزيّفه؟ كيف تستخدم وسائل الإعلام المؤثرات السمعية والبصرية في المضامين الإعلامية بشكل مؤثر على الجمهور؟.



□ مخطط يوضّح: مهارات التربية الإعلامية
لإنتاج مَواطن فعّال

■ يُمكن تعريف التربية الإعلامية الرقمية على النحو التالي:

"تُمكِّن الفرد من مهارات التَّعامل مع الإعلام الرقَّمي المتمثلة في: مهارات التفكير النَّاقِد للتَّمييز بين الحقيقة والتَّضليل ، والرأي والخبر ، وفهم مدى مصداقية المنصَّات الرقَّمية ومواقع التواصل الاجتماعي ، والتَّعرُّف على مصادرها وأولويات الموضوعات، الَّتِي تعتمد عليها لنشرها ،ثمَّ إكساب المتلقِّي أساسيات تحليل المعلومات، ومعالجة النصوص كما وكيفا لتُعطيهِ مؤشِّرات ودلالات حول المعنى الظاهر والباطن، ممَّا يطلِّع عليه من معلومات ، وصولاً "إلى تعلُّمه فنون الإعلام الرقَّمي بشتى مجالاته، صحافة إلكترونية، إذاعة رقمية وتلفزيون رقمي، حتى تصبح لديه القدرة على الإنتاج وإعادة البثِّ ، ممَّا يساهم في إنخفاض درجة تأثير الرسائل الإعلامية الرقمية على الفرد والمجتمع".

- ❖ **التطور:** بدأ الاهتمام بالتربية الإعلامية مبكرًا مع الفيلسوف الكندي مارشال ماكلوهان الذي حذر من أثر الثورة الاتصالية على التعليم، وإعتبرها سببًا لـ "أزمة تربوية عالمية" نتيجة الفجوة بين المعلمين (جيل قديم) والمتعلمين الأكثر ارتباطًا بوسائل الإعلام.
- **أواخر الستينيات:** ظهر مفهوم التربية الإعلامية لأول مرة، وركز على استخدام وسائل الإعلام كأدوات تعليمية مفيدة داخل العملية التربوية، بهدف دعم التعلم بطريقة أكثر جاذبية.
 - **قدّم الباحث جورج فريدمان** فكرة "المدرسة الموازية"، موضحًا أن تلاميذ المدارس أصبحوا يعتمدون على وسائل الإعلام كمصدر بديل للحصول على المعلومات، مما يستلزم وعي المربين بقوة وتأثير الإعلام السمعي البصري.
 - **تطور المفهوم لاحقًا:** تحوّل من مجرد "مشروع دفاع" لحماية المتعلمين من سلبيات الإعلام، إلى "مشروع تمكين" يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية، وتحليلها، والانتقاء الجيد منها والمشاركة فيها بوعي.

■ عام 1973:

إعترفت اليونسكو بالتربية الإعلامية كحقلٍ علميٍّ مستقلٍّ، له نظرياته وأدواته، مثل باقي العلوم، يهتم بدراسة وسائل الإعلام ودورها في التعليم:

■ منتصف السبعينات والثمانينات:

أسهمت أفكار التكنولوجيا مثل: ثيودور نيلسون و بوش في تطوير مفاهيم مرتبطة بالنصوص الإلكترونية، النشر الرقمي، النص الشعبي، والرقمنة، وهي الأسس التي قامت عليها شبكة الإنترنت وتكنولوجيا الويب.



□ مراحل تطور التربية الإعلامية:

1	مرحلة وسائل الإعلام التقليدية	- بداية ظهور الصحافة والإذاعة والتلفزيون وتأثيرها على المجتمع. - تشكيل اللبنة الأولى لفكرة التربية الإعلامية.
2	مرحلة ثورة الاتصالات	- تطور كبير في تكنولوجيا الاتصال. - نشأة علم التربية الإعلامية بصورته المعرفية الأولى.
3	مرحلة "الحداثة" مع ظهور الإنترنت	- دخول الشبكة العالمية. - تغيير طرق التعلم والوصول للمعلومات.
4	مرحلة "ما بعد الحداثة" (التفاعل الفوري)	- ظهور مواقع التواصل الاجتماعي. - تحوّل المتلقي إلى منتج للمحتوى.
5	المرحلة الرقمية الحديثة	- صعود الذكاء الاصطناعي وتكنولوجيا Web3. - اقتران التربية الإعلامية بالمجال الرقمي وظهور مفهوم التربية الإعلامية الرقمية.

➤ المجالات :

تشمل التربية الإعلامية الرقمية ثلاث مجالات :

- 1-المَجَال المعرفي :** ويشمل القدرات والعمليات العقلية ، التي تتضمن المعرفة والفهم والتذكر والتَّحليل والتركييب والتقديم ، لمساعدة المتعلِّم على فهم البيئة الإعلامية ، وتحليل المضامين والحُكم عليها .
- 2-المجال الوجداني :** يضم المشاعر والاتجاهات ، والتذوق والقيم ، وذلك بإثارة فضول المتعلم وجذب إنتباهه لهذا الموضوع المهم في حياته ، ومساعدته في تكوين الإتجاه الإيجابي للتعامل بفاعلية مع الإعلام .
- 3-المجال السلوكي :** بالممارسة والإتقان والإبداع ، وذلك لمساعدة المتعلِّم على المشاركة العملية في الإعلام عبر الحوار ، والتَّعبير عن الذات ، وإنتاج المضامين الإعلامية وبيئها

➤ الفوائد :

- توسيع قدرة الطلبة على التواصل ونشر أفكارهم عبر مختلف الوسائط الإعلامية.
- تعزيز المهارات العملية في تحليل الرسائل الإعلامية والعيش بوعي داخل ثقافة مشبعة بالإعلام.
- بناء نموذج تعليمي مُستدام يمكّن الطلبة من إكتساب مهارات للتفاعل الفعّال مع الإعلام العالمي.
- دعم المجتمع من خلال تعزيز الحوار المحترم والتّفاهم المتبادل وتنمية مهارات المواطنة.
- إثراء التعليم من خلال إعتقاد أساليب تحقّق تجعل المعلّم شريكًا في التّعلّم بدلًا من دوره التقليدي.

1. **ضُف الإيمان بأهميتها:** عدم إقتناع المدارس والأسر بقيمة التربية الإعلامية، وغياب تنظيم منهجي من المعلمين.
2. **رفض استخدام الإعلام داخل المدرسة:** كثير من التربويين يَمنعون وسائل الإعلام في التعليم، ولا يُشجعون التفكير الناقد لدى الطلبة.
3. **عدم استعداد المعلمين:** معلمون كُثُر لا يعرفون مفهوم التربية الإعلامية ويعتبرونها "رفاهية"، ولا يرغبون بإضافة محتوى جديد للمنهج المزدحم.
4. **مشكلات دمجها في المناهج :** جدل حول: هل تكون مادة مُستقلّة؟ أم مُدمجة؟ أم وحدات داخل المناهج؟
5. **ضُف فهم الطلبة لها:** الطلبة يرونها مادة غير مُهمة، ممّا يُقلّل إهتمامهم بها.
6. **غياب دور الأسرة:** كثير من أولياء الأمور غير مقتنعين بجدوى التربية الإعلامية ولا يضعون ضوابط لإستهلاك الإعلام.
7. **عجز التربويين أمام قوة المؤسسات الإعلامية:** الإحساس بعدم القدرة على ضبط المحتوى الإعلامي السيئ أو التأثير عليه.

- تختلف دول العالم في تعاطيها مع التربية الإعلامية حسب الآتي :
- 1- دول متقدمة في هذا المجال فيها رسوخ ونظامية في التربية الإعلامية ، حيث وضعت أسس التربية الإعلامية وموجهاتها العامة ومناهجها، وأعدت المعلمين ودرّبتهم ، ووفّرت المصادر التربوية لتعليم التربية الإعلامية ، مثل : كندا ، وأغلب دول أوروبا .
 - 2- دول فيها تربية إعلامية مدرسية ، لكنها غير منتظمة وغير مكتملة مثل: إيطاليا وإيرلندا .
 - 3- دول ما تزال التربية الإعلامية بها في مرتبة التعليم غير المدرسي، حيث تقدم في برامج الشباب ، والجماعات النسائية ، ودور العبادة ، مثل : الولايات المتحدة الأمريكية ، ودول العالم الثالث .
 - 4- من بين الدول العربية فإن الجمهورية اللبنانية تقوم بتدريس الطلاب خمس حصص بعنوان (التربية الإعلامية) ضمن مادة التربية الوطنية والتنشئة الاجتماعية في الصف الأول المتوسط، كما تقدم لطلاب الصف الثالث الثانوي أربع حصص ضمن المادة نفسها بعنوان (الإعلام والرأي العام).

- أبرز التّحديات الّتي تواجه التربية الإعلامية الرقمية:
- نُقص المعارف والمهارات المتعلّقة بالنظريات والتطبيقات الحديثة في التربية الإعلامية الرقمية.
 - التّضخم الكبير في المعلومات وتجاوز الحدود الثقافية التقليدية.
 - صُعوبة مواكبة التحوّلات السريعة في التقنيات الحديثة والميديا الجديدة، ذات الطابع التفاعلي واللاً مُتزامن.
 - ضُعف قدرة المعلمين على تنظيم الأنشطة المدرسية، بشكلٍ منهجي يحقّق الأهداف المطلوبة.
 - النّظرة السلبية تجاه النشاط المدرسي، من قِبَل بعض المعلّمين وأولياء التلاميذ.
 - نُقص الدورات التدريبية المتخصّصة، التي تساعد المعلّمين على مواكبة التطورات الإعلامية.
 - وجود عجز في ميزانيات الأنشطة الإعلامية ونشر الثقافة الرقمية، ومواجهة مخاطر التحوّل الرقمي.

■ نقد الإعلام والتربية الإعلامية: Media Criticism and Media Literacy

يمكن النظر لممارسات نقد الإعلام باعتبارها إحدى مهارات التربية الإعلامية، حيث تسعى الجهود المبذولة في إطار التربية الإعلامية إلى إكساب أفراد الجمهور لمهارات التفكير النقدي فيما يتعرضون له من مضامين على وسائل الإعلام المختلفة. ويقول إنه يجب تعريف عملية نقد الإعلام باعتبارها جزءا من السياق العام لممارسات ومهارات التربية الإعلامية. حيث تسعى الجهود الرامية لتطوير مهارات المواطنين النقدية في الأنظمة الليبرالية إلى تثقيف وتدريب الأفراد على تعزيز الفهم الناقد للمحتوى وعملية إنتاجه، وللمعاني التي يحملها بين طياته، وتمثيله للمجموعات الاجتماعية المختلفة في المجتمع، ولطريقة العمل المؤسسي داخل المنظمات الإعلامية.

ويمكن تصنيف أنماط ممارسات النقد الإعلامي في إطار المظلة العامة للتربية الإعلامية إلى توجّهين رئيسيين، هما التوجه الإصلاحى Approach Reformist، والتوجه الراديكالى Approach Radical.

وينظر التوجه الأول إلى القدرات النقدية باعتبارها مهارة يجب على الأفراد تطويرها من أجل المشاركة بشكل أفضل في المجال الاتصالي والإعلامي في المجتمع، فيما يذهب التوجه الثاني إلى أن الممارسات النقدية تعد مطلبا حيويا من أجل مشاركة الأفراد في إحداث تغييرات على الساحة الإعلامية والمجتمع ككل. وبذلك يربط الإتجاهان بين التربية الإعلامية والممارسات النقدية لوسائل الإعلام من جهة، والمواطنة الواعية والفاعلة من جهة أخرى.

وتوفر التربية الإعلامية مدخلا أساسيا لفهم وتعريف عملية نقد وسائل الإعلام، حيث يعد التفكير والتحليل النقدي للمضامين التي تقدمها وسائل الإعلام، ولطريقة عملها في المجتمع، وأساليب وطرق إنتاجها للمعاني والدلالات المختلفة، جزءا من المهارات المتضمنة في مجال التربية الإعلامية، بالإضافة إلى المهارات الأخرى المتعلقة بالقدرة على فهم وتفسير وتحليل النصوص الإعلامية، وتقييم أداء المؤسسات الإعلامية، وإنتاج ونشر وتداول المحتوى باستخدام تطبيقات الإتصال والمنصات الإجتماعية المتنوعة، وبناء عالقة بناءة وواعية ومستنيرة مع وسائل العالم ومصادر المعلومات المتاحة .



ويذهب McQuail 2012 إلى أن تطوير مهارة كفاءة التعامل مع وسائل الإعلام أو Competence Media يتطلب مستوى متقدما من فهم النصوص الإعلامية وطرق إنتاجها، وتفسير لطريقة عمل المؤسسات الإعلامية في المجتمعات، وتحليل وتقييم للمنتج الإعلامي وما يحمله من رسائل ومعاني ودلالات. وهو يؤكد هنا على أن مهارات تحليل وتقييم ونقد أداء وسائل الإعلام وما تقدمه من مضامين يعد من الأركان الأساسية في تحقيق مستوى مقبول من كفاءة وفعالية المواطنين في التعامل مع الإعلام ومصادر المعلومات المختلفة، خاصة في عصر يزخر بالعديد من الخيارات الإعلامية المتاحة للجمهور.

□ دراسة علمية : د. حسن محمد حسن منصور، 2014

دراسة علمية بعنوان : "تنمية مهارات النقد والإنتاج للرسائل الاتصالية لدى الجمهور- دراسة تحليلية نقدية الأدبيات التربوية الإعلامية، وتسعى هذه الدراسة لتسليط الضوء على أدبيات التربية الإعلامية من زوايا محددة، تتعلّق بالاتجاهات العامة لتلك الأدبيات، وكيف تناولت تنمية مهارات النقد والإنتاج للرسائل الاتصالية لدى الجمهور.

وتوصّلت نتائج الدراسة إلى : تطور مفهوم التربية الإعلامية والتجارب الدولية في هذا المجال، وكانت التعريفات الخاصة بالمفهوم، لا تختلف عن التعريف الذي وضعه مؤتمر اليونسكو المُنعقد في فيينا عام ١٩٩٩م وهو أنّ التربية الإعلامية تتناول التعامل مع جميع وسائل الإعلام الاتصالي.

<https://2cm.es/1fkE->

هي فهم وإستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشكل صحيح. لا تقتصر فقط على معرفة هذه التقنيات، بل تشمل أيضاً القدرة على تطبيقها، تقييمها، وفهم أبعادها الأخلاقية. وتعد مهارة مهمة في التعليم والعمل، مع ضرورة نشرها بشكل شامل، من خلال أطر تعليمية. تركّز على التّطبيق العملي والجوانب الأخلاقية.

□ الدراية بالذكاء الاصطناعي (محو الأمية بالذكاء الاصطناعي):

تطور مفهوم محو الأمية من مجرد القراءة والكتابة إلى مهارات أوسع تشمل فهم المعلومات والتواصل وإستخدام التكنولوجيا. ومع هذا التطور ظهر محو الأمية الرقمية، الذي يركّز على الوصول للمعلومات وتحليلها وإنشائها والتفاعل معها في البيئة الرقمية، ضمن أطر تحدّد مهارات مثل: التواصل، إنشاء المحتوى، الأمان، وحلّ المشكلات.



ويُعدُّ محو الأمية بالذكاء الاصطناعي جزءًا من محو الأمية الرقمية، ويعني فهم أساسيات الذكاء الاصطناعي وكيفية عمله وتطبيقاته، مع التفكير النقدي في آثاره الأخلاقية والاجتماعية.

أما محو الأمية بالبيانات، فيركّز على تحليل البيانات وتفسيرها، لإتخاذ قرارات مبنية على معلومات.

ورغم وجود تداخل بين المجالين، فإن الفرق الأساسي هو:

- ❖ الذكاء الاصطناعي: يُركّز على الخوارزميات والأتمتة. (هي جعل العمل يتمّ "لوحده" باستخدام أنظمة ذكية أو مبرمجة).
- ❖ البيانات: تركز على التحليل والإحصاء.



□ الدراية بالذكاء الاصطناعي في الصحافة :

ويمكن نشر الدراية بالذكاء الاصطناعي في الصحافة من خلال:

- نشر المعرفة بأهمية الذكاء الاصطناعي في الوقت الحالي والإمكانيات والاضافات التي يُمكن أن يضيفها توظيفه في عُرف الأخبار، (مستوى المعرفة k).
- تدريب المهنيين والممارسين داخل غرف الأخبار من الصحفيين والمحررين والمصممين والمُنتجين وغيرهم، على كيفية توظيف أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في عملهم الصحفي (مستوى المهارة S).
- تعزيز الاستخدام الواعي والإتجاه الإيجابي نحو أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي مع ترسيم وتأكيد ملامح وحدود التوظيف من الناحية الأخلاقية، وبما يتسق مع معايير الدقة والمصداقية والمسؤولية المجتمعية، وما تنص عليه موثائق العمل الصحفي محليا ودولياً. (مستوى الاتجاه والسلوك A).



□ إيمان محمد أحمد حسن: استخدامات طلاب الإعلام التربوي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والإشباعات المتحققة- 2022.

هدفت الدراسة التعرف على معدل استخدام طلاب الإعلام التربوي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والإشباعات المتحققة، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة كأداة لجمع البيانات، وتكونت العينة من (300) مفردة من طلاب الإعلام التربوي بكليتي "التربية النوعية"-جامعة المنيا، و"التربية النوعية"-جامعة القاهرة، وتوصلت إلى: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين معدل استخدام المبحوثين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والإشباعات المتحققة، وقد يشير هذا إلى أنه: كُلمًا زاد استخدامهم لهذه التطبيقات كُلمًا زاد البحث عن المضامين التعليمية التي تثير اهتمامهم لتنمية المهارات العلمية لديهم والبحث والاستنتاج والابتكار، فضلاً عن توفيرها مستويات عالية من التعلم الفردي والشخصي للطلاب، ووجود فروق دالة إحصائية بين أشكال تفاعل (مستوي النشاط) المبحوثين مع المضامين التعليمية عبر تطبيقات الذكاء الاصطناعي، وفي اتجاه طلاب الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة القاهرة.

□ وسام محمد أحمد حسن: إدراك الجمهور لتأثير الأنظمة الخوارزمية على توزيع المحتوى الإخباري بموقع فيسبوك وعلاقته بسلوكهم التفاعلي – 2024

رغم وفرة المحتوى على وسائل التواصل، تتحكم الخوارزميات فيما يصل للمستخدم وفق تفضيلاته، ما يثير تساؤلات حول العدالة والحياد، إذ قد تروج للمحتوى الأكثر تفاعلاً وتحجب غيره. وتهدف الدراسة لفهم إدراك الجمهور لهذه الخوارزميات وتأثيرها على تفاعلهم مع المحتوى الإخباري.

وأظهرت النتائج مستوى مرتفعاً للوعي الخوارزمي، ومع ذلك لم يكن المستخدمون يدركون بشكل كافٍ وجود تدخلات بشرية خلف هذه الآلة يمكن أن تؤثر في قراراته، ويدرك المستخدمون أن عملية التنظيم هذه لا تخلو من التحديات؛ إذ يمكن أن تخطئ تنبؤات الخوارزميات في تقدير أهمية المحتوى وتدفع به للمستخدمين على الرغم من أنه بعيد عن اهتماماتهم، كما تنخفض تصورات الجمهور الإيجابية تجاه القيم الواجبة في الخوارزميات؛ كالعدالة، والخلو من التحيز، والقدرة على مساءلتها، والشفافية في فهمها وأظهرت النتائج مستوى مرتفعاً للوعي الخوارزمي إلا أنهم لم يدركوا بشكل كافٍ أن خلف هذه الآلة تدخلات بشرية يمكن أن تؤثر في قرارات الخوارزمية.

خلاصة

تُعدُّ التربية الإعلامية الرّقمية إستجابة ضرورية لعالم يتغير بسرعة، ويمتلئ بالمحتوى المُتنوّع والمُتناقض. فهي تُمكن الأفراد من حماية أنفسهم من التّضليل والدّعاية، وتمنحهم القدرة على إنتاج محتوى مسؤول يُعزّز الحوار ويخدم المجتمع. ومع التّطور المستمر للتكنولوجيا، تزداد الحاجة إلى تضمين مهارات التربية الإعلامية الرّقمية، في التعليم والممارسات اليومية، لضمان نُشوء جيل قادر على التعامل مع الإعلام بفعالية وأخلاقية. إنّ الإستثمار في هذه التربية هو إستثمار في مجتمع أكثر وعياً، وأكثر قدرة على إتخاذ قرارات مبنية على المعرفة، لا على التّلاعب الإعلامي.

حصلت جامعة ميدأوشن على موافقة اليونسكو
للانضمام إلى تحالف اليونسكو للإعلام والمعلومات
كعضو فاعل في
Media and Information Literacy Alliance

قائمة المراجع المعتمدة

- 1- عبد العزيز ياسر: " نقد الإعلام الرقمي: من الهيمنة إلى المشاركة"، القاهرة: دار روافد .،2020.
- 2- أنور عبد العزيز: "النقد واستكمال منظومة العمل الإعلامي"، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، ع1
2000.
- 3- حسن عماد مكاوي: " الإعلام الجديد: المفهوم والوسائط والتأثير"، القاهرة: الدار المصرية
الليبنانية،2017.
- 4- سليمان فؤاد: "وسائل الإعلام الرقمية وتشكيل الرأي العام"، بيروت: دار الكتاب الجامعي،2019.
- 5- إبراهيم محمود: "المبرق قاموس موسوعي للإعلام والاتصال" (الجزائر العاصمة :المجلس
الأعلى للغة العربية، 2004)
- 6- مي عبد الله: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، المشروع العربي لتوحيد المصطلحات،
(بيروت: دار النهضة العربية2014).
- 7- محمد عبد الحميد: التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي (القاهرة: عالم الكتب، 2012).
- 8- فهد بن عبد الرحمان الشميمري: التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام (الرياض: مكتبة الملك فهد
الوطنية، 2010).

9-Bill Kovach, Tom Rosenstiel : principes du journalisme traduit de l'américain par
Monique Berry, nouveaux horizons, Paris, 2004.

10-Jérôme Bourdon jean- Michel Frondon : L'œil critique, Le journaliste critique
de télévision, Médias Recherches études, Belgique,2003.

