

Al Muntada

A Cultural Journal

Published every four months by

The Arab Thought Forum (ATF)

Amman - Jordan



المنتدى

مجلة فكرية ثقافية فصلية

منتدى الفكر العربي

عمان - الأردن

العدد المزدوج (٢٧٥-٢٧٦)

المجلد ٣٣؛ شتاء - صيف ٢٠٢٠

الهيئة الاستشارية للمجلة

أ. د. عدنان بدران
الأردن (الرئيس)

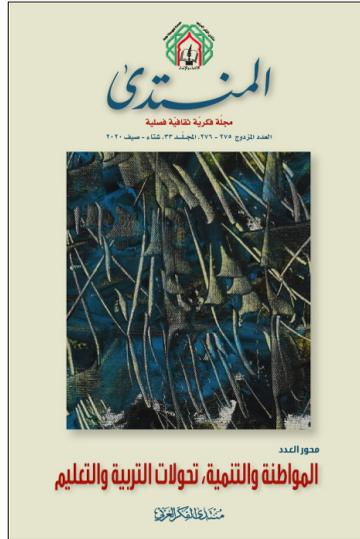
د. صلاح الدين الزين
السودان

أ. د. صلاح جرار
الأردن

أ. د. عبد الحسين شعبان
العراق

د. وجيهة البحارنة
البحرين

د. يوسف الحسن
الإمارات



لوحة الغلاف

للتشكيلية الأردنية

غدير سعيد حدادين

رئيس التحرير
د. محمد أبو حمور

مدير التحرير
كايد هاشم

التحرير اللغوي
محمد سلام جميعان

التصميم والإخراج الفني
ميساء خلف

اعتمدت مجلة «المنتدى»، ضمن قاعدة بيانات وملخصات الدوريات العلمية العالمية، في المركز الإقليمي للعلوم والتكنولوجيا في شيراز/إيران، وذلك وفقاً للمؤشرات العلمية المتبعة لدى مركز المراجع الإسلامية الدولية، بحسب ما أقرته المنظمة الإسلامية للتربية والثقافة والعلوم (الإيسيسكو) في المؤتمر الرابع لوزراء التعليم العالي (تشرين الأول/أكتوبر ٢٠٠٨)، وهي مؤشرات تتعلق بتصنيف الأداء البحثي في البلدان الإسلامية.



الآراء الواردة في المجلة لا تُعبّر بالضرورة عن رأي منتدى الفكر العربي

التربية الإعلامية في الفضاء الرقمي

تباشير ثورة تربوية

أ.د. علي أسعد وطفة*

«الإعلام والتربية جناحا طائر لا تحلق أمة من الأمم إلا بهما»
«إن الأمر الوحيد الذي نؤمن به حول المستقبل هو أنه سيكون خيالياً تماماً»
آرثر. س كلارك - لمحات عن المستقبل

مقدمة

يكاد يكون هناك إجماع بين المفكرين والباحثين على أن الإعلام بلغ ذروته في مجال السيطرة والهيمنة على مختلف مظاهر الوجود الاجتماعي والثقافي للبشر في الحياة الإنسانية المعاصرة، فقد أصبحت وسائل الإعلام منظومة من الأدوات التي يتحقق بها وجود الناس في أدق تفاصيل حياتهم وممارساتهم اليومية؛ إذ لا يمكن اليوم أن نتصور استقامة الحياة من غير وسائل الإعلام الإلكترونية التي نعتمد عليها في تواصلنا وتفاعلنا مع مختلف أوجه الوجود ومظاهر الحياة الاجتماعية. ومن الواضح أيضاً أن هذه الوسائل تفرض نفسها بقوة حيث لا يستطيع الإنسان أن يمارس فصلاً واحداً من فصول حياته دون الاعتماد على وسائل الإعلام، بدءاً من المنزل مروراً بالشارع وصولاً إلى مكان العمل. ويمكن أن نسرد عدداً هائلاً من البرامج والوسائل الاتصالية التي يستخدمها الفرد

* أكاديمي يعمل في جامعة الكويت/سورية.

في حياته اليومية مثل: جهاز تحديد الاتجاهات (GPS) برامج المعلومات عن الطقس، الحسابات البنكية والعمليات البنكية، شراء البطاقات وكل أشكال التسوق، ومنها استخدام البرامج المكتبية، في كل المجالات من ألف الوجود العلمي والوظيفي إلى يائه، وهذا يمتد ليشمل عدداً كبيراً من القضايا مثل: استخدام مختلف وسائل التواصل الاجتماعي، كالشراء في الأسواق، واستخدام الأجهزة الإلكترونية في المطاعم والبارات والصالات، وهذا غيض من فيض الحضور الإعلامي في مجال الحياة. ومع هذه الصورة يبدو فيها أن الفرد الذي لا يتمكن من استخدام هذه الوسائل وتوظيفها سيفقد القدرة الوظيفية على الحياة في العصر الحديث، وقد يكون قاصراً عن التكيف، وقد يحتاج إلى إعادة تأهيل ثقافي إعلامي لفترات زمنية قد تقصر أو تطول، فالميديا أصبحت أشبه بالأوكسجين الذي يمنحنا القدرة على الاستمرار في الحياة⁽¹⁾.

ومن البدهة بمكان القول إن التكنولوجيا الرقمية أصبحت ضرورية، لأنها تمكننا من جعل الأشياء سهلة وممكنة بأقصى درجة من السرعة والفعالية، وهي تختصر الوقت وتكسر إرادة الزمان وتحتوي المكان، كي تجعل حياتنا أكثر جمالاً ومنتعة واستقراراً، وهي فوق ذلك كله تصنع ما يمكن أن يُعتَقَد أنه من ضروب المستحيل.

ومع أهمية ما حققته وسائل الإعلام والاتصال الرقمية من تقدم أطلق عليه الثورة التكنولوجية تارة وثورة المعلومات مرة وثورة الميديا والرقمية تارة أخرى. فإن هذه الميديا ما زالت تسحقنا بنوع من الثورة المتمردة المستمرة في إحداث المعجزات الرقمية والإلكترونية. لقد شهدت الإنسانية تطوراً إعلامياً بدأ مع الكتاب والصحافة، مروراً بالراديو والتلفزيون والحاسوب، ثم الإنترنت، فالثورة الرقمية التي فرضت نفسها في مختلف وجوه الحياة في بداية القرن الحادي والعشرين.

ومن المذهل أن الثورة الرقمية بما تتطوي عليه من إمكانات الإبداع والنشر والتواصل الإلكتروني فتحت الباب على مصراعيه لولادة برمجيات رقمية هائلة ومتجددة في مختلف مجالات الحياة. فالأجواء التي فرضتها الهواتف الذكية المتنقلة التي تسمح بالتواصل والتفاعل الحرّ مع الإنترنت في أي لحظة وفي أي مكان، عملت على تسريع الهيمنة الإعلامية في مختلف مجالات الحياة. ومن ثم فإن هذا التطور الجديد المستمر أدى إلى حدوث انقلابات وتحولات هائلة في مجال الحياة الإنسانية في مختلف المستويات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية، وهذا كله أدى إلى ثورة موازية في العقليات والذهنيات والفلسفات الإنسانية. وغني عن البيان أن الهواتف الذكية تملك اليوم تطبيقات لانهائية تفوق حدود التصور في مختلف مجالات الحياة والوجود في مجالات المطاعم والسياحة والسفر والبنوك والوظائف والسفر، ويشمل ذلك كل ما يخطر على البال من حاجات ورغبات وتطلعات إنسانية معاصرة، ويشمل ذلك مجالات العلوم والمعرفة ولاسيما تعلم اللغات الأجنبية واستخدامها في عمليات التواصل ضمن برامج فائقة الذكاء.

ومع أهمية ما تُقدّمه وسائل الإعلام الرقمية من فوائد وفضائل وخصائص وإمكانات تغني الحياة وتثمر، فإن الأمر لا يخلو من صعوبات وتحديات وسلبيات. وهذه الجوانب السلبية في وسائل الإعلام الرقمية تشكل تحدياً للمجتمع والأفراد، وهذا ينسحب على الاقتصاد والسياسية والثقافة. وهذه التحديات الإعلامية تفرض في ذاتها مطالب ثقافية وحضارية جديدة تتمثل في أفضل وجوهها في توفير الكفاءة الإعلامية للمواطنين والأفراد في المجتمع، حيث أصبحت عملية توفير هذه الكفاءة والثقافة الإعلامية أحد أهم متطلبات العصر في القرن الحادي والعشرين، وهذا يعني أن المجتمع الذي لا يمتلك أعضاؤه وعياً إعلامياً وخبرات ومهارات كافية في مجال الإعلام سيكون مجتمعاً منفتحاً على المخاطر التي تهدد وجوده وكيانه، ومن ثم فإن بناء الوعي الإعلامي للفرد

والمجتمع من جهة ووجود نظام إعلامي متطور وفعال من جهة أخرى يشكلان معاً في تفاعلها صمام الأمان للديمقراطية ومهادناً للتطور الاقتصادي والثقافي في المجتمع الحديث.

وتأسيساً على هذه الرؤية نستنتج أن تطور وسائل الإعلام الحديثة والثورة الرقمية المستمرة يطرح تحديات كبيرة أمام الأنظمة التعليمية في مختلف البلدان والقارات، ومن المؤكد أن الأطفال عندما يدخلون المدرسة للمرة الأولى تكون لديهم بعض الخبرات والمعارف حول الميديا ووسائل الإعلام. ومع أهمية ما يوجد لديهم فهم غالباً ما يواجهون بعض الصعوبات في التعامل مع الميديا وهذه الصعوبات التي تشغلهم تتجلى في صورة تساؤلات قلقه ومتوترة، وهنا تبرز أهمية معالجة هذه الصعوبات ومقاربة هذه التساؤلات من أجل خفض مستويات التوتر وتحقيق التوازن النفسي والمعرفي عند الأطفال من أجل سلامة نموهم الشخصي.

بعد قضاء يوم مدرسي حافل يتواصل الطلبة في المنزل مع مختلف وسائل الإعلام لاستكشاف الموضوعات التي تطرح في الفصول والقاعات. ومثل هذا الاستجواب المعرفي لتلك الوسائل يعزز مسيرة التعلم والتدريب لدى الطلبة قبل عودتهم ثانية إلى المدرسة. ومن أجل مجاراة هذه الفعالية المعرفية التي يفرضها التواصل الإعلامي بصورة مستمرة يجب على المدرسة أن تحقق في ذاتها تحولات جذرية في مناهجها ووسائل عملها ودور المعلمين فيها، تحت تأثير الحضور الكاسح لوسائل الإعلام في مختلف جوانب الحياة التربوية. وهذا التطور الجديد في علاقة الأطفال بوسائل الإعلام أحدث تغييراً طفيفاً في دور المدرسة ووظيفتها ومنهجها ودورها الاجتماعي.

ويبدو اليوم وفي ضوء ما تقدم، أنه لا يمكن الفصل بين وسائل الإعلام الرقمي الجديد وبين العملية التربوية التي أصبحت برمتها تحت رهان الثورة الرقمية،

حيث أصبح الارتباط بين الطرفين ضرورة حيوية يفرضها منطلق التطور في العصر الرقمي الذي نعيش فيه. وهذا التواصل يفرض على المدرسة أن تعيد النظر في منهجيات عملها، وأن تثور قدرتها على استجواب فضاءات وسائل الإعلام فهماً ودراسة ودراية؛ من أجل توظيفها في العملية التربوية والاستفادة من مختلف المزايا المعرفية والعلمية التي تتميز بها على نحو متبصر وحكيم. ومثل هذا الاستجواب المعرفي لوسائل الإعلام وتوظيفها تربوياً يأخذ صورة التربية الإعلامية بوصفها طاقة معرفية ومنهجاً تربوياً متخصصاً في تمكين الأطفال من الوعي النقدي بوسائل الإعلام والسيطرة على عملية التفاعل القائمة بين الطفل وبينها بما يخدم عملية نمو الطفولة وبناء الإنسانية في الإنسان.

١- الفضاء الافتراضي

اتسمت العلاقة بين التربية والإعلام تاريخياً بطابعها الإشكالي، إذ لطالما كانت وسائل الإعلام موضوعاً يثير الفوضى والضجيج والصخب ويطلق كثيراً من المخاوف الاجتماعية والقلق. وينبئنا تاريخ وسائل الإعلام بأن الصخب والتوتر والخوف والقلق الاجتماعي اقترن مع كل ظهور جديد لأي وسيلة إعلامية جديدة، وكانت البداية مع ظهور الصحافة ثم الراديو والتلفزيون وصولاً إلى الحاسوب والإنترنت والثورة الرقمية. فكل إبداع جديد في مجال وسائل الإعلام كان يواجه موجة صادمة من الشكوك والرفض والانتقادات التي تقوم على أساس التأثير المتوقع والمفترض لهذه الوسائل في عقول الأطفال والناشئة والشباب.

واليوم أصبحت وسائل الإعلام في تضافرها وفي مختلف إبداعاتها فضاءً يحتضن وجودنا الإنساني، وغدت ضرورة حيوية في مختلف أوجه التفاعل الإنساني في مختلف المستويات الثقافية والعلمية والمعرفية. وفي معترك هذا الحضور المكثف والفاعل لوسائل الإعلام في حياة الأطفال والناشئة بدأت التربية الإعلامية تفرض نفسها متطلباً وجودياً وجوهرياً في مختلف جوانب

الحياة التربوية والاجتماعية؛ إذ لا بد لهذا الجموح الكبير في الثورات الرقمية أن يلجم عملياً عبر حالة من الوعي الذي يشكل ضرورة تربوية لتمكين الأطفال والناشئة من مواجهة هذا «التسونامي» الإعلامي الرقمي الهائل. وفي هذه الأجواء المتجددة للإعلام الجديد وتحدياته المتنامية تأخذ التربية الإعلامية وظيفتها في تنظيم العلاقة بين الأطفال والإعلام الجديد، حيث يجب عليها أن تعمل على تعزيز قدرة الأطفال على التعامل مع المعطيات الجديدة فهماً واستيعاباً وممارسة، كما يجب عليها أن تؤهلهم للمبادرة الإعلامية بصورة ذاتية حرة تمكنهم من الشعور بالاستقلال والمسؤولية بعيداً عن إملاءات الكبار وأوامرهم ونواهيهم.

فالتربية الإعلامية، كما يجب أن تكون، تقوم بتنمية روح الاستقلال وتأصيل القدرة النقدية للأطفال، وتعمل على تنمية مواهبهم ومشاعرهم وإمكاناتهم المعرفية، كي يكونوا قادرين على أداء أدوارهم بصورة إبداعية ونقدية في مواجهة العالم الافتراضي الذي يحتضنهم. وهي في سياق هذا الدور التربوي تعمل جوهرياً وبصورة طبيعية على بناء مواطنين أحرار قادرين على الفعل والممارسة الحرة للوعي، في زمن تتغول فيه التكنولوجيا الإعلامية الرقمية ويتجذر العالم الافتراضي كإطار عام للوجود والحياة الإنسانية.

فنحن اليوم نعيش في فضاء رقمي يتطلب مهارات اتصالية غير مسبوقة في التاريخ الإنساني، إذ يترتب على الأطفال والأفراد أيضاً الاندماج في تواصل افتراضي مع مختلف مظاهر الوجود والحياة الاجتماعية. ويتطلب هذا الواقع الافتراضي تنمية القدرات والمهارات والكفاءات والخبرات والمعارف التي تمكن الإنسان المعاصر من الاستمرار في الوجود، والتكيف مع معطيات التجديد، وامتلاك القدرة على تنمية ذكائه وقدراته العقلية النقدية في عالم يتفتق فيه الذكاء الرقمي وتتفتح معه العبقريات الافتراضية متجلية في صورة إبداعات تكنولوجية رقمية ذكية تفوق الخيال الإنساني المتقدم في قدرته الإعجازية على

توليد المعاني والدلالات وإبداع الصور. إنه ذكاء سيبراني يفوق حدود التصور، ويفرض على الفرد أن يعمل بصورة مستمرة على تنمية ذكائه لاستيعاب هذا الانفجار الرقمي والتكيف مع التكنولوجيا الذكية وتنظيم الحياة اليومية، من خلال الوعي بكل الاحتمالات الناجمة عن هذا التواصل في العالم الافتراضي.

فالإنسان المعاصر يعيش في فضاء إعلامي تنتظم فيه العلاقات الإنسانية ضمن شبكات إعلامية رقمية واسعة تؤثر في مختلف مظاهر الحياة الإنسانية، وتتيح للفرد المعاصر أن يعرف بلمح البصر كل ما يدور في هذا العالم من أخبار وأحداث ونزاعات وحروب في المستوى الاجتماعي والسياسي. والناس يعيشون اليوم في هذا العالم الافتراضي الذي يتجلى في مختلف أشكال وسائل الإعلام عبر عمليات التفاعل المذهل مع الوسائط الرقمية الحديثة في مجال الصورة والكلمة والطيف واللون والمؤثرات الأخرى. ويشكل هذا الفضاء المتزامن بأبعاده الثلاثية المادية والإعلامية والافتراضية منصة فعلية لحياتنا اليومية، في مجال التربية والعمل والسياسة والثقافة كما في مجال العلاقات الاجتماعية التي ينتظم فيها الناس والأفراد. وفي هذا الفضاء الرقمي الثلاثي المركب المعقد علينا أن نعي متطلبات الوجود، وأن نكون قادرين على توجيه أنفسنا والتكيف بطريقة اجتماعية مفعمة بإحساس الحرية والمسؤولية. ومن المؤكد اليوم أن هذا التكيف يتطلب إحداث ثورة تربوية إعلامية لمواجهة أبعاد الثورة الرقمية ومعطياتها المعرفية في مختلف المؤسسات التربوية والاجتماعية القائمة.

٢- في ماهية التربية الإعلامية

يعرّف الاتحاد الأوروبي التربية الإعلامية بوصفها «القدرة على التواصل مع وسائل الإعلام وفهم مضامينها المختلفة وتقييمها على نحو نقدي. ويشمل هذا التمكن من فهم واستيعاب مختلف مكونات الفضاء الإعلامي في مختلف تجلياته المتمثلة في التلفزيون والسينما والراديو والفيديو والمواقع الإلكترونية

والإعلام المطبوع وألعاب الفيديو ومختلف جوانب البيئة الافتراضية الرقمية، كما يشمل مختلف المضامين المعلوماتية التي تتمثل في النصوص والصور والصوت والرسائل التي تشكل جانباً مهماً من جوانب الحياة الثقافية الإنسانية المعاصرة»^(٢).

ويمكننا تعريف التربية الإعلامية بأنها عملية تربوية تهدف إلى تمكين الناشئة من التواصل العقلاني مع مختلف وسائل الإعلام وتمكينهم من القدرة على فهم الرسالة الإعلامية وتحليل مضامينها بروح نقدية، وتعمل على توليد حالة من التواصل النقدي بين الناشئة ومختلف المضامين الإعلامية في مختلف وسائل الإعلام وإخضاعها للفحص النقدي في مختلف الوضعيات وتعاقب الحالات. وهي وفق هذه الدلالة ليست مجرد عملية تواصل مع وسائل الإعلام، بل سعي إلى تشكيل الوعي الاجتماعي النقدي العام بدرجة كبيرة إزاء تلك الوسائل ومضامينها الثقافية وذلك في مختلف مظاهر الحياة اليومية، حيث تشمل الرسالة الإعلامية مختلف المضامين الإعلامية المتاحة، مثل: الأفلام، والنصوص، والمواقع الإلكترونية، والصور، والفيديوهات، وكل ما تتيحه الشبكة العنكبوتية من برمجيات وأخبار وبروباغاندا^(٣).

ويمكن القول إن التربية الإعلامية تأخذ صورة تربية نقدية للمضامين الإعلامي من أي نوع كانت (مكتوبة، مقروءة، مصورة، متلفزة... الخ)، وهي تهدف بصورة جوهرية إلى تشكيل الوعي بالوظائف الأساسية لوسائل الإعلام بما تنطوي عليه هذه الوسائل من مضامين ودلالات، وذلك ضمن السياق الذي تشكلت فيه^(٤). وبالمحصلة فإن ما يجب علينا فهمه هو أن التربية الإعلامية تقوم بعملية تأهيل تربوي نقدي حول مختلف التكوينات والوظائف الإعلامية، وذلك كي يتمكن الشباب والناشئة من تطوير ذكائهم وتنمية حسهم النقدي وعقلنة تواصلهم اليومي المستمر مع وسائل الإعلام.

ويحمل مفهوم التربية الإعلامية تعقيداً في تضاريسه وطبقات استخدامه، حيث يستخدم للدلالة على أمور متباينة ومختلفة في آن واحد، وهذا ما يجعل من عملية تعريف المفهوم أمراً يتصف بالصعوبة والتعقيد. ويمكن تعريف التربية الإعلامية في هذا السياق بأنها تشكل نوعاً من التأهيل التربوي الذي يوظف في تشكيل الوعي التربوي النقدي لدى الأطفال والناشئة ليمكنهم من مختلف المهارات الذكية في التعامل مع وسائل الإعلام ومع مختلف البرامج والتطبيقات الهائلة التي نجدها في مختلف الوسائط الإلكترونية الذكية التي تتطلب مهارات عالية المستوى في مستويات استخدامها وتوظيفها تربوياً واجتماعياً. ومثل هذا التأهيل يفرض نفسه حتى في أبسط الأشياء التي تقتضيها المهن، مثل معرفة التصوير وتغيير صوت الفيديو وتأسيس موقع على الإنترنت أو تأسيس صفحة لشركة من الشركات، أو معرفة أصول اللعب على الإنترنت. وعلى مستوى التأهيل والإعداد فإن التربية الإعلامية تواجه تحدياً كبيراً في تحقيق نوع من التأهيل المستمر للأفراد والمتعلمين في مختلف جوانب العمل الاجتماعي والمهني، فالتطبيقات الهائلة التي تثور كل يوم بالجديد والمذهل تحتاج إلى مواكبة مستمرة من قبل التربية الإعلامية، وهذا يشكل بذاته تحدياً يفوق حدود الوصف، ففي كل يوم تولد عشرات التطبيقات الرقمية في مختلف الميادين، وهذا يحتاج إلى طاقة تربوية هائلة للإحاطة بكل المعرفة المطلوبة لتأهيل الشباب والناشئة على توظيفها واستخدامها.

٣- ملامح ثورية في المفهوم

يتضمن مفهوم التربية الإعلامية نبأً ثورياً في مختلف تجلياته؛ إذ يقوم على تأصيل الروح النقدية في نفوس الأطفال وعقول الشباب. وهذا التأصيل النقدي يتعارض كلياً مع المنظومات التربوية القائمة على التلقين والطاعة والقبول وتغيب النقد. من جهة أخرى تشد التربية الإعلامية الحيرة في الأفراد وهي نزاعة إلى توليد حالة الاستقلال في الفرد، والحرية في اتخاذ القرارات، بل

تتطلب مجموعة من الخصائص الثورية، مثل: الحرية، والنقد، والاستقلال، والقيمة الأخلاقية، والمستقبل، والوعي الموضوعي. وكل هذه الخصائص تشكل ملامح ثورة حقيقة في مجال الحياة التربوية التقليدية التي ما زالت تقوم على الطاعة والقبول وتكريس الماضي والانفصال عن الحياة والتلقين وتغييب المبادأة والمبادرة والإبداع في كثير من الأنظمة التربوية القائمة في العالم المتخلف. فالتربية التقليدية هي عملية إنتاج وإعادة إنتاج ما هو قائم بصورته الجامدة الراكدة، وعلى خلاف ذلك فإن التربية الإعلامية تتمثل بكونها ثورة وتجديداً تقوم على استشراف المستقبل ونقد الحاضر والانطلاق في مجالات الإبداع والتجديد والابتكار، وامتلاك القدرات الهائلة على النقد والتفكير والتحليل ما بعد المعرفي. ويمكننا أن نشير إلى بعض الخصائص الثورية للتربية الإعلامية:

٣-١: تربية من أجل المستقبل

يقول آرثر كلارك في كتابه «لمحات عن المستقبل» «إن الأمر الوحيد الذي نؤمن به حول المستقبل هو أنه سيكون خيالياً تماماً»^(٥). إننا نعيش اليوم في حقل وجودي تتعاقب فيه الصورة مع الخيال، ثم يتحدان بالإبداع الذي يرسم المستقبل الذي يشكل نهضة الأمم وقوتها، وهذا التزاوج الخصب بين الصورة والمستقبل والإبداع هو المنصة التي تمكن الأمم من كسر الجمود الساكن في التقاليد وهدم الأسوار التقليدية والخروج إلى فضاء إنساني أرحب^(٦). وهنا تكمن التربية الإعلامية التي تربط بين ثلاثية التصور والإبداع للخروج من التقاليد إلى المستقبل، إنها باختصار وبكلمة واحدة تربية من أجل المستقبل وللمستقبل في أكثر من ناحية سمواً وتألقاً.

لا يختلف اثنان في مجال البحث الإعلامي على أن التربية الإعلامية تركز نفسها من أجل المستقبل، فهي لا تقف عند حدود الوظيفة التقليدية للتربية التي

تقتصر على عملية توفير المعلومات وتأهيل الشباب تربوياً في مجال الإعلام في لحظة محددة فحسب، بل تعمل جوهرياً على تطوير مهارات الاستقلال والقدرة الإبداعية لدى الشباب والناشئة على حدّ سواء. ومما لا شك فيه أن هذا الدور لا يقلل من أهمية التأهيل المهني الإعلامي للناشئة الذي يشكل ضرورة حيوية في المجتمع. فالإنسان ليس مجرد قوة عمل فحسب بل هو فوق ذلك كله قيمة إنسانية، ومن هنا يتأكد دور التربية الإعلامية في عملية النهوض بالجانب الإنساني في الإنسان على نحو شمولي. ولهذا فإن دور التربية أن تعمل على إطلاق مهارات التفكير والتأمل والنقد والتحليل لدى الناشئة بصورة عامة من أجل تطوير الجوانب الشخصية وتنمية الفضائل العقلية والنقدية لديهم، وهي الفضائل التي تمكنهم من الوجود والتكيف في عالم يتدفق بتحديات الإبداع والتجدد والضرورة. وفي هذا العالم المتفجر بالتجديد والتغير يجب على التربية الإعلامية أن تعمل بطاقة هائلة على تأهيل الناشئة وإكسابهم ضرورات الاستمرار في عالم الإعلام وفضاءاته الرحبة، وهذا يقتضي بالضرورة أن تكون هذه التربية تربية مستقبلية تقوم على سيناريوهات الإبداع والتجدد والضرورة ورسم الاحتمالات المستمرة والتوقعات المتفاضلة في عالم متغير. فالمستقبل يأخذ صورة التغير والتجديد ومن هنا يجب علينا أن نمي في الناشئة حس المستقبل كإطار زمني للتغير والتجديد والابتكار^(٧).

٢-٣: الاستقلال الأخلاقي

ولد مفهوم الاستقلال الأخلاقي (l'autonomie morale) في أتون عصر التنوير، وهو يشير إلى استقلالية الفرد في أن يحدد مسار وجوده على نحو أخلاقي، وبعبارة أخرى حق الإنسان في تقرير مصيره الذاتي. ومنذ ذلك العهد وضمن السياق الديمقراطي للغرب وظفت المدارس والمؤسسات التعليمية في عملية النهوض بالاستقلال الأخلاقي للأطفال. فالاستقلال الأخلاقي غالباً ما كان يشكل مطلباً حيوياً للأغلبية السياسية (الأحزاب التي تحكم). وبعبارة أخرى

فإن المدرسة وظفت في عملية بناء القدرة على تشكيل الاستقلال في الرأي لدى الأطفال والدفاع عن القيم الأخلاقية في السياقات الثقافية والاجتماعية. وفي هذا التشكيل تبرز أهمية الاستقلال الأخلاقي وترسخ معانيه في عقلية الناشئة والأطفال. وهذا يعني في نهاية الأمر تمكين الفرد من التأمل النقدي والاستقلال في إصدار الأحكام والتعبير عن الرأي بحرية واتخاذ المواقف الأخلاقية في عالم يضجُّ بالأحداث ويموج بالمتغيرات ويفيض بالمؤثرات والقوى الاجتماعية الفاعلة.

يشكّل الجانب الأخلاقي أحد أهم جوانب التربية الإعلامية، فهي سعي بالضرورة إلى تأكيد الاستقلال الأخلاقي عند الأطفال. وهذا يعني أنها تمكن الأطفال من التعبير عن القيم بصورة حرة ومستقلة. فالأخلاق التي تركزها ليست بمعنى تكريس القيمة الأخلاقية التقليدية التي تمجّد المنظومات القيمية التقليدية بل تولد في نفوس الأطفال والناشئة هذه القدرة على إصدار الأحكام الأخلاقية على نحو حرّ ومستقل، وهنا يكمن أحد جوانب القيمة الثورية في التربية الإعلامية. فالطفل هنا هو الذي يقرر ما هو أخلاقي بصورة حرة، وهو الذي يرفض ويقبل دون تدخل الكبار، وبعيداً عن سطوة التقاليد.

٣-٣: بناء الهوية

تشكل التربية الإعلامية منطلقاً تربوياً جوهرياً في عملية بناء الهوية لدى الكائن الإنساني، وهي في سياق هذا الدور الإنساني تساعد الأطفال على معرفة هويتهم وقيمهم التي يهتدون بها. فوسائل الإعلام تشكل فضاء يمكن الأطفال الذين يعيشون فيه من تشكيل هويتهم، حيث تتيح لهم استخدام الصور للذكرى والاستماع إلى مقاطع الفيديو وتغيير صورهم وتسجيل ذكرياتهم، وكل هذه الفعاليات تقودهم إلى التساؤل عن هويتهم: من أنا؟ وماذا أحب أن أكون؟ وماذا يجب أن أكون؟ وهذا الأمر ينسحب على تحليل مختلف القضايا التي تتعلق

بالهوية والوجود الإنساني. فالتربية الإعلامية تمنح الطفل تجربة مهمة وقيمة يمكنها أن تساعده على تشكيل هويته وشخصيته. وفي نهاية المطاف، فإنه لمن الضرورة بمكان أن يمتلك الطفل وعياً بحاجاته وميوله من أجل استخدام وسائل الإعلام بطريقة مناسبة وهادفة.

٤- في مواجهة الخطر

إذا كانت وسائل الإعلام تتضمن عدداً كبيراً من المزايا والسمات الإيجابية، وتوفر لنا فضاءً من المتعة، وتلبي لنا كما هائلاً من الحاجات الأساسية في المجال المهني وفي مجالات الحياة، فإنها في الوقت نفسه تحمل في طياتها كثيراً من السلبيات والمآسي والمخاطر. ويتمثل أحد وجوه الخطر الإعلامي في الاستهلاك المفرط لوسائل الإعلام. فالمضامين الإشكالية، والبرامج الخيالية، وأساليب التلاعب الإعلامي والتثتيت، وسوء استخدام البيانات، والوجود المخيف للخداع والاحتيال الإعلامي، والانتشار المكثف للمضايقات والتحرش الجنسي، والابتزاز عبر الإنترنت، وسرقة البيانات والتشهير الإعلامي، والسرقات المالية عبر الحسابات والبنوك، وجرائم الإنترنت بصورة عامة، كلها مضامين إعلامية تشكل خطراً كبيراً على حياة الأطفال والكبار النفسية والأخلاقية والإنسانية.

وهنا يبرز دور التربية الإعلامية التي تسعى إلى حماية الجميع من الخطر الإعلامي المحقق بهم عبر النهوض بالوعي الإعلامي لدى الأطفال والناشئة جميعاً، حيث تقدم تلك التربية الوسائل الممكنة التي يعتمد عليها في مواجهة هذه المواقف والمضامين وتجنبها في الوقت ذاته. فالتربية الإعلامية تؤهل الأطفال والناشئة معرفياً وعلمياً لمواجهة الاستهلاك الإعلامي المفرط، ومواجهة المحتويات الإشكالية في الرسائل الإعلامية، وحماية الأطفال من التلاعب بالبيانات وسوء استخدامها، ومعرفة كل أشكال الخداع والاحتيال الإعلامي، ومواجهة التحرش عبر الإنترنت.

وفي سياق هذه المواجهة المعرفية لمخاطر الإعلام تطرح التربية الإعلامية عدداً كبيراً من المشاريع والرؤى والتصورات، وتبث نمطاً متقدماً من الوعي، وذلك من أجل توليد مناعة إعلامية ضد مختلف السلبيات والمخاطر والتحديات التي يواجهها الناشئة عبر الإعلام، وهي في كل الأحوال تقلص تضاعيف الخطر المحتمل إلى أدنى مستوياته. وباختصار تعمل التربية الإعلامية على تزويد الطلبة والناشئة بالمعلومات الضرورية، وتقديم حلولاً موضوعية لمختلف المشكلات من أجل خفض منسوب الخطر إلى أقصى حد ممكن، كما أنها تطلق نوعاً من الحوار الأخلاقي حول هذه القضايا السلبية وحول الكيفيات التي يجب على الأفراد التعامل فيها مع وسائل الإعلام المتاحة ولا سيما الإنترنت والهواتف الذكية. وقد بينت الدراسات والأبحاث في المجال الإعلامي أن تطوير الكفاءات والخبرات والمعارف الإعلامية عند الأطفال يساعدهم كثيراً على السيطرة، وبنجاح يفوق التوقع، على مختلف التحديات التي تفرضها وسائل الإعلام.

٥- فضاء التربية الإعلامية

تغطي التربية الإعلامية فضاءً واسعاً من القضايا والمشكلات والموضوعات المختلفة جداً. وفي كل الأحوال إذا كنا نريد حقاً العمل على تأهيل الأطفال وإعدادهم بطريقة فعالة لمواجهة التحديات الإعلامية فإن علينا أن نستعرض جوانب متعددة في هذا الفضاء الإعلامي.

٥-١: استشراف عالم الإعلام

تستجوب التربية الإعلامية عالم وسائل الإعلام وتخوض في قضاياها، وتعمل في الوقت نفسه على رسم العلاقة القائمة بين الأطفال والإعلام، وتمارس دورها النقدي في تحديد مختلف أوجه الممارسة التربوية إزاء الإعلام وتحدياته، ضمن محاولة لتقديم الإجابات الوافية عن مختلف أشكال الإعلام وتطوراتها والقضايا التي يطرحها مثل: ما هي وسائل الإعلام الجديدة؟ ما وظيفتها؟ ما الفضائل

التي تمتلكها؟ ما المخاطر التي تنطوي عليها؟ كيف نستطيع استخدامها بطريقة مثلى؟ ومن أجل الإجابة عن هذه التساؤلات فإن التربية الإعلامية - ضمن ممارستها النقدية - تؤهل الأطفال والناشئة للإجابة عن ذات الأسئلة بصورة نقدية حرة. وهذا يشمل تمكينهم من تقييم مختلف الإيجابيات والسلبيات التي تنطوي عليه الرسالة الإعلامية في مختلف وسائل الإعلام.

٢-٥: استجواب التفكير النقدي

تتهج التربية الإعلامية نهجاً نقدياً بل قد يكون النقد هو السمة الرئيسة التي تميزها، وهي كالحكمة التي عرفها ابن رشد بأنها «النظر في الأشياء بما تقتضيه طبيعة البرهان». فالتربية الإعلامية تتسم بالطابع النقدي في مختلف ممارساتها التربوية، وقد تكون السمة النقدية أهم ما تتميز به التربية الإعلامية؛ إذ هي وعي نقدي بوسائل الإعلام كما أنها ممارسة نقدية إزاءها. وضمن هذا التصور يجب على التربية الإعلامية أن تمارس وظيفتها النقدية من خلال تزويد الأطفال والناشئة بالوعي النقدي وتمكينهم من ممارسة التفكير النقدي حول مختلف أشكال وسائل الإعلام ومضامينها. فعلى سبيل المثال: من الذي كتب النص الإعلامي (معلومات، نصوص، تعليمات، آراء، ترفيه)؟ ما الفوائد المرجوة من نشرة إعلامية محددة؟ ما وظيفة النص الإعلامي؟ من المستفيد من هذه المضامين الإعلامية؟ إلى من توجه هذه الرسالة الإعلامية؟ وما هي احتمالات التأثير التي ينطوي عليها هذا النص الإعلامي؟ ما الآثار السلبية والإيجابية لهذا النص الإعلامي أو ذاك؟ ما المضامين الخفية في هذا النص الإعلامي؟ ما الأهداف الإيديولوجية التي تسعى إليها الرسالة الإعلامية؟

٣-٥: البعد الخامس

في الوقت الذي يجمع فيه المفكرون والباحثون على أن الإعلام يشكل البعد الرابع للدولة، فإن كثيراً منهم يجمعون على أن التربية الإعلامية تشكل البعد الخامس للدولة والمجتمع. فالديمقراطية الحديثة غالباً ما تحتاج إلى إعلام حر يمارس دوره النقدي الفعال إزاء السلطات التقليدية الثلاث، وهذا الأمر يسهم

بقوة في تشكيل الرأي العام الرشيد إزاء مختلف القضايا الاجتماعية والسياسية القائمة في المجتمع. وإذا كانت المضامين الإعلامية غارقة في الغموض وظلمة التخفي الإيديولوجي، فإنه من غير التربية الإعلامية يصعب التعرف على القيمة الفعلية للحقائق التي تبتثها وسائل الإعلام، كما يصعب في الآن ذاته تشكيل رأي خاص حول مضامين الرسالة الإعلامية. وهنا يأتي دور التربية الإعلامية التي تمكن الأجيال الصغار والكبار من عملية تفكيك رموز وسائل الإعلام وتحليل مضامينها بطريقة فعالة وذكية، وذلك عبر عمليات النقد والتحليل والاستكشاف والاختبار، وهذا كله يتساقط في عملية الكشف عن مضامينها الخفية وأبعادها الإيديولوجية. وهي بذلك تمكن الأطفال والناشئة من القدرة على تشكيل آرائهم الخاصة النقدية المستقلة في وسائل الإعلام المختلفة وفي مضامينها المتنوعة. ومن هنا تأتي تسمية التربية الإعلامية بالبعد الخامس تعبيراً عن الدور الخطير الذي تقوم به في مجال الحياة الثقافية والإعلامية في المجتمع.

٥-٤: الحكم الأخلاقي

يفرض التأمل الأخلاقي نفسه ضرورة حيوية في مجال استخدام وسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى تأثير الأفعال الإعلامية على الآخرين من زاوية أخلاقية. وهذا يعني أن الفرد يجب أن يكون قادراً على تقييم نتائج الأفعال والممارسات الإعلامية لحماية نفسه والآخرين، وهو يشكل جانباً من الكفاءة الإعلامية التي توفرها التربية الإعلامية. فالتفكير الأخلاقي في المضامين الإعلامية يسمح لنا - بصورة مستمرة - بأن نطور القدرة على الاستقلال الأخلاقي، ويمكننا من توجيه الممارسة الإعلامية نحو مسارات إنسانية وأخلاقية أفضل عملاً على امتلاك الفضائل الضرورية من أجل السيطرة على التحديات الإعلامية المعاصرة ومواجعتها.

٥-٥: التقييم الحرّ للمضامين الإعلامية

غالباً ما يُعتقد أن وسائل الإعلام النقدية الحرة والمتطورة تكون ضرورية وحيوية في المجتمعات الديمقراطية الحديثة. فالإعلام الحر يوفر منصات مهمة لمناقشة الأسئلة الحيوية في المجتمع، كما تتيح هذه الوسائل الإعلامية النقدية هامش المناورة السياسية وطرح البدائل السياسية المتاحة في المجتمع، وتمارس في الوقت نفسه تأثيراً يؤدي إلى تشكيل العام وصوغ معالمه. والإعلام كما هو معروف يكون ضرورياً من أجل الممارسة السياسية - الاتصال السياسي وإضفاء المشروعية على القرارات السياسية- وهذا الأمر يفرض نفسه في المجال الاقتصادي والثقافي على حد سواء. فالإعلام يشكل في النهاية الأساس الذي يتم الانطلاق منه لتشكيل الأسس التي تحتاجها النظم الاجتماعية الفرعية من أجل تنظيم نشاطاتها ووظائفها الحيوية. ومن أجل المحافظة على الطابع النقدي لوسائل الإعلام، يبرز دور التربية الإعلامية في تقييم المضامين الإعلامية ونقدها وتوجيهها نحو المسالك الاجتماعية الديمقراطية. فالتربية الإعلامية تمكن الناشئة من التأثير في وسائل الإعلام وتوجيه مساراتها نحو الأفضل، بما يمتلكونه من قدرة نقدية على فهم واستيعاب المضامين الإعلامية ورسم أبعادها الإيديولوجية.

٥-٦: إدراك لغة الإعلام وفهمها

بقيت المدرسة خلال أكثر من قرن من فعالة في أداء مهمتها الأساسية التي تتمثل في تعليم القراءة والكتابة. وكانت هذه الوصاية المدرسية على نشر القراءة والكتابة ضرورية في مجتمعات تقليدية تعتمد على مجرد الطباعة. لكن التطور الحديث أظهر أشكالاً جديدة من التعبير التي تميزت بالقدرة الهائلة على المنافسة مثل الراديو والتلفزيون والصورة والأفلام والألعاب والمواقع الإلكترونية والهواتف الذكية أكثر من أن يحصى، وهي أدوات ووسائل جبارة، وتؤدي دوراً بالغ الأهمية والخطورة في مجتمعاتنا. وفي هذا المستوى من التطور الإعلامي فإن التربية

الإعلامية قد توجب عليها أن تحدث انقلاباً ثورياً وضرورياً في مجال فهم وتفسير اللغة الإعلامية الجديدة التي تتمثل في الصور والكلمات والأصوات والدلالات الخفية والمعاني. ويطلق عادة على مستخدم وسائل الإعلام تسمية «المستهلك» بصورة عامة، ولكن هناك المستهلك الذي يتحمل مسؤولية فهم النص الإعلامي وتحليله وهو المستهلك الذي لا يكتفي بدور سلبي في تفاعله مع المحتوى الإعلامي. وفي حقيقة الأمر فإنه من أجل فهم نص إعلامي بصورة فعالة وإيجابية يجب أن يترافق ذلك بالتفكير النقدي. وهنا أيضاً تكمن إحدى أهم الوظائف الأساسية للتربية الإعلامية التي تمكن المتعلمين والأطفال من فهم واستيعاب لغة الصورة والكلمة واللهجات الخفية الكامنة في مختلف حركات النص الإعلامي والكشف عن مخادعاته اللغوية.

٥-٧: الاستخدام المستنير لوسائل الإعلام

تكمن المهمة الأساسية للتربية الإعلامية في تمكين الطفل من استخدام وسائل الإعلام في ضوء احتياجاته واهتماماته وتمكنه أيضاً من التنسيق بين احتياجاته والمتطلبات الاجتماعية. فالطفل بمساعدة التربية الإعلامية يتمكن من فهم الطريقة التي يختار فيها النص الإعلامي، أو الوسيلة الإعلامية المناسبة بعناية واهتمام، وذلك بالتزامن مع رؤية نقدية للمضمون الإعلامي الكامن في الرسالة الإعلامية، هذا من جهة. ومن جهة ثانية يترتب على التربية الإعلامية أن توضح الكيفية التي يتم فيها تشكيل الإنتاج الإعلامي، والكيفية التي يتم فيها توظيف الرسالة الإعلامية في عملية بث الأفكار من خلال علاقة التفاعل بين المرسل والمرسل إليه، بين المنتج والمستهلك أيضاً. ويمكن تلخيص هذه المسألة بالقول: إن مهمة التربية الإعلامية تؤكد على أهمية الممارسة الإعلامية عند الأطفال والناشئة، لأن الأمر يتعلق بعملية تمكين التلميذ من التكيف مع التدفق الكبير لوسائل الإعلام عبر عملية تعليم متواصلة ومستمرة، يتمثل فيها التلميذ معارف خاصة ومميزة حول مهارة التواصل الإعلامي وسبل التفاعل الخلاق مع المضامين الإعلامية.

لا يعني التواصل مع وسائل الإعلام أن الفرد يستطيع بالضرورة فهم مضامين الرسالة الإعلامية؛ إذ غالباً ما تحمل المعلومات صبغة عاطفية وشحنة إيديولوجية تضعف قدرة العقل على اكتناه الرسالة الإعلامية على نحو نقدي؛ وذلك لأن الجمهور الإعلامي يكون في أغلب الأحوال عاطفياً نزاعاً إلى البحث عن تشبُّعات عاطفية وانفعالية في المضامين الإعلامية. والخطر الكبير يكمن غالباً في الاعتقاد بأننا فهمنا الرسالة الإعلامية لأداة إعلامية ما دون أن يكون ذلك حقيقياً.

غالباً ما يسقط الناس أفكارهم ومشاعرهم وقيمهم وأنماط تصوراتهم الخاصة بصورة لاشعورية على النصوص الإعلامية. وعندما نفهم المضامين الإعلامية بناء على الخلفيات الفكرية والذهنية الراسخة في أعماقنا؛ أي عندما ندرك النص الإعلامي على خلفية مشاعرنا ورغباتنا وأهوائنا، فإننا بذلك نشيد أوهاماً معرفية قائمة على المخادعة الذاتية. فعلى سبيل المثال تمثل الشخصية الإعلامية صن أي فلم أو عمل إعلامي بالنسبة للمشاهد نموذجاً قيماً يتعلم منه كيفية بناء علاقاته في الحياة، ويمنحه ربما صورة خادعة عن طريقة الوصول إلى النجاح.

والمشكلة الكبرى أن المشاهد غالباً ما يعتقد بأن أي نص إعلامي ترفيهي لا يحمل في ذاته أكثر من الترفيه. ويضاف إلى ذلك أن العلاقات والشخصيات والمفاهيم والتصورات التي نراها في مادة إعلامية لا يمكن أن تكون إسقاطاً حقيقياً للواقع اليومي الذي نعيش فيه. ومن هنا فإن التربية الإعلامية تعمل على تمكين الأفراد من الوعي بالمظاهر الخادعة التي نستودع فيها أوهاماً ونبنيها في عقولنا، كما تدعو إلى الاعتماد على التحليل النقدي للمضمون الإعلامي كي لا نقع في براثن التوهم ونضيع في لجة الأوهام التي يبثها النص الإعلامي.

يزود الإعلام الناس بالمعلومات، وتلك هي إحدى أهم وظائفه. لكن المعلومات التي يبثها الإعلام ليست صافية نقية ولا تعبر دائماً عن الحقيقة كما تمثل في الواقع، فكل نص إعلامي يتضمن تحويراً وتعديلاً لحقيقة ما في الواقع، ويجري هذا التعديل عبر عمليات متعددة أهمها إضافات التفسير والتحليل التي نجدها مضمرة أحياناً وصريحة أحياناً أخرى في تلافيف الرسالة الإعلامية. ومع ذلك يجب أن نأخذ بعين الاعتبار وأن نثق نسبياً بالتقارير الإعلامية التي تشكل مصدراً للمعرفة، ولكن ذلك يجب أن يكون مترافقاً مع التحوط والحذر الشديد؛ لأن الحقيقة الإعلامية شديدة التعقيد غنية بالمضامين الإيديولوجية، وهي أكثر تعقيداً مما يعلن عنه في وسائل الإعلام ذاتها.

وفي هذا السياق يمكن استعراض نموذج كريستيان دولكر (Christian Doelker) الذي قدم لنا نموذجاً ثلاثي الأبعاد حول تطور الرسالة الإعلامية في ثلاث مراحل:

المرحلة الأولى: تكون فيها الحقيقة أولية فيزيائية ماثلة في الواقع العياني دون تمثيلات إعلامية، وهي الحقيقة التي يمكن إدراكها بسهولة ويسر، ومن النادر أن نرى الحقائق الإعلامية كما تتبدى في صورتها الأولى القائمة في الطبيعة أو في الواقع.

المرحلة الثانية: وتتمثل في رصد الحقيقة إعلامياً، أي عندما يجري نقل صورة الحقيقة من الواقع الحي عبر وسائط الإعلام، كما يجري في التقارير الصحفية والتلفزيونية. والصورة الإعلامية للحقيقة لا تطابق صورة الحقيقة الأصلية، لأن الحقيقة تكون قد تغيرت على إيقاعات التصوير الإعلامي الذي لا يمكنه في الحقيقة نقل الصورة كما تتجلى في الواقع تماماً. فالتقارير والصور والتفسيرات غالباً ما تضي على الوقائع نكهتها الإعلامية التي قد تكون مدبرة متحيزة تهدف إلى التأثير في الجمهور الإعلامي بالدرجة الأولى. وهذا يعني وجود اختلاف كبير بين المرحلة الأولى (الحقيقة في صورتها الواقعية) والمرحلة الثانية التي تمثل الحقيقة الإعلامية كصورة معدلة عن الواقع.

المرحلة الثالثة: عندما نتلقى الصورة الإعلامية للحقيقة في المرحلة الثانية فإننا لا نتمثل الحقيقة مطابقة للصورة الإعلامية، فنحن في تمثنا للحقيقة الإعلامية - لحدث إعلامي أو صورة أو تقرير - غالباً ما نعيد صوغ الحقيقة الإعلامية عبر مشاعرنا وأفكارنا وخلفياتنا الثقافية، وعلى هذا النحو تكتسب الحقيقة وجهاً آخر ونكهة شخصية أخرى يضيفها الفرد على الصورة الإعلامية نفسها.

وهنا ومن جديد فإن التربية الإعلامية تستكشف بعداً رابعاً للحقيقة، وهي الحقيقة النقدية للصورة الإعلامية. وهي الحقيقة التي تتشكل بعد إخضاع الصورة الإعلامية للحقيقة الإعلامية (المرحلة الثالثة) للنقد التربوي الإعلامي. وهو أمر جوهرى تمارسه التربية الإعلامية، حيث تعمل على المقاربة النقدية بين الصورة الإعلامية للحقيقة في مستويها الثاني والثالث مع التجليات الواقعية للحقيقة في صورتها الأولى الخام قبل التعديل. وبوضوح أكبر تعمل التربية الإعلامية في ممارستها النقدية على تحرير الحقيقة من الإضافات الإعلامية من جهة ومن الإضافات التي يضيفها الفرد على هذه الصورة. وبعبارة أخرى تحاول التربية الإعلامية استجلاء الصورة كما تبدت في المرحلة الأولى دون تغيير أو تبديل، وهذا يعني أن التربية الإعلامية تريد استشراف الصورة الأولى للحقيقة بعيداً عن التزييف والأوهام التي أضفيت عليها من قبل المنتج والمستقبل في آن واحد. والأمر المهم الذي يجب أن نأخذه في الحسبان هو أن النقد الإعلامي للتربية الإعلامية يريد استكشاف الحقيقة كما هي دون أي إضافات، وفوق ذلك كله يريد الكشف عن كل الملابس التي أحيطت بالحقيقة الواقعية مهما كان مصدرها. ويمكن أن نسردها هذا المثال التوضيحي للمراحل الأربع:

يمثل تقرير عن اللاجئين الذي يأخذون القوارب في عملية لجوئهم (المرحلة الثانية الحقيقية الإعلامية)، ومع ذلك لا يمكن لأي تقرير أن يصف الحالة الحقيقية التي يرويها لاجئ والتي تتعلق بمشاعره وآلامه ومعاناته (المرحلة

الأولى كما تتجلى في الواقع). تشمل عملية تفاعلنا مع التقرير وفهمنا إياه ضمن منظومة رؤيتنا وتصوراتنا وتجاربنا (الحالة الثالثة). وفي كل مرحلة يمكن أن نجد تبايناً كبيراً ما بين الحالة الأولية والحالة الإعلامية مقارنة أيضاً بالفهم الذي يضيفه المستقبل على الصورة الإعلامية. أما الحقيقة النقدية الإعلامية فتحاول قدر الإمكان تجريد الحقيقة من الإضافات الإعلامية ومن الإسقاطات الانفعالية التي يضيفها مستقبل التقرير على هذه الحقيقة. ومهما يكن الأمر فإنه يستحيل أحياناً أن نقدم حقيقة صافية خالصة تمثل فعلياً صورتها الأولية كما تجلت في الواقع.

٦- التربية الإعلامية خارج المدرسة

بيننا سابقاً أن يشكل التعليم مهمة المدرسة التي تبث في ذاته وعياً إعلامياً ضرورياً للحياة اليومية. والتربية الإعلامية كما أوضحنا تشكل عنصراً حيويًا في مواجهة تحديات العصر الإعلامية. وتقوم المدرسة في هذا السياق بمهمة تعليم الأطفال وتثقيفهم وفقاً لتقسيماتهم العمرية، ووفقاً لمجموعات من الصفوف التقليدية، وهي تعتمد في مهمتها هذه على مناهج علمية فعالة وموثوقة ومجربة، وضمن هذه الأجواء تقوم المدرسة بعملية التعليم التربوية المستمرة من أجل تأهيل الأطفال والناشئة إعلامياً وتمكينهم من التواصل الإعلامي على نحو نقدي وفعال.

ولا يخفى على أحد أن الإعلام يحتل مركز الأهمية في حياة الأطفال والشباب على نحو خاص. وهنا تبرز متطلبات تربوية جديدة يجب أن يستوفيه المعلمون كما هو الحال بالنسبة لأولياء الأمور المعنيين بالتربية أيضاً. ومن أجل تحقيق غايات التربية الإعلامية المستمرة يجب على الآباء والمعلمين والمسؤولين المحليين أن يتمثلوا دورهم الحيوي في توعية الناس والناشئة بطبيعة الرسالة الإعلامية وتجنب مخاطرها، وهذا العمل بين الجميع يجب أن يكون متكاملًا ومتضافراً بصورة مستمرة.

وهنا تقع المسؤولية الأكبر على عاتق الآباء والأمهات في حماية أطفالهم من تغول وسائل الإعلام وتجنب مخاطرها. ومن المعروف أن الآباء يمتلكون تأثيراً كبيراً في حياة الأطفال ولاسيما في تشكيل عاداتهم الإعلامية، ونعني بذلك طريقة تفاعلهم مع وسائل الإعلام وتواصلهم مع الأدوات الإعلامية الذكية. فالآباء يمثلون القدوة المثلى لأبنائهم، وعلى هذا النحو يمكن للآباء أن يشكلوا نموذجاً تربوياً في مجال التواصل مع الإعلام وفي كل ما يتعلق بمختلف أوجه النشاط الإعلامي، ولاسيما اختيار المادة الإعلامية، وطريقة التفاعل معها على نحو نقدي. فالتربية الإعلامية في المنزل وفي الإطار العائلي هي شأن تربوي بالدرجة الأولى، وهذا يعني أن الآباء يمكنهم أن يؤديوا دوراً جوهرياً في تشكيل الوعي الإعلامي لأبنائهم حيث يمكنهم مشاركة الأطفال في استكشاف الإعلام والتواصل مع المادة الإعلامية على نحو آمن وعقلاني في مجال حياتهم اليومية.

ويعد العمل الإعلامي خارج المدرسة واسع الانتشار في بعض البلدان الغربية. فالبيئات المنفتحة تشكل مكاناً مثالياً للترفيه والتعلم غير الرسمي، حيث تكون القيود أقل صرامة وتوفر حرية أكبر ومجالاً للمناورة أوسع من البيئة المدرسية. ومن فضائل الفضاء المفتوح خارج المدرسة غياب النمطية المدرسية التي تعتمد على التحكم والتقييم، ومن هنا يكتسب التعليم خارج المدرسة قوة هائلة في تعزيز وعي الناشئة وتمكينهم من استيعاب الواقع الذي يعيشون فيه. ومن المؤكد أن المدرسة تكون حالة مؤقتة عابرة في حياة الناس، ويبقى الأهم وهو التعليم المستمر على مدى الحياة ولاسيما في المجال الإعلامي وعلى امتداد الزمن، حيث سيكون للتعلم والاكتساب في مجال الإعلام أهمية كبيرة مستمرة في حياة الناس وعلى مدى تعاقب الأجيال. ومن الأهمية بمكان توفير هذا التعليم الإعلامي لجميع الفئات العمرية، مع توفير فرص متكافئة في التفاعل مع وسائل الإعلام واستخدامها بطريقة مستنيرة في الحياة المهنية والخاصة.

٧- الجدة والتجديد

فرضت وسائل الإعلام حضورها الهائل في كل ركن من أركان الحياة التربوية في المدرسة. وأصبحت المدرسة تفيض بوسائل الإعلام التي تبدأ من الصورة إلى الألعاب الإلكترونية مروراً بالفيديو والكاميرا والحاسوب وأدوات العرض والمسرح والسينما. وتوظف وسائل الإعلام هذه عملياً في عملية التعلم والتعليم في المدرسة بصورة فعالة، وقد أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الحياة المدرسية.

ومع ذلك يجب علينا أن نأخذ بعين الاعتبار أن توظيف هذه الوسائل في التعليم في المدرسة لم يكن ناجحاً دائماً، وقد أصيب بانتكاسات وإخفاقات لم تكن متوقعة البتة، ويعني ذلك أن وسائل الإعلام هذه لا يمكن لها أن تكون فعالة بذاتها؛ فالمعلم هو الذي يختار الوسيلة التي يعتمدها في عملية التعليم وأن يوظفها في سياق تربوي محدد، ومن ثم فإن النجاح الذي يمكن أن يتحقق في توظيف هذه الوسائل يعتمد على السياق العام الذي توظف فيه والكيفية التي تعتمد في عملية التعليم. وفي هذا المستوى يمكن أن نطرح أسئلة عديدة: ما وسيلة الإعلام التي تعتمد في التعليم؟ وفي أي شروط تربوية يتم استخدامها؟ وما هي طبيعة الاستخدام؟ وما مدى تأهيل المعلم تربوياً وإعلامياً؟ وما طبيعة المادة العلمية التي يتم تدريسها؟ وما مدى تأهيل الطلبة أنفسهم في مجال استخدام التكنولوجيا والوسائل الإعلامية؟ وضمن هذا السياق يمكن أن نتحدث عن نجاح العملية التربوية في توظيف الإعلام أو عن فشلها.

ويمكن لوسائل الإعلام أن توظف بطريق مختلفة ومتنوعة في المجال المدرسي، كما يمكنها أن تساعد على تنوع أشكال التدريس، وأن تساعد على ترسيخ فرص التعلم الذاتي الموجه. وهذا بدوره يحفز المشاركة من قبل الطلبة، ويساعد على تقويض الهياكل التقليدية والجمود في مستويات التفاعل التربوي التقليدي الذي يتميز بالتقادم والتصلب. وهذا يعني أن استخدام وسائل الإعلام بطريقة عقلانية في التعليم يتيح فرصاً جديدة للتعلم الجيد والعمل وتحقيق التعاون

والتوازن التربوي بين الطلبة وبين مختلف مكونات السياق العام للعملية التربوية. وهذا بدوره يمكن الطلبة من التكيف بسرعة مع متطلبات الحياة العملية ومع مقتضيات التفاعل مع الواقع الإعلامي السائد في الحياة وفي المجتمع. وتتيح وسائل الإعلام المتوفرة في المدرسة فرص التواصل بين الطلبة أنفسهم من جهة وبينهم وبينها بطريقة عقلانية وهادفة من جهة أخرى، دون مغبات الإجهاد الكبير الذي يكابدونه في التعليم التقليدي، وهم في ذلك كله يستفيدون من معرفتهم السابقة ومن التجارب التي أجروها في الماضي القريب. وفي النهاية يمكن القول إن هذا النمط من التعليم يمكن الطلبة من اكتساب المهارات الحقيقية على نحو ثوري في مجال التواصل مع الإعلام تعلماً وفهماً ونقداً لصيروراته ضمن دائرة التوظيف الأمثل لإمكاناته في مجالي التعليم والتعلم.

فالتربية الإعلامية تمهد لفضاء تربوي جديد يمكن المتعلمين من فرص تعلم جديدة خارج النمطية المعهودة:

- تمكن وسائل الإعلام من التعرف على الوثائق التاريخية الأصلية (الصور، التسجيلات الصوتية، مستخلصات من البرامج التلفزيونية، إلخ).

- توفر فرصاً جديدة للتعلم الشخصي المتخصص بالإضافة إلى التعلم التعاوني بصرف النظر عن الزمان والمكان.

- تعزز الفضاء الترفيهي للإعلام التعلم الذاتي والتعلم في مناخ تعاوني.

- يمكن للمضامين الإعلامية مثل الأفلام الوثائقية التي تعرض في الفصل أن تشكل منطلقاً تربوياً محفزاً للمناقشة والحوار والعصف الذهني، وأن ترسخ القدرة على عملية تعلم بنكهة نقدية تولد نوعاً من الضبط والتحكم في المعرفة.

- بشكل عام، يمثل الفيلم طريقة رائعة للتعامل مع موضوع ما. فالأفلام تناشد العواطف وتسمح للفرد بأن يضع نفسه في مكان الآخرين للتعرف على مواقفهم ومشكلاتهم، كما أنه يسهل مناقشة موضوعات معينة (مثل التحرش الإلكتروني،

والتحرش الجنسي، والعنف، وعمليات الابتزاز والتهديد عبر الإنترنت) حيث يدور الحوار حول شخصيات الفيلم وما تبديه هذه الشخصيات من عواطف وانفعالات.

- إن إنتاج نص إعلامي (على سبيل المثال: مقابلة صوتية تصوير فيديو، وعرض Power Point) هو نشاط يشجع الطالب على الاهتمام بقضية علمية قد تكون شخصية علمية أو منطقة أو قرية وما إلى ذلك. وهذا يمكنه في جوهر الأمر من تفهم الموضوع الذي يدرس بعمق ودراية وتقديم رؤية قد تكون مبتكرة حول الموضوع.

- إن العمل على منتج إعلامي جيد يحمل في ذاته خصائص نوعية يمكنه أن يعزز التعلم الفعال: مثل تعديل نص وصقله بشكل مناسب ليقدّم إلى جمهور حقيقي، أو كتابة أفضل المقترحات وأجملها من المقابلة، وهذه كلها تمثل في حقيقة الأمر تجارب تربوية إعلامية مجزية وفعالة في تعزيز مسيرة الطالب العلمية.

- ويمكن القول إن الطلبة عندما يقدمون إنتاجاً إعلامياً خاصاً مثل: فلم قصير، رسم كاريكاتوري، مسرحية إذاعية، رواية مصورة)، فإنهم في الوقت ذاته - ومن خلال عملية الإنتاج التي يقومون بها - يدرسون أيضاً طريقة الإنتاج وصيغ الإبداع والكيفيات التي يتم فيها توظيف وسائل الإعلام.

- وبالمثل، فإن المشروعات الإعلامية التي يؤديها الطالب تمكنه من تطوير القدرة على التخطيط للعمل على المدى الطويل، وتنسيق المهام المختلفة ضمن مجموعات، ووضع أهداف مشتركة، والتغلب على الصعوبات وملء الفجوات، وهذا كله يشجع الطلبة على إيجاد حلول مناسبة للمشكلات التي تواجههم، ويتيح لهم العمل معاً في سياق تعاوني. وهذا أيضاً يساعدهم بوضوح على اكتشاف قدراتهم الماثلة في شخصياتهم وشخصيات الآخرين.

خاتمة- ملامح ثورة تربوية

تمارس التربية الإعلامية نسقاً متكاملأً من الفعاليات الذهنية الثورية لدى الأطفال والناشئة، وتدور معظم فعاليات هذه التربية حور قيم النقد والاستقلال والحرية والذكاء ما بعد المعرفي في التحليل والكشف والاستنباط والاستدلال. والتربية الإعلامية تشكل في ذاتها ثورة موازية للثورة الرقمية أو لنقل بأن العصر الرقمي يتطلب بالضرورة تربية ثورية رقمية تستجيب لمتطلباتها ومسارات احتياجاتها. ومن الواضح أن التربية الإعلامية تشكل منهجية ثورية في التفكير وفي الممارسة، فعندما يمتلك الطفل المهارات النقدية التي تكرسها التربية الإعلامية، فإن أثر هذه المهارات سيعمم ليشمل مختلف نشاطات الفرد في داخل المدرسة وفي خارجها، وسيصبح العالم بما فيه تحت سيطرة النقد والكشف والتحليل، كما سيصبح مادة يصدر فيها الطفل أحكامه الأخلاقية المستقلة والحررة. وهذا يعني أن هذا النمط من التربية عندما يعم في المدارس ويكتمل ستسقط كل الركائز المتصلبة للتعليم التقليدي الأصم وينهار، ليحل مكانه نظام فكري نقدي تنويري نهضوي يساعد على تحقيق النهضة الحضارية للأمة والمجتمع^(٨).

ففي السنوات الأخيرة ازدادت أهمية تكنولوجيا المعلوماتية لأنها أصبحت القوة الدافعة لتطور وسائل الإعلام، حيث تشكل هذه التكنولوجيا البنية التحتية لتطور الحضارة الإنسانية. وهذا يقودنا إلى التأكيد على الأهمية القصوى للمهارات المتعلقة بالحاسوب والوسائل الذكية لفهم وسائل الإعلام في طرائق تفاعلها وفي مستويات تطورها وآليات توظيفها. فالشخص الذي يعرف كيفية عمل الخوارزمية، أو هذا الذي يقوم بوضع برنامج إلكتروني من تصميمه أو بإدارة موقع إلكتروني هو وأمثاله سيكونون من بين القادرين على تقييم إمكانات الوسائط الإعلامية وفهمها بشكل أفضل، وهذا يؤهلهم للتكيف الفائق في العصر الرقمي بفضاءاته السيبرانية.

وتأسيساً على هذه الرؤية لأهمية المعلوماتية في المجال الإعلامي، يجب علينا القول بأن علوم الحاسوب تشكل حالياً جزءاً لا يتجزأ من عملية التربية الإعلامية. فهذه العلوم تؤثر في مختلف مجالات الوجود والحياة الإنسانية المعاصرة، وهي العلوم التي تمكن الإنسانية من تحقيق التقدم التكنولوجي والعلمي في جميع المجالات العلمية والحياتية. ومن المتوقع اليوم أن تقوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال بإيجاد حلول علمية لمختلف المشكلات والتحديات التي تواجه المجتمع الإنساني. ويضاف إلى ذلك كله أن المعلوماتية ستحدد هامش المناورة في مجال العمل البشري: ما هو مبرمج وما يمكن برمجته، ما هو ممكن وما هو غير ممكن. وهذا يعني أن تأثير المعلوماتية يتجاوز اليوم حدود التقانة التي عرفناها، حيث سيكون لها الدور الحاسم في عملية تحديد الخيارات الوجودية في المجتمع في المستويين الفردي والاجتماعي. ومن هنا وتأسيساً على هذه الأهمية التي تحظى بها المعلوماتية يجب على التربية الإعلامية أن تضع المعلوماتية في نسق أولياتها، وهذا كله يتطلب تنمية الوعي النقدي والمعرفة العقلانية بلا حدود والتأصيل الحر للاستقلالية الأخلاقية.

لقد حان الوقت مع إطلالة الثورة الصناعية الرابعة لكي نهجر صندوق الممنوعات والتابوهات الكلاسيكية في التربية التقليدية، مثل: الواجبات المدرسية، والواجبات المسائية، والدروس الاستظهارية، والمناقشة التقليدية المعهودة في المناخ المدرسي وكلاسيكياته المملة، وأن نتقل إلى أجواء رقمية جديدة تعتمد النقد والتحليل الثاقب والحضر المعرفي فيما وراء الظواهر الإعلامية. ففي كل مكان اليوم من جنوب العالم إلى شماله ومن شرقه إلى غربه نجد أن المؤسسات الصناعية، والشركات، ومراكز البحوث العامة، ومؤسسات التعليم الخاص تتبنى أنظمة تربوية جديدة تناسب معطيات الثورة الرقمية في

برامجها مثل: تكنولوجيا النانو Nanotechnologies، والتكنولوجيا الحيوية Biotechnologies، والطاقة الخضراء Énergies vertes وأبحاث الفضاء، والطباعة الثلاثية الأبعاد (Triple impression)، وصناعة الروبوتات الفائقة الذكاء (Cyberobots). وهذه الأمور تشكل ثورة حقيقية في الحياة وفي التعليم على حد سواء. فالشخص الذي يعرف نمط التفكير في المجال المعلوماتي الذي يتمثل في التفكير القائم على الحوسبة (Computational Thinking) يدرك في حقيقة الأمر الوظائف الحيوية في مختلف مجالات الحياة الإنسانية المعاصرة. ومن هنا فإن دمج المعلوماتية في التربية الإعلامية يصبح ضرورة تقتضيها الحياة الحديثة المعاصرة.

وباختصار يمكن القول بأن التربية الإعلامية تشكل اليوم مدخل ثورة عميقة وشاملة في طرق التفكير والنظر لدى الأجيال الجديدة الشابة. ومن غير التربية الإعلامية الثورية يصعب على هذه الأجيال التكيف في العصر الرقمي على نحو إبداعي؛ لأن هذه التربية تؤهلهم للسير قُدماً في معالم ثورة رقمية جبارة عرفنا بداياتها لكننا لن نعرف أبداً متى تتوقف انفجاراتها العارمة.

الهوامش

- 1- Thomas Merz et Mareike Düssel, *L'éducation aux médias à l'ère numérique*. Hasler Stiftung. Cahiers - Juillet 2014.
- 2- Conseil supérieur de l'éducation aux médias, *Déclaration de Bruxelles pour une Éducation aux Médias tout au long de la vie*, 2011. (Définition extraite de l'index de la Commission européenne qui présente des informations spécifiques à la politique audiovisuelle)
- 3- Conseil supérieur de l'éducation aux médias, *Déclaration de Bruxelles pour une Éducation aux Médias tout au long de la vie*, 2011
- 4- Jacques Gonnet, *Éducation et médias*, collection Que sais-je?, 1997