

جامعة محمد بوضياف - المسيلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

محاضرات في النقد الإذاعي والتلفزيوني - الأستاذ يوسف

السنة الثانية ماستر سمعي بصري

المحاضرة رقم 09: التربية الإعلامية وعلاقتها بالنقد الإعلامي

التربية على الإعلام : كيفية التعامل مع مضامين وبرامج الإذاعة والتلفزيون

مفهوم التربية على الإعلام: هي تخصص واتجاه علمي جديد يهدف إلى تعليم أفراد الجمهور مهارة التعامل مع الإعلام ، على اعتبار أن وسائل الإعلام والاتصال لها سلطة وتأثير على القيم والمعتقدات وحتى الممارسات والسلوكيات اليومية للأفراد في مختلف مجالات الحياة

وتعتبر منظمة اليونسكو التربية الإعلامية جزء لا يتجزأ من الحقوق الأساسية للمواطن وتلح على ضرورة إدراجها في المناهج التربوية والتعليمية .

معرفة مصدر قوة وسائل الإعلام :

وسائل الإعلام لها قوة كبيرة في التأثير القوي والفعال على أفراد الجمهور لعدة أسباب منها :

1- التنوع: حيث تتوفر للجمهور اليوم كل الوسائل المقروءة والمسموعة والمرئية ، فضلا عن تنوع البرامج والقنوات وامكانية الاختيار حسب الرغبة

2- الجاذبية : توظف وسائل الإعلام والقنوات التلفزيونية جميع الجوانب والمغريات الجمالية و النفسية لجذب انتباه الجمهور والتأثير والاقناع

3- التفاعلية : يمكن للمتلقي من خلال تقنيات ووسائل التفاعل مع مضامين وبرامج الكثير من تلك الوسائل

4- الوفرة : تعمل الكثير من وسائل الإعلام على مدار الساعة ولذلك فهي متوفرة للمتلقي في أي وقت .

5- سهولة التواصل : حيث يمكن للمتلقي متابعة مضامين وسائل الإعلام في كل مكان بتكلفة ضعيفة جدا تكاد تكون منعدمة .

6- الخصوصية : إذ يمكن للمتلقي التعامل مع تلك الوسائل بخصوصية تامة حسب رغباته ووفق ما يريد .

7- عدم الالتزام : حيث توجد وسائل إعلام كثيرة غير مسؤولة ، لا تلتزم بأي قيم ولا تعبر اهتماما لأية معايير أخلاقية أو ثقافية أو اجتماعية¹

8- الإختراق : حيث لم تترك وسائل الإعلام مجالاً لم تدخل فيه ، فكل المجالات دون استثناء قيمي اجتماعية سياسية ثقافية واقتصادية صارت ميداناً لمختلف وسائل الإعلام .

هذه الأسباب وأخرى جعلت اثر وسائل الإعلام كبير على الأفراد والجماهير وقد يفوق اثر الأسرة والمدرسة والمؤسسات الأخرى في المجتمع ...

غير أن درجة التأثير تبقى نسبية ومتفاوتة بين الأفراد والجماهير وحسب المضامين الإعلامية والسياق الاجتماعي مع تأثير عوامل أخرى في المجتمع حسب ما أثبتته العديد من الدراسات في هذا المجال .

درجة التعرض لوسائل الإعلام :

نقضي وقت طويل في التعرض لوسائل الإعلام والتلفزيون ، فحسب ما أثبتته عديد الدراسات فإن الطفل في الوطن العربي مثلاً قبل سن الثامنة عشر يستغرق وقتاً طويلاً أمام شاشة التلفزيون أكثر من الوقت الذي يقضيه في المدرسة ، فالتطور الكبير لوسائل الإعلام في السنوات الأخيرة مع تعددها وتنوعها جعلها تأخذ جزء كبير من حياة الناس وأوقاتهم وأعمارهم من مختلف فئات المجتمع من الصغير إلى الكبير ...

وسائل الإعلام واستهداف الجمهور :

وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها تستهدفنا ، لأن صناعة الإعلام عبر العالم ليست عشوائية أو دون هدف ، بل هي صناعة مسطرة وموجهة لها أهداف واضحة ومحددة تسعى إلى التأثير على المتلقي

مثال على ذلك الإشهار أو الإعلان التجاري التلفزيوني عن سلعة معينة فنحن نعرف أن منتج هذا الإعلان يهدف إلى التأثير على سلوك المستهلك لشراء هذه السلعة

¹ - عبد الرحمان الشميمري التربية الاعلامية ، ص 41

فهذه هي صناعة الإعلام ، الإعلام يبيع السلع والخدمات والأفكار أيضا والجمهور هو المشتري وهو العميل المستهدف
...¹

فأغلب مضامينه تدرج ضمن هذه المعادلة ...

تأثير وسائل الإعلام على الجمهور :

هل تؤثر فينا وسائل الإعلام ؟ نعم تؤثر فينا وسائل الإعلام تأثيرات إما ايجابية أو سلبية ، وقد نشعر بذلك أو لا نشعر فلا يوجد احد محصن من تأثير وسائل الإعلام ، بل حتى الشخص الذي لا يتعرض لوسائل الإعلام فانه يتأثر بدرجة ما من خلال زملائه وأقرانه والوسط الاجتماعي الذي يعيش فيه

هل الإعلام محايد ؟ الحياد المطلق في عمل وسائل الإعلام لا يمكن أن يتجسد ، فكل الإعلام الموجود في هذا العالم إما ينتمي إلى ثقافة أو وطن ، أو مصلحة تجارية أو اتجاه إيديولوجي معين ، أو مزيج من الإنتماءات ، فهناك من يتحكم فيه ويقوم بتوجيهه

فالإعلام غير المنتمي كبائع الصحف الذي يوزع مضامين لا يعرف محتواها ومعناها ..

الثقافة الهابطة والإعلام السلبي

1. وظيفة الترفيه والتسلية من الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام، لأن الإنسان بحاجة إلى التغيير، والتنفيس، والاسترخاء، والاستمتاع، والابتهاج، والتخلص من الملل والعزلة.
2. نجحت وسائل الإعلام والتلفزيون بشكل خاص، في إشباع هذه الحاجات الإنسانية للترفيه والتسلية، وازداد الطلب عليها من المشاهدين.
3. نتيجة لذلك ازدهر الاتجاه التجاري في صناعة التلفزيون والقنوات الفضائية، وارتبط ذلك بالمعلنين الباحثين عن أكبر نسبة مشاهدة وتوزيع، وكذلك المعلنين الباحثين عن المضمون الإعلامي الذي يدعم القيم الاستهلاكية.
4. مع كثرة القنوات الفضائية التجارية، واشتداد المنافسة فيما بينها لتحقيق الأرباح، من خلال الإعلانات والرعايات والخدمات التفاعلية وغيرها، فقد أدى ذلك إلى أن تقوم بعض القنوات الفضائية التجارية بالتنافس والتزاحم لتقديم المادة المثيرة المغرية، الخارجة عن المألوف، مهما تكن هابطة وسلبية.
5. هذا الوضع التنافسي المحموم بين ملاك بعض القنوات الفضائية التجارية أدى إلى اختراق قيم المجتمعات، والتضحية

¹ - عبد الرحمان الشميمري ، مرجع سابق ، ص

بأخلاقيات الإعلام، وانتهاك معايير المهنة، وسوء استخدام حرية البث، والتجاهل التام للمسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام.

نتائج إنتشار الثقافة الهابطة والإعلام السلبي :

هناك عشرات الدراسات وأوراق العمل والأبحاث، ومئات المقالات والتحقيقات الصحفية، التي ناقشت آثار ظاهرة القنوات الهابطة في الفضاء العربي، وهناك ما يشبه الإجماع بأن النتيجة في الجانب الأخلاقي والقيمي هي نتيجة سلبية وخطيرة.

أما نتائج انتشار الثقافة الهابطة والإعلام السلبي فنختار منها ما يأتي:

1. خلخلة فكر المجتمعات وقيمها ونسيجها المترابط، وإعاقة حركة نهوضها وتقدمها وتمييزها البشرية.
2. تقليل قدرة الإنسان على أن يبذل جهداً عقلياً منظماً لتطوير نفسه وبناء ذاته، وتطوير مجتمعه.
3. تضيق أوقات الشباب وطاقتهم، وإلهائهم عن حياتهم، وإغراقهم فيما لا يعود عليهم بالفائدة.
4. استغلال الموارد المالية للمشاهدين، واستنزاف قدراتهم المادية، بأساليب متعددة ومتنوعة.
5. تحويل الشباب العربي إلى مستهلكين شديدي الولاء للحوانب السلبية في الثقافات الأجنبية، فلا يتم تسويق قيم العمل وأخلاقه، ولا البحث العلمي وأدواته، ولا الالتزام المجتمعي ومؤسساته، ولا الحراك الحضاري وآلياته، وإنما يقوم الإعلام السلبي بتسويق أخلاقيات الشوارع المظلمة، والطبقات السفلى من الثقافات الأجنبية.
6. تغيير وتبديل وقلب المفاهيم، وتزييفها أمام المشاهدين، فالإعلام السلبي يجعل اللصوصية بطولة، والغدر كياسة، والخيانة فطانه، والاحتيال ذكاء، والعنف هو أقصر الطرق لتحقيق المآرب، وعقوق الآباء تحرر، وبر الوالدين ذل، والزواج رق واستعباد، والنشوز حق، والعفة كبت.
7. إثارة الغرائز الجنسية، وتشجيع انتشار الرذيلة، والترويج لشرب الخمر، وتناول المسكرات، وتعاطي المخدرات، ولا يكون ذلك بإعلانات مباشرة، ولكن بالتضمين والإدراج والإيحاء، في سياق المحتوى الإعلامي، الذي يجعل من هذه الانحرافات شيئاً شهيئاً مغرباً، يحفز الإنسان لتجربته

والتربية على الإعلام ليست مشروع دفاع فقط يعمل على حماية الأفراد من مخاطر مضامين وسائل الإعلام والبرامج الإذاعية والتلفزيونية ، وإنما هو أيضا مشروع لتمكين أفراد الجمهور وإعدادهم لمعرفة الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم وحسن الاختيار والانتقاء منها ، وبذلك التعلم كيفية التعامل معها والمشاركة فيه بشكل فعال ومؤثر

فالتربية على الإعلام تهدف إلى تمكين الفرد من مهارة التعامل مع الإعلام فهما واختيارا واستهلاكاً وإنتاجاً ...