

وسائل الإعلام والمجتمع... التربية الإعلامية لمواجهة التضليل

Media and society...media education to Confront disinformation

ط.د. جمال مدفوني*، جامعة الجزائر3، الجزائر.

djimyhome@hotmail.com

تاريخ التسليم: (2018/04/17)، تاريخ التقييم: (2018/05/26)، تاريخ القبول: (2018/11/08)

Abstract :

ملخص :

The article presents the relationship between mass media and society by highlighting the issue of media education as an urgent necessity and an effective mechanism to confront media practices based on ideological, economic and cultural orientations, with regional and international variables linked to one another. The media message about its human and cognitive content, and turn its natural and moral course in conveying the facts and enlightening the public opinion, towards the point and logic of achieving immediate and strategic interests and objectives by distorting the reality and falsifying the facts.

Keywords : Media education, media disinformation, Communication environment

يطرح المقال الذي بين أيدينا علاقة وسائل الإعلام والاتصال بالمجتمع، من خلال تسليط الضوء على موضوع التربية الإعلامية باعتبارها ضرورة ملحة وآلية فعالة لمواجهة الممارسات الإعلامية المرتكزة على المنطلقات الأيديولوجية والمصالح الاقتصادية والتوجهات الثقافية، في ظل متغيرات إقليمية وأخرى دولية؛ مُرتبط بعضها ببعض، أدت إلى انسلاخ الرسالة الإعلامية عن مضمونها الإنساني والمعرفي، وتحويل مسارها الطبيعي والأخلاقي في نقل الحقائق وتنوير الرأي العام، نحو وجهة ومنطق تحقيق المصالح والأهداف الآتية والاستراتيجية، من خلال تحريف الواقع وتزيف الحقائق.

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية، التضليل الإعلامي، البيئة الاتصالية

djimyhome@hotmail.com المؤلف المراسل: ط.د. جمال مدفوني ، الإيميل:

مقدمة:

تطرح علاقة وسائل الإعلام والاتصال بالمجتمع الكثير من الاشكاليات والجدليات حول الوظائف والتأثيرات المحتملة على الأفراد والجماعات؛ خاصة في ظل الظروف والمعطيات الجيوسياسية، والتحولات السوسيوثقافية الراهنة، جعلت من مؤسسات الإعلام بمختلف أشكالها، أدوات لغرس الأنماط السلوكية، والترويج للمنظومات القيمية من جهة، وأداة لإدارة الصراع السياسي والاقتصادي، والتلاعب بالرأي العام خدمةً للمصالح، وتميراً للسياسات؛ المحلية، الإقليمية والدولية من جهة أخرى، فامتلاك وسائل الإعلام والسيطرة عليها بطرق مباشرة أو ملتوية، نتج عنه صناعة إعلامية ثقافية مرتكزة على المنطلقات الفكرية والايديولوجية، وأضحت بذلك وسائل وأجهزة توظف بشكل فعال وحاسم في عمليات التضليل، فالإعلام لا ينقل الواقع، بل يعيد إنتاجه وفق مصالح وأهداف من يقف وراءه، حيث نجد الطرف الأول للعملية الاتصالية، يعلم تماماً ماذا يفعل وكيف، أما الطرف الثاني فلا يدرك؛ في الغالب، أن من زوده بالمادة الاعلامية يحاول الاستحواذ على عقله وتوجيه طريقة تفكيره، ويقول في هذا الشأن إدوارد بيرنز: " لو فهمنا أليات الفعل الجماعي ودوافعه، أليس من الممكن التحكم والسيطرة على الجماهير". (فرح، 2014، ص80).

وفي ظل هذا الواقع؛ لم يعد مقبولاً أمية الأفراد الإعلامية؛ ثقافة اتصالية، ولا بد من تعليم الصغار والكبار كيفية فهم وتحليل الأحداث، وما تقدمه وسائل الاعلام وتروج له، من خلال التربية على استخدام مختلف وسائل الإعلام والاتصال، بغية تحصين الأفراد وتمكينهم من فهم طبيعة العلاقة بين مؤسسات الإعلام والنظم الاجتماعية السائدة؛ البيئة الاتصالية، لخلق قوة توازي قوة وسائل الإعلام، ألا وهي قوة التلقي وفهمه، وسنحاول من خلال هذا المقال، إبراز دور التربية الإعلامية في مواجهة الممارسات الإعلامية، التي أفرزها الواقع المعاصر، من خلال طرح التساؤل التالي: هل يمكن اعتبار التربية الإعلامية آلية ناجعة لمواجهة التضليل الإعلامي؟

لماذا التربية لمواجهة التضليل؟

تؤكد الكثير من الدراسات الأكاديمية، والأبحاث العلمية أن ثورة الاتصال، كانت سبباً من الأسباب الرئيسية في زوال الأنظمة الشمولية والديكتاتورية، بسبب إضعاف هذه التكنولوجيات الحديثة للحملات الدعائية والحرب النفسية لهذه الأنظمة، وكشفها للحقيقة مانحة المزيد من الحرية والقدرة للاطلاع على الأخبار ومعرفة الآراء المختلفة؛ فالحكومات، فقدت أهم أليات سيطرتها على الوعي الجماهيري، بفعل فقدانها للسيطرة الجغرافية على مجالها الاعلامي. (عزام، 2011، ص26) وكان من المتوقع أن تساهم ثورة الاتصال والمعلومات، في تحقيق أكبر قدر من الوضوح والشفافية، إلا أن التضليل الإعلامي القائم على الدعاية والحرب النفسية عاد بقوة خلال الإعداد للحملات العسكرية الغربية لغزو أفغانستان والعراق،

ومحاولة ترميم الصورة الذهنية حول الإسلام والمسلمين وربطهم بالإرهاب، كما أن الإعلام العربي؛ في عمومه يمارس اصطفاً ايديولوجياً ويوظف بشكل؛ مفضوح في إنكفاء الصراعات السياسية والطائفية والاجتماعية محلياً وإقليمياً، في إطار صراع النفوذ السياسي، الاقتصادي، الاجتماعي والثقافي الهادف إلى إعادة تشكيل المنطقة بما يخدم مصالح الأطراف المتصارعة؛ دائماً إقليمياً ودولياً، وفي هذا الشأن يرى المفكر؛ النقدي هابرماس، أن أصحاب السلطة يقومون بتوظيف الإعلام كأداة لاستيلاء الوعي، وأن الإعلام بمختلف مؤسساته يساهم في إعادة بناء الرموز والمعاني. (بورديو، 2004، ص 26، 27) فيما يرى هوركهيمر وأندورا؛ أبرز رواد الاتجاه النقدي؛ في العلوم الاجتماعية، أن تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة تلعب دوراً هاماً في صياغة الأفكار والثقافة، وأن من يملك الوسائل الإعلامية ويتحكم بها، يمكنه التحكم بما يكتسبه الفرد من فكر؛ وثقافة. (عثمان، 2008، ص 188) فالدراسات (الثقافية) تؤكد أن وسائل الإعلام هي انعكاس للنظم الاجتماعية وبنياته السائدة، وأن إنتاج وصناعة المعلومة المُضَيِّبة لتشكل المعرفة يكون دائماً في صالح أولئك الذين بيدهم السلطة، أو من يساندتهم من أصحاب المصالح. (بومعزة، 2007، ص 46).

وإذا تساءلنا عن أدوار ووظائف وسائل الإعلام ومؤسساته، فإن الإجابة أكبر من أن تحتويها الجمل والعبارة؛ في وريقات معدودة، نتيجة لانتشارها الواسع، وجذبها لمختلف فئات المجتمع، وتغلغلها في النظام الاجتماعي، وتطعيمها للأفراد بأفكار وقيم تساهم في رفع مستواهم الفكري والثقافي؛ أو العكس أيضاً، إذ يمكن أن تؤدي أدوار خطيرة ونتائج كارثية، تهدد استقرار المجتمعات واستمرارها، بفعل تطويع وسائل الإعلام وتسخيرها لخدمة المصالح الاقتصادية والقوى الإيديولوجية؛ المحترقة، فتركز الملكية؛ الهيمنة، يهدد استقلالية المعلومات وتنوعها ويخلق فرصاً جديدة لاستعمار ثقافي متجدد، وينتج عنه انسلاخ الرسالة الإعلامية عن مضمونها الإنساني والمعرفي، وتحويل مسارها الطبيعي والأخلاقي في نقل الواقع والمعرفة، نحو وجهة المنطق الخاص بكل منظومة وأهدافها الآتية والاستراتيجية، لتتحول وسائل الإعلام والاتصال من أدوات تساهم في تنوير الرأي العام إلى أدوات للتضليل وتزييف الوعي، وفي هذا السياق يقول 'جوزيف جوبلز' وزير الدعاية النازي: "أعطني إعلاماً بلا ضمير، أعطيك شعباً بلا وعي". ويقول جوزيف ناي صاحب نظرية القوة الناعمة: "إن هذه القوة؛ أي وسائل الإعلام، ستكون الأخطر والأفعل في القرن الواحد والعشرون." (سلمان، 2005، ص 120) والواقع يؤشر على أن مؤسسات الإعلام؛ وفي ظل ما يعيشه العالم؛ على المستوى التكنولوجي والجيوسياسي، تغيرت أدوارها باعتبارها وسائط ناقلة إلى وسائل ذات قوة مؤثرة، وفاعل حقيقي في العلاقات بين دول وأقطار العالم (حموش، 2013، ص 65)، ففي عام 2007 ألقى غارد كوهين محاضرة في معهد واشنطن لسياسات الشرق الأدنى تحت عنوان: 'النساء والشباب والتغيير في الشرق الأوسط ومفهوم الديمقراطية الرقمية'، حيث

تحدث فيها عن استراتيجية الدبلوماسية الرقمية قائلا: " الشباب والنساء في الشرق الأوسط أصبحوا ناضجين لاستقطاب التأثير الخارجي عبر البوابات التي تشتمل على مختلف التكنولوجيات، وجاء في أحد تقارير وزارة الشؤون الخارجية الأمريكية جاء فيه: " يمكن أن نحقق بعض أهداف سياستنا الخارجية من خلال التعامل المباشر مع شعوب الدول الأجنبية، بدلاً من التعامل مع حكوماتها، من خلال استخدام الأدوات الحديثة وفتيات الاتصال، يمكننا اليوم أن نصل إلى قطاعات كبيرة ومؤثرة من السكان في هذه البلاد، وأن نقوم بإعلامهم والتأثير على اتجاهاتهم، بل يمكن في بعض الأحيان أن نحرضهم على سلوك طريق معين". (أنجلس، 1990، ص 100).

ويرى بورديو في هذا الشأن؛ أيضاً، أن المواجهات الايديولوجية التي سادت خلال الحرب الباردة انتهت؛ بصورها القديمة، وظهر صراع جديد أطلق عليه 'صراع الايديولوجيا الناعم'، الذي تنصدر وسائل الإعلام أعلى مراتب أوائه، فتركزت معادلة الصراع في؛ من يمتلك المعلومات يسيطر، وفي هذا الخصوص أجرت سالي أثيلسون 'Sally Athelton' ومارتا ونجر 'Martha Wenger' دراسة بعنوان من يملك المعلومة، أظهرت أن وسائل الإعلام المختلفة أصبحت أدوات محتكرة من قبل فئات قليلة لها علاقات اقتصادية وسياسية متشابكة، تطوع الوسائل الإعلامية لخدمة مصالحها وترويج أفكارها ومنظوماتها القيمية. (حمدان، 2010، ص 31، 28) وتجدر الإشارة هنا؛ أن الولايات المتحدة تنتج وحدها، ما يعادل ثلثي إنتاج العالم من المضامين التلفزية الموجهة للطفل، وهذا في إطار استراتيجياتها، الهادفة إلى تمييط العالم وجعله؛ يعتنق ويعيش، وفق ما يراه الغرب، ويخدم مصالحه وتصوراته المستقبلية. (بورديو، 2004، ص 26، 27) فالخيارات (المتاحة) أمام الفرد، لا يمكن اعتبارها حرة بالمعنى الحقيقي للكلمة، كما أشار إلى هذا؛ هلبيرت تشلر، ميشيل فوكو، بيير بورديو ونعوم تشومسكي، فالخيارات التي تقدمها وسائل الإعلام تشبه ما يقدم للعبد ولا تخرج عن المتاح وتبقيه في إطار التبعية. (عزام، 2015، ص 15) في ظل تعاظم دور وسيادة هذه الوسائل في مجال عرض الحقائق ونشرها عبر سائطها المتعددة، جعلت الفرد في المجتمع (الجماهيري ثم الرقمي/الإلكتروني) يعتمد على وسائل الإعلام في البناء الاجتماعي للحقائق وتشكيل الصور الذهنية عن العوالم المحيطة، والواقع الحقيقي؛ أو المحرف والمنحاز، (بن روان، 2007، ص 41) وأضحت بذلك وسائل الإعلام بمثابة الأعين والأذان، التي يرى من خلالها الأفراد محيطهم ويسمعون عن واقعهم، لذا يتطلب التعامل مع وسائل الإعلام والاتصال؛ التي لا غنى للإنسان اليوم عنها، مهارات أساسية وعلى رأسها الوعي بخصائص الرسالة الإعلامية، تحليل العملية المؤسسية للإعلام، والقدرة على تحليل محتواها وتحديد الأفكار والقيم والصور الذهنية الأكثر شيوعاً وتكراراً، في ظل الغرلة التي يقوم بها القائمون على وسائل الإعلام؛ حراس البوابات؛ ثم التفكير المنطقي وتقرير الاستجابة المناسبة، فالكه الهائل من المضامين جعلت من غالبية

الأفراد مستهلكين لها، غير قادرين على التحقق من صحتها، وهو ما يعرف "بالمعالجة الأوتوماتيكية"؛ التي تعني الاستجابة غير الواعية لعدد كبير من المضامين والرسائل الإعلامية، مما يسبب غياب الكثير من الحقائق، ويضعف القدرة على تشكيل المعنى الواقعي للأحداث، وقبول الرأي الذي تنتبها وسائل الإعلام (حسن محمد، 2015، ص11)

كما تؤكد نظرية حراس البوابة على أن الرسالة الإعلامية قبل وصولها لجمهور المتلقين، تمر عبر سلسلة من الحراس، يقومون بإجراء التعديلات اللازمة، أو حجب المعلومات نهائياً، حيث يصف أحدهم هذه العملية بـ 'ستار المعلومات'، فكل جماعة أو نظام؛ متحكم أو محتكر، يقوم بإخفاء الحقائق التي لا يريد وصولها للعامة أو تعديلها وفق ما يراه مناسباً، سواء تعلق الأمر بمعلومات لها علاقة بالأشخاص، الأحداث أو الأفكار (أمين سعيد، 2008، ص21).

وفي المقابل؛ وفي ظل هذا الواقع، تعول الدول النامية على موارها البشرية، باعتبارها الأداة الفعالة لرفع التحديات ومواجهة الرهانات، ومسؤولوها معنيون اليوم أكثر من الأمس، بضرورة إعداد خطط وتبني برامج تركز على أسس علمية تستجيب لمتطلبات وروح العصر، والسعي لوضع القواعد والآليات الضرورية، لتحسين الأفراد، حرصاً منها على سلامة البناء القيمي والأخلاقي لجماعاتها، وإعداد أجيال من المتلقين يصعب السيطرة عليهم والتلاعب بهم، وهو ما يمكن تحقيقه من خلال تفعيل ما يعرف بالتربية الإعلامية، فقلق الباحثين من تأثيرات وسائل الإعلام لا ينبع فقط من قدرتها على جذب واستقطاب مختلف الفئات الاجتماعية، وإنما التخوف الأكبر نابع من عدم قدرة الأفراد على التعامل معها، فعملية بناء المعاني يتطلب مجموعة من المهارات والعادات الاتصالية الضرورية (الهيبي، 1998، ص42) إذ يرى ديفيد بيرلو؛ أن الأطفال يواجهون اليوم كل أشكال الضخ الإعلامي، عبر الوسائط المختلفة، ولابد لهم من الأدوات والمهارات حتى يتمكنوا من اتخاذ قرارات صائبة تجاه ما يتلقونه من رسائل، لأن الأبناء عندما يقفون أمام أجهزة الإعلام، فإنهم كقطعة الاسفنج التي تمتص كل ما تتعرض له؛ حسب ما يراه عالم النفس هوفمان. (العبد، وحسين، 2004، ص163) لذا تبرز ضرورة ملحة لتفعيل دور المؤسسات والجهات الرسمية والأهلية لتحقيق تربية إعلامية لأبنائها، بهدف تنمية قدرتهم على التفكير الناقد والبحث والاستقصاء، فلم يعد مقبولاً أمية الأفراد الاتصالية، وأصبح لزاماً على الأجيال الجديدة التزود بمهارات التعامل مع مختلف وسائل الإعلام والاتصال لمواجهة التضليل المُمتهج الذي تمارسه جل المؤسسات الإعلامية المحلية والعالمية، الخاصة والحكومية، فالمعطيات وموازن القوى الراهنة لا تسمح، بمواجهة المد الإعلامي، الذي يستهدف أفكار ومعتقدات الأفراد؛ خاصة الأطفال والشباب، لذا وجب خلق الجو الاجتماعي المناسب الذي يُساهم في تطعيم الأبناء وتحصينهم من الآثار السلبية والمدمرة لمختلف وسائل الإعلام، فالتضليل الإعلامي أضحى حقيقة وواقعا تعاني منه المجتمعات

على اختلاف درجات وعيها وظروفها، إذ يشير مدير شبكة أخلاقيات الصحافة البريطانية توم لاو 'Tom Law' إلى أنه وبالرغم من أن الصحفي مقيد بإطار قانوني/تشريعي، وإطار قيمي؛ يتمثل في ضرورة تحري الدقة، الموضوعية، النزاهة إلا أن الجمهور لا بد له عند الاطلاع على المحتويات الإعلامية طرح أسئلة ضرورية من قبيل، ما هي دوافع وظروف المرسل؟ ما علاقة الخبر باهتمامات المحررين والمؤسسات الإعلامية؟ من المتضرر والمستفيد من عرض المحتوى الإعلامي؟ (Reshaping European dialogue, 2017,p01) في إشارة منه إلى عدم الثقة والتشكيك فيما تقدمه الوسائل الإعلامية من محتويات وإن كانت تخضع ظاهريا للرقابة القانونية والأخلاقية؛ في حين لا يزال الكثير؛ خاصة في الوطن العربي، يعتقد في موضوعية وسائل الاعلام وحيادها فيما تطرحه من موضوعات وما تثيره من نقاشات، ففي دراسة استقصائية أجريت في عام 2013 شملت 10 آلاف مشارك عربي، أشارت نتائجها إلى أن التلفزيون من أكثر مصادر المعلومات مصداقية (الأسد، دت، ص118)

ماذا يعني التضليل الإعلامي؟

يُعتبر مصطلح التضليل الإعلامي من المصطلحات الحديثة نسبيا في الأدبيات الغربية، أما من ناحية الممارسة فهو قديم قدم الإعلام نفسه، حيث يقول صاحب كتاب قاموس التضليل الإعلامي فرانسوا جيري: "إن التضليل الإعلامي قديم قدم الإعلام، فالمرادغة والخداع تُمس العلاقات الاجتماعية والدولية... وجميع رؤساء الدول؛ وأصحاب المصالح السياسية والاقتصادية، يعملون على تعزيز سلطتهم عبر قدرتهم على ضمّ المعلومات الجيدة لرصيدهم واستخدام التضليل الإعلامي بكل أشكاله، ضد أعدائهم وخصومهم، بل وأحيانا أصدقائهم" (مكاوي، 1997، ص28).

استخدم المصطلح أول مرة في القاموس الروسي 'dizinformaisai' سنة 1949، بمعنى الإيقاع في الخطأ من خلال استعمال معلومات كاذبة، ونقل إلى المعاجم الإنجليزية في الستينات، للإشارة إلى التسريب المقصود للمعلومات المُضَلِّلة، واستخدم المصطلح في فرنسا سنة 1974 بمعنى النية المبيتة لتغليب الرأي العام، وإبقاءه على جهل تام أو عدم تنويره بالقدر الكافي.

وتستهدف عمليات التضليل؛ زعزت انتماء الفرد والتشكيك في معتقداته وقيمه، ويعتبر أداة؛ وألية، توظف في ممارسة السياسة الخارجية، وشكل من أشكال العدوان، ونشاطا سيكولوجيا يصنف على أنه حرب الكلام، المفاهيم والأفكار، وتعتبر ممارسة التضليل، احد المرتكزات الأساسية للاستراتيجية السياسية الشاملة (شميط، 2005، ص124).

ويمكن القول بأن التضليل الإعلامي؛ عملية يتم من خلالها توظيف وسائل الإعلام تقنيا وتحريريا، من أجل تغليب الرأي العام وعدم تنويره، بإخفاء حقائق مهمة أو تحريفها، فمقولة وسائل الإعلام مرآة*** تعكس الأحداث والوقائع التي راجت في أدبيات الإعلام قديما، يمكن أن نستبدلها اليوم بمقولة المرأة

المكسرة التي تعكس واقع مشوه للأحداث، بفعل الضغط المتزايد للقوى الناعمة (المصالح، النفوذ) والحديدية (القوانين والتشريعات)، وطالما هناك نشاط إعلامي، فإن عمليات التضليل في أساليب نقل الخبر وتداوله، تصبح جزءاً من هذا النشاط بطبيعة الحال، في ظل تزايد وتيرة الحراك السياسي والاجتماعي في الآونة الأخيرة بالمنطقة العربية، وتنامي الدور الذي يؤديه الإعلام في تحديد مسارات الصراع، وترجيح الكفة لصالح القوى المتصارعة، على اعتبار أن مؤسسات الإعلام نظم اجتماعية تتفاعل مع البيئة الاجتماعية ونظمها المختلفة؛ وليس غريباً أن تتفاعل هذه الوسائل الإعلامية مع القوى السياسية والاقتصادية، فتخدم بعض المتنافسين في صراع القوة والمصالح، وتؤدي آخرين. (السعودي، 2004، ص47) ويرى بورديو أن ما تنتجه من مضامين، لا يعكس إطلاقاً ما يحدث في الواقع، بل يمثل صورة بعيدة عن الموضوعية، تعكس رؤية لعالم؛ غير محايد، وتشوبها أهداف سياسية واقتصادية وأخرى ثقافية، تتبناها عادة وسائل الإعلام الليبرالية، والتي يعتبرها أدوات للضبط والتحكم السياسي الاجتماعي، تساهم في إنتاج فضاء رمزي وأطلق عليها؛ أدوات العنف الرمزي، الذي تمارسه الطبقات المهيمنة والاحتكارية. (Morley, 1992, p74)

إن الحديث عن التضليل الإعلامي، يندرج ضمن إطار الرؤية النقدية لأدوار مؤسسات الإعلام ووسائل الاتصال في ظل فقدانها للاستقلالية والموضوعية؛ ولو أن نتحدث عن الموضوعية الإعلامية يعد وهماً وحياًداً حلماً، بسبب نسيج العلاقات الذي يربط الملاك والإعلاميين بمراكز صناعة القرار السياسي والاقتصادي والعسكري، من أجل التلاعب بالرأي العام وتوجيهه نحو الوجهة التي يريدون. (بومعيزة، 2004، ص2) فلا يوجد بلد في العالم اليوم لا يحاول التأثير على المعلومات، ويتنظر إليها على أنها أداة من أدوات السلطة وسيلة لتحقيق الغاية، فمن يمتلك المعلومات؛ في الوقت المناسب، يملك عناصر القوة، ويتحكم في العالم المتغير الذي يرتكز وجوده على المعلومات؛ التي تمثل الخطوة الأولى نحو المعرفة. (مكاوي، 1997، ص28) وفي هذا يقول رئيس الكيان الصهيوني شيمون بيريز "المعلومات أقوى من المدافع"، وتغيرات المعادلات التي يقوم عليها النظام العالمي الجديد، فارتبطت القوة بالاتصالات والمعلومات بدلاً من المعدات، (الصارم، 1999، ص12) ويُنتظر؛ للمعلومة على أنها أداة للضبط الاجتماعي، تساهم في تشكيل تصورات الفرد حول ذاته وعن العوالم المحيطة به، ويشهد التاريخ؛ أيضاً، أن الاتصال والإعلام؛ ومنذ عصر النقوش وإلى البث الفضائي؛ يقف وراء كل صراع أو وفاق. (علي، 2001، ص52) ولا يخفى على أحد؛ اليوم، أن المعلومة أضحت صناعة، توفر لها القوى المهيمنة والمحتكرة، الجو المناسب لإنتاجها وترويجها، أو إخفائها، وفق المصالح والمفاسد المترتبة على ذلك، (قيراط، 2001، ص178) وانضمت؛ بذلك، الميديا إلى الترسانة التي تحدد قوة الدولة؛ محلياً وإقليمياً ودولياً، فالحكومات تمارس التضليل من أجل كسب تأييد الرأي العام لسياساتها أو لحجب

مساوئها، ولفرض السيطرة على مواطنيها من خلال مغالطة الرأي العام وإبقائه على جهل بالمشكل؛ أو عدم تنويره بما يكفي حول المسائل الهامة، كما أن المعارضة السياسية في محاولتها للوصول إلى السلطة، تلجأ لنفس الأسلوب للتأثير على المواطنين من أجل نيل قبولهم، ولكن تختلف شدة التضليل وحدته باختلاف الإمكانيات والأساليب المتاحة.

وعلى الرغم من أهمية البحث في القضايا التي تهدف إلى الكشف عن المحتوى الإعلامي وتحليله، والاجابة عن تساؤلات من قبيل، من يتكلم؟ ما هي المواضيع ذات الاهتمام؟ إلا أن أبرز تساؤل يقود إلى كشف الستار عن الإيديولوجيات والأهداف التي تطعم بها المحتويات الإعلامية، تكمن في الإجابة عن التساؤل كيف يقال؟ وفي هذا الإطار؛ يرى روجر فولر أنه: " لا وجود لشيء اسمه التمثيل المحايد للواقع، ذلك أنّ الأحداث والعمليات والأشياء والناس تُقدّم لنا دائماً عبر وسيط... سواء أتم ذلك من خلال الفيلم، أم في اللغة، أم في أيّ وسيط آخر... إنّه دائماً وأبداً عملية بناء، فللوسيط بنيته الخاصة المشبعة بالقيم السائدة، بحيث يخضع التمثيل لعملية تصفية عبر شبكة من الدلالة (فولر، د، ص ص 75،77)

بعض أساليب التضليل الإعلامي:

- عدم تقديم المعلومات والحقائق إلى المتلقي كما هي؛ من خلال إجراء تعديلات في النص أو في الصورة بشكل مدروس ومنهجي، يؤدي إلى رسم صور ذهنية لحقائق محرفة أو متحيزة، فالخبر ارتبط؛ ولا يزال مرتبط، في أذهان الجمهور بالحقيقة والأمر الواقع، ولذلك فقد دأبت النظم الإعلامية على جعل الأخبار مدخلا إلى التلاعب بقناعاتهم واتجاهاتهم وعواطفهم، إذ يقول هلبيرت تشلر في هذا الصدد: " يقوم مديرو أجهزة الإعلام في أمريكا بوضع أسس علمية لتداول الصور والمعلومات، ويشرفون على معالجتها وتتقيحها واحكام السيطرة عليها، تلك الصور والمعلومات تحدد معتقداتنا ومواقفنا، بل وتحدد سلوكنا في النهاية"، (تشلر، 1999، ص 5) وفي كتابه الرأي العام يقر والتر ليبمان 1922 بأن الناس في المجتمعات؛ الحرة، يعيشون معظم حياتهم مصدقين لواقع فرضته وسائل الإعلام، لا علاقة له بالحقيقة، من خلال توظيف شتى المهارات التحريرية الفنية والتقنية لإدخال الأخبار في صلب الصراعات الاقتصادية، الإعلامية؛ الاستعلامية، ويقول؛ في الفصل الأول المعنون بـ THE WORLD OUTSIDE AND THE PICTURES IN OUR HEAD " إنّ عملية جمع الأخبار، نشرها وتفسيرها في الصحافة المكتوبة يمكن أن يؤثر ب كل كبير في تفسير الناس للواقع، وتغيّر أنماط سلوكهم"، ولاشك أن بروز هذه الظاهرة ارتبط بتطور وسائل الاتصال وبتكريس أهميتها في حياة الناس واهتمامهم، فأصبح الخبر واحدا من أبرز المجالات التي يجري استخدامها لأغراض التضليل والحرب النفسية بغية الترويج لسياسات ومصالح وأهداف مختلفة ومتباينة (LIPPMANN, 1921,p23).

- التضليل بتكرار الفكرة؛ والضخ المتواصل والإغراق بالأخبار، حول قضية معينة صحيحة كانت أم خاطئة؛ لكنها تخدم مصالح فئة ما، حتى تستقر في وعي الجمهور، إذا يقول نابوليون: " لا يوجد إلا شكل واحد جاد من البلاغة؛ وهو التكرار"، (فرح، 2014، ص46) بالإضافة إلى أن عملية إقناع المتلقي؛ غالباً، لا تتأتى في المرة الأولى التي يتلقى فيها الرسالة الإعلامية أو المحتوى الاتصالي، فالتكرار يضمن أمرين؛ ديمومة الأثر وانتشاره. (العبد الله، 2006، ص17)

- التضليل بالحوار المشوه الذي يتم فيه التغيب الكلي والمتمعد للقضية الجوهرية، أو من خلال استضافة شخصيات ضعيفة المستوى من الناحية اللغوية والفكرية؛ وحتى الأخلاقية لتمثيل قضية ذات أهمية وتلقى اهتماماً ورغبة لدى الجمهور، بهدف إسقاطها وتشويهها، وإعراض الجمهور عن متابعتها. التضليل بالاعتماد على فن الكاريكاتير، الذي يتعامل معه الناس باعتباره طرفة وتسلية، بينما هو رأي وموقف ورسالة مؤثرة، تجمع بين خصائص الكلمة والصورة، ويمكن أن نوجز هاهنا، ونقول الكاريكاتور يخافه المستبدون، ويوظفه المتلاعبون.

- التضليل بالقراءة المخادعة للإحصائيات واستطلاعات الرأي؛ تحت الطلب، إذ يمكن التلاعب بالرأي العام وتضليله من خلال سير الآراء، وهذا عن طريق طبيعة الأسئلة التي تطرح وطريقة اختيار العينة، وتزداد أهمية استطلاعات الرأي في الحملات الدعائية السياسية والتسويقية، ليتم التلاعب بطريقة عرضها وتفسيرها، بالكلمات أو بالرسوم البيانية، نضرب مثالا هنا بأحداث تيقنتورين، وسائل الإعلام العالمية في نشراتها الإخبارية وجهت تركيزها نحو إظهار حقيقة مقتل 6 رهائن للدلالة غير المباشرة على فشل العملية، في حين أن العملية أسفرت عن انقاذ 185 رهينة.

- تسريب المعلومات؛ حيث يصعب اليوم التأكد من المصادر التي نستقي منها الأخبار والمعلومات، فأغلبية ما نسمعه من أخبار خاصة في أوقات الأزمات والصراعات لا يُصرح عن هوية مصدرها، ويكتفي القائمون على المؤسسات الإعلامية بإرداف؛ عبارات من قبيل، هذه المعلومات صرح بها مصدر مطلع، مقرب، لم يكشف عن نفسه، لم يتسنى لنا التأكد من مصدره، وغيرها من المصطلحات، في حين أن هذه الوسائل ملزمة مهنيا وأخلاقية بالتحري الدقيق عن مصادر المعلومات قبل نشرها للجمهور.

التحضير المسبق وصنع الحدث الإعلامي، وهو من أخطر الأساليب الإعلامية في توجيه أفكار المتلقين، فمن خلاله يتم التمهيد لتمرير سياسات معينة، نظرا للتوافق المصطنع بين الحدث ووقت وقوعه، مما يزيد من درجة التأثير على الرأي العام، ونضرب مثالا هنا بسيناريو اغتيال الرئيس رولاند ريغن مساء يوم الاثنين 30 مارس 1981 في توقيت ذروة المشاهدة، ليظهر بعدها الرئيس ويلقي خطابا بث على القنوات التلفزيونية الثلاث الأكثر متابعة من المواطن الأمريكي، ليؤكد على عزمه الاستمرار في سياساته

المتعلقة بالحد من الانفاق الاجتماعي وذلك بعد التراجع الكبير في شعبيته بسبب سياساته المعلنة، فتعاطفت معه قطاعات واسعة من المجتمع الأمريكي. (لعياضي، 2001، ص7)

- توظيف اللغة؛ فاللغة في الوجود أداة مطلقة، ولكنها في الإعلام وظيفة مُتحكّم فيها، ويتجلى ذلك في السلطة التي تمارسها على المتلقي، فتجعله يدرك الأشياء بالطريقة التي تحدد له، سواء كانت حقيقية أم مُضَلّلة، فوسائل الإعلام تنقل لنا الأحداث والظواهر والواقع الرمزي، الذي لا يتطابق في كثير من الأحيان مع الواقع الفعلي، نظرا لاعتبارات مرتبطة بالخلفية الإيديولوجية لرجال الإعلام، وانعكاساتها على طريقة الصياغة والكلمات التي توظف للتعبير عن الواقع، (خشة، 2013، ص42، 41) فيوصف العدوان ويعبر عنه بالدفاع عن النفس، والانهازم بالتراجع التكتيكي، وصياغات أخرى تستسخ من سياقاتها الأصلية والقيمية، وتعطى لها مدلولات تتماشى وأهداف المُضليل، من قبيل الأم العازية، مشروبات روحية، فوائد، نيران صديقة... فاللغة الإعلامية ليست مجرد تراكيب وعبارات بلاغية، فالممارسات الإعلامية في الواقع تؤثر على أفعال وتكوين وتشكيل المعاني الهادفة دعائيا متى أراد المحرر أن يستخدمها لتلوين الأخبار وتوجيهها.

- عرض الرأي أو الفكرة على لسان شخص يشعر الأفراد بالانتماء إليه، وهو من أبرز أساليب التضليل الإعلامي، إذ تبدأ الحوارات؛ بالتعبير عن رأي معين يتفق مع آراء الأفراد، من أجل الحصول على ثقة المشاهد أو المستمع أو القارئ، ثم القيام بعملية تمرير الأفكار المراد إيصالها إلى الجمهور، حيث أثبتت الدراسات أن التأثير في الجمهور يزيد كلما كانت المصادر موثوقة، فكلما زادت ثقة الجمهور في المصدر زادت قابلية تبني ما يقوله أو يفعله هذا المصدر. (العبد الله، 2006، ص17)

التمهيش الإعلامي للقضايا والمشكلات الرئيسية التي يعانيتها المجتمع، لصالح قضايا أقل أهمية، وذلك بهدف إخراج القضايا ذات الأولوية من دائرة اهتمامات الجمهور، أو تجزئة القضايا ذات الأهمية وتفقيتها، لتشتيت الرأي العام والهائه، وإيهام الجمهور بأن وسائل الإعلام؛ المسيطر عليها، حرصت على - عرض القضايا ذات الاهتمام والأولوية. (سيد أحمد، 2015، ص25) وهو ما تشير إليه نظرية ترتيب الأولويات، إذ يقوم القائم بالاتصال بترتيب اهتمامات الجمهور وفق ما يتناسب مع توجهاته ويحقق أهداف المؤسسة الإعلامية. (البشر، 2017، ص29)

إن الواقع الإعلامي اليوم؛ يدفعنا لطرح سؤال؛ مُلح، من يحمي المجتمع من ممارسات وسائل الإعلام؟ في ظل اهتمام الدول الغربية بإيجاد قنوات ووسائل للإعلام الموجه، الذي يستهدف جمهور المنطقة العربية يثير تخوفات وتساؤلات مشروعة، حول أسباب هذا الاهتمام المتزايد، فما يحدث اليوم من انتشار واسع للإعلام الغربي الناطق باللسان العربي، يشبه إلى حد بعيد إنشاء الإذاعات الغربية التي كانت موجهة لشرق أوروبا منذ سنة 1956 وساهمت بشكل كبير في قيام ثورات ضد الحكومات، تتماشى

وأهداف الدول المنشئة لهذه الإذاعات، ويهدف الإعلام الموجه إلى السيطرة على الرأي العام العربي وتوجيهه، بحيث يكون أكثر إيجابية تجاه المشاريع السياسية، الثقافية والاجتماعية التي تدعمها الدول الممولة لهاته المؤسسات، معتمدين في هذا منهج التضليل الإعلامي، يقابله تخطي الإعلام في الوطن العربي؛ في عمومها، عن أدواره المفترضة ليمارس اصطفافا إيديولوجيا، سياسيا، وانسيافا غير مبرر أخلاقيا ومهنيا وراء المخططات والأطماع الفردية والجماعية، المحلية والدولية، لذا وجب التسلح بالمعرفة التي يمكن لها إلى حد بعيد أن تحصن الأفراد وتقيهم مخاطر التضليل الإعلامي، من خلال محاولة تمكينهم من فهم آليات عملها، وطبيعة العلاقة التي تربطها بالنظم السياسية والاقتصادية، المؤثرة في مخرجات الوسائل الإعلامية ووظائفها بالنسبة للفرد والمجتمع.

التربية الإعلامية كآلية لمواجهة التضليل الإعلامي؟

يُعرف المركز الثقافي العالمي التربية الإعلامية على أنها: "القدرة على تفسير وبناء المعنى الشخصي للرسائل الإعلامية، والمقدرة على الاختيار وتوجيه الأسئلة، والوعي بما يجري حول الفرد بدلا من أن يكون سلبيا ومعرضا للاختراق (التضليل) ويؤكد المركز على أن التربية الإعلامية أضحت أمرا ضروريا لا غنى عنه، ولا بد للجهات الرسمية وغير الرسمية العمل على تفعيل ألياتها. (الحمداني، 2015، ص96) وهنا؛ يجب أن نوضح للقارئ أمرا مهما، وهو أن التربية الإعلامية؛ عانت ولا تزال، من الخلط بينها وبين مفهوم الإعلام التربوي والتربية على وسائل الاعلام، وغيرها من المفاهيم ذات الصلة؛ محو الأمية الاعلامية والرقمية، بالإضافة إلى هذا، فمفهوم التربية الإعلامية ارتبط بالسباقات التاريخية، التكنولوجية والحضارية التي حددت أدوار وسائل الإعلام بالنسبة للفرد والمجتمع، يمكن أن نجعلها في النقاط التالية:

المرحلة الأولى: ظهر مفهوم التربية الإعلامية في العالم في أواخر ستينات القرن الماضي، حيث ركز الخبراء على إمكانية استخدام أدوات الاتصال ووسائل الإعلام لتحقيق منافع تربوية ملموسة؛ أي اعتبارها "وسيلة تعليمية"، وتعتبر كندا السباقة في هذا المجال حيث أدرجت مادة التربية الميديا تيكية ضمن مقررات التعليم سنة 1960، لما لها من مميزات كوسائل تعليمية، وأنشأت مخابر لإنتاج حصص وبرامج تكون قريبة من الطفل ومثيرة له. (Hobbs and Jensen, 2009, p01)

المرحلة الثانية: بحلول السبعينات الميلادية بدأ النظر إلى التربية الإعلامية على أنها تعليم الفرد وتزويده بمعارف حول الإعلام، وانصب التركيز على كشف الرسائل المزيفة، والقيم غير الملائمة؛ تزامنا مع بروز باحثين ينتمون إلى المدرسة النقدية ورواد الدراسات الثقافية في بريطانيا، وتشجيع الطلاب على رفضها وتجاوزها، بمعنى آخر مشروع دفاعي/حمائي 'protectionist' يتمثل هدفه في حماية الأطفال والشباب من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام، وما عزز هذا التوجه تبلور نظرية الغرس الثقافي بعد

الدراسات التي أجرتها لجنة مختصة معينة من قبل الكونغرس الأمريكي لدراسة ظاهرة تفشي العنف في الوسط الأمريكي.

المرحلة الثالثة: في السنوات الأخيرة تطور مفهوم التربية الإعلامية بحيث لم يعد مشروع دفاع فحسب، بل مشروع تمكين 'empowerment' أيضا يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية واكتساب المهارات الاتصالية، (صالح، 2005، ص42) لاستخدام مزامينها وإدارة أدواتها الحديثة، في ظل تحول المجتمعات الاستهلاكية الصناعية، إلى مجتمعات استهلاك المعلومات وإدارة التكنولوجيا. (Oxstrand,2009.p06)

وعلى الرغم من جدة وحدانية هذا الحقل البحثي، إلا أنه تعددت المقاربات النظرية والتطبيقية، التي تصدرت بالدراسة لموضوع التربية الإعلامية، بدأ بالمقاربة السيميولوجية والجمالية؛ التي تُركز على دراسة المحتوى الاتصالي من حيث اللغة؛ أشكال الخطاب؛ الرموز والصورة، (Fedorov, 2011,p74) ثم المقاربة الأخلاقية والسوسيوسياسية، التي ركز المهتمون بها والداعمون لها على مسألة القيم، التي تروج من خلال الرسائل الإعلامية، والتبنيه إلى التأثير الذي تمارسه مختلف وسائل الإعلام على القيم السائدة، كالبحث في كيفية غرس الأشهار لمفهوم السعادة وقيم النجاح، وكذا البحث في القيم التي تتضمنها البرامج التلفزيونية والألعاب الإلكترونية، والتي تتضمن حلولاً للمشاكل التي يعاني منها الفرد والمجتمع، أما المقاربة السوسيوثقافية والاقتصادية فتركيز على ضرورة فهم التاريخ الثقافي والاجتماعي لتطور وسائل وتكنولوجيا الإعلام، والبنية الاقتصادية (المؤسسية) لهذه الوسائل ودورها في تنمية المجتمع وأدائها ضمن الاقتصاد العام، والعلاقة التي تربطها وتفرضها على إنتاج المحتوى الإعلامي، وأخيراً مقارنة استخدامات المتلقي؛ تهتم بدراسات أنماط وعادات استخدام الأطفال لوسائل الإعلام وإملاكها، من أجل تطوير الممارسات المعرفية في كيفية استخدام الوسائل الإعلامية وتطويرها (بوخنوفة، 2005، ص80)

إذا فالتربية الإعلامية مشروع تربوي/ثقافي يهدف إلى تكوين الأفراد، (حسن منصور، 2014، ص261) وتزويدهم بالمهارات الضرورية وتعليمهم كيفية تحليل وتفكيك الرسائل الإعلامية؛ اللغة، الرموز، الأساليب، وطرح الأسئلة حول المحتوى، خاصة ما تعلق بموضوعية ومصداقية مصادر المعلومات، لفهم الخطاب الإعلامي والمساهمة في توجيهه. (Thoman and Jolls, 2005,p09)

تهدف التربية الإعلامية إلى تنمية الفرد وتمكينه من:

- القدرة على الوصول إلى المعلومة من مصادر متنوعة، حتى يتسنى للفرد المقارنة بينها، فالحقيقة ليست مفهوماً ثابتاً؛ كما يقال الحقيقة لها عدة أوجه، وتنمية مهارات حسن الاختيار، واتخاذ قرار التعرض الانتقائي للمضمون الإعلامي الذي يناسب الفرد، ومن ثم الوسيلة الإعلامية التي يتابعها ويتفاعل معها.

- القدرة على تحليل الرسائل الإعلامية، وتلقين الأفراد المبادئ الرئيسية للتفسير والانتقاد، مما يساهم في بناء الوعي الإعلامي وثقافة اتصالية لدى الإنسان، ويساعد على تجنب التضليل الإعلامي، وتقييم الرسائل الإعلامية الصريحة والضمنية، من خلال طرح أسئلة لماذا تتكرر القوالب النمطية؟ كيف يتم اتخاذ قرارات النشر ولماذا؟ ما علاقة المضمون الإعلامي بتوجهات المؤسسة؟ من المتضرر والمستفيد؟ الكشف عن الممارسات الإعلامية غير الأخلاقية وغير لمهنية؛ كالتضليل، نشر الأكاذيب والدعاية، والتعرف على الأجندات والأهداف التي يسعى القائمون على المؤسسات الإعلامية إلى تحقيقها؛ المعلنة وخاصة الضمنية.

- تحديد، تجنب أو مواجهة محتوى وسائل الإعلام والخدمات التي قد تكون غير مرغوب فيها والمسيسة لقيم الفرد ومعتقداته. (McGonagle, 2011, p09)

- مساعدة الأفراد؛ خاصة الشباب، على إمتلاك المهارات اللازمة والضرورية، لتمكينهم من الانخراط بشكل ايجابي مع بيئتهم الإعلامية الجديدة؛ والمعقدة بشكل متزايد، (Koltay, 2011, pp211-221) من خلال دفعهم لإنتاج محتويات ذو قيمة وفائدة، تجنبهم الانسياق وراء الممارسات غير أخلاقية والمسائلة القانونية. (Christine, 2002, p01) على اعتبار أن التربية الإعلامية آلية لرفع معايير الذوق والجودة، والحفاظ على الهوية وتعزيز قيم المواطنة.

ويمكن أن نجمل ونقول؛ أن التربية الإعلامية تساهم في تزويد الأفراد برأس مال معرفي وسلوكي يُمكنهم من التعامل الواعي مع وسائل الإعلام والاتصال التقليدية منها والحديثة بمضامينها المحلية والوافدة، حتى نسهل عليهم اتخاذهم للقرارات، تبني الأفكار وخلق التوجهات، فتأثير التضليل الذي تمارسه وسائل الإعلام بمصادره المتنوعة وأشكاله المتعددة، يبقى نسبيا بحسب ظروف وكفاءة المتلقي، واستعداداته النفسية والفكرية وقدرته على التعامل النقدي للمضامين، وكذا درجة جذب وانبهار المتلقي بالوسائل الإعلامية والوسائط الاتصالية.

وفي الأخير وجب على الجهات الرسمية والأهلية السعي الجدي لوضع خطط واستراتيجيات وتصورات استشرافية للاستفادة من وسائل إعلام واتصال القرن الواحد والعشرين، والعمل على احتوائها_ لا نعني الوسيلة بل الممارسات_ للاستفادة مما تتوفر عليه من مميزات وخصائص تساعد على تنمية الفرد وتخدم المجتمع، من خلال:

- إعداد مقررات دراسية موجهة للمدارس والجامعات، تهدف إلى التوعية بكيفية التعامل مع مختلف الوسائل الإعلامية، في ظل المحيط الاجتماعي المشبع بتكنولوجيات الإعلام والاتصال؛ وفي هذا الخصوص أيضا، ترى جوانا كاني 'Joanna Canny' أن من أبرز ما يقوض سلطة وسائل الإعلام، تعليم الأفراد وتمكينهم من فهم طبيعة العلاقة التي تربط مؤسسات الإعلام بالنظم الاجتماعية، وأصحاب

المصالح، وتأثير البيئة الاتصالية على شكل ونوع الرسائل الإعلامية، وعن تجربتها تقول: "إن الأطفال كانوا جد متحمسين للدورات التكوينية المتعلقة بموضوع التربية الإعلامية، حيث أتاحت لهم فرص لفهم كيفية بناء الوسائل الإعلامية لمضامينها وفق أجنداتها وأهدافها، وأن مضامين الدورات المقدمة لها قابلية أكبر للترسخ في أذهان الطلبة، بفعل تطبيق المعرفة المحصل عليها يوميا على مواد إعلامية نتيجة التعرض اليومي لمختلف وسائل الإعلام.

توجيه اهتمام الباحثين في مجال التربية والإعلام وتشجيعهم لوضع برامج ومخططات تساهم في بلورت مفهوم التربية الإعلامية بشقها الأداتي، الفكري والعلائقي حتى يمكن الفرد من اكتساب ثقافة اتصالية تساعدهم على التعامل مع التكنولوجيات والمستحدثات لتحسينهم قيميا، فكريا وسلوكيا، وعدم الوقوع ضحية للممارسات الإعلامية المشبوهة، والتي تنتج الوعي المُعَلَب، حيث يؤكد الباحث ديفيد كونسيدابين أننا في عصر تتميز الوسائل الإعلامية بعدم الموضوعية وقلة الحياء والمصادقية، نحتاج فيه الى خلق المواطن والمتلقي الذي يمتلك قدرة على تمحيص مصادقية وأصالة المعلومات التي تصل اليه من كل أشكال الميديا". (Canny, 2015, p47)

خاتمة:

إن مشروع التربية الإعلامية لا يُمكنُ الأفراد من فهم طبيعة وسائل الإعلام وممارساته، لمقاومة التضليل الإعلامي فقط، بل يُركّز على تطوير المهارات التي تساهم في خلق مواطنين مستترين ومحصنين، ولجعلهم أكثر تفاعلا ومهارة مع الحياة الاجتماعية، من خلال استخدام الوسائل الإعلامية والمضامين الاتصالية بطرق بناءة، ومحو الأمية الرقمية وتزويد الأفراد بالثقافة الاتصالية اللازمة.

قائمة المراجع:

أولا - المراجع باللغة العربية:

- إبراهيم، عثمان. (2008). النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، دط، عمان: دار الشروق.
- الأسد، صالح الأسد. (د سنة). الإعلام الإخباري العربي والتحويلات السياسية اليمينية لعام 2011؛ قناتي الجزيرة والعربية أنموذجا، مجلة التواصلية، العدد 08، الجزائر.
- أمين سعيد، عبد الغني. (2008). وسائل الإعلام الجديد والموجة الرقمية الثانية، دط، القاهرة: ايتراك للنشر والتوزيع.
- بن روان، بقاسم. (2010). وسائل الإعلام والمجتمع، دط، الجزائر: دار الخلدونية.
- بن سعود البشر، محمد. (2017). ايدولوجيا الإعلام، ط2، الرياض: مكتبة الملك فهد.
- بوخوافة، عبد الوهاب. (2005). الطفل العربي والتربية على التعامل مع وسائل الإعلام السمعية البصرية، الدور الغائب للمدرسة، مجلة الإذاعات العربية، العدد 2، تونس.

- بورديو. (2004). التلفزيون وأليات التلاعب بالعقول، تر درويش الحلوجي، ط1، دمشق: دار كنعان للنشر والخدمات الإعلامية.
- بومعيزة، السعيد. (2004). التضليل الإعلامي وأقول السلطة الرابعة، المجلة الجزائرية للاتصال، عدد 18، الجزائر .
- بومعيزة، السعيد. (2007). أثر وسائل الإعلام على قيم وسلوكيات الشباب، دكتوراه، جامعة الجزائر3.
- تشر، هلبرت. (1999). المتلاعبون بالعقول، تر عبد السلام رضوان، دط، د بلد: عالم المعرفة.
- حسن محمد، أحمد جمال. (2015). التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية؛ نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، ماجستير، جامعة المنيا، مصر.
- حسن منصور، حسن محمد. (2014). تنمية مهارات النقد والانتاج للرسائل الاتصالية لدى الجمهور، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد11، السعودية.
- الحسين الحمداني، بشرى. (2015). التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، ط1، عمان: دار وائل للنشر .
- حمدان، محمد. (2010). الحرب الناعمة، دط، بيروت: دار الولاء.
- حموش، عبد الرزاق. (2013). العلاقات العربية-الأمريكية في وسائل الإعلام؛ خلال مرحلة الثورات العربية الأخيرة، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد11، الجزائر .
- خشة، أحسن. (2013). الصياغة اللغوية والتضليل الإعلامي، مجلة التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد36، دبلد.
- خضر صالح، سامية. (2005). أهمية التربية الميديا تيكنية في زمن تعدد وسائل الإعلام، مجلة الإذاعات العربية، العدد2، تونس.
- روث أنجلس وأخرون. (1990). التلفزيون والطفل، تر أديب خضور، ط1، دمشق: د ناشر .
- سلمان، عبد الباسط. (2005). عولمة القنوات الفضائية، ط1، القاهرة: الدار الثقافية للنشر .
- سيد أحمد، محمد. (2015). الإعلام وتحريف العقل الجمعي في مرحلة التحول الديمقراطي، ط1، الجيزة، أطلس للنشر والتوزيع.
- شमित، وليد. (2005). إمبراطورية المحافظين الجدد؛ التضليل الإعلامي وحرب العراق، ط1، بيروت: دار الساقى.
- الشميمري، فهد بن عبدالرحمن. (2010). التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام، دط، الرياض: د دار نشر .
- الصارم، سمير. (1999). التجسس الاقتصادي، ط1، دمشق: دار الفكر ..

- العبد الله، مي.(2006). الدعاية وأساليب الإقناع، ط1، دبلد: دار النهضة العربية.
- عدلي العبد، عاطف. وسامى حسين، ريهام.(2004). نظريات الاتصال والرأي العام، مجلة الفن الإذاعي، العدد 176، مصر.
- عزام أبو الحمام.(10/11/2015). المقاربة القيمية في نظريات اتصال غربية وعربية؛ مدخل الاستخدامات والإشباعات ونظرية الحتمية القيمية، المؤتمر العلمي الدولي الثالث؛ الإعلام القيمي بين التنظير والطرح الإمبريقي، جامعة عبد الحميد بن باديس، الجزائر.
- عزام أبو الحمام.(2011). تأثيرات العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية على حافة الانترنت من وجهة نظر المحررين، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، دبلد نشر.
- علي، نبيل.(2001). الثقافة العربية وعصر المعلومات؛ رؤية نقدية، دط، الكويت: دار المعرفة.
- فرح، محمد علي.(2014). صناعة الواقع الاعلام وضبط المجتمع، ط1، بيروت: مركز نماء للبحوث والدراسات.
- فولر، روجر.(د سنة). وسائل الإعلام وإعادة انتاج السلطة، تر محمد خطابي، علامات، العدد 24، د بلد.
- قيراط، محمد.(2001). الاعلام والمجتمع الرهانات والتحديات، ط1، دبلد: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- لعياضي، نصر الدين.(2001). كيف نحمي وسائل الاتصال الجماهيري؟ ومن يحمي المجتمع منها، مجلة الإذاعات العربية، العدد1، تونس.
- محمد السمودي، نشوان.(2004). الإعلام والحرب؛ الحرية في مواجهة السيطرة، مجلة اتحاذ الإذاعات العربية، العدد01، تونس.
- مكاوي، حسن عماد.(1997). تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط1، مصر: الدار المصرية اللبنانية.
- نعمان الهيتي، هادي.(1998). الاتصال الجماهيري؛ المنظور الجديد الموسوعة الصغيرة، دط، بغداد: دار الشؤون الثقافية العامة.

ثانيا - المراجع باللغة الأجنبية:

- Alexander, Fedorov.(2011). MODERN MEDIA EDUCATION MODELS, Acta didactica napocensia, vol04.
- Barbro, Oxstrand.(2009). Media Literacy education, a discussion about Media education in the Western countries, Europe and Sweden, Paper presented at the Nordmedia 09 conference in Karlstad University, Sweden.
- Bruce, Christine.(2002). Information Literacy as a Catalyst for Educational Change ; a Background Paper ,university of arizona.

- Elizabeth, Thoman and Tessa, Jolls.(2005). Literacy for the 21st Century ; An Overview & Orientation Guide To Media Literacy Education, Center for Media Literacy, MediaLit Kit.
- Joanna, Canny.(2015). Mass Media Education in the Classroom: Preparing Young Learners to Live in a Mass Media-Saturated World, Master degree, Teaching and Learning, University of Toronto, Canada.
- LIPPMANN, WALTER.(1921).PUBLIC OPINION.
- Morley, David.(1992). Television, Audiences and Cultural Studies, 1st edition, London, Routledge.
- Renee, Hobbs. and Amy, Jensen.(2015). The Past, Present, and Future of Media Literacy Education, Journal of Media Literacy Education.
- Reshaping European dialogue .(2017). Media literacy in the post-truth era- surviving in a world of fake news and misinformation, Brussels.
- Tarlach, McGonagle .(2011). Media Literacy: No Longer the Shrinking Violet of European Audiovisual Media Regulation?, European Audiovisual Observatory, Strasbourg, France.
- Tibor, koltay.(2011). The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy, SAGE Publications, Media Culture & Society, Vol 33, No2.