69

التربية الإعلامية

لا يستطيع التعليم أن يحدد للمتعلم مسبقا كل ما سيقرأه أو يشاهده في حياته. لكنه يستطيع أن يمنحه أدوات لفهم الرسائل الإعلامية وتقويمها والمشاركة فيها بمسؤولية. وهذه هي القيمة التي تجعل التربية الإعلامية ضرورة في بيئة يتداخل فيها الخبر والرأي والإعلان والترفيه.

ولا تعني التربية الإعلامية رفض كل رسالة خارجية، أو الشك في كل ما ينشر؛ بل تعني أن نسأل: من أنتج الرسالة؟ ولمن وجهت؟ وما الأدلة التي تقدمها؟ وما الذي أبرزته أو أغفلته؟ وكيف يؤثر أسلوب عرضها في فهمنا؟ فهذه الأسئلة تنقل المتلقي من الانفعال السريع إلى النظر المتأني.

وتزداد الحاجة إلى ذلك مع سهولة إعادة النشر، والصور والمقاطع التي تنزع من سياقها، والمواد التي يمكن توليدها أو تعديلها رقميا. ولا تكفي مهارة اكتشاف صورة معدلة إذا غاب فهم الغرض من الرسالة أو طريقة الاستدلال بها؛ فقد تكون الصورة حقيقية ويكون التعليق عليها مضللا.

ويستطيع المعلم أن يجعل هذه المهارات جزءا من التعلم اليومي؛ فيقارن الطلاب تغطيات مختلفة للحدث نفسه، ويفصلون بين الوقائع والتفسيرات، ويرجعون إلى المصدر الأصلي، ثم ينتجون مادة تراعي الدقة وحقوق الآخرين. وبهذا تصبح الممارسة أوسع من تحذيرات لا تتبعها خبرة عملية.

ولا يلغي هذا دور الأسرة والمؤسسة في التوجيه والحماية؛ بل يمنحهما أساسا أكثر استدامة. فبناء الفهم يساعد المتعلم على التصرف حين يغيب الموجه، كما يتيح له مناقشة ما يراه وطلب المساعدة بدل إخفائه خوفا من العقاب.

إننا نريد متعلما يتمسك بقيمه ويعتز بوطنه، ويستطيع في الوقت نفسه أن يفهم ويحاور ويفحص الأدلة. وتنجح التربية الإعلامية حين تنمو هذه القدرات في سلوكه اليومي، فلا يكون مجرد مستهلك للرسائل أو ناقل لها، بل مشاركا واعيا في بيئته المعلوماتية.