مجلة الحكمة للدراسات والأبحاث المجلد 04 العدد 06 (20) 2024/11/15
ISSN print/ 2769-1926 ISSN online/ 2769-1934

التربية الإعلامية: ورهانات التحكم السيبري في الاعلام الجديد

الأستاذ عبد الله ثاني قدور*
جامعة وهران 1 أحمد بن بلة، الجزائر
Abdallahtani.kaddour@univ-oran1.dz

تاريخ الارسال: 2024/10/07 تاريخ القبول: 2024/11/09

ملخص:

نتناول في هذه المقالة العلمية أهمية التربية الإعلامية في عصر المعلومات والاتصالات المتسارعة، حيث تبرز التحديات التي تواجه الأفراد في التعامل مع المعلومات المتدفقة من وسائل الإعلام المختلفة . وتبدأ المقالة بالإشارة إلى الثورة المعلوماتية وتأثيرها الكبير على حياة الأفراد، حيث يتعرضون يوميًا لكم هائل من المعلومات والأخبار والإعلانات. وتؤكد أن هذه الوسائل ليست بريئة دائمًا، بل تحمل رسائل قد تؤثر سلبًا على سلوكيات الأفراد، خاصة الأطفال. وتتناول المقالة مفهوم "التربية الإعلامية" كأداة تعليمية تهدف إلى تمكين الأفراد من فهم وتحليل الرسائل الإعلامية. تُعرّف التربية الإعلامية بأنها عملية تعليمية تشمل التعرف على مصادر المحتوى الإعلامي وأهدافه، مما يساعد الأفراد على اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن ما يتلقونه من معلومات. وتُعرف المقالة الإعلام الجديد بأنه مجموعة الممارسات التي أفرزتها الوسائط الرقمية، والتي تتيح تفاعلاً أكبر بين المستخدمين. كما تشير إلى أن هذه الوسائط قد ساهمت في "دمقرطة" إنتاج المعلومات، مما يتيح للأفراد فرصة المشاركة الفعالة في إنتاج المحتوى. وتتناول المقالة أيضًا تأثير الصورة في الإعلام الجديد، حيث أصبحت الصور الرقمية وسيلة رئيسية للتواصل. وتُبرز كيف أن جودة الصور وسرعة انتشارها قد غيرت من طريقة استهلاك الأخبار والمعلومات.

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية، الإعلام الجديد، التحكم السيبري، الوسائط الرقمية، الصورة الرقمية.

مقدمة:

لاشك أنّه في ظلّ ما يشهده العالم من ثورة مستمرّة ومتدفقة عرفت بـ «ثورة المعلومات والاتصالات»، لا يمكن إغلاق الأبواب أمام هذه الرياح الإعلامية والثقافية (العالمية) العاتية، بالنظر لتعدّد المصادر وتنوّع الوسائل القادرة على التواصل والتأثير المباشر وغير المباشر (قيراط،، 2013).. ونشير في ذلك أن الفرد في هذه الأيام يتعرض على مدار الساعة إلى كم هائل من الأخبار والمعلومات والإشهار والدعاية عن طريق

* الأستاذ عبد الله ثاني قدور Abdallahtani.kaddour@univ-oran1.dz

وسائل الاعلام المختلفة. التي أصبحت جزءا لا يتجزأ من حياتنا اليومية مما يعني أن العديد من الأفكار والصور والمعلومات نستقيها من هذه الوسائل، التي تحدد لنا في غالب الأحيان تصرفاتنا وسلوكيتنا، وكيف ننظر إلى الآخر ونتعامل معه. والأخطر في ذلك هو ليس كل ما تقدمه هذه الوسائل الإعلامية بريء وغير مسيس وموجه ((قدور)، 2004). فعلى سبيل المثال تحتوي أفلام الكارتون الموجهة للبراءة على 70% من مشاهد العنف. كما أن صناعة الأخبار والمواد الترفيهية الغربية خاصة الأمريكية منها تقوم على الثالوث المدمر الجنس والعنف والجريمة (قيراط،، 2013). ومن جهة أخرى يجب الإشارة هنا أن أطفالنا ببلوغ السن الثامن عشر يكونوا قضوا أمام شاشة التلفاز وقتا يفوق ذلك الوقت الذي قضوه على مقاعد الدراسة ((قدور) ع.، سيميائية الصورة،، 2008)، ومن هنا بدأت البوادر الأولى لتعامل المجال التربوي مع وسائل الإعلام، عملية تجريبية هدفها حماية المدرسة من وسائل الإعلام .وربما يعود هذا التوجه إلى احتراز إيديولوجي مفاده أن الصورة التي كانت تبثها السينما والتلفزيون منذ خمسينات القرن الماضي ما هي إلا رسائل محدثة بالضرورة لتأثير ما على المتلقّي .ولا يمكن ترك المدرسة فريسة لكل ما تقذف به الصناعات الثقافية والإعلامية الكبرى، ويستدعي هذا الأمر يقظة واحتراز لحماية هذا المستهلك الضعيف من تأثيرات وسائل الإعلام (الزرن، 2012) ولقد كان لبروز نظريات التأثير والجمهور والرأي العام عند دراسة رسائل وسائل الإعلام الأثر الكبير في تبنّي مقولة التربية على وسائل الإعلام أو التربية الاعلامية بوصفها مقولة فكرية أشمل وأنجع تساعدنا على ردم الهوة القائمة بين وسائل الإعلام والمدرسة ((قدور وزكريا)، 2024)

إن اندماج التقنيات وتداخلها وتطورها خلال السنوات الأخيرة، وبروز وسائل الإعلام الجديد أعطى للمواطنين الصحفيين فرصة ذهبية جديدة لإثبات وجودهم، وحماية أنفسهم، وتدعيم ذواتهم من خلال المشاركة بفعالية في معركة الاعلام الجديد الذي أصبح متاح للجميع ((زكرياء،فايزة) عبد الله ثاني زرهوني، 2021)، بل إن آلة التصوير الفوتوغرافي وتصوير مقاطع الفيديو ترافقنا باستمرار ضمن الهواتف النقالة في جيوبنا، وبهذه الطريقة اقتحمت الصور الرقمية بيوت الناس من غير استئذان وأصبحت الوسيلة التي تهدد خصوصياتهم، ما افرز واقعا آخر لم يتعود عليه الجمهور، فبعدما كان يتعامل مع الصور التلفزيونية من جهة واحدة، ظهر شكل جديد من الصور التي ينتجها هو ويتلقاها في نفس الوقت، ويشارك ويتبادل بها مع الآخرين وهو ما يطلق عليه الصورة التشاركية(l'image (partagéالتي يتفاعل بها مستخدمي الانترنت بحيث يتبادلون الصور والملفات، نظرا لسهولة استخدامها من جميع شرائح المجتمع بدءا من المحترفين، والهواة،

والفنانين، الذين يتشاركون انجازاتهم وانتاجاتهم مع الأصدقاء والمحيط العائلي، وهو ما اسماه الباحث دان جيلمور Dan Gillmorبثورة الهواة أو دمقرطة إنتاج المعلومة (cardon، 2011). انطلاقا مما سبق، نجد أن الاعلام الجديد بدأ يحتكر الساحة الإعلامية برمتها، ما يستدعي إعادة النظر في تدارك تأثيراته السلبية واحتوائه من خلال مناعة التربية الاعلامية، وعليه نطرح السؤال الجوهري لهذا البحث:

ما مدى قدرة مناعة التربية الإعلامية في احتواء الإعلام الجديد وردم الهوة القائمة بينه وبين المدرسة من خلال"لحظة التحكم السيبري"« cybériste» ؟ ولدراسة الموضوع بشكل جيد وملم، فإننا ستناول في هذه الدراسة المحاور التالية:

1. الإطار المفاهيمي العام للدراسة.
2. موقع التلفزيون في ظل الإعلام الجديد
3. تعاظم سلطة الصورة وتطبيقاتها في ظل الإعلام الجديد
4. التطبيقات الصورة الرقمية في الاعلام الجديد
5. التربية الإعلامية بين الويب 1.0 والويب 2.0
6. التربية الإعلامية، والهيئات الأوروبية
7. التنظيم الذاتي للجمهور وعملية الخوصصة من خطر وسائل الاعلام
8. نحو إنشاء خطاب بديل

أولا: الإطار المفاهيمي العام للدراسة:

"**عصر السيبري**"« **cybériste**» :عصر cybériste بدأ عصر السيبري حوالي عام 2006، مع الظهور الدولي للشبكات التواصل الاجتماعي. وأصبحت هذه الثقافة أكثر تعقيدا مع انفجار أشكال متباينة من المواد الإعلامية وجنون الاتصالات. وهاجر الشباب بكثافة إلى الشبكات التواصل الاجتماعي، والهروب لأساتذتهم، بزيادة الممارسات التشاركية، ولكن في بعض الأحيان كانت إشكالية بالنسبة لهم ((Olaoyekaddour), 2024)

1. . حيث شكلت فجوة بين الأجيال، مع راديكالية متطرفة أثارت عدة تساؤلات. من أجل إبراز مشروعهم في التربية الإعلامية وثقافة المعلومات التي تعطي "توضيح المعنى" في القرن الحادي والعشرين، ويجب أن يكون لنا رؤية فيما يعرف بـ: "موضوع السيبري" وعلاقته بالمعلومات،

والممارسات الاجتماعية الرسمية وغير الرسمية، من أجل فهم وإدراك طريقة التحكم في المعلومات. هذا هو التحدي الحضاري الذي يفرض نفسه الآن: هو كيفية غرس البعد الإنساني لهذا المنطق السيبري، لتلبية احتياجات العدالة الاجتماعية فيما يتعلق بتبادل المعلومات (Divina Frau-Meigs، 2020).

2. **التربية الإعلامية:** التربية الإعلامية هي اتجاه عالمي جديد، يختص بتعليم أفراد الجمهور مهارة التعامل مع الإعلام، وذلك لأن الإعلام ووسائل الاتصال الحديثة أصبحت هي الموجه الأكبر، والسلطة المؤثرة، على القيم والمعتقدات والتوجهات والممارسات، في مختلف الجوانب، اقتصادياً وثقافياً واجتماعيا (الشميمري، 2010). «إن التعامل مع جميع وسائل الإعلام الاتصالي (كلمات ورسوم وصور ثابتة ومتحركة) التي تقدمها تقنيات المعلومات والاتصال المختلفة»، وتمكين الأفراد من فهم الرسائل الإعلامية، وإنتاجها واختيار الوسائل المناسبة للتعبير عن رسائلهم الخاصة. ويعرفها مؤتمر التربية الإعلامية للشباب (2002م، بأنها «التعرف على مصادر المحتوى الإعلامي وأهدافه السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية والسياق الذي يرد فيه. ويشمل ذلك التحليل النقدي للمواد الإعلامية وإنتاج هذه المواد وتفسير الرسائل الإعلامية والقيم التي تحتويها. ويضيف أن هذا المفهوم يرتبط بالتعليم والتعلم عن الإعلام ووسائله المختلفة وليس مجرد عملية تعليمية عن طريق وسائل الإعلام». ويتطلب تفعيل التربية الإعلامية تعليمًا رسميًا وغير رسمي. وأما مركز الثقافة الإعلامية CML,2003 فيعرفها بأنها «المقدرة على تفسير وبناء المعنى الشخصي من الرسائل الإعلامية، والمقدرة على الاختيار وتوجيه الأسئلة والوعي بما يجري حول الفرد بدلًا من أن يكون سلبيًا ومعرضًا للاختراق». ويعرّفها معهد أسبن Aspen Institute,1993,cited in:Hobbs,2001بأنها المقدرة على الوصول إلى الرسائل الإعلامية، وتحليلها ونقلها بصيغ عديدة ومتنوعة (Kaddour, 2021) والتربية الإعلامية ليست " مشروع دفاع " يهدف إلى الحماية فحسب، بل هي " مشروع تمكين " أيضاً، يهدف إلى إعداد أفراد الجمهور لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم، وحسن الانتقاء والاختيار منها، وتعلم كيفية التعامل معها، والمشاركة فيها، بصورة فعالة ومؤثرة . .لبلورة مفاهيم التربية الإعلامية

ضمن إطار منهجي، يهدف إلى التعامل مع الإعلام، فهماً .. واختياراً . واستهلاكاً .. وإنتاجاً (الشميمري، 2010).

3. **الإعلام الجديد**: يعرف الإعلام الجديد على انه جملة الممارسات الإعلامية التي أفرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة التي تشتغل داخل بيئة تواصلية متغيرة تسهم في تشكيلها تقنيات المعلومات والاتصال، أما كلية شريدان (**Sheridan**) التكنولوجية فتعرفه على انه كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي تفاعلي، وتوجد حالتين تميزان الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد والكيفية التي يتم عن طريقها الوصول إلى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والصوت والفيديو، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي تميزه و هي من أهم سماته (إسماعيل، 2011).
4. **الصورة التلفزيونية**: تمثل الصورة التلفزيونية الصورة التي تصنعها وتقدمها المحطات التلفزيونية إلى الجمهور في شكل جديد بعد تشريحها، وإعادة صياغتها في قالب جديد يخدم أهدافها وسياستها الإعلامية، فالصورة التلفزيونية هي مادة متلفزة قائمة على إغراء المشاهد الذي يتلقى سيلا من المعلومات والصور.
5. **الرقمنة**: تعرف على أنها تطور تكنولوجي ذو تداعيات كبيرة فرضت نمطا مستحدثا لمعالجة ونقل وتخزين المعلومات (صادق، 2008).
6. **التصوير الرقمي**: يمثل التقاط وحفظ الصور في صيغة رقمية، أي على أساس صيغ ملفات يمكن عرضها باستخدام الكمبيوتر، ويمكن أن يتم ذلك بالكاميرا الرقمية، او بإدخال الصور إلى الحاسوب، ويمثل المقابل المتحدث للتصوير الفيلمي الفوتوغرافي.
7. **الصورة الرقمية**: إن الصورة الرقمية تعتبر المنتج الذي تقدمه الكاميرا الرقمية، يتميز بالجودة العالية، والفورية والسهولة في متاحة لجميع شرائح المجتمع.

ثانيا: موقع التلفزيون في ظل الإعلام الجديد

أفرز التلفزيون واقعا جديدا تمثل في انه إعلام بصري بالدرجة الأولى، فمهما تعددت الشهادات الشفوية، فإنها لا تضاهي الصورة الحية للحدث، ففي حرب الفيتنام عكست التغطية التلفزيونية جدلا واسعا في الأوساط الأمريكية إذ اعتبرت الحرب الفيتنامية أول حرب تلفزيونية، حيث استطاع التلفزيون أن يطلع الجمهور الواسع على سلسلة من التقارير التلفزيونية مما أثر بالتالي على قرار الحكومة الأمريكية بالانسحاب من الفيتنام (جورديخ، 2014).

هذا ما أكده الرئيس الأمريكي الأسبق جونسون بقوله: "**إن الصورة المتلفزة المرئية كانت سببا لكي يفقد الأمريكيون حماسهم حول الفيتنام وكي يخسروا الحروب الأخرى**"، وبذلك تأكد لدي القيادات العسكرية الأمريكية منذ حرب فيتنام أن الحرب هي في جانب أساسي منها حرب صورة، وقد تم تفعيل هذا المعنى في حرب الخليج الأولى، الثانية والثالثة، وذلك باللجوء إلى تقنيتين، تمثلت الأولى في حجب الأخبار والاحداث، والثانية في إغراق المشاهد بالصور حتى لا يستطيع معها تبين ما هو جوهري وأساسي أي صرف النظر عن الحقائق الهامة. فاستطاع الإعلام العالمي أن يعطي حرب الخليج الثانية مثلا صورة مشوهة هي أقرب إلى الوهم من الحقيقة، وهو ما أكد عليه مستشار الأمن القومي الأمريكي السابق برجنكسي بضرورة الاستخدام الفعال لأخر تقنيات الاتصال لكي تلعب بالعواطف، وتسيطر على العقل مؤكدا على التلفزيون، وبالتالي الاتجاه نحو استبدال اللغة بالصورة وهي عالمية أكثر من كونها وطنية.

إن الصورة التلفزيونية الراهنة وعلى أهميتها وخطورتها ودرجة تطورها ليست أكثر من مجرد أداة لخدمة فكر معين و ترويجه وتسويقه، بما يقع ضمن إطار أيديولوجية معينة ويسعى إلى خدمة مصالح قوى معينة (الحمد،، 2011). فالحقيقة لا يمكن أن توجد دائما في كل ما تشاهده عبر التلفزيون، لان الواقع المتلفز قد يختلف عن الواقع الملموس حينما تتحول الشاشة الصغيرة إلى أداة للخداع، فقد كانت دهشة مشاهدي القنوات التلفزيونية كبيرة، واستنكارهم اكبر عندما شاهدوا ليلة احتفال السنة الميلادية من عام 1990 على الشاشة الصغيرة جثثا متراصة مغطاة بشراشيف بيضاء في" **تيمشوارا**" في رومانيا والتي قدمت كضحايا استبداد نظام الرئيس **تشاوسيسكو**، ولقد تحولت دهشة المشاهدين إلى سخط ومرارة عندما ادركوا أن ما شاهدوه ليس بالحقيقة، فالجثث التي اكتشفتها عيون الكاميرا هي في حقيقة الأمر هياكل عظمية اجتثت من مقابر الفقراء لأناس ماتوا موتا طبيعيا بقصد المضاربة التلفزيونية بها في صورة الإعلام.

ثالثا: تعاظم سلطة الصورة وتطبيقاتها في ظل الإعلام الجديد

مع تطور جودة أنتج الصور الرقمية، ومع السرعة التي تحققها الكاميرات الرقمية تحول المصورون المحترفون إلى الكاميرات الرقمية، كما تحولت الصحف نفسها إلى هذا النوع من الصور، كما تحول الهواة إلى مصورين محترفين، وهم يرسلون صورا بالملايين كل يوم عبر البريد الالكتروني أو ينشرونها عبر مواقع الانترنت فتوسعت تطبيقات نشر الصورة أكثر مما عهدناه سابقا، ولكن قبل ذلك لابأس من ذكر أهم ميزات التصوير الرقمي وخصائص الصورة الرقمية، وأسباب النمو الكبير في التكنولوجيا الرقميةم (جورديخ، 2014).

- **إيجابيات وسلبيات التصوير الرقمي:**

من بين الميزات الأساسية للتصوير الرقمي نذكر ما يلي:

1. تتميز الكاميرات الرقمية بميزة الاستعراض الفوري للصورة وإمكانية حذف الصور غير المرغوب بها.
2. يتميز التصوير الرقمي بسرعة العمل في معالجة الملف والألوان والطباعة بأدوات أكثر تنوعا.
3. سهولة المعالجة اليدوية، فالصورة الرقمية يمكن تعديلها بشكل أسهل وأسرع من الصورة التقليدية.
4. التصوير الرقمي اقل تكلفة على المدى البعيد، فهو يوفر الكثير بالحصول على الصور مباشرة بخلاف التقليدية التي تضطر صاحبها للانتظار.
5. في الكثير من الكاميرات الرقمية يمكن الاطلاع مباشرة على الصورة التي قام المصور بالتقاطها من خلال شاشة الكاميرا ذاتها، وبالتالي يمكن حذفها.
6. إمكانية تسجيل لقطات فيديو قصيرة بالصوت والصورة.
7. السرعة والدقة وسهولة الاستخدام.
8. إن توصيل الأخبار وتناقلها أصبح في المدة الأخيرة سهلا للغاية مع تدفق التقنية الرقمية، رغم هيمنة المؤسسات الإعلامية العملاقة في الإعلام، حيث يمكن أن تتحقق العملية الاتصالية ولو بشكل بسيط عبر منظومة رقمية غير مكلفة، كما هو الحال مع المواد الفيلمية التي انتشرت بالمواقع الالكترونية كالفيلم الذي صور بكاميرا هاتف محمول والذي يصور الرئيس العراقي صدام حسين في غرفة الإعدام، وهو ما يمكن أن يطلع عليه أي شخص من خلال المواقع الالكترونية كاليوتيوب الذي يظهر المزيد من الأفلام التي تعطي كما كبيرا من المعلومات والحقائق والمسائل التي لا تنشرها

وسائل الإعلام التقليدية، فبواسطة كاميرا رقمية صغيرة للغاية قد تبدو وكأنها تصور ذكريات يمكن ان نحقق ونصور لمحطات فضائية عالمية.

غير انه يعاب على الكاميرا الرقمية حاجتها إلى بطاريات مشحونة على الدوام حتى تعمل مكوناتها الالكترونية (صادق، 2008).

أما عن **خصائص الصورة الرقمية** فيمكن أن نورد ما يلي:

- الصورة الرقمية لا يمكن أن تفقد جودتها البصرية ولا تفاصيلها طالما ظلت محفوظة لم تتعرض وسيلة الحفظ ذاتها إلى أذى.
- الصورة الرقمية يمكن التلاعب بها ولا يمكن الاعتماد عليها كدليل.
- يمكن اعتبار الصورة الرقمية صديقة البيئة كونها لا تستخدم مواد كيميائية.
- زيادة الإحساس بالعمق في الصورة.
- زيادة في المدى الحسي للصورة.
- تدرجات اعلي في اللون.
- إن جمهور يلجؤون إلى كل ما هو مختصر ومفيد ورخيص.

- ويمكن تعليل **النمو الحاصل في التكنولوجيا الرقمية** لعدة أسباب:

- سهولة استخدام الكاميرات الرقمية.
- توافر كميات كبيرة من الكاميرات الرقمية لدرجة أن الهواتف المحمولة أصبحت تحوي مثل هذا النوع من الكاميرات.
- إمكانية عرض الصور على الحاسوب أو الهواتف المحمولة وشاشات التلفزيون.
- أسعار الصور أصبحت مغرية.
- هناك فائض كبير في الطلب على مستوى الأسواق لم يكن ليلبي إلا القدر القليل.
- إن الإمكانيات ودرجات الوضوح و نوعيات الصورة الرقمية في تحسن مستمر وبنقاوة عالية، ولعل هذه الأمور تحتم من زيادة المستخدمين للكاميرا الرقمية.

رابعا: التطبيقات الصورة الرقمية في الاعلام الجديد

يمكن حصر التطبيقات الإعلامية للصورة الرقمية في ثلاثة تطبيقات أساسية هي: **شبكة الواب، الوسائط المتعددة والأجهزة المحمولة.**

1. **الصورة في شبكة الواب:**

تمثل الصورة في شبكة الواب ركنا أساسيا في بنية الشبكة كمعلومة علمية وإعلامية وإعلانية وتعليمية في حد ذاتها، كما تمثل إضافة جمالية وعنصرا بنائيا للموقع كخلفية، أو كأزرار توضح أبواب الموقع، أو كأداة للتصفح ومساعدة زائر الموقع للتنقل من صفحة لأخرى تحمل نفس الصورة ((قدور)، 2004). .

لقد نشأت حول الصور في الويب الكثير من الأدوات والخدمات والمواقع وبرمجيات الحفظ والتوزيع، فموقع **فلكر** أصبح بمثابة ألبوم عالمي لتبادل الصور بين الناس وخلق نوعا ما من المجتمع العالمي الذي لا تحده حدود يسهم في مناسبات مختلفة في نقل صور الهواة إلى آفاق بعيدة للدرجة التي استخدمت فيها آلاف الصور كمواد إعلامية لأحداث كبيرة، مثلما حدث في كارثة **تسونامي في ديسمبر 2004**، ونفس الشيء لمواقع المدونات الشخصية التي تنشر الصور، وقد نشرت أعدادا هائلة من الصور التي التقطها الهواة تعكس مناسبات خاصة وعامة، وتعرض في مجلدات مثل مجلدmy Picture لمايكروسوفت (صادق، 2008).

2. **الصورة في الوسائط المتعددة:**

يتم نشر الصور في الوسائط المتعددة إما في شبكة الانترنت online أو خارج الشبكة offline لعرضها على شاشة الكمبيوتر، أو أي شاشة أخرى، والصورة تلعب دورا أساسيا في الحالتين، فتكون جزءا من مادة صغيرة للوسائط المتعددة ضمن محتويات الموقع، أو يكون الموقع مبنيا بالكامل بصور خاصة تعبر عن موضوع الموقع، وأمثلة هذه البرمجيات برنامج فلاش من شركة ادوبي.

3. **الصورة في الهواتف المتحركة والأجهزة الشبيهة:**

تمثل الصورة بنوعيها المتحركة والثابتة عنصرا أساسيا في تطور استخدام الهواتف المتحركة، وقد ظهرت أصلا في 1997 من طرف PHILIPPE KAHN و قد طوره اليابان تحت اسم SHA-MAIL وتعني PICTURE MAIL و تم تسويقه عام 1999 في اليابان من طرف جي فونJ-phone، ثم في الولايات المتحدة الأمريكية عام 2002 لتنتشر التكنولوجيا إلى سائر الدول، وفي 11جويلية 1997

قام فليب كان بإنجاز أول كاميرا، وصور فيها لحظة ميلاد ابنته بكاميرا في هاتف موتورولا، وتم وقتها بث صورة المولودة الجديدة لتوها في جميع أنحاء العالم ((قدور) ع.، سيميائية الصورة،، 2008)،.

إن كاميرا الهاتف هي واحدة من تطبيقات الإعلام الجوال الذي بدا يتطور سريعا، وعلى الرغم من صغر الصورة التي تلتقطها هذه الكاميرات، إلا أن ملايين الصور تلتقط كل يوم وترسل كذلك بالملايين بين الناس في جميع أنحاء العالم، وبعضها يوثق لأحداث هامة، وبعضها خطير مثلما هو الحال في صورة تعذيب المعتقلين في **سجن ابو غريب**، وهو ما يمثل انعكاسا لنظام الإعلام الجديد، فهي صور يتم التقاطها بوسيلة سهلة الاستعمال ولا تتطلب أية مهارات تصويرية، ومع أنها جاءت بمشكلات لا قبل بها ولا حد لها من اختراق للخصوصية، وتجاوزها للملكية الفكرية، إلا أنها تعد من التكنولوجيات التي حولت الإعلام إلى أيدي الجميع، وخلقت صحافة المواطن، وتداخلت معها تكنولوجيات متطورة في إرسال الصور كالبلوتوث، ما يجعل مسالة التحكم فيها صعبة رغم وجود ضوابط تشريعية لأجل ذلك (صادق، 2008)

خامسا: التربية الإعلامية بين الويب 1.0 والويب 2.0،

إن شروط جدوى اتباع مقاربة شاملة للتربية الإعلامية، كمسار ضم جميع مراحل الحياة داخل المدرسة أو خارج أسوارها، يجب أن تكون مصاغة صياغة مفصلية وبعناية شديدة، من أجل عملية تنفيذ ناجحة. وهي تنطوي على كونها تنتقد الخطاب الرسمي الحالي والسياسات المولدة له: فإن عملية التعليم تهدف في الواقع وينظر إليها اعتبارها فقط كوسيلة لخلق قوة عاملة في "مجتمع المعلومات"، والثورة الصناعية الثالثة، التي تتمحور حول استنباط البيانات ومعالجتها. وأخيرا، فإنها تتطلب أن تأخذ في عين الاعتبار "لحظة التحكم السيبري"« cybériste» ، بمعنى الانتقال من الويب 1.0 إلى الويب 2.0، والذي يتميز بالانتقال من التكنولوجيا المركزية في الحد الأدنى التفاعلي لها (رسائل البريد الإلكتروني والمدونات)، إلى التكنولوجيا اللامركزية واسعة النطاق فائقة السرعة وعالية الجودة، وتقوم بتشجيع المشاركة على أوسع نطاق من خلال(الشبكات التواصل الاجتماعية والهواتف المحمولة)، وبطريقة أن معظم أنشطة العمل والترفيه تمر عبر شبكة الانترنت، ومن ثم يكون لديها التأثير والفائدة خارج هذه الشبكة فيما بعد (Divina Frau-Meigs، 2020)..

وعلى النقيض مع نموذج خدمة العملاء الويب 1.0، حيث المساهمة في خدمة تقديم التطبيقات المغلقة إلى المستهلكين، فإن شركات شبكة الانترنت للويب 2،0 تستخدم هيكل توزيع الشبكات عبر التنسيق جنبا إلى جنب (P2P)[2] مع تقاسم الموارد المشتركة (مثل قرص التخزين أو عرض النطاق الترددي)، لإتاحتها للمستخدمين وفضاءات الخدمة "استعدادها للوسائط" (على منصات مثل الفيسبوك ويوتيوب والحياة الثانية Second Life). هذه التحول التاريخي في البيئة الإعلامية يختلف عن مجال "ما بعد الحداثة" لجان فرانسوا ليوتارد Jean-François Lyotard، لـ: "الروح الجديدة للرأسمالية" التي وصفها لوك بولتانسكي Luc Boltanski وإيف شيابلو Eve Chiapello أو "الحداثة الثانية" لأنتوني جيدنز Anthony Giddens، وفي هذا تتناسب فيما يسجل على مستوى واحد في الثورة الصناعية الثالثة، لمعلومات الشبكات. وفي هذه النقلة النوعية للنموذج، عصر ما بعد الحداثة، إلى عهد التفاعلية اللامركزية واسعة النطاق عالية الجودة في عصر السيبري، حيث يصبح سلوك المستخدم من خلال هذه التفاعلية المطلقة متعاون ومنتج للمعلومات، ويميل إلى التحرك من الثقافة الأبجدية إلى الثقافة البصرية، ومن بساطة الاستهلاك الإعلامي كمتفرج، إلى منتج خدمة إعلامية فائقة. فالاتجاه المستقبلي لهذا التحول في النموذج، هو أمر حاسم للتربية الإعلامية من خلال مسار إنتاج المعنى وممارستها الجماعية (Frau-Meigs، 2011.)

سادسا: التربية الإعلامية، والهيئات الأوروبية

اتخذت في السياق الحالي للاتحاد الأوروبي، سلسلة من التدابير الرامية إلى الامتثال لجدول الأعمال الرقمنة والانخراط في مبادرة (i2010 شركة المعلومات الأوروبية للنمو والعمالة" (2005): وتوجيهية خدمات وسائل الإعلام السمعية البصرية (التلفزيون سابقا بلا حدود)، والذي يشير إلى التربية الإعلامية في الفقرة 37 (2007)؛ ومداخلة للمفوضية الأوروبية بشأن الالتزام بمراقبة السياسات الوطنية (2007)؛ وقرار البرلمان الأوروبي الذي يقرب قضايا التربية الإعلامية من مسائل الولوج الرقمي والاندماج والمشاركة (2008).

[2]C'est quoi le Peer-to-peer (P2P) ?
الند للند (P2P) يعني "على قدم المساواة."وبالفعل، على شبكة الإنترنت، جميع أجهزة الكمبيوتر على قدم المساواة. ويمكن أن ترسل للكل واستقبال البيانات. فمن هناك جاءت فكرة: لكل مستخدم هو أيضا له القدرة على إرسال البيانات، ويمكن أن يوفر للمستخدمين الآخرين على نصائح وملفات
لديه بالفعل. وهذا من شأنه تخفيف على المصدر. وعلى هذا المبدأ الذي يستند على اساس الند للند.(P2P)

وأضافت بعض البلدان، مثل فرنسا، التربية الإعلامية في تدريس التقنيات الجديدة في المعرفة الأساسية والمهارات المكتسبة في المدرسة، حيث هو الركن الرابع من " إتقان التقنيات المعتادة للإعلام والاتصال (TUIC) ((قدور) ع.، 2023). [3]". المرسوم رقم 2006-830 من نوفمبر 2006، مع ذلك، أن هذه المهارات تكتسب "في إطار أنشطة في مختلف التخصصات". وبالتالي نجدها مؤطرة، وأن هذه التربية الإعلامية تبدو كأداة لصالح سياسات رفع القيود: ويبدو أنها تنازل للقوات الليبرالية الجديدة للتغلب على جميع فتوحات رفع القيود (تخفيف الحصص، تصريح وضع المنتج، ودعم أشكال جديدة من الإعلانات، وتشجيع التنظيم الذاتي ...). فإنه يضع مسؤولية التربية الإعلامية على الفرد وتتبرأ السلطات العمومية والخاصة من أي تبعة في ذلك، والتي تميل إلى الاعتماد على الهيئات الوسيطة مثل السلطات التنظيمية لوسائل الإعلام، ومثال على ذلك اوفكوم Ofcom المملكة المتحدة التي أصبحت ذات أهمية، من خلال قانون الاتصالات لعام (Lunt) (1Espace_réservé)

سابعا: التنظيم الذاتي للجمهور وعملية الخوصصة من خطر وسائل الاعلام

إن الأثر السلبي لتنفيذ سياسات التربية الإعلامية، هو أنه يمكن استخدامها لرفع تنظيمات السوق، ولا سيما فيما يتعلق بحماية غير البالغين القصر، والمستهلكين، والمعلومات الشخصية، في كثير من الأحيان الحصول عليها من خلال النقاش العام، بعد التذبذب الإعلامي في فهم المضامين وسلوكيات المحفوفة بالمخاطر. وبالرغم من السماح لوضعية الانتاج (الذي كان يسمى سابقا "الاشهار السري") المكتسب، يصبح مقبولا لتدريس الاشهار. بحيث نرى أن الدفاع عن المستهلك قد انخفض، ويصبح مقبولا لتثقيف ممارسات التسويق. فالتربية لا تتدخل من الأعلى لكن من الاسفل، كنظام إصلاح أو خدمة ما بعد البيع، ولا ينظر ويعتبر بمثابة رادع للاستهلاك. تم فصلها من الحماية، التي ضعفت كحق من حقوق المواطنة، وبالتالي يمكن في ذلك أن تصبح الخدمة مدفوعة الأجر[4].

[3] « la maîtrise des techniques usuelles de l'information et de la communication (TUIC) »
[4] _ « Attaching media education to human rights by socializing young people to ethics online: competences and e-strategies » von Feilitzen, C. (ed). Yearbook. Goterborg : The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, at Nordicom, 2011c.

لقد برزت ظاهرتان غير متنازع عليها في المجال العمومي، تحت ستار المشاركة وتمكين الشباب من الولوج إلى شبكات الانترنت: التنظيم الذاتي للجمهور وخوصصة الخطر الاعلامي. وقد تم بناء الجمهور بطريقة نظامية مثل المستهلك، وليس المواطن، الذي من المتوقع أن يعالج وسائل الإعلام على أنها خدمات، تتكيف مع التنظيم الذاتي للسوق، والادعاء القوي من قبل جماعات الضغط للشركات الكبيرة لوسائل الإعلام والاتصال مثل تليكوم، في بروكسل وأماكن أخرى ((قدور)، 2004). وفي هذا السياق، يتم تفسير التربية الإعلامية على أنها التنظيم الذاتي من قبل الجمهور، والتي يجب أن تعالج بشكل فردي خوصصة خطر الولوج وعدم الولوج إلى شبكة الانترنت. ومن المفترض أن التنظيم الذاتي يقوم بتشجيع الحلول والاعتماد على الذات، من خلال تحسين التقنيات الجديدة للخصوصية الشخصية والأمن الفردي على سبيل المثال، التي يوفرها السوق عند سعر معين. هذا هو الحال في حماية غير البالغين القصر، والتي تتكامل الآن في العروض العالمية "أمن الإنترنت" التي تشمل أيضا برامج مكافحة الفيروسات ومكافحة البريد المزعجanti-spams ، مثل تلك التي تقدمها نورتونNorton أو مكافيMcAfe ، من أكبر المؤسسات في السوق العالمية في هذا المجال.

1. خوصصة المخاطر

لقد كانت خوصصة المخاطر من خلال الدافع الأساسي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC)، وتم إنشاء هذه المخاطر من قبل الشركة نفسها لأن وسائل الإعلام والاتصال أصبحت محركات للنمو والتطور، وبالتالي بحثا عن أسواق متباينة لمواجهة المنافسة. وهذا البعد الجديد للرأسمالية الليبرالية الجديدة أنتجت نموذج اقتصادي مولد للمخاطر، وينظر إليها بوصفها منتجا للثروة. وبالتالي أصبحت المخاطر جزء لا يتجزأ من النظام العمومي، مع أضرار لا رجعة فيها وعدم المساواة في التوزيع المتعلق بالفجوة الرقمية والوصول إلى المعلومات (Giddens, 1990).

تأتي خوصصة المخاطر الاجتماعية المتصلة شيئا فشيئا بوسائل الإعلام وتنبع أيضا من مسار التفرد بها في هذا العصر الصناعي الثالث تحت شعار الاعلام، الأمر الذي يضع المزيد من مسؤولية الخيارات في يد الفرد، وحتى الهياكل أصبحت أكثر تعقيدا وتفتقر إلى الشفافية: يواجه الفرد وسائل الإعلام على نحو متزايد، وإلزام المجموعة لتمكين، ولتحمل المسؤولية عن الجهاز والبنية التحتية الشاملة. وفي حالة الأطفال أو الشباب، هذا التمكين يتزايد نظرا لعدم وجود مرافقة للوالدين وللمدرسة اتجاه وسائل الإعلام، في حين أن الممارسات

والعادات المرتبطة بشخصنة الخدمات تشجع هذه المشاركة، وبالتالي اتخاذ مخاطر جديدة. فهذا الوضع المتناقض هو أكثر صعوبة في فهم أن وسائل الإعلام لديها هالة إيجابية، مرتبطة بقيم التقدم والأداء. إن التربية الإعلامية، مقيدة بالسياسات العمومية للحقول التأديبية الكلاسيكية للحداثة، وليست كبيرة بما يكفي لمعالجة هذه الاختلالات. فرواجها الحالي يلقي الشك على أنها في الواقع ليست سوى حل تجميلي فقط[5].

2. خوصصة الحقوق والخدمات

ولا بد أن نظيف إلى ذلك أمر أخير لهذه الاتجاهات، والذي يتمثل في خوصصة الحقوق، مع الخطر والآثار الجانبية غير المتوقعة من رفع القيود، وأن عدم المساواة واعلام عدم الأمن المتعلقة بالحصول على المحتوى يوسع في ذلك من الفجوة الرقمية. في الواقع، فإن هذه التحديات التي تثيرها الخدمات الجديدة للاتصال فيما يتعلق بالحقوق لا تزال أبعد عن القضايا الجوهرية للتعددية، وحرية التعبير، والخصوصية الفردية، أو حماية القصر. إن الخدمات الجديدة الرقمية تظهر الخطر الشامل التي تتعامل معه حماية الحقوق في الميدان العمومي للحياة الحقيقية والمصالح الخاصة في العالم الافتراضي، مما اضطر الناس لشرائها في شكل خدمات، بدلا من التمتع على أنها حريات مدنية حرة غير قابلة للتصرف. مثل حالة حماية الهوية من هروب الفرد في تسيير الشبكات الأخرى بدلا من اللجوء، إلى أقل تكلفة لأوصياء ذوي سمعة حسنة أو الخبراء الماليين الذين يستطيعون ضمانة رصد المواقع أو مساعدة أفضل للتموقع في استعمال محركات البحث من خلال الكلمات المفتاحية واستراتيجيات أخرى في التعامل مع المواقع (Rotenberg, 2000)

يعارض الكثير من الناس الولوج إلى العالم الافتراضي والملكية والخصوصية الشخصية وحرية التعبير، في ظل الانقسامات الجديدة في زمن التحكم السيبري cybériste، والمعركة الحقيقية لمروجي التربية الإعلامية، هو منع تحويل الحقوق الأساسية العالمية إلى خدمات شراء بسيطة. وأكثر من ذلك أن العولمة تسهل التبادل التجاري على حساب حقوق الإنسان (عن طريق ترحيل هذه الخدمات إلى بلدان سيئة الاحترام في هذا المجال). ويفسر هذا النوع من الزاوية المظلمة في الخطاب العمومي، وفي جزء منه، لأن هذه الخدمات الإعلامية الجديدة تتطور في سياق قانوني دولي ملحوظ بقوة، بخاتم الولايات المتحدة، التي كانت معظم هذه

[5] _ « La panique médiatique entre déviance et problème social : vers une modélisation socio-cognitive du risque ». Questions de communication 17 (2010).

الاختراعات من صنعها. ولحل هذه المسائل القانونية فضلا عن التجارية، فسرت هذه الحقوق على أنها ملكية، كما في حالة نموذج الخصوصية الشخصية، حيث يمكن أن تباع البيانات الشخصية إلى أطراف ثالثة. كما يعترف بذلك دانيال سولوفDaniel Solove، ويبدو في هذه الأيام أن فقدان الملكية الشخصية أكثر سهولة في الاعتراف بها من قبل القضاة، من خلال المشاعر غير المتبلورة في اثارة العار أو فقدان الكرامة (Solove, 2008). فمن منظور أنها تتناقض مع مفهوم حقوق الإنسان، التي دافعت عليها أوروبا، بما في ذلك التوجيه بشأن حماية البيانات الشخصية (1995)، حيث تبقى الخدمات الجديدة في الفضاء الإلكتروني مرتبطة بشكل وثيق مع كرامة الشخص، ووضعيته غير قابلة للتصرف.

وإن ادراج تنمية حقوق الانسان من منظور التربية الاعلامية لا يجرى دون التحديات. فالإعلان العالمي لحقوق الانسان في الاحتفال بذكراه السنوية 75 المعقودة في عام2013، رغم أنه لم يكن كله قد استقر دوليا، حتى وإن كانت لدينا احدى مؤسساته الجماعية أكثر شمولا، فى زمن التحكم السيبري cybériste الذي يمتلك القدرة على تطوير ادارة الاعلام على الصعيد الدولي، لم يكن متصلا بحقوق وسائط الاعلام التجارية، بل بحقوق الانسان. وهذه ايضا فرصة فريدة من نوعها للقيام بذلك في الوقت الذي تصل فيه هذه الحقوق الى درجة النضج، وتواجه تنمية وسائط الاعلام الرقمية التي يمكن رؤية تطبيقاتها ملائمة على المستوى الدولي.

لقد تجاوز مروجي التربية الإعلامية هذه المقاربة في الماضي، التي كان متعارف عليها في ذلك الوقت لأنها كانت تهتم في المقام الأول بالتأسيس لشرعيتها في المدارس والبرامج الدراسية، رغم أنهم يعترفون بالحاجة إلى ذلك بصورة قوية، للجمع بين التربية والإعلام والمواطنة، ومن أجل عدم تضعيف المستخدم في ذلك ليكون عبارة عن مستهلك بسيط (Gonnet، 1995). ومع ذلك، فإن جمعية حقوق الإنسان ومن خلال التربية الإعلامية تنطوي على الابتعاد عن الرؤية المعيارية لحقوق الإنسان كمبادئ أخلاقية، بل مجردة وتنازلية، للتحرك نحو مقاربة أكثر تنفيذية وتصاعدية مما يثبت هذه الحقوق على أنها شروط وأخلاقيات الحياة اليومية، ومعبرة عن ذلك من خلال المواقف والقيم، بحيث هذه التجربة المعاشة للحقوق هي مثل القيم، وهذا ما يمكن أن يساعد على المدى الطويل، في التمكين الحقيقي والمشاركة الفعالة في هذا المسار. هذا ما يحاول التعبير عنه في توصية مجلس أوروبا بشأن المساءلة وتمكين الطفل في البيئة الجديدة للإعلام والاتصال (2006)، الصادر عن منظمة دولية ومن المسلم به البعثة الذين على وجه التحديد حماية وتعزيز حقوق

الإنسان (Frau-Meigs، 2011.) (انظر أيضا الدليل المثير حول التحكم في الإنترنت، الذي ترجم إلى أكثر من 35 لغة).

وتركز وسائل الإعلام الرقمية وخدمات الاتصالات المجاورة على الرموز والمواثيق والمحاكاة ولعبة الشبكات، وذلك لتقديم خيارات جديدة لهذا التنفيذ في التربية الإعلامية. كما يمارس الناس أكثر فأكثر الأنشطة عبر الإنترنت وأن المزيد والمزيد من هذه الأنشطة عبر الإنترنت تؤثر حاليا خارج شبكة الانترنت (مقصودة وغير مقصودة)، والعلاقة بين التربية الإعلامية وحقوق الإنسان يمكن القيام بها في مسار الكشف عن مجريات الأمور وتوليدها. هذا المسار يضمن أن التربية الإعلامية ليست مجرد شكل من أشكال الإدارة الذاتية في مجال السوق والدفاع الذاتي عن النفس في مجال الحياة المدنية والسياسية.

ثامنا: نحو إنشاء خطاب بديل

في هذا السياق المتوتر بين السياسات العمومية المدعومة بالليبرالية الجديدة فيما بعد الحداثة، والسياسات العمومية التي تدعمها حقوق الإنسان المتزامنة مع زمن التحكم السيبري cybériste، فإن جزءا من المسؤولية في التغيير تقع على عاتق مجتمعات الممارسة في المجال المدني، من خلال تلك المبادرات الصاعدة، التي يمكن التركيز على عملية تحليل الخطاب السائدة لضمان بدائل قابلة للتطبيق وتوضيح الحقوق والقيم. وألا تصبح التربية الإعلامية مجرد أداة الليبرالية الجديدة في إمكانية توظيف الشباب، ولكن آلية لبناء المعنى وفرصة لتطوير ومشاركة المواطنين في الولوج إلى شبكة الانترنت واستغلال هذه المعارف خارجها، ويجب أن تأخذ في عين الاعتبار عدة عناصر: تعريف بالمهارات المحددة؛ وتقييم الفرص التي تنتجها القدرة التخريبية للثقافة الرقمية، وتطوير الحقل العلمي للتربية الإعلامية التي تؤثر في الممارسات وتوفر للمدرسين والمتعلمين حجج واضحة ومنطقية. إذا كانت التربية الإعلامية تظل متكاملة مع الحقول والتخصصات الكلاسيكية، فيجب نشر في هذه الحقول نظرية جديدة من التعلم تتأسس على الوساطة الاجتماعية وتقنية وسائل الإعلام الرقمية (Buckingham, 2007)

توضيح الكفاءات والحقوق

تتعدد نماذج الكفاءات المختلفة التي تنتشر في أوروبا وأجزاء أخرى من العالم ويبدو أنها تتداخل في ثلاث عناصر أساسية أهمها: الفهم، النقد، والإبداعية. فهذه المهارات الأساسية في التربية الإعلامية هي قلب المنظومة التربوية. عند النظر في الأنشطة التربوية غير الرسمية، تضاف أربع قدرات إضافية للذهاب نحو

التمكين في المشاركة: الاستهلاك، والتواصل بين الثقافات والمواطنة والصراع، هو أنها لا يمكن أن تختزل إلى المعرفة والدراية في إمكانية توظيف الرئيسية ((قدور) ع.، 2023).

– التفاهم الذي يشير إلى القدرة على استدعاء الأصول، والبرامج النصية والمخططات للسيطرة على إشراك الروايات وحالات الخطر.

– النقد يحيل إلى القدرة على تقييم موثوقية المحتوى والسلوك التي تقدمها الأفعال، في المجتمع والظهور في وسائل الإعلام.

– الإبداعية تستحضر القدرة على التعامل مع الأدوات اللازمة لفهم الأدوار الاجتماعية وحل القضايا المتعلقة بالتوقعات الثقافية من حيث القيم والسلوكيات.

– الاستهلاك هو القدرة على تخصيص السرد إشراك عن الأحداث التي تتطلب الاهتمام والتحفيز، وخصوصا على فك تشفير التلاعب في السوق والدعاية ولكن أيضا لإنتاج سلع ذات العلاقة، خارج السوق

– المواطنة الخلافة القدرة على اختبار نماذج ديناميكية في العالم، وبذلك لتعزيز عدد من الاتجاهات الأخلاقية والمدنية.

– التواصل بين الثقافات القدرة يؤكد على وضع السرد الشيق ومعضلاته الأخلاقية في الثقافة الشبكية والاستخباراتية الموزعة.

– الصراع يشير إلى مضاعفة الطاقة الاستيعابية لحل الصراعات المعرفية التي تم إنشاؤها من خلال اشراك السرد، وخاصة حول المحتوى والسلوكيات المحفوفة بالمخاطر، وإعادة النظر في المواقف والقيم باستخدام التعددية في وسائل الإعلام أثناء الصراع (أعمال الشغب، والحرب، الإبادة الجماعية ...).

الخاتمة

في الختام لا يسعنا إلا القول بأن علاقة التربية الإعلامية بالإعلام الجديد الذي تناولناه في هذا البحث يمثل جانبا جوهريا من التطورات اللامتناهية في تقنيات وتكنولوجيات الاعلام والاتصال التي أصبحت تعد من الأعمدة الرئيسية لقياس قوة البلدان وتطورها، كما أنها تجسد صورة مصغرة عن الإعلام البديل أو صحافة الناس التي لجأ إليها جمهور وسائل الإعلام ليتبنى بنفسه إعلاما لنفسه ولغيره من أفراد الجمهور وفئاته الذين يستخدمون شبكة الويب والوسائل الجديدة تحت شعار" إذا كنت لا تثق في وسائل الإعلام، افعل ذلك بنفسك (If you don't trust the media,do It yourself)، عبارة خلص

إليها الباحث الأمريكي مايك ياماماتو (Mike yamamato). ونخلص أخيرا الى القول: ان التربية الإعلامية تعتمد على أدوات مهمة ومعايير دقيقة، وفق تنظيم هرمي معقد من المهمات، **والمستويات**، التي تسهم في العملية التربوية الاعلامية. ووحدة التحليل البسيط في هذه التربية، لا يخص لإعلامي لوحده، وأو يخص التربوي لوحده، بل هما العمود الفقري كشركاء في التربية الإعلامية برمتها.

Conclusion

In conclusion, we can only say that the relationship of media education with the new media that we have dealt with in this research represents a fundamental aspect of the endless developments in media and communication technologies and technologies that have become one of the main pillars for measuring the strength of countries and their development, and it also embodies a microcosm of alternative media or people's journalism, which the media audience has resorted to to self-inform themselves and other members of the public and its categories who use the web and new means under the slogan" If you don't trust the media, do it yourself (If you don't trust the media, do it yourself), a phrase concluded by the American researcher Mike Yamamoto (Mike yamamato). Finally, we conclude that media education depends on important tools and precise criteria, according to a complex hierarchical organization of tasks and levels that contribute to the media educational process. The unit of simple analysis in this education does not belong to the media alone, or to the educator alone, but they are the backbone as partners in the entire media education.

التوثيق:

قائمة المراجع:

1. عباس مصطفى صادق(2008)، الإعلام الجديد (المفاهيم و الوسائل و التطبيقات)،(الطبعة الأولى، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع.
2. مليكة جورديخ(2014)، سلطة الصورة الرقمية في ظل الإعلام الجديد، مجلة الصورة والاتصال، جامعة وهران1أحمد بن بلة، العددان: 9، 10.
3. عبد الله ثاني قدور(2021)، النظام الإعلامي الدولي الجديد مقاربة في مدارس ونظريات التدفق الإعلامي، مجلة دراسات وأبحاث، جامعة الشيخ زيان عاشور، الجلفة، Numéro 1 Volume 13، ص ص 641-655 https://www.asjp.cerist.dz/en/article/144467
4. فهد بن عبد الرحمن الشميمري(2010)، التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الاعلام؟ مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، ط1، ص4.

5. عبد الله ثاني قدور(2005)، واقع العالم الإسلامي والطرق السريعة للمعلومات، مجلة الإحياء، جامعة الحاج لخضر، باتنة، Numéro1 Volume 06 ، ص ص 250/265'.
http://dspace.univ-batna.dz/handle/123456789/5087
6. بشرى جميل إسماعيل، مدخل الإعلام الجديد: المفهوم والنماذج، الباحث الإعلامي،14،2011، ص10.
7. عبد الله ثاني قدور(2011)، ماهية التدّفق الإعلامي الدّولي وتطورات خطاباته Revue de RIST l'Information Scientifique et Technique Volume 19, Numéro 2, Pages 27-40
https://www.asjp.cerist.dz/en/article/45953
8. محمد قيراط، التربية الإعلامية... الرهانات والتحديات
http://www.albayan.ae/opinions/articles/2013-07-05-1.1916525
9. عبد الله ثاني قدور(2024)، عبد الله ثاني زكريا، سيميائية تأثير الرياضة في الفنون البصرية Semiotics of the impact of sports on the visual arts ، مجلة Wisdom Journal For Studies & Research ، 04 Volume Numéro 04 ، 2024، ص ص 874-845 https://doi.org/10.55165/wjfsar.v4i04.388
https://uojawjournals.education/index.php/jwrs/article/view/388
10. زرهوني أسعد فايزة(2021)، عبد الله ثاني زكرياء، القيم التضمينية في الرسائل البصرية للفيلم القصير: مقاربة سيميائية لأفلام الهاتف النقال "لفيلم الإخوة: "أنموذجا"، مجلة أفاق سينمائية، Volume 8, Numéro 2, Pages 216-234
11. عبد الله ثاني، قدور(2008); سيميائية الصورة: مغامرة سيميائية في أشهر الإرساليات البصرية في العالم. دار الوراق للنشر والتوزيع الأردنية، عمان، الطبعة الأولى، ص 421.
12. سعد لطيف الحمد (2011) ، سلطة الصورة في البث الفضائي المباشر: دراسة على عينة من جمهور مدينة بغداد، مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية، ،35، ص156
13. عبد الله ثاني قدور(2023)، ÷ تعليمية الإعلام والاتصال بالجامعة الجزائرية بين النظرية والتطبيق BETWEEN THEORY AND ،EDUCATIONAL MEDIA AND COMMUNICATION 05 RIMAK International Journal of Humanities and Social Sciences Volume،PRACTICE , **http://dx.doi.org/10.47832/2717-8293.26.18** Numéro 06, p p. 290-317
https://www.rimakjournal.com/educational-media-and-communication-between-theory-and-practice_931
14. **عيسى الشماس(2014). الإعلام في مواجهة التحديات الثقافية» .**
www.awu.sy/archive/esbou1000/1110/isb1110-004.htm
15. جمال الزرن (2012).من التربية بوسائل الإعلام إلى التربية على وسائل الإعلام نهاية الإعلام وفوبيا،

Bibliography List:

1. Divina Frau-Meigs(2011), L'éducation aux médias est-elle nécessaire ? A quelles conditions ? Strasbourg : Council of Europe press.

2. Frau-Meigs, D (2011),. Media Matters in the Cultural Contradictions of the Information Society. Towards a Human-Rights-Based Governance. Strasbourg: Council of Europe press
3. Godwin Olaoye. K. abdallah-tani, Symbolism and Meaning in Children's Drawings within the Context of Contemporary art, revue journal of image semiotics, 04 ،Volume 04Numéro, 2024, p p 145. 165 https://journalofimagesemiotics.com/symbolism-and-meaning-in-childrens-drawings-within-the-context-of-contemporary-art/
4. Kaddour, ABDALLAH-TANI, Visual semiotics in the structure of Kufic calligraphy, International Journal of Visual and Performing Arts, volume 3, numero 02, 2021,
5. Giddens, A. (1990). The Consequences of Modernity. Cambridge : Polity Press,
6. Rotenberg, M. (2000). Protecting Human Dignity in the Digital Age. Paris: Unesco,
7. Solove, D. G. (2008). Understanding Privacy. Cambridge, Ma: Harvard UP,
8. Gonnet, J. (1995) De l'actualité à l'école. Pour des ateliers de démocratie. Paris : Colin.
9. Buckingham, D. (2007) Media Education: Literacy, learning and contemporary culture. Boston: MIT.
10. Lunt, P., and Livingstone, S. (2011).Media Regulation: Policy, Publics, Audiences. London: Sage (à paraître) « Attaching media education to human rights by socializing young people to ethics online: competences and e-strategies » von Feilitzen, C. (ed). Yearbook. Goterborg : The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, at Nordicom,

مجلة الحكمة للدراسات والأبحاث المجلد 04 العدد 06 (20) 2024/11/15
ISSN print/ 2769-1926 ISSN online/ 2769-1934

Media literacy: The Challenges of Cyber Control in New Media

Abdallah-tani Kaddour
University of oran1 Ahmed Benbella
Abdallahtani.kaddour@univ-oran1.dz

Abstract:

This scientific article addresses the significance of media literacy in the era of rapid information and communication advancements, highlighting the challenges individuals face when dealing with the influx of information from various media sources. The article begins by referencing the information revolution and its substantial impact on individuals' lives, as they are exposed daily to a vast amount of information, news, and advertisements. It emphasizes that these media are not always benign; rather, they carry messages that can negatively influence individuals' behaviors, particularly among children.

The article discusses the concept of "media literacy" as an educational tool aimed at empowering individuals to understand and analyze media messages. Media literacy is defined as an educational process that involves recognizing media content sources and their objectives, thereby assisting individuals in making informed decisions regarding the information they receive.

Furthermore, the article characterizes new media as a collection of practices arising from digital platforms that facilitate greater interaction among users. It notes that these platforms have contributed to the "democratization" of information production, allowing individuals to actively participate in content creation .The impact of imagery in new media is also addressed, with digital images becoming a primary means of communication. The article highlights how the quality and rapid dissemination of images have transformed news consumption and information processing .Additionally, it points out the challenges posed by new media, such as privacy violations and intellectual property infringements. The importance of media literacy in confronting these challenges is discussed, particularly in enhancing individuals' critical awareness.

The article concludes by stressing the necessity of reconsidering how media literacy can be integrated into educational curricula to counteract the effects of new media and mitigate its negative aspects, thereby contributing to building a society capable of effectively managing available information.

Keywords: Media literacy, new media, cyber control, digital media, digital image.