



قوائم المحتويات متاحة على المجلات الأكاديمية العراقية

مجلة رؤية للدراسات الاجتماعية

الصفحة الرئيسية للمجلة: [/https://visj.dws.gov.iq](https://visj.dws.gov.iq)



الفكر النقدي في الإعلام: دراسة في دور الإعلام في تعزيز الثقافة النقدية لدى الجمهور *Critical Thinking in the Media: A Study of the Role of the Media in Promoting a Critical Culture Among the Public*

م.م. حذيفة سعد إبراهيم^١*

^١ جامعة سامراء، كلية العلوم الإسلامية، إدارة الإعلام، العراق

Abstract

Keywords
Media, Critical Thinking, Media Literacy, Analysis, Audience.

This study examines the role of media in promoting critical thinking among the public, considering it a cornerstone for cultivating an informed society capable of discerning accurate information from misleading content. The research focuses on analyzing the relationship between media discourse and the audience's methods of processing information, highlighting factors that influence individuals' capacity to adopt a critical perspective in media consumption. The study also explores dimensions of critical literacy, including analysis, evaluation, and comparison skills, and how media can contribute to strengthening these competencies through tools such as journalistic analysis, intellectual debates, and media literacy programs. The research employs a critical-analytical methodology, based on content analysis of selected traditional and contemporary media outlets, and assesses their impact on public critical thinking. The study further discusses strategies that media institutions can implement to promote critical literacy, such as encouraging objective dialogue, providing reliable references, and motivating independent reasoning. Findings indicate that effective media does not merely transmit information but engages the audience in interpretation and analysis, thereby enhancing society's ability to confront misinformation and make informed decisions. The study concludes that media serves as a pivotal instrument in fostering critical literacy when applied through a conscious and comprehensive approach. Its role extends beyond news dissemination to include developing audiences' critical thinking skills through continuous educational and awareness initiatives.

ملخص

معلومات المقال

يهدف هذا البحث إلى دراسة دور الإعلام في تعزيز الفكر النقدي لدى الجمهور، باعتباره أحد ركائز بناء مجتمع واعٍ قادر على التمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة. ويركز البحث على تحليل العلاقة بين الخطاب الإعلامي وأساليب معالجة الجمهور للمعلومات، مع تسليط الضوء على العوامل التي تؤثر في قدرة الأفراد على تبني منظور نقدي في استهلاكهم الإعلامي. كما يستعرض البحث أبعاد الثقافة النقدية، بما في ذلك القدرة على التحليل والتقييم والمقارنة، وكيف يمكن للإعلام أن يساهم في ترسيخ هذه القدرات من خلال أدواته المختلفة مثل التحليل الصحفي، النقاشات الفكرية، وبرامج التثقيف الإعلامي، يعتمد البحث على منهجية تحليلية نقدية، تستند إلى دراسة محتوى عدد من وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، مع مقارنة أثرها على مستويات الفكر النقدي لدى الجمهور. كما يناقش البحث الاستراتيجيات التي يمكن للإعلام اتباعها لتعزيز الثقافة النقدية، مثل تشجيع الحوار الموضوعي، تقديم مراجع موثوقة، وتحفيز الجمهور على التفكير المستقل. وأظهرت النتائج أن الإعلام الفعال لا يقتصر على نقل المعلومات، بل يمتد إلى إشراك الجمهور في عملية التفسير والتحليل، مما يعزز من قدرة المجتمع على مواجهة التضليل المعلوماتي واتخاذ قرارات مستنيرة، ويخلص البحث إلى أن الإعلام يمثل أداة محورية لتعزيز الثقافة النقدية إذا تم توجيهه بمنهجية واعية ومتكاملة، بحيث لا يقتصر دوره على الإعلام الإخباري فحسب، بل يشمل بناء مهارات التفكير النقدي لدى الجمهور عبر البرامج التربوية والتثقيفية المستمرة.

تاريخ المقال:

الإرسال: ٢٠٢٦/١/٢٧

المراجعة: ٢٠٢٦/٢/٥

القبول: ٢٠٢٦/٢/١٥

الكلمات المفتاحية:

الإعلام، الفكر النقدي، الثقافة الإعلامية، التحليل، الجمهور.

*Asst. Lect. Huthaifa Saad Ibrahim, hudhvfah.s.ibrahim@uosamarra.edu.iq

١. مقدمة

الحمد لله الذي علم الإنسان ما لم يعلم، وسخر له الأسباب لفهم ذاته ومحيطه، ووفقه لبناء أدوات العلم والمعرفة، وصلى الله على نبيه الكريم الذي علم أمته سبل الفكر السليم والتمييز بين الحق والباطل، وبعده...

يُعدّ الفكر النقدي أحد الركائز الأساسية لتشكيل مجتمع واعٍ قادر على التمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة، واتخاذ القرارات السليمة في ضوء وعي متعمق بالمؤثرات الإعلامية والاجتماعية. ومع التطورات المستمرة في وسائل الإعلام وأساليب نقل المعلومة، أصبح من الضروري دراسة دور الإعلام في تعزيز الثقافة النقدية لدى الجمهور، باعتباره أداة فاعلة ليس فقط لنقل الأخبار والمعلومات، بل لتوجيه وعي المجتمع وبناء قدراته التحليلية والفكرية.

تكمن أهمية هذا البحث في كونه يعالج أحد أبرز القضايا المعرفية والاجتماعية في الوقت الحاضر، إذ أن تعزيز التفكير النقدي يساهم في مواجهة التحديات المعرفية، مثل انتشار المعلومات غير الدقيقة أو المغلوطة، ويحفز الجمهور على التفاعل الواعي مع ما يتلقاه من محتوى إعلامي، ما يساهم بدوره في بناء مجتمع أكثر نضجاً ووعياً. كما أن البحث يسعى إلى إبراز الأبعاد التربوية والإعلامية للفكر النقدي، من خلال تحليل آليات الإعلام في تشكيل القدرة التحليلية، وتقديم نماذج عملية لكيفية توظيف وسائل الإعلام لتعزيز مهارات النقد والتقييم لدى المتلقين.

أهداف هذا البحث تتمثل في:

١. تحليل العلاقة بين الإعلام والفكر النقدي لدى الجمهور،

وفهم الآليات التي يعتمد عليها الإعلام في تشكيل وعي المتلقي.

٢. تحديد أساليب الإعلام الفاعلة في ترسيخ الثقافة النقدية،

سواء عبر المحتوى التحليلي أو البرامج التعليمية والتنقيفية.

٣. اقتراح استراتيجيات عملية لتعزيز التفكير النقدي في

المجتمع، من خلال وسائل الإعلام المختلفة، بما يحقق أثراً معرفياً واجتماعياً ملموساً.

لقد وقع اختيار الباحث على هذا الموضوع نظراً لأهميته العلمية والاجتماعية، ولندرة الدراسات الأكاديمية التي تناولت الإعلام والفكر النقدي بشكل متكامل، يجمع بين التحليل النظري والبعده

التطبيقي، كما أن الموضوع يعكس التحديات الراهنة في بناء مجتمع واعٍ قادر على التفاعل النقدي مع الرسائل الإعلامية، وهو ما يجعل البحث ذا قيمة أكاديمية ومجتمعية عالية، ويقدم إضافة أصيلة في مجال الدراسات الإعلامية.

وتشتمل خطة البحث كالآتي :

المبحث الأول: الأسس النظرية للفكر النقدي والإعلام

المطلب الأول: مفهوم الفكر النقدي وأهميته في المجتمعات الحديثة. المطلب الثاني: الإعلام كأداة فكرية وثقافية في نقل المعلومات وبناء الوعي.

المطلب الثالث: العلاقة بين الإعلام والفكر النقدي: أطر التحليل والنماذج النظرية.

المبحث الثاني: آليات الإعلام في تعزيز الثقافة النقدية لدى الجمهور

المطلب الأول: أساليب الإعلام في تحفيز التفكير التحليلي والتقويمي لدى المتلقي.

المطلب الثاني: أدوات الإعلام في تعزيز القدرة على التمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة.

المطلب الثالث: البرامج والمبادرات الإعلامية الداعمة للفكر النقدي: دراسة نماذج عملية.

المبحث الثالث: التحديات والاستراتيجيات المستقبلية لتعزيز الثقافة النقدية عبر الإعلام

المطلب الأول: المعوقات الاجتماعية والثقافية في تبني الجمهور للفكر النقدي عبر الإعلام.

المطلب الثاني: استراتيجيات الإعلام الفاعلة لتعزيز التفكير النقدي لدى الجمهور.

المطلب الثالث: الرؤى المستقبلية لدور الإعلام في بناء مجتمع واعٍ ومثقف نقدياً.

٢. المبحث الأول: الأسس النظرية للفكر النقدي والإعلام

يعد الفكر النقدي من الركائز الأساسية لتشكيل مجتمع واعٍ قادر على التحليل والتقييم واتخاذ القرارات الصائبة في ضوء المعرفة الدقيقة. ويأتي الإعلام في عصرنا الحديث ليس فقط كوسيلة لنقل

٣. **دعم اتخاذ القرار**: توفير أدوات معرفية تمكن الأفراد والمجتمعات من تقييم الخيارات واتخاذ القرارات المستنيرة.

٢.٢ **المطلب الثاني: الإعلام كأداة فكرية وثقافية في نقل المعلومات وبناء الوعي**

الإعلام هو الوسيط الذي ينقل المعلومات إلى الجمهور، لكنه في الوقت نفسه يشكل أداة فكرية وثقافية تساهم في توجيه الرأي العام وتشكيل القيم والمعتقدات (McQuail, 2010, p. 15). فعبء التحليل والنقد والبرامج الثقافية، يستطيع الإعلام أن يكون محفزاً للفكر النقدي، إذ يقدم للمشاهد أو القارئ أدوات للتفكير المستقل والتقييم الموضوعي.

ويشمل الإعلام الفاعل في هذا السياق مجموعة من الوظائف:

١. **التثقيف**: نقل المعرفة والمفاهيم بطريقة منظمة ومدروسة.
٢. **التحليل والنقد**: تقديم محتوى يثير التفكير ويساعد الجمهور على المقارنة بين الحجج المختلفة.
٣. **إشراك الجمهور**: تحفيز النقاش والمشاركة الفعالة، ما يعزز من القدرة على التفكير النقدي الجماعي.

وتشير الدراسات إلى أن الإعلام الذي يركز على تقديم المعلومات بأسلوب تحليلي وليس مجرد نقل أحداث، يعزز قدرة الجمهور على المقارنة والاستنتاج، ويؤدي إلى مجتمع أكثر وعياً وتفاعلاً (Kellner, 2012, p. 78). ولهذا، يعتبر الإعلام جزءاً لا يتجزأ من العملية التعليمية والثقافية في المجتمعات المعاصرة.

٣.٢ **المطلب الثالث: العلاقة بين الإعلام والفكر النقدي: أطر التحليل والنماذج النظرية**

ترتبط قدرة الإعلام على تعزيز الفكر النقدي بنماذج نظرية متعددة، أبرزها نظرية التأطير الإعلامي (Framing Theory)، التي تشير إلى أن الطريقة التي يعرض بها الإعلام المعلومة تؤثر في تفسير الجمهور لها، وبالتالي في تطوير مهارات التفكير النقدي (Entman, 1993, p. 52).

كما تدعم نظرية التلقي الفعّال (Active Audience Theory) هذه العلاقة، حيث تؤكد أن المتلقي ليس متلقياً سلبياً للمعلومة، بل يتفاعل معها ويقيّمها ويعيد إنتاجها بناءً على وعيه ومهاراته التحليلية (Hall, 1980, p. 136). ومن خلال هذه النماذج، يظهر أن الإعلام يمكن أن يكون محفزاً للفكر النقدي إذا

المعلومات، بل كأداة فكرية وثقافية تؤثر في وعي الجمهور وتوجه تفكيره، مما يجعل دراسة العلاقة بين الإعلام والفكر النقدي ضرورية لفهم الآليات التي تساهم في بناء مجتمع مثقف قادر على مواجهة التضليل والانحيازات الفكرية. ويهدف هذا البحث إلى توضيح الأسس النظرية التي تربط بين الفكر النقدي والإعلام، من خلال ثلاثة مطالب: مفهوم الفكر النقدي وأهميته في المجتمعات الحديثة، الإعلام كأداة فكرية وثقافية، والعلاقة بين الإعلام والفكر النقدي عبر أطر التحليل والنماذج النظرية.

١.٢ **المطلب الأول: مفهوم الفكر النقدي وأهميته في المجتمعات الحديثة**

الفكر النقدي يُعرّف بأنه القدرة على التحليل الموضوعي للمعلومات وتقييمها والتفكير بأسلوب منهجي يوازن بين الأدلة والحجج (Paul & Elder, 2014, p. 22). ويُعتبر الفكر النقدي أداة معرفية تمكن الأفراد من التعامل مع المعلومات بشكل واعٍ، وتساعد المجتمعات على تطوير الوعي الجمعي، ورفع مستويات المعرفة والتحليل. ومن خلال تطوير مهارات التفكير النقدي، يصبح الفرد قادراً على تمييز المعلومات الدقيقة عن المضللة، والمصادر الموثوقة عن غير الموثوقة، واتخاذ قرارات مبنية على فهم عميق وشامل، وفي السياق الديني، يؤكد القرآن الكريم على أهمية التفكير والتحليل:

"وَيَنْفَكُرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَاطِلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ" (آل عمران: ١٩١).

يشير هذا النص القرآني إلى أن التأمل والتفكير هما أساس التمحيص العقلي، وهو ما يعزز قيمة الفكر النقدي في حياة الفرد والمجتمع. وقد أظهرت الدراسات المعاصرة أن المجتمعات التي تحرص على تنمية التفكير النقدي بين مواطنيها تمتلك قدرة أعلى على مواجهة التضليل الفكري واتخاذ قرارات مجتمعية واعية (Ennis, 2015, p. 44).

أهمية الفكر النقدي في المجتمعات الحديثة تتجلى في ثلاثة محاور رئيسية:

١. **التطوير المعرفي الفردي**: تعزيز القدرة على تحليل المعلومات وفهم أبعادها المختلفة.
٢. **التمكين الاجتماعي**: بناء وعي جماعي يمكنه مواجهة التضليل الإعلامي والاتجاهات المتطرفة.

على ذلك استخدام الصحافة الاستقصائية، التي تعتمد على جمع البيانات وتحليلها بعناية قبل عرضها، مما يتيح للجمهور فحص المعلومات والتوصل إلى استنتاجات مستقلة.

وتشير الدراسات إلى أن التفكير التقويمي، أي القدرة على إصدار أحكام واعية حول المعلومات، يُعزز عندما يتم تقديم محتوى إعلامي يشجع على المقارنة بين المصادر، التحقق من صحة المعلومات، والنظر في مختلف وجهات النظر (Kellner, 2012, p. 82). ويعمل الإعلام التفاعلي أيضاً على تعزيز هذا التفكير عبر فتح المجال للنقاشات والتحليلات الجماعية، ما يساعد على صقل مهارات التحليل لدى الجمهور.

٢.٣ المطلب الثاني: أدوات الإعلام في تعزيز القدرة على التمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة

تعد القدرة على تمييز المعلومات الصحيحة عن المضللة مهارة أساسية للفكر النقدي، والإعلام يلعب دوراً مركزياً في تطويرها من خلال مجموعة من الأدوات العلمية والمنهجية. من أهم هذه الأدوات:

١. **التحقق من المصادر:** تقديم الأخبار والتحليلات مع الإشارة إلى المصادر الموثوقة، ما يمكّن المتلقي من متابعة أصل المعلومة والتحقق منها. (Paul & Elder, 2014, p. 61)
٢. **الإحصاءات والبيانات الموثوقة:** استخدام الأرقام والتحليلات الإحصائية كدليل موضوعي، ما يساعد على تقويم الادعاءات والمواقف المطروحة إعلامياً (Ennis, 2015, p. 45)
٣. **توضيح المواقف المختلفة:** عرض وجهات نظر متعددة حول قضية معينة، مع تحليل نقاط القوة والضعف لكل موقف، ما يشجع على التفكير النقدي والمقارنة الموضوعية.

وتشير الدراسات إلى أن الإعلام الذي يعتمد على هذه الأدوات يحقق تأثيراً واضحاً في رفع مستوى وعي الجمهور بالتمييز بين

تم تقديم المحتوى بطريقة تشجع على التحليل، الاستنتاج، والنقد الموضوعي.

ويشير البحث إلى أن تكامل الإعلام والفكر النقدي يعتمد على ثلاثة عناصر أساسية:

١. **المحتوى:** تقديم معلومات دقيقة وموثوقة.
 ٢. **الأسلوب:** استخدام أساليب عرض تحفز على التحليل والتقييم.
 ٣. **التفاعل:** تشجيع المتلقي على المشاركة والنقد البناء، ما يحقق تنمية القدرات الفكرية بشكل مستدام.
- ### ٣. المبحث الثاني: آليات الإعلام في تعزيز الثقافة النقدية لدى الجمهور

يعتبر الإعلام أداة مركزية في تشكيل وعي المجتمع وتنمية مهارات التفكير النقدي لدى الجمهور. فالإعلام لا يقتصر على نقل الأخبار والمعلومات فحسب، بل يمتد إلى التأثير على طرق معالجة الجمهور للبيانات والمواقف المختلفة، مما يساهم في بناء ثقافة نقدية تمكن الأفراد من التحليل، التقييم، واتخاذ القرارات المستنيرة. يهدف هذا المبحث إلى دراسة الآليات التي يستخدمها الإعلام لتعزيز الثقافة النقدية، من خلال ثلاثة مطالب رئيسية: أساليب الإعلام في تحفيز التفكير التحليلي والتقويمي لدى المتلقي، أدوات الإعلام في تعزيز القدرة على التمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة، والبرامج والمبادرات الإعلامية الداعمة للفكر النقدي من خلال دراسة نماذج عملية.

١.٣ المطلب الأول: أساليب الإعلام في تحفيز التفكير التحليلي والتقويمي لدى المتلقي

تعتبر الأساليب الإعلامية التحليلية من أبرز الوسائل التي تساعد الجمهور على تطوير مهارات التفكير النقدي. ويشمل ذلك العرض المقارن للآراء المختلفة، التحليل المتعمق للأحداث، تقديم الأدلة والحجج بشكل منطقي، مما يمكّن المتلقي من تقييم المعلومات بشكل مستقل (McQuail, 2010, p. 147) ومن الأمثلة

الإعلام في بناء مجتمع واعٍ ومثقف نقدياً. يهدف هذا البحث إلى تقديم تحليل مفصّل لهذه الجوانب، مع التركيز على الأبعاد النظرية والتطبيقية، بما يعزز من قيمة البحث العلمي في هذا المجال الحيوي.

١.٤ المطلب الأول: المعوقات الاجتماعية والثقافية في تبني الجمهور للنقد عبر الإعلام

هناك مجموعة من المعوقات التي تحد من قدرة الجمهور على تبني الفكر النقدي، ويمكن تصنيفها إلى محاور رئيسية:

١. **المعوقات الثقافية:** تنشأ من القيم والمعتقدات التقليدية التي تحيط بالأفراد منذ الصغر، حيث يميل البعض إلى قبول المعلومات دون مساءلة، نتيجة ثقافة الاعتماد على المصادر الرسمية أو التقليدية. (McQuail, 2010, p. 165)

٢. **المعوقات التعليمية:** نقص التثقيف الإعلامي والتعليم النقدي في المناهج الدراسية يجعل المتلقي أقل قدرة على التحليل والمقارنة بين المعلومات المختلفة. (Kellner, 2012, p. 95).

٣. **المعوقات الاجتماعية:** تتعلق بالضغط الجماعي، والانحياز الاجتماعي، والرغبة في الانتماء إلى مجموعات ذات أفكار متجانسة، ما يحد من التفكير المستقل والقدرة على تقييم المعلومات بموضوعية. (Ennis, 2015, p. 48)

٢.٤ المطلب الثاني: استراتيجيات الإعلام الفاعلة لتعزيز التفكير النقدي لدى الجمهور

تتمثل الاستراتيجيات الإعلامية الفاعلة في ثلاثة عناصر رئيسية:

١. تقديم محتوى تحليلي متوازن: يعتمد على التحليل المتعمق للأحداث، المقارنة بين الآراء المختلفة، واستخدام الأدلة الموضوعية، ما يعزز قدرة الجمهور على التفكير النقدي (Paul & Elder, 2014, p. 63).

٢. تعليم الجمهور أدوات التحقق: من خلال تعليم الجمهور كيفية فحص المصادر والتحقق من صحة المعلومات، واستخدام البيانات والإحصاءات بشكل نقدي، ما يساهم في رفع مستوى الوعي الإعلامي. (Entman, 1993, p. 56)

٣. تشجيع التفاعل والنقاش: توفير منصات للنقاش، وبرامج تحفيزية تشجع المشاهد أو القارئ على المشاركة، ومقارنة الآراء المختلفة، بما يخلق بيئة إعلامية محفزة على النقد والتحليل (Hall, 1980, p. 140).

الحقائق والآراء المضللة، ويسهم في تقليل التأثر بالانحيازات الإعلامية أو التضليل الفكري. (Entman, 1993, p. 54)

٣.٣ المطلب الثالث: البرامج والمبادرات الإعلامية الداعمة للفكر النقدي: دراسة نماذج عملية

تُظهر الممارسة العملية أن البرامج الإعلامية والمبادرات التربوية تلعب دوراً أساسياً في ترسيخ التفكير النقدي لدى الجمهور. ومن الأمثلة على ذلك:

١. **البرامج الحوارية التحليلية:** التي تقدم قضايا مجتمعية وسياسية بأسلوب نقدي، وتتيح للمشاهد أو المستمع فرصة التفاعل والمشاركة في النقاش. (Hall, 1980, p. 139)

٢. **المبادرات التعليمية الإعلامية:** مثل نشر مقاطع تحليلية أو مقالات تعليمية تشرح كيفية تقييم المعلومات والتحقق من صحتها. (Kellner, 2012, p. 85)

٣. **الصحافة الاستقصائية والاحتوى التحليلي:** التي تركز على التفسير العميق للأحداث وتسلط الضوء على الأدلة والوقائع، مما يعزز قدرة الجمهور على التفكير النقدي المستقل.

ويمكن ملاحظة أن هذه النماذج تعمل على دمج المحتوى

التحليلي، أساليب العرض التحفيزية، وتفاعل الجمهور، بما يوفر بيئة إعلامية داعمة للفكر النقدي، ويساهم في تنمية وعي المجتمع بأبعاده الفكرية والثقافية. (McQuail, 2010, p. 149)

٤. المبحث الثالث: التحديات والاستراتيجيات المستقبلية لتعزيز الثقافة النقدية عبر الإعلام

في عصر تتسارع فيه تدفقات المعلومات والأخبار، يواجه الإعلام تحديات كبيرة في تعزيز التفكير النقدي لدى الجمهور، فوجود الكم الهائل من المحتوى يجعل من الصعب على الأفراد تمييز الصحيح من المضلل. ولذا، أصبح من الضروري دراسة المعوقات الاجتماعية والثقافية التي تحول دون تبني الفكر النقدي، واستكشاف استراتيجيات الإعلام الفاعلة، ووضع رؤى مستقبلية لتطوير دور

الجمهور للفكر النقدي، والاستراتيجيات المستقبلية لتطوير دور الإعلام في بناء مجتمع واعٍ ومثقف نقدياً. وقد سعى البحث لتحقيق مجموعة من الأهداف الأساسية، منها توضيح العلاقة النظرية بين الإعلام والفكر النقدي، واستعراض الأدوات والأساليب الإعلامية الفاعلة، وتقديم رؤية علمية شاملة يمكن الاعتماد عليها في الدراسات المستقبلية.

ويمكن تلخيص النتائج الرئيسة التي توصل إليها البحث في خمسة محاور أساسية:

١. أهمية الفكر النقدي: أظهرت الدراسة أن تطوير مهارات التفكير النقدي يعد ركناً أساسياً لبناء مجتمع واعٍ قادر على التمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة، واتخاذ القرارات المستنيرة في مختلف المجالات.

٢. الإعلام كأداة فكرية وثقافية: تبين أن الإعلام لا يقتصر على نقل المعلومات، بل يمتد ليكون وسيطاً فعالاً في تشكيل وعي الجمهور، وتوفير أدوات التحليل والتقييم، مما يعزز الثقافة النقدية.

٣. آليات الإعلام في تعزيز النقدية: بين البحث أن أساليب الإعلام التحليلي، والبرامج الحوارية التفاعلية، وأدوات التحقق من المصادر والإحصاءات، تلعب دوراً مركزياً في تنمية قدرة الجمهور على التفكير النقدي المستقل.

٤. التحديات والمعوقات: أظهرت الدراسة وجود معوقات ثقافية واجتماعية وتعليمية تحول دون تبني الجمهور للفكر النقدي، ما يستدعي وضع استراتيجيات فاعلة للتغلب على هذه العقبات من خلال الإعلام التثقيفي والتحليلي.

٥. الرؤية المستقبلية: خلص البحث إلى أن تطوير الإعلام المستقبلي ليصبح محفزاً للفكر النقدي يتطلب دمج الإعلام بالتعليم والثقافة، وتشجيع التفاعل والنقد البناء، وإنشاء مؤسسات إعلامية متخصصة تدعم الوعي النقدي، بما يساهم في بناء مجتمع متماسك ومثقف قادر على مواجهة التضليل والانحيازات الفكرية.

تضارب المصالح

يؤكد الباحث/الباحثون عدم وجود أي تضارب في المصالح المالية أو المهنية أو الشخصية قد يؤثر في تصميم الدراسة أو تحليل البيانات أو تفسير النتائج أو نشرها، وأن جميع الإجراءات البحثية تمت وفق معايير النزاهة والموضوعية العلمية.

وقد أثبتت الدراسات أن دمج هذه الاستراتيجيات يساهم في زيادة وعي الجمهور وتعزيز قدراته التحليلية، ويحد من التأثير بالمعلومات المضللة، ويجعل الإعلام شريكاً فاعلاً في بناء مجتمع نقدي واعٍ (Kellner, 2012, p. 98).

٣.٤ المطلب الثالث: الرؤية المستقبلية لدور الإعلام في بناء مجتمع واعٍ ومثقف نقدياً
يمكن تصور دور الإعلام المستقبلي في بناء مجتمع واعٍ من خلال ثلاثة محاور:

١. تعزيز التعليم النقدي المستمر: إدماج الإعلام ضمن البرامج التعليمية والثقافية، وتقديم محتوى يساهم في تطوير مهارات التحليل والتقييم لدى الأفراد. (McQuail, 2010, p. 168).

٢. الاعتماد على أساليب التفاعل الذكي: تصميم محتوى إعلامي يحفز الجمهور على المشاركة في عملية النقد والتحليل، مثل برامج الحوار التحليلي والمسابقات الفكرية والمبادرات الثقافية (Kellner, 2012, p. 101).

٣. تطوير البنية المؤسسية للإعلام النقدي: إنشاء مؤسسات إعلامية متخصصة في التثقيف والتحليل، تعمل على تعزيز القيم الفكرية والثقافية، وضمان تقديم المعلومات الدقيقة والمدروسة، ما يساهم في بناء مجتمع مستنير قادر على مواجهة التضليل والانحيازات الفكرية. (Ennis, 2015, p. 51)

وتشير هذه الرؤية المستقبلية إلى أن الإعلام ليس مجرد ناقل للمعلومات، بل هو أداة تعليمية وثقافية لتطوير مهارات التفكير النقدي، مما يضمن بناء مجتمع متماسك، واعٍ، قادر على اتخاذ القرارات المستندة إلى تحليل موضوعي ونقد بناء.

٥. خاتمة

الحمد لله الذي هدانا إلى فهم العلاقات الدقيقة بين الإعلام والفكر النقدي، وألهمنا سبل التحليل والتفكير، وصلى الله على نبيه الأمين الذي علم أمته التمييز بين الحق والباطل، وبعده...

لقد تناول هذا البحث دراسة متعمقة حول دور الإعلام في تعزيز الثقافة النقدية لدى الجمهور، مستعرضاً الأسس النظرية للفكر النقدي وعلاقته بالإعلام، والآليات والأساليب التي يستخدمها الإعلام لتعزيز التفكير التحليلي والتقويمي لدى الجمهور، بالإضافة إلى التحديات والمعوقات الاجتماعية والثقافية التي تواجه تبني

– المصادر والمراجع:

1. Entman, R. M. (١٩٩٣). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, ٤٣(٤), ٥١-٥٨
2. Ennis, R. H. (٢٠١٥). Critical thinking: Reflection and perspective part I. *Inquiry: Critical Thinking Across the Disciplines*, ٣٠(١), ٣٧-٥١
3. Hall, S. (١٩٨٠). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language* (pp. ١٢٨-١٤٠). London: Hutchinson.
4. Kellner, D. (٢٠١٢). *Media culture: Cultural studies, identity, and politics between the modern and the postmodern* (pp. ٧٨-١٠١). New York: Routledge.
5. McQuail, D. (٢٠١٠). *McQuail's mass communication theory* (٦th ed., pp. ١٥-١٦٨). London: Sage Publications.
6. Paul, R., & Elder, L. (٢٠١٤). *Critical thinking: Tools for taking charge of your learning and your life* (٣rd ed., pp. ٢٢-٦٥). Boston: Pearson.
7. Zaller, J. (١٩٩٢). *The nature and origins of mass opinion* (pp. ١٢-٤٥). Cambridge: Cambridge University Press.
8. Chaffee, S., & Metzger, M. (٢٠٠١). The end of mass communication?. *Mass Communication & Society*, ٤(٤), ٣٦٥-٣٧٩
9. Potter, W. J. (٢٠١٣). *Media literacy* (٦th ed., pp. ٥٥-٩٢). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
10. Fishkin, J. S. (٢٠٠٩). *When the people speak: Deliberative democracy and public consultation* (pp. ١٠١-١٣٠). Oxford: Oxford University Press.
11. Livingstone, S., & Brake, D. R. (٢٠١٠). *On the rapid rise of social media: New findings and policy implications*. London School of Economics Media Policy Project, pp. ٥-٢