

العنوان:	الإعلام والأهداف التربوية
المصدر:	الموسم الثقافي التربوي الرابع عشر - التربية الإعلامية مهارات تواصل وتفكير ناقد
الناشر:	المركز العربي للبحوث التربوية لدول الخليج
المؤلف الرئيسي:	الرشيد، أنس محمد
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2007
مكان انعقاد المؤتمر:	الكويت
رقم المؤتمر:	14
الهيئة المسؤولة:	المركز العربي للبحوث التربوية لدول الخليج
الصفحات:	37 - 51
رقم MD:	59187
نوع المحتوى:	بحوث المؤتمرات
قواعد المعلومات:	EduSearch
مواضيع:	تكنولوجيا المعلومات، الأهداف التربوية، الإعلام التربوي، وسائل الإعلام، الإعلانات التجارية، الإتصال الجماهيري، الإنترنت، الأخلاق المهنية، الإعلام الخليجي، دول الخليج العربية، الصحافة، الغزو الثقافي، التصوير الفوتوغرافي، حرية التعبير، البريد، الكويت ، الدستور، مجتمع المعلومات، الديمقراطية

<http://search.mandumah.com/Record/59187>

رابط:

المحاضرة الأولى

الإعلام والأهداف التربوية

الدكتور أنس محمد الرشيد

وزير الإعلام السابق بدولة الكويت



التعريف بالمحاضر

الدكتور أنس محمد الرشيد

أستاذ الصحافة والإعلام - جامعة الكويت

الدرجة العلمية:

- دكتوراه الفلسفة في الصحافة
جامعة إلينويس الجنوبية - الولايات المتحدة الأمريكية.

الأعمال والخبرات:

- مستشار إعلامي لوزير التربية والتعليم العالي.
- مستشار إدارة العلاقات العامة والإعلام بجامعة الكويت.
- رئيس تحرير جريدة آفاق الجامعية.
- مستشار تحرير جريدة القبس.
- وزير الإعلام (٢٠٠٥ و ٢٠٠٦م).

الإنتاج العلمي:

ألف وشارك في عديد من الأبحاث والمقالات العلمية في مجال الإعلام.

الإعلام والأهداف التربوية

يطيب لي أن أتقدم بالشكر الجزيل على الدعوة الكريمة الموجهة إلى من المركز العربي للبحوث التربوية لدول الخليج بمناسبة انعقاد الدورة الرابعة عشرة لموسمه الثقافي التربوي تحت شعار "التربية الإعلامية : مهارات تواصل وتفكير ناقد" كما يسعدني أن نتناقش اليوم في هذه المحاضرة حول محور "الإعلام والأهداف التربوية"، ولست في حاجة إلى التذكير بأن الباحثين في علوم الاتصال قد حصروا وظائف الاتصال في خمس وظائف أساسية:

- ١- الوظيفة الإخبارية.
- ٢- الوظيفة التربوية.
- ٣- الوظيفة الترفيهية.
- ٤- الوظيفة التاريخية حيث يعتبر الإعلام سجلاً تاريخياً ومرجعاً توثيقياً.
- ٥- الوظيفة الإعلامية.



وقد أجمع الباحثون على أن الإعلام أصبح صناعة ثقافية وسلعة وبضاعة تخضع للمنطق التجاري وقوانين السوق إذ يشكل الإعلان أهم مورد مالي للمؤسسة الإعلامية . سواء كانت صحافة مكتوبة أو إعلاماً مسموعاً ومرئياً . وأصبح من المتعارف الآن أن الإعلان . على مستوى الصحيفة المكتوبة يمثل على الأقل ثلث

المساحة التحريرية (٣٠%) وأنه على مستوى المسموع والمرئي، يبلغ نسبة الأربع إلى الخمس ساعات يومياً أي حوالي (١٧%) من وقت الإرسال على مدار الأربع والعشرين ساعة، لذا أصبحت الوظيفة الإعلانية . بحكم تغطيتها لما لا يقل عن (٥٠%) من تكاليف الوسيلة الاتصالية الوظيفة المؤثرة، من حيث الترتيب والأهمية، ولقد رأى بعضهم في ذلك خيراً ونعمة إذ أن الإعلان إلى جانب كونه مورداً مالياً مهماً فهو يضمن . إلى حد ما . استقلالية الوسيلة الإعلامية ورأي بعضهم الآخر في ذلك شراً ونقمة إذ أن الثقافة الهابطة وتقلص الأهداف التربوية على الصعيد الإعلامي هو نتيجة تقهقر الوظيفة التربوية وتراجعها أمام اكتساح المنطق التجاري الذي يتحكم في آليات الإعلام والاتصال.

ونحن . كأكاديميين وباحثين في شؤون الاتصال . من أنصار الاتجاه الثاني المنادي بتفعيل دور الوظيفة التربوية على الصعيد الإعلامي.

ولا يسمح المجال بالتعمق في هذا الموضوع فنظرة سريعة إلى المقررات التدريسية المخصصة للإعلام التربوي بجامعة الكويت . وهي صرح من صروح المعرفة والتربية في دولة الكويت . تغني عن أي محاولة للتدليل على أهمية الأهداف التربوية في المجال العلمي والأكاديمي^(١).

وانطلاقاً من تحديد الوظائف لوسائل الاتصال الجماهيري، يجدر بنا أن نلقى نظرة فاحصة وناقدة على المشهد الإعلامي اليوم، هذا المشهد الذي تصدرته الشبكة العنكبوتية (الويب)، والإنترنت، والاتصال المتعدد الوسائل . وأصبح المجتمع . حقيقةً لامجأزاً . مجتمع المعلومات وأصبحت الفجوة الرقمية موضوع الساعة ومقياس التقدم والتطور يقاس بمدى اتساع أو ضيق هذه الفجوة .

وأمام اكتساح العولمة للمشهد الإعلامي العربي والإسلامي كغيره من المشاهد الإعلامية الأخرى في هذه القرية الكونية الجديدة ألا يجدر بنا أن نتساءل عن الأهداف التربوية لإعلامنا وسط الغابة الكثيفة من الانزلاقات المتأتية عن التطور المذهل والسريع لتكنولوجيا المعلومات؟

نعم لمجتمع المعلومات، ونعم لتكنولوجيا المعلومات ورقمنة الاتصال إلى أبعد

(١) فعلى سبيل المثال طرح قسم الإعلام بجامعة الكويت المقررات التالية: أخلاقيات الإعلام، الإعلام والمجتمع، الدعاية والإعلان، ... الخ.

مدى، ولكن تبقى العروة الوثقى في الاتصال هي أخلاقيات الإعلام التي تشمل الأهداف التربوية للإعلام.

هذا هو السؤال الذي نطرحه في مستهل هذه الندوة ؟
إن مجتمع المعلومات لكي يصل إلى شاطئ الأمان وسط خضم العولمة والرقمنة محتاج أشد الحاجة إلى أخلاقيات الإعلام أساساً، تكون بمثابة المنارة تهديه إلى سواء السبيل.

١- الأهداف التربوية وبدايات الإعلام الخليجي :

إن الوظيفة التربوية كانت هي المنطلق، وهي المرجع لمن ينظر في بدايات الإعلام الخليجي:

كانت الصحافة المكتوبة الحلقة الأولى في سلسلة وسائل الاتصال الجماهيري،



وكانت مجلة الكويت المنارة الحقيقية للصحافة الخليجية خاصة والعربية والإسلامية عموماً حيث أصدرها الشيخ عبدالعزيز الرشيد ^(١) ما بين ١٩٢٨م

(١) لقد كتب عنه الكثير: انظر خاصة: د. يعقوب يوسف الحجري: الشيخ عبدالعزيز الرشيد، ط.٢.

١٩٩٦م، مركز البحوث والدراسات الكويتية، الكويت، ١٩٩٦م، و

Anas al- Rasheed: Abdul- Aziz al- Rasheed: The life of first JOURNALIST IN - Kuwait. Arab journal for the humanities. issue 79. summer 2002. 20 th year.

.Kuwait 2002. p.p. 203- 215

وأخر ما كتب عنه: د. خليفة الوقيان: الثقافة في الكويت، بواكير واتجاهات، ط.١. الكويت، ٢٠٠٦م،

ص ٦٥ - ٧١.

١٩٣٠م، وما صدر بعد ذلك من مجلات مثل: البعثة (١٩٤٦م . ١٩٥٤م)، وقد رأس تحريرها بالتداول المرحومان عبدالعزيز حسين، وعبدالله زكريا الأنصاري، وكاظمة (١٩٤٨م) التي أسسها الأستاذ أحمد السقاف . أطال الله عمره ومجلة العربي (١٩٥٨م . إلى اليوم) هذه البدايات . ولا يسمح المجال بأن نتعمق في تحليلها . تدل دلالة واضحة على أن الحركة الإصلاحية والتثويرية بالخليج كانت تعتمد في صحتها على الأهداف التربوية والتثيفية في المرتبة الأولى .

ولأن الأهداف التربوية كانت هي الأساس والمنطلق فلقد صمدت ثلاث صروح ثقافية أمام تيار العولمة الجارف . وباختصار مغل . أشير إلى إصدارات جامعة الكويت فمجلس النشر العلمي يصدر أكثر من عشر مجلات فصلية علمية محكمة والمجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب يصدر منذ ١٩٥٨م مجلة العربي مع مطلع كل شهر، إلى جانب "عالم المعرفة" ^(١) و"عالم الفكر" ^(٢) وإبداعات عالمية وثقافية عالمية ومجلة الفنون" أما مؤسسة الكويت للتقدم العلمي " فهي تنشر مجلة العلوم منذ عشرين سنة على الأقل .

(١) أصدرت سلسلة عالم المعرفة في العشر سنوات الأخيرة ستة كتب: تتعلق ببحوث الإعلام والاتصال:

- ١- د . نبيل علي: العرب وعصر المعلومات، عالم المعرفة، رقم ١٨٤ شوال ١٤٢٣هـ / أبريل نيسان ١٩٩٤م .
- ٢- د . فرانك كيلش، ثورة الأنفوميديا، عالم المعرفة، رقم ٢٥٣، رمضان ١٤٢٠هـ / يناير ٢٠٠٠م .
- ٣- د . نبيل علي: الثقافة العربية وعصر المعلومات، عالم المعرفة، رقم ٢٦٥، يناير ٢٠٠١م .
- ٤- د . شاكر عبد الحميد: عصر الصورة، عالم المعرفة، رقم ٣١١، يناير ٢٠٠٥م .
- ٥- د . اسابريغز ود . بيتربورك: التاريخ الاجتماعي للوسائط، عالم المعرفة، رقم ٣١٥، ربيع الأول ١٤٢٦هـ / مايو .
- ٦- د . نبيل علي / نادية حجازي: الفجوة الرقمية، عالم المعرفة، رقم ٣١٨، جمادى الآخر ١٤٢٥ / أغسطس ٢٠٠٥م .

(٢) كما أصدرت مجلة عالم الفكر أربعة ملفات:

- ١- ملف الإعلام المعاصر، المجلد الثالث والعشرين، العددان الأول والثاني، سبتمبر وأكتوبر وديسمبر ١٩٩٤م .
- ٢- ملف الثقافة في الكويت، المجلد الرابع والعشرين، العدد الرابع، أبريل ١٩٩٦م .
- ٣- ملف العولمة ظاهرة العصر، المجلد الثامن والعشرين، العدد الثاني، أكتوبر وسبتمبر ١٩٩٩م .
- ٤- ملف حقوق الإنسان، المجلد الحادي والثلاثون، العدد الرابع، أبريل / يونيو ٢٠٠٣م .

إن هذه العناوين المضيئة وتتصدرها مجلة العربي وسلسلة عالم المعرفة وعالم الفكر، وهي إصدارات شهرية لدليل قاطع وبلغ على مدى الثقافة الإعلامية في مجتمعنا وفي المؤسسة التربوية.

٢- تناقص مصداقية وسائل الاتصال : المنطق التجاري والثقافة الهابطة.

إن طريق المعلومات السريع وما يوفره من إمكانات تفاعلية وتبوأ الإنترنت عرش الإعلام والاتصال لم يحل دون تفاقم أزمة مصداقية وسائل الاتصال التي تستفحل يوماً بعد يوم.

فقد أوضح استطلاع أجراه مركز دراسات حرية وسائل الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية أن ٨٨٪ من الجمهور يعتقد أن الصحفيين غالباً يستخدمون تكتيكات غير أخلاقية وغير قانونية في الحصول على القصص الاستقصائية وأن ثلاثة أرباع الجمهور يعتقدون أن الصحفيين يسرقون أفكار الآخرين، وأن ثلثي الجمهور يعتقدون أن الصحفيين يفترون القصص وينشرونها على أساس أنها قصص حقيقية.

إن المنطق التجاري الذي حكم وسائل الإعلام خلال القرن الماضي قد أسس ودعم الريج التجاري وجعله في المقام الأول وأصبحت التسلية والجرائم والفضائح في أعلى السلم، وأصبح الباحثون يتحدثون عن التسلية الإخبارية والتسلية التربوية^(١).

٣- المبادئ الإعلامية :

بحكم هذا المنطق غابت الأهداف التربوية أو تقلصت وغابت الثقافة الأصيلة لتحل مكانها الثقافة الهابطة. فعوضاً عن تعدد المصادر أصبحت المصادر الحكومية هي الأساس وأصبح الإعلاميون عالة على وكالات الأنباء الرسمية.

١ د. سليمان صالح: أخلاقيات الإعلام ط.١. مكتبة الفلاح، الكويت، ٢٠٠٢، ص. ١٩١.



وسوف نستعرض . بـإيجاز مخل أحياناً . المبادئ الإعلامية التي هي ركيزة العمل الإعلامي .

- الموضوعية :

هي الإطار المرجعي في التغطية الإخبارية ويقترّب منه مبدأ :

- عدم التحيز :

وهل نحن في حاجة إلى التأكيد على ندرة هذه الظاهرة في إعلامنا الحاضر؟

أين عدم تحيز وسائل الإعلام العربية من قضايانا العربية العادلة؟

- عدم إساءة تقديم المعلومات والصور :

استخدام الوسائل الحديثة للتلاعب بالمعلومات والصور .

التلاعب الرقمي في الصور: digital manipulation of photographs ولاشك أن تقنيات التصوير الرقمي وإمكانية إدخال التعديلات على الصور أصبح يهدد مصداقية الصور، ويجعل معظم الصور غير قابلة للتصديق، وإذا كانت الصورة الخبرية ليست حقيقية فماذا عن الكلمات المحيطة بها؟

وقد تناول ميثاق الجمعية الأمريكية لمصوري وسائل الإعلام American society of media photographs . الصادر عام ١٩٩٣ هذه المشكلة حيث نص على التصوير بأمانة وعدم تشويه الحقيقة بشكل مقصود في الصور الإخبارية وعدم تغيير مضمونها بهدف التلاعب .

- عدم تشوية المعلومات :

عملية التشويه قد تنتج عن عدم وعي للصحفي أو نقص في مهاراته الصحفية أو تضليل المصادر له أو تقييمه للمعلومات وللمصادر بشكل معين.

- العدالة :

هي معاملة كل الأطراف في أى هدف أو نزاع أو قضية بشكل متساو وعرض وجهات نظر الأطراف بشكل متساو أيضاً.

إن العدالة لا تعني الحياد فالصحفي يمكن أن يكون متحيزاً وصاحب رأى ومع ذلك يظل ملتزماً بأن يكون عادلاً مع الذين يختلف معهم.

وأضاف ميثاق الشرف النرويجي الذى أصدرته رابطة الصحافة النرويجية عام ١٩٩٤م مبدأً متميزاً هو وظيفة الصحافة في حماية الأفراد والجماعات ضد الظلم أو التجاهل Neglect .

- الصحافة الاستقصائية ومبدأ الأمانة وعدم الخداع :

هل الغاية تبرر الوسيلة؟ وهل الكذب جائز للحصول على الحقيقة؟

يعتبر قالب الهرم المقلوب الذي أصبحت وسائل الإعلام تعتمد عليه بشكل كبير في صياغة الأخبار مسؤولاً عن كثير من عمليات التشويه والتحريف والخداع إذ يكرس عادات سيئة عند القراء هي الاكتفاء بقراءة العناوين والمقدمة، وهذا القالب يؤدي إلى عملية تمييط التغطية الإخبارية لمعظم الأحداث.

- الدقة :

الدقة مؤشر على الإعلامي الجيد :

- التحري في الأسماء.
- التحري في صحة كل المعلومات.
- حسن النية The good faith .
- الاعتماد على مصادر متعددة.

- التصحيح :

يختلط مصطلح التصحيح بمصطلحات أخرى مثل حق الرد، والمقصود هنا الاعتراف بالخطأ وتصحيحه دون تأجيل، ويمكن الربط بين حق الرد والتصحيح.

- كشف الانحرافات والفساد :

هذه وظيفة أساسية كلاسيكية في العالم الغربي تقوم على أن الإعلامي يحرس المجتمع من الانحرافات والفساد لكن في السنوات الأخيرة ظهر كثير من الانتقادات لهذا الحارس النائم .

ومرد هذا الانتكاس هو سيطرة الشركات المتعددة الجنسية على وسائل الإعلام وتحالف هذه الشركات مع السلطات إلى جانب تبعية إعلامنا الرسمي في بلداننا النامية، ويعتبر هذا عائقاً كبيراً في تطور الصحافة الاستقصائية investigative journalism.

- عدم نشر أسماء الأحداث وصورهم والتعامل مع الأطفال:

كثيراً ما يخلط الإعلاميون بخصوص العقوبة المسلطة على الأحداث فغالباً ما ينتقل الحدث إلى إصلاحية بدلاً من السجن.

- عدم نشر أسماء ضحايا الإغتصاب أو صورهن:

إن نشر هذه الأسماء وخاصة الصور يتعارض لاشك مع أخلاقيات الإعلام، إلى جانب التركيز على بعض الجنسيات والجاليات الوافدة في مجتمعنا الخليجي، هذا يجرنا إلى قضية تتعلق بمسؤولية الإعلام نحو الفرد وهي :

احترام حق الخصوصية، وهي حق الإنسان في أن يترك وحده وتتعلق الخصوصية بالخصوصية الفيزيائية أو الجسدية والخصوصية الاتصالية العقلية بمعنى أن يكون للشخص الحق في أن يترك وحده مع أخلاقه ومشاعره ورغباته وآماله والخصوصية المعلوماتية وهي توفير الحماية للمعلومات الشخصية (سجلات طبية، حسابات بنكية .. إلخ).

٤- الدستور الكويتي والقوانين والتوجه نحو إرساء ميثاق شرف

إعلامي؛

إن أردنا إجمالاً للانزلاقات التي عاقت تطبيق الأهداف التربوية لوسائل الاتصال الجماهيري فيمكن القول بأن :

- الإثارة .
- التضليل.
- إنتهاك خصوصية الفرد.
- انتشار الصحافة الصفراء التي تشجع على العنف والمخدرات والجنس.
- تلفزيون الواقع.

هي أهم الانزلاقات والإخلالات بالأهداف التربوية للاتصال مما يحتم التفكير الجدي في اللجوء إلى ميثاق شرف إعلامي نابع من العاملين في قطاع الإعلام إلى جانب الدستور والقوانين، وإن الناظر في الدستور الكويتي لا يسعه إلا أن يجد ضالته في أكثر من بند من بنوده؛ فالمادة ٣٤ والمادة ٣٥ والمادة ٣٦ والمادة ٣٧ والمادة ٣٨ والمادة ٣٩ كل هذه المواد تصب في تصميم ميثاق الشرف الإعلامي الذي نطمح إليه. فالمادة ٣٤ يمكن أن تكون الركيزة الأساسية لهذا الميثاق، وتتص هذه المادة على:

”المتهم برئ حتى تثبت إدانته في محاكمة قانونية تؤمن له فيها الضمانات الضرورية لممارسة حق الدفاع، ويحظر إيذاء المتهم جسماً ومعنوياً“

يعتبر هذا المبدأ من أهم المبادئ الناتجة عن حق المجتمع في إدارة العدالة فالمتهم يحاكم بواسطة قاضيه الطبيعي، وليس بواسطة الرأي العام فالقول الفصل هو للقضاء أولاً وأخيراً، ونحن نعيش يومياً مآسي الإدانة المسبقة للمتهم قبل أن تدينه المحاكم!!!!

المادة ٣٥ تتص على حرية الاعتقاد والمادة ٣٦ على حرية الرأي والمادة ٣٧ على حرية الصحافة.

أما المادة ٣٨ والمادة ٣٩ فتصب مباشرة في حق الحماية الخصوصية.

أما المادة ٣٨ فتتص على ما يلي :

”للمساكن حرمة فلا يجوز دخولها بغير إذن أهلها إلا في الأحوال التي يعينها القانون وبالكيفية المنصوص عليها“.

وأما المادة ٣٩ فتتص على ما يلي :

**”حرية المراسلة البريدية والبرقية والهاتفية مصونة وسريتها مكفولة
فلا يجوز مراقبة الرسائل أو إفشاء سريتها إلا في الأحوال المبينة في
القانون وبالإجراءات المنصوص عليها فيه“.**

إن التشبث بهذه المواد من الدستور الكويتي هو الكفيل الأوحد لضمان الطريق
السوى والأداء السليم للإعلام بالنسبة إلى زملائنا في ممارسة مهنة المتاعب.
ويأتى في المقام الثاني قانون المطبوعات والنشر الذي تم التصديق عليه في
السنة الماضية، والذي يؤكد على المحظورات وما يتبع ذلك من عقوبات كذلك الأمر
بالنسبة إلى القرار المتعلق بالمرئى والمسموع الذي هو في طريقه إلى أن يصبح
قانوناً قائم الذات.

ولا ننسى أن نشير إلى ضرورة إعادة هيكلة أجهزة الإعلام الرسمي بما يضمن
القيام بدورها على أكمل وجه وضرورة التنسيق الدائم مع وزارة التربية والمؤسسات
التعليمية.

الخاتمة:

مع دخولنا في الألفية الثالثة يكون مجتمع المعلومات قد سجل أهدافاً إيجابية
جديدة من أجل انتشار المعرفة وتدعيم ركائز الديمقراطية والتقليص في مدى
الفجوة الرقمية بين بلدان الشمال وبلدان الجنوب.

كما أن عصر الرقمنة واكتساح الحاسوب لكل صقع من أصقاع الكون جعل
مقولة ” القرية الكونية ” حقيقة قائمة للعيان.

ويكون من الإجحاف ومجانبة الحقيقة والواقع إن نحن أنكرنا المجهود الخليجي
في اقتحام مجتمع المعلومات بكل دقائقه انطلاقاً من التجهيزات والاستراتيجيات
القصيرة والطويلة المدى وصولاً إلى البحوث والدراسات وتخصيص الميزانيات
الكبرى لتمويل مشاريع حوسبة قطاعات كاملة كالتعليم والجامعات والمؤسسات
الاقتصادية وغيرها بل إن موجة الإصلاح والتغيير نحو الأفضل أطاحت بوزارات
الإعلام في العالم العربي فأصبحت إما في حيز الملقى أو في حيز بداية التفكيك
وهو توجه أملتة وفرضته العولمة والرقمنة التي غيرت المشهد الإعلامي والاتصالي
تغييراً جذرياً على مر العقود.

إن هذا المد العام لتكنولوجيا المعلومات هو محل تقييم ونقد من قبل مؤسسات ثقافية وتربوية وبحثية تأتي في مقدمتها اليونسكو وتقتضي آثارها في عالمنا العربي مراكز البحوث والدرسات.

ولا يسعني إلا أن أحيى بادرة المركز العربي للبحوث التربوية لدول الخليج بمناسبة انعقاد الدورة الرابعة عشرة لموسمه الثقافي التربوي تحت شعار: "التربية الإعلامية : مهارات تواصل وتفكير ناقد" .

كما أحيى تأكيده على الطموح إلى الرقي بالتربية الإعلامية إلى مستوى المسؤولية، والتشبث بالمبادئ الأخلاقية حتى تبقى رسالة الإعلامي في ربوعنا الخليجية هي أولاً وأخراً البحث عن الحقيقة وهي خصلة تربوية في المقام الأول. لقد أكدت بحوث الإعلام على الصعيد العالمي والبلدان النامية أن الإعلاميين اليوم هم مؤرخو الحاضر، وأن المؤرخين هم صحافيو الماضي كما أنها أكدت على أن الإعلاميين هم وكلاء الديمقراطية ووكلاء الجماهير العريضة والمحققون لحق الجمهور في المعرفة، ولاشك أن هؤلاء الإعلاميين الذين هم محل اتهام أحياناً خاضعون للمنطق التجاري وقانون السوق لكن الحرية والبحث عن الحقيقة يبقيان الهدف الأسمى لرسالتهم الإعلامية والاتصالية فمن واجب المؤسسات التربوية أن تساعد على تحقيق هذا الرهان: رهان الديمقراطية في ظل الحرية والبحث عن الحقيقة.