

**التربية الإعلامية الرقمية  
ومواجهة التضليل الإعلامي**



دار الجندي للنشر والتوزيع – القدس

\*

[darjundi46@gmail.com](mailto:darjundi46@gmail.com)

التربية الإعلامية الرقمية ومواجهة التضليل الإعلامي

د. ربهان محمد أحمد عمران

\*

الطبعة الأولى (2023).

\*

جميع الحقوق محفوظة لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب، أو أي جزء منه، أو تخزينه في نطاق استعادة المعلومات، أو نقله بأي شكل من الأشكال، بدون إذن خطي من الناشر.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced in any form or by any means without prior permission of the publisher.

# التربية الإعلامية الرقمية ومواجهة التضليل الإعلامي

إعداد

د. ريهان محمد أحمد عمران

الطبعة الأولى

2023 م



إهداء

إلى كل المحبين للعلم

أهدي هذا الكتاب



## الفهرس

11 ..... مقدمة

### الفصل الأول

#### "التربية الإعلامية مفهومها - أهدافها - أهميتها"

17 ..... تمهيد

17 ..... أولاً- مفهوم التربية الإعلامية.

20 ..... ثانياً- تطور التربية الإعلامية.

25 ..... ثالثاً- التربية الإعلامية والرقابة الذاتية.

26 ..... رابعاً- المبادئ التأسيسية للتربية الإعلامية.

27 ..... خامساً- أهمية التربية الإعلامية في عصر المعلوماتية.

32 ..... سادساً- أهداف التربية الإعلامية.

35 ..... سابعاً- عناصر التربية الإعلامية.

38 ..... ثامناً- معايير التربية الإعلامية.

39 ..... تاسعاً- مهارات التربية الإعلامية.

43 ..... عاشراً- التربية الإعلامية وقوة تأثير وسائل الإعلام الجديد.

### الفصل الثاني

#### "الرسالة الإعلامية والثقافات الهابطة"

51 ..... تمهيد.

51 ..... أولاً- الرسالة الإعلامية.

52 ..... ثانياً- الثقافة الهابطة والرسالة الإعلامية السلبية.

54 ..... ثالثاً- أخلاقيات الرسالة الإعلامية.

56 ..... رابعاً- الآثار السلبية للرسالة الإعلامية المقدمة عبر وسائل الإعلام.

62 ..... خامساً- أساليب التعامل مع سلبيات الرسالة الإعلامية من خلال التربية الإعلامية.

63 ..... سادساً- على من تقع مسؤولية مواجهة الرسالة الإعلامية السلبية؟

- 65- سابعاً- دور التربية الإعلامية بتنمية وعي المجتمعات بأخلاقيات الرسالة الإعلامية..
- 67- ثامناً- أهمية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية. ....
- 68- تاسعاً- الآثار والمخاطر الأمنية للإعلام الرقمي والأخبار الزائفة. ....
- 72- عاشراً- الألعاب الإلكترونية وسبل ومواجهتها من خلال التربية الإعلامية. ....

### الفصل الثالث

#### "التفكير الناقد ومواجهة الأخبار الزائفة"

- 77- تمهيد. ....
- 77- أولاً- تعريف التفكير الناقد. ....
- 78- ثانياً- مكونات التفكير الناقد. ....
- 78- ثالثاً- خصائص المفكر الناقد. ....
- 79- رابعاً- الفوائد التي يكتسبها الفرد من التفكير الناقد. ....
- 79- خامساً- فوائد استخدام مهارة التفكير الناقد مع وسائل الإعلام. ....
- 80- سادساً- كيف نستخدم مهارة التفكير الناقد عبر وسائل الإعلام؟ ....
- 84- سابعاً- قواعد عامة لتوجيه الشباب للتفاعل الواعي مع وسائل الإعلام. ....
- 95- ثامناً- التربية الإعلامية والتفكير الناقد من أجل مواجهة الأخبار الزائفة. ....

### الفصل الرابع

#### "التضليل الإعلامي"

- 89- تمهيد. ....
- 89- أولاً- تعريف التضليل الإعلامي. ....
- 92- ثانياً- ركائز التضليل الإعلامي. ....
- 93- ثالثاً- أهداف التضليل الإعلامي. ....
- 95- رابعاً- أنواع التضليل الإعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الاجتماعي. ....
- 98- خامساً- معوقات تطبيق التربية الإعلامية في المجتمعات العربية. ....

## الفصل الخامس

### " التربية الإعلامية والاستخدام الآمن للإنترنت "

- تمهيد. .... 103
- أولاً- التربية الإعلامية وآلية التحقق من صحة محتوى وسائل التواصل الاجتماعي. . 103
- ثانياً- معايير الاتصال الرقمي الآمن بمواقع التواصل الاجتماعي. .... 105
- ثالثاً- دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية في التربية على الاستخدام الآمن للإنترنت.. 109
- رابعاً- التربية الإعلامية مدخل أساس لمواجهة غزو العقول في العصر الرقمي. .... 111
- خامساً- دور الوالدين في التربية الإعلامية. .... 114
- سادساً- نموذج للتربية الإعلامية الرقمية على الاستخدام الآمن للإنترنت. .... 116
- سابعاً- مقترحات عملية لضمان الاستخدام الآمن للإنترنت. .... 119
- مراجع الكتاب..... 123



## المقدمة

تعد القدرة على حماية قيم وعقول أفراد المجتمعات في هذا العصر التكنولوجي المعرفي الفياض أهم معالم القوة، حيث فقدت الدول قدرتها على السيطرة الكاملة للبحث المباشر، كما فقدت قدرتها على التصدي للبحث الإعلامي الخارجي، والاكتماس الثقافي الأجنبي، وأحدثت تكنولوجيا اليوم انصهاراً مروعاً للصوت والصورة، فأصبح من الصعب التفريق بين الواقع والوهم، وبين الحقيقة والخيال، وبين ما هو أخلاقي وما هو غير ذلك، فغابت أسس بناء التربية الإعلامية المميزة.

ومع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وتعدد مجالات استخدامها أصبحت مصطلحات: التضليل الإعلامي، والشائعات الرقمية، والمحتوى الرقمي الزائف أكثر شيوعاً مما كانت عليه في الأعوام الماضية، وقد تزامن ذلك مع تطور مفهوم النشر؛ إذ أصبح عملية سهلة للغاية نتيجة غياب القيود وعدم وضوح القوانين المنظمة.

ونتيجة لتلك المخاطر المرتبطة بعمليات نشر وتداول المحتوى الرقمي الزائف، ظهرت الحاجة إلى التربية الإعلامية، وأصبحت مطلباً ملحاً لتنمية المواطن الواعية المسؤولة الفعالة، والمساهمة النشطة الشاملة في صنع الحضور الوطني، لأنها تحتوي على مجموعة من المهارات؛ كالتفكير الناقد والإبداعي، الذي يمكن المتلقي من بناء أحكام مستقلة عن المضامين الإعلامية وإنتاجها، وهي بذلك تنمي عده مظاهر سلوكية للمسؤولية الاجتماعية.

وبالتالي أصبحت المجتمعات بشكل عام والنامية بشكل خاص والمنظمات والمؤسسات التربوية ملزمة بضرورة التصدي لهذه المضامين الضارة التي من شأنها استنزاف طاقات النشء والشباب، والتصدي الواعي للتغلغل الإعلامي لعقولهم، حيث إن التضليل الإعلامي والأخبار الزائفة تعتمد على بعض الأساليب المغلوطة مثل

الكذب والتشويه والخداع وإخفاء الحقائق لتوجيه سلوك الرأي العام أو التأثير في اتجاهاته.

ومن هنا ظهرت الحاجة إلى التربية الإعلامية لتعمل على زيادة وعي النشء والشباب وفهمهم لوسائل الإعلام، ويمتد ليشمل الفئات المجتمعية الأخرى كوالدين، والمعلمين، وصناع السياسات والقرارات التعليمية والإعلامية لتنمية المواطنة الواعية المسؤولة الفعالة، والمساهمة النشطة الشاملة في صنع الحضور الوطني، وترسيخ منطق الالتزام والمسئولية سواء في العلاقات بين الدول أو بين الفرد ومجتمعه، وبين الفرد ونفسه.

ويتناول هذا الكتاب مجموعة من الموضوعات التي تتعلق بالتربية الإعلامية الرقمية، حيث يلقي الفصل الأول الضوء على التربية الإعلامية ومفهومها، تطورها، أهدافها، أهميتها، والتربية الإعلامية والرقابة الذاتية والمبادئ التأسيسية لها، وعناصرها، ومعاييرها، ومهاراتها، والتربية الإعلامية وقوة تأثير وسائل الإعلام الجديد.

وفي الفصل الثاني تناولنا الرسالة الإعلامية والثقافات الهابطة والرسالة الإعلامية السلبية، كما تناولنا أخلاقيات الرسالة الإعلامية، والآثار السلبية للرسالة الإعلامية المقدمة عبر وسائل الإعلام، وأساليب التعامل مع سلبيات الرسالة الإعلامية، ودور التربية الإعلامية بتنمية وعي المجتمعات بأخلاقيات الرسالة الإعلامية، كما تناولنا الآثار والمخاطر الأمنية للإعلام الرقمي والأخبار الزائفة، والألعاب الإلكترونية وسبل ومواجهتها من خلال التربية الإعلامية.

ثم جاء الفصل الثالث الذي تناولنا فيه التفكير الناقد ومواجهة الأخبار الزائفة حيث تناولنا تعريف التفكير الناقد، ومكوناته، وخصائصه، والفوائد التي يكتسبها الإنسان من التفكير الناقد، وفوائد استخدام مهارة التفكير الناقد مع وسائل الإعلام، والقواعد العامة لتوجيه الشباب للتفاعل الواعي مع وسائل الإعلام، وكيفية مواجهة الأخبار الزائفة.

ثم جاء الفصل الرابع ليتناول التضليل الإعلامي وركائزه، وأهدافه، وأنواعه، ومعوقات تطبيق التربية الإعلامية في المجتمعات العربية.

وفي الفصل الخامس والأخير تناولنا التربية الإعلامية والاستخدام الآمن للإنترنت، حيث تناولنا التربية الإعلامية وآلية التحقق من صحة محتوى وسائل التواصل الاجتماعي، ومعايير الاتصال الرقمي الآمن بمواقع التواصل الاجتماعي، ودور مؤسسات التنشئة الاجتماعية في التربية على الاستخدام الآمن للإنترنت، والتربية الإعلامية مدخل أساس لمواجهة غزو العقول في العصر الرقمي، واختتمنا الفصل بمقترحات عملية لضمان الاستخدام الآمن للإنترنت.

وبذلك نرجو أن نكون قد غطينا عناصر مهمة في مجال التربية الإعلامية الرقمية، متمنين كل التوفيق والاستفادة للقارئ، والله من وراء القصد وهو يهدي إلى سواء السبيل.

د. ريهان محمد أحمد عمران



# الفصل الأول

## التربية الإعلامية

### مفهومها - أهدافها - أهميتها

تمهيد.

أولاً- مفهوم التربية الإعلامية **Media Literacy** .

ثانياً- تطور التربية الإعلامية.

ثالثاً- التربية الإعلامية والرقابة الذاتية **Self- censorship**.

رابعاً- المبادئ التأسيسية للتربية الإعلامية.

خامساً- أهمية التربية الإعلامية في عصر المعلوماتية.

سادساً- أهداف التربية الإعلامية.

سابعاً- عناصر التربية الإعلامية.

ثامناً- معايير التربية الإعلامية.

تاسعاً- مهارات التربية الإعلامية.

عاشراً- التربية الإعلامية وقوة تأثير وسائل الإعلام الجديد.



# الفصل الأول

## التربية الإعلامية

### مفهومها - أهدافها - أهميتها

#### تمهيد:

تتمثل أهمية التربية الإعلامية في تيسير وصول الأفراد إلى المهارات والخبرات التي يحتاجونها لفهم الكيفية التي يشكل الإعلام إدراكهم لها، وتهيئتهم للمشاركة في صناعة الإعلام ضمن أخلاقيات المجتمع وضوابطه حرية الكلمة فهي طريقة للتعبير والوصول إلى الإعلام والفهم الإعلامي سواء السلبي أو النشط، وتقييم الإعلام تقييماً ناقداً والوعي بإمكانيات ومخاطر الإعلام الجديد.

فالتربية الإعلامية تهدف بشكل أساسي إلى تبصير الرأي العام والجمهور بمخرجات وسائل الإعلام، وآليات عملها، وتأثيراتها على الفرد والمجتمع، ولا يقف الأمر عند حدود هذه الأهداف ولكن هذه الأهداف يمكن أن تتطور أو تتغير بتطور العمليات الإعلامية ووسائلها واتجاهاتها في علاقتها بالسياقات التي تعمل في إطارها، كذلك علاقتها بالنظم الاجتماعية وجمهور هذه الوسائل وتتطور مستويات تحقيق هذه الأهداف، والتقدم الحادث في مستوى الوعي والثقافة الإعلامية التي حققتها التربية الإعلامية مع المواطنين والمجتمع، مع مراعاة حقوق الفئات المهمشة والشرائح الضعيفة اقتصادياً واجتماعياً وذوي الاحتياجات الخاصة في رسم هذه الأهداف وتحقيقها.

#### أولاً - مفهوم التربية الإعلامية Media Literacy:

تنوعت اسهامات العلماء والباحثين لوضع تعريف شامل للتربية الإعلامية وفي البداية يمكن القول إن مصطلح التربية الإعلامية مكون من كلمتين هما: التربية

والإعلام، فهو ترجمة للكلمة الإنجليزية Media Education ويعني التربية الإعلامية أو التعليم الإعلامي، وهناك من يرى أنها ترجمة للمصطلح الانجليزي Media Literacy وهو ما يسمى بمحو الأمية الإعلامية.

وهناك مصطلحين أساسيين، يتكرر استخدامهما في الأدبيات والبحوث الأجنبية التي تبحث في التربية الإعلامية، وهما: "التعليم الإعلامي" و"التربية الإعلامية" وهو المصطلح الأكثر استخداما في أوروبا، ترجمة عن "Media Education".

فالتربية الإعلامية تمثل مفهوما شاملا يعني بطريقة التعبير والوصول إلى الإعلام والفهم الإعلامي سواء السلبي أو النشط، وتقييم الإعلام تقييما ناقدة والوعي بإمكانيات ومخاطر الإعلام الجديد. كما يرى البعض أنها الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع، وفهم عملية الاتصال الجماهيري وتطوير إستراتيجيات تمكننا من فهم وتحليل ومناقشة الرسائل الإعلامية، وتنمية الاستمتاع الجمالي، والتقدير المضمون وسائل الإعلام.

وهي القدرة على إدراك وتحليل الرسالة الإعلامية بشكل نقدي، وتفسير ما تحتويه من قيم ومعاني، والتعرف على مصادر معلومات هذه الرسالة، ومعرفة أهدافها السياسية والاجتماعية والتجارية والفنية، وكيف يتم معالجتها جمالية أو فنية، بالإضافة إلى التفاعل معها وعدم التعرض له سلبية، ومعرفة تأثيراتها على الفرد والمجتمع، ومعرفة ماهية وأيدولوجية والسياسة التي تقوم عليها المؤسسات الإعلامية). وتقدم التربية الإعلامية للقراء سبل الإبحار في الفيضان الساحق من المعلومات المتدفقة من جميع دول العالم عبر وسائل الإعلام.

وتشمل التربية الإعلامية كل أنواع الوعي والثقافة الرقمية والبصرية، وهي عملية Process تؤكد على أن الأفراد لابد أن يكونوا قادرين على:

- التحليل والتأمل الناقد للمضامين الإعلامية.

- بناء وتصميم المضامين الإعلامية.

- تحديد مصادر النصوص والرسائل الإعلامية والوصول إليها.
- فهم مغزى الرسائل الإعلامية والسياق الذي قدمت فيه.
- تفسير الرسائل والقيم المتضمنة فيها.
- انتاج الرسائل بطريقة ابداعية مسئولة.
- اختيار الوسيلة التي يمكنها التعبير عن رسائلهم ونشرها.

وتعد التربية الإعلامية مهارة من المهارات المستمرة مدى الحياة Life-long Skill ليس فقط للصغار ولكن للكبار أيضا سواء كانوا آباء أو معلمين أو ممارسين بالوسائل المختلفة، حيث أنها تعتبر وسيطة للتغير Agent of Change وبذلك فهي تحتاج إلى تطوير وممارسة مستمرة.

غير أن التربية الإعلامية أخذت تتجه صوب إتباع نهج ذي طابع تمكيني أوضح مهارات التعامل حيث يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم، وحسن الانقواء والتعامل معها، والمشاركة فيها بصورة فعالة.

ونظرا إلى التطور التقني الهائل في وسائل الإعلام الذي إلى تطور مفهوم التربية الإعلامية، وامتد ليشمل الواجبات التربوية لوسائل الإعلام العامة المتمثلة في السعي لتحقيق الأهداف العامة للتربية في المجتمع، والالتزام بالقيم الأخلاقية، والعناية بالوعي الإعلامي، والتربية على التفكير النقدي التأملي. نظرا لتعدد مصادر المواد الإعلامية، وهو ما يدل على أن وسائل الإعلام لا تقدم مجرد عرض بسيط للواقع الخارجي، بل تعرض تراكيب مصاغة بعناية تعبر عن طائفة من القرارات والمصالح المختلفة، والوعي الإعلامي يساعدنا على تتبع عملية تصنيع المواد الإعلامية، وعلى فهم المنتجات الإعلامية، ومن ثم فهم كيفية استخدامها، وهو ما يستلزم:

- ضرورة العناية بالوعي الإعلامي كجزء من تكوين المواطن المستنير، إذ يؤكد الخبراء أن الشباب وخاصة الذي لم يصب حظ كافية من التعليم إذا كان واعية ببيئته وملمة بأحداث الساعة من خلال اطلاعه على الوسائل الإعلامية وقادرة

على استخدام أدوات الاتصال في التعبير عن ذاته، سيصبح مواطنة أفضل تكويناً وأكثر التزامه.

- كما يشجع الوعي الإعلامي على المشاركة الفعالة في المجتمع، فالتربية الإعلامية تمكن الناس من تفسير المواد الإعلامية ومن تكوين آراء واعية عنها بوصفهم مستهلكين لها، وأن يصبحوا منتجين للمضامين الإعلامية، فالغاية التي تتوخاها التربية الإعلامية هي تطوير الملكات النقدية والإبداعية لدى الطلاب.

فالتربية الإعلامية هي قدرة الأفراد على الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام، من فهم وتحليل ونقد وتقييم وتكوين المضامين الإعلامية بأشكالها المتنوعة، والمساهمة في تطوير إدراكهم ومشاركتهم في إنتاج مضامين إعلامية مسئولة وتخزينها، والارتقاء باهتماماتهم، وهي تمثل رد فعل طبيعي ودافعي للبيئة الإعلامية المعقدة، والمستحدثات التكنولوجية التي تحيط بهم.

## ثانياً - تطور التربية الإعلامية:

شهدت التربية الإعلامية العديد من التطورات سواء على مستوى مفهومها أو أهدافها أو الاهتمام بها، فهي ليست بالجديدة بالنسبة للعديد من الدول، بل أصبحت مظهراً من مظاهر التطور في النظام التعليمي الراقى في كثير من الدول، فقد نشأت التربية الإعلامية عندما اهتمت الولايات المتحدة الأمريكية بموضوع الفيلم في التدريس من خلال جمعيات معلمي اللغة الانجليزية عام 1911م، وفي العشرينيات من القرن الماضي ظهرت الرغبة في استخدام المواد الصحفية و البرامج الإذاعية إلا أن التدريب في هذا المجال اقتصر على أقسام الإعلام ببعض الجامعات ولم يكن منتشران. وقد برزت حركة الثقافة الإعلامية في أوروبا في الفترة ما بين 1990-1920م، تحديداً في فرنسا - رائدة صناعة السينما- حيث جرت أولى محاولات استغلال هذه

الصناعة في العملية التعليمية، أن أول فيلم تعليمي يهدف إلى تنمية مهارة التحليل والنقد لدى الطلاب تم عرضه في عام ١٩٢٢م أثناء المؤتمر الإقليمي الأول الأقسام الفيلم التعليمي "Offices Regionaux du Cinema Educateur"، وفي عام 1933م نشر كتاب بعنوان "الثقافة والبيئة" دعا فيه المؤلفان Thompson & Leavis إلى ضرورة التدريب على تنمية الوعي الناقد، ومن هنا انتشرت الدعوة إلى التدريب على الاستخدام الناقد لوسائل الاتصال بالمدارس؛ حيث تضمن الكتاب تمارين تطبق في الفصل الدراسي باستخدام بعض المواد الصحفية، وهي المواد المتاحة في ذلك الوقت وفي العام نفسه أسست الحكومة البريطانية معهد الفيلم البريطاني BFI " وقامت برعاية العديد من المؤتمرات في هذا المجال.

ودخلت التربية الإعلامية بشكل جيد الوسط المدرسي في الفترة ما بين 1950 - 1980م لعدة دول، ومنها: كندا، فلندا، اسكتلندا، النرويج، اسبانيا، وذلك لاعتمادهم على المنتج الإعلامي الأمريكي، الذي تعددت وجهات النظر حول تأثيراته الثقافية على قيم الأفراد، وظلت ممارسة التربية الإعلامية مجرد مبادرات فردية في كل من: أمريكا اللاتينية، والولايات المتحدة الأمريكية، وبعض الدول الأوروبية، حيث كان يتم تدريسها بصورة اختيارية أو من خلال بعض النشاطات شبه المدرسية، وفي كثير من الحالات كانت نتاج جهود فردية من بعض المعلمين والمربين، وبعد التطور الهائل للتكنولوجيا الاتصال الرقمية انتقلت التربية الإعلامية من حقل المجتمع المدني إلى الهيئات الرسمية التي بادرت بتخصيص اعتمادات مالية وبرامج لإنشاء مراكز متخصصة وإجراء بحوث في هذا المجال، وتستفيد معظم المدارس في أمريكا الشمالية من البرنامج الذي أنجزته جامعة ماكجيل McGill University الكندية.

وفي الخمسينيات ظهرت في بريطانيا فكرة التعليم بالشاشة Screen Education، ذلك عندما شكل المعلمون البريطانيون جمعية تدعم التعليم بالفيلم التلفزيوني "SEFT"، وتم استخدام الوسائل السمعية والبصرية في الفصول الدراسية

المدرسية من قبل المعلمين الفرنسيين وذلك عام ١٩٥٢م، وفي الولايات المتحدة الأمريكية كانت بدايات متواضعة مقارنة بجارتها كندا، حيث تدرس دورات عن السينما في المدارس الثانوية. وفي عام 1908 م أدخلت البرامج الصحفية في الفصول الدراسية "Newspaper in the Class Room" بالمدارس الثانوية الأمريكية تحت رعاية جمعية ناشري الصحف وانضم لهذا البرنامج (9500) معلم من أصل إجمالي (34) ألفا وغطى (5) مليون طالبا، وفي الستينيات ظهرت مقررات في فن الإذاعة والتلفزيون تدرس في (200) كلية.

وفي الستينيات اهتمت منظمة اليونسكو بدراسة دور وسائل الإعلام في التطور الاجتماعي وإيجاد إستراتيجية التعامل مع وسائل الإعلام بما يحقق الهدف منها، وطبقت وزارة التعليم الفرنسية نظرية الجماليات في تشجيعها للمعلمين لاستخدام الفيلم في التدريس، وإشراك المتعلمين في صناعة الأفلام وعرف حينها فهم المشاهد على أنه لوح أملس "Tabula Rasa"، ويقصد به العقل قبل تلقيه أي انطباعات خارجية؛ أي حالة من الفراغ والاستعداد الكتابة الرسائل القوية من وسائل الإعلام الجماهيري، وعليه كانت الأجندة التعليمية هي التطعيم، وذلك الحماية الأطفال والمجتمع والقيم الاجتماعية من تجاوزات الرسائل الإعلامية الفاسدة، وكانت الأدوات متمثلة في التمييز بين الإعلام الجيد والإعلام الفاسد، والتقدير الجمالي للإعلام الجيد، وأصبح اصطلاح التعليم بالشاشة سائدا في حقبة الستينيات على المستوى العالمي.

وتحت تأثير نظرية الفن السينمائي للمؤلف "Authors Cinematography" ارتبطت الثقافة الإعلامية البريطانية بدراسة وسائل الإعلام كثقافة شعبية، رغم أن أفكار المنظر الإعلامي الكندي "McLuhan" لعبت دورا هاما في التأثير على الثقافة الإعلامية البريطانية إلا أن النظرية التي هيمنت على الثقافة الإعلامية البريطانية في الستينيات كانت الجماليات. بهدف تحقيق الأهداف وهي كالتالي:

- زيادة الفهم والمتعة بالسينما والتلفزيون لدى الأطفال.

- تعليم الأطفال تفرد الشخصية في المجتمع الإنساني.
- تحصيل الأطفال من الاستغلال التجاري وما شابه.
- تشجيع التعبير عن الذات من خلال الشاشة.

وفي أواخر الستينيات بدأت الدعوة تروج لأهمية تدريس الإعلام ليس في الجامعات فقط وإنما في المدارس أيضا، وهو ما يتضح في " The Newsom Report" الصادر عام 1963م عن المجلس الاستشاري المركزي بلندن، والذي يعد من المحاولات المبكرة للاعتراف بأهمية التربية الإعلامية وتعليمها في المدارس كمشروع لحماية الأطفال وتدريبهم على النظرة الناقدة والفاحصة لما يبث من خلال وسائل الإعلام وفي عام 1968م ظهرت جمعيات كندية لمعلمي التربية الإعلامية الكندية، واعتمدوا على النظريات الجمالية في التربية الإعلامية كما هو الحال في الدول الأخرى.

لكن بصورة عامة اعتمدت التربية الإعلامية الأميركية على الفيلم وإشراف المعلمين على الطلاب في إخراج أفلام قصيرة مع التركيز على الجماليات ولغة الفيلم وطرق التصوير، ومع ذلك لم تكن هذه المقررات إلزامية في المدارس، وقد اختيرت أفلام سينمائية جادة لتطبيق النظريات الجمالية التعليم الطلاب تقدير الفن الراقي، ورفض الفن الرديء، وتحصينهم ضده وتنمية الأخلاق.

يتضح مما سبق أن فترة الستينيات بمثابة العصر الذهبي لنظريات الجماليات التربية الإعلامية الأمريكية خاصة التعليم الجامعي؛ حيث أدمجت مقررات التربية الإعلامية في منهج تدريس الأدب بالجامعات الأمريكية

وفي السبعينيات روجت منظمة اليونسكو للثقافة الإعلامية ووضعتها على قائمة أولوياتها، وبدأت بتصميم نموذج للمنهج العام للمشتغلين بتعليم وسائل الإعلام في المدارس الثانوية، وأدرجت التربية الإعلامية ضمن مناهج وزارة التعليم الفرنسية، حتى

أصبحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال جزءا أساسيا من المنهج القومي في المدارس الثانوية.

وفي الثمانينيات شهد عام 1982م ميلاد التربية الإعلامية، وفقا لإعلان جرانوالد "Grunwald Declaration"، فبدأ النظر إلى التربية الإعلامية على أنها تعليم بشأن الإعلام وتكنولوجيا وسائل الإعلام الحديثة، فتطور العقل من تغذية وتعزيز الرأي الجمالي الحاد إلى تغذية المعلومات الناقدة. فطالبت اليونسكو بضرورة إعداد النشء للحياة في عالم يتميز بقوة الرسائل المكتوبة والمسموعة والمرئية.

فقد بدأت التربية الإعلامية أساسا كأداة لحماية المواطنين من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية، وهو ما يعرف بنموذج الحماية Protectionist Approach، وعندما أصبحت وسائل الاتصال الجماهيري جزءا من الثقافة اليومية للفرد، اتسعت معها النظرة إلى التربية الإعلامية ليصبح الفرد قادرا على تحليل وتفسير ونقد ما يشاهده أو يسمعه، وهو ما يعرف بنموذج المتلقي النشط "Critical Autonomy"، ومن هذا المنظور يصبح هدف التربية الإعلامية هو تحويل استهلاك الرسائل الإعلامية إلى عملية ناقدة نشطة، ومساعدة الأفراد على تكوين الوعي حول طبيعة تلك الرسائل، وفهم دورها في بناء وجهات النظر حول الواقع الذي يعيشون فيه واستخدم مفهوم التربية الإعلامية في ذلك الوقت بصفة كلاسيكية، حيث كان الاتصال الجماهيري مستندا على علم أصول التربية.

أما في التسعينيات، أصبح الجمهور منتجا للمعاني، وأصبح تمكين الجمهور من معالجة الرسائل الإعلامية وإنتاج معاني ذات صلة بالنواحي الشخصية والمجتمعية هو الهدف التعليمي، أما في منتصف العقد؛ تم إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وقامت اللجنة الأوروبية بتمويل مشروع بقيادة منظمة اليونسكو ضمن برنامج نشر التربية الإعلامية وسمي بـ "مشروع المينيتر"، والذي تحول فيما بعد إلى المنظمة المينيتر "Minetor Association"، ويهدف هذا المشروع إلى توفير وإعداد

معلمين للمرحلة الثانوية يمتلكون الموارد والمهارات الأساسية لتدريس الإعلام، حتى يستطيع الطلاب فهم المواد الإعلامية المقدمة لهم.

ومع نهاية القرن العشرين حدث تغير تدريجي في مفهوم التربية الإعلامية، فتحول الاتصال الجماهيري التقليدي إلى تناول المعلومات الحديثة وتقنيات الاتصال المعاصرة، فانصب التركيز على الوسائط المتعددة الرقمية، حيث أكدت النظرة المعاصرة على ضرورة أن تهتم التربية الإعلامية بتحليل الأدوات والاستراتيجيات والبرامج الإعلامية من خلال التطبيقات التربوية،

وفي بداية القرن الواحد والعشرين انتشر مفهوم التربية الإعلامية في الدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية إلى درجة واسعة، وتم دعمها ببحوث ونظريات وأدوات تعليمية وإعلامية قائمة بذاتها. بينما ما تزال عدد من دول العالم النامي في وضع متأخر في هذا المجال، ويبدو هذا واضحا في أفريقيا وآسيا.

### ثالثاً- التربية الإعلامية والرقابة الذاتية Self- censorship:

تتناول الدراسات مصطلح الرقابة الذاتية Self- censorship بمعنى أن يراقب الإنسان نفسه في جميع أقواله وأفعاله، وألا يتعدى الحدود المسموح بها في ظل الحرية التي كفلها له دينه أو مجتمعه، وأن يكون الإنسان قادرا على التصرف الكامل في جميع شئون حياته مع تحمل النتائج المتوقعة من تلك التصرفات سواء كانت ايجابية أو سلبية، ويصبح قادرة على الإبداع والتفكير. والمراقبة الذاتية هي في قدرة الفرد على تعديل سلوكه لجعله مناسب لمختلف المواقف الاجتماعية.

وتتصل الرقابة الذاتية بمصطلح الإعلام عمومة والإعلام الجديد خاصة حيث أن البعض يعرف الإعلام الجديد على أنه: الرأي والمعلومة والتجارب والصور ومشاهد الفيديو التي تنشر الكترونياً من قبل أفراد مستقلين غير خاضعين لأي نظام سياسي

أو غيره سوى التزام الفرد الشخصي بما يؤمن به من قيم ومبادئ ووفق ما لديه من رقابة ذاتية.

وتكتسب الرقابة الذاتية أهميتها من عدة جوانب حيث أنها تنمي شعور الفرد بمحاسبة نفسه على كل شيء سواء كان صغيرة أو كبيرة، وتساعده على اكتشاف أخطائه بنفسه وذلك تمهيدا لعلاجها وعدم الوقوع فيها مرة أخرى، وتنمي احساسه بالمسئولية تجاه ما يقوم به من أعمال وما يؤديه من مهام، تدعو إلى السعي لمكارم الأخلاق وفضائل الأعمال، فالرقابة الذاتية تؤكد على أن الإنسان مسئول عن أعماله وأفعاله أمام نفسه وليس خوفا من غيره، تخلق روح التعاون والمودة والحب بين أفراد المجتمع وتنظيم حياتهم. و يرى بورز POWERS أن التعليقات عبر الإنترنت التي تهاجم احترام الفرد لذاته أو تثير الشك في استمرارية الفرد، يمكن أن تشكل تهديدا لتقييم الهوية وقد تكون دافعا أساسيا للرقابة الذاتية. تشير الأبحاث إلى أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي عندما يتعرضون لتهديدات الهوية، قد يديرون انطباعاتهم لتجنب الصراع والحفاظ على احترام الذات وتفعيل الرقابة الذاتية على استخدامهم لتلك الوسائل

#### رابعاً - المبادئ التأسيسية للتربية الإعلامية:

1- المبدأ الأول - المواد التي تقدمها وسائل الإعلام يتم بناؤها: أي أن جمهور وسائل الإعلام يجب أن يكون على وعي بأن ما يقرأه ويسمعه ويشاهده عبر وسائل الإعلام ليس هو الواقع، وإنما هو إعادة خلق الواقع من خلال وجهات نظر القائمين بالاتصال.

2- المبدأ الثاني - المضامين الإعلامية يتم إنتاجها وتوزيعها من خلال بيئة تجارية واقتصادية: يجب أن نعي أن المضامين الإعلامية تنتجها مؤسسات لها

سياسة تجارية وتحتاج إلى تحقيق أرباح من خلال الإعلانات، لذا فإنها تقوم بجذب أكبر عدد من الجمهور.

### 3- المبدأ الثالث - المضامين الإعلامية يتم إنتاجها من خلال بيئة سياسية:

يجب أن نعي أن المضامين الإعلامية تنتجها مؤسسات إعلامية خاضعة لقرارات وتنظيمات وقيود تضعها الحكومة عليها مما يؤثر على طريقة معالجة المضامين الإعلامية.

### 4- المبدأ الرابع - المضامين الإعلامية تقدم بأشكال مختلفة عبر وسائل

الإعلام: يجب أن نعي أن المضامين الإعلامية تقم بأشكال متنوعة عبر وسائل الإعلام سواء كانت أخباراً أو إعلانات أو دراما، وعلى الجمهور أن يدرك الفروق بين هذه الأشكال، بالإضافة إلى معرفة الفروق بين هذه الأشكال، ومعرفة الفروق بين كل وسيلة وأخرى من وسائل الإعلام، أي طبيعتها.

### 5- المبدأ الخامس: تؤثر المضامين الإعلامية على إدراك الجمهور لمجتمعه

وواقعه: أي أن الجمهور قد يدرك واقعه ومجتمعه من خلال ما تقدمه وسائل الإعلام، وأكبر مثال على ذلك الصور النمطية لبعض الأفراد أو الشعوب في وسائل الإعلام ويتأثر بهذه الصور الكثير من الأفراد المتلقين.

### 6- المبدأ السادس: الجمهور متلقي إيجابي للمضامين الإعلامية: أي أن الجمهور

يجب أن يكون إيجابياً أثناء تلقيه للمضامين الإعلامية من خلال تفاعله مع هذه المضامين، وعدم موافقته على كل ما يقدم له على أنه أمر مسلم به دون تحليل أو نقد أو تغيير هذه المضامين إذا كانت سيئة.

## خامساً - أهمية التربية الإعلامية في عصر المعلوماتية:

تتضح أهمية التربية الإعلامية من خلال عدة مبررات، يمكن سردها على النحو التالي:

## 1- التكيف مع التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام والاتصال: شهدت الخريطة

الاتصالية قفزات تكنولوجية وإعلامية هائلة ومتسارعة، فمنذ منتصف الستينيات عندما وضع أول قمر صناعي للاتصالات في مدار قريب من الأرض والدخول في الألفية الثالثة، فأصبحت تكنولوجيا الاتصال عنصرا ملازما لكل مظاهر الحياة العصرية، فتكنولوجيا الاتصال والمعلومات تعني كل ما ترتب على الاندماج بين تكنولوجيا الكمبيوتر والتكنولوجيا السلكية واللاسلكية وأدى هذا الاندماج إلى ظهور العديد من الوسائل الحديثة مثل الصحافة الإلكترونية، والتلفزيون الكابلي والراديو الرقمي أو ما يعرف براديو الإنترنت.

كما يلاحظ أن انتشار الوسائل الحديثة لم يؤد إلى انتهاء الوسائل التقليدية، بل أصبحت كل وسيلة يقع عليها عبء التواصل مع جماهيرها والبحث عن أدوار جديدة في ظل الانتشار الكبير لوسائل الإعلام وتعدد الاختيارات بين الجمهور لانقضاء الوسيلة المناسبة التي تلائم اهتمامه وميوله كما مهدت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الطريق للانتقال من المجتمع الصناعي إلى المجتمع المعلوماتي، وعملت على إزالة الفوارق بين الأدوات الاتصالية التي طالما فصلت بين وسائل الإعلام المختلفة، وأحدثت في السنوات القليلة الماضية تغييرات نوعية في العديد من أوجه الحياة.

وتميزت هذه الحقبة الزمنية بكثرة الإنجازات العلمية وتنوعها في كافة ميادين الحياة، فتنبأت تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات مرتبة الصدارة في قوائم المخترعات الحديثة. حيث لن يقاس التميز الطبقي والاجتماعي بين الأفراد على أساس المنصب أو الثروة أو المال أو الأصل الاجتماعي، بل سيقاس على أساس المعرفة والثقافة وتوظيف الفرد لمعلوماته وثقافته في الارتقاء بنفسه ومجتمعه، ولن يقاس مدى تقدم الدول على أساس ناتجها القومي بل سيكون هناك معيار آخر جديد هو إجمالي ناتجها المعلوماتي القومي، وبالتالي

أصبحت المعلوماتية Informative“ عمله هذا العصر وثروته ومجالات استثماره.

فالخاصية الأساسية في التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال هي ارتباط تكنولوجيا الإعلام مع تكنولوجيا الاتصالات السلكية واللاسلكية، فأدى ذلك لظهور شبكة المعلومات، التي تحولت إلى ظاهرة اجتماعية وثقافية، تحوي بداخلها الكثير من الأضرار العقائدية والأخلاقية والنفسية والسلوكية والصحية والتعليمية. فالثورة التكنولوجية وما تبعتها من تطورات في كافة مجالات الاتصالات والمعلومات، ترتب عليها تفاعل الجمهور مع المضامين الإعلامية. بالتالي باتت الإشكالية التي تواجه المهتمين بالشأن الاجتماعي والتربوي تتمثل في كيفية التعامل مع هذا الواقع الجديد، وأن تقوم المؤسسات التربوية بدورها في تمكين النشء والشباب من تربية إعلامية عقلانية واعية ناقدة، وتسهم التربية الإعلامية في تزويد الأفراد ببعض المهارات والإمكانات التي تحقق لهم الاستفادة القصوى من هذه المعطيات التكنولوجية، فالتربية الإعلامية تعلم الطالب الجامعي كيفية إثارة الأسئلة لديه عند تلقيه الرسائل الإعلامية، بحيث يتوقف عندها ويتأملها.

**2- تعظيم الاستفادة من الفرص التي تتيحها وسائل الإعلام:** ففي الوقت الحاضر هناك اتجاه في التربية الإعلامية نحو الاستفادة مما تمنحه وسائل الإعلام من فرص، حيث وجد أن وسائل الإعلام يمكن أن تعمل على إتاحة فرصة هائلة في العملية التعليمية، والعمل على تشجيع الأفراد للتعبير عن آرائهم، ومشاركة المؤسسات التربوية الأخرى في التوعية والتثقيف وإحداث التنمية.

**3- مواجهة مخاطر العولمة الإعلامية:** يشير الواقع إلى استغلال التقدم في وسائل الإعلام في تحقيق أهداف العولمة، والتربية الإعلامية ضرورة لمواجهة مخاطرها من خلال دورها في تعزيز الهوية الثقافية وترسيخ العقيدة وإعداد الفرد لفهم

وتقبل الآخر. فالعولمة الإعلامية أبرزت الدور المستقبلي للإعلام والاتصال كما أكدت على التفاعل - تأثرا وتأثيرا مع المضامين الإعلامية القوية؛ خاصة مضامين العنف والعدوان والإثارة التي اعتاد الجمهور على مشاهدتها بدرجة كبيرة من السلبية واللامبالاة دون تفاعل أو تحليل ناقد لها، كما تثير معظم مضامين وسائل الإعلام المشاكل الموجودة في المجتمع دون تقديم حلول عملية للجمهور، مما يعزل الجمهور عن واقعه ومجتمعه، لذا يجب على الجمهور عدم الأخذ بالحلول المقدمة من قبل وسائل الإعلام للمشاكل الاجتماعية كأمر مسلم به، وعلية البحث في حلول هذه المشاكل من واقع مجتمعه، كما تشجع التربية الإعلامية على تنشئة المواطنة المسؤولة الفعالة، والعمل الجماعي، وربط المنهج الدراسي بالحياة الواقعية وهي متسقة مع التوجه لتنمية مهارات التفكير العليا.

#### 4- الحفاظ على الهوية الثقافية: أصبحت وسائل الإعلام بمختلف أشكالها هي

الوسائل التي استخدمها رواد الغزو الفكري والثقافي المعاصر لرمي أمتنا بوابل من السموم الفتاكة، ويمكن القول إن المضامين الإعلامية والثقافية المزينة للاستهلاك والمجمل بنمط الحياة الغربي باتجاه البلدان النامية، هي من أسوء ما ينتجه الغرب والتي تعمل على إفساد الثقافة الوطنية وتهميشها وتسريب وإشاعة أنماط حياة تستهلك أكثر ما يمكن من البضائع والسلع.

فالتربية الإعلامية ذات أهمية قصوى في ظل انفتاح ثقافي عبر الفضائيات والإنترنت متمثلة في الحفاظ على الهوية الثقافية للجمهور في المجتمعات العربية والإسلامية، ومواجهة الثقافة الغربية التي تؤدي إلى التغريب والغزو الفكري.

كما أنها أصبحت ضرورة ملحة للتعامل مع هذا الواقع الجديد، حيث تفوقت وسائل الإعلام على الحروب في تأثيرها على الرأي العام، حيث توصلت وسائل الإعلام إلى مستوى غسيل الأدمغة نظرا لما تملكه من قوة تأثيرية عالية على الجمهور. وهذه المخاطر والتطورات فرضت على المؤسسات التربوية والاجتماعية

البحث عن الطرق والوسائل المناسبة للتعامل مع هذا الواقع الجديد نظريا وتطبيقيا من خلال تنمية مهارات النشء والشباب في التعامل مع وسائل الإعلام، وتنمية التفكير الناقد لديهم تجاه ما يطرح في هذه الوسائل، كما تمثل أهمية خاصة للنشء والشباب التي تنمي قدراتهم الذهنية على الاختيار والاستيعاب والفهم والتحليل للمواد الإعلامية؛ بل والمشاركة في إنتاجها، فكثرة البدائل الاتصالية والتقنية العالية في شبكة الإنترنت تلزم المجتمع والمهتمين بتربية النشء والشباب إعلامياً لفهم الرسائل الإعلامية والتفاعل معها بشكل إيجابي.

فالتربية الإعلامية تحاول توجيه الإعلام للوجهة التربوية الإيجابية والبناءة، من خلال توجيه سلوك الفرد بشكل مباشر أو غير مباشر لمواجهة قوة وسائل الإعلام، فهناك ارتباط وثيق بين حقوق المواطنة ومعايير التربية الإعلامية، فإن أبرز حقوق المواطنة تتمثل في تسليح المواطن بالثقافة الإعلامية التي تحميه من ابتزاز وسائل الإعلام وتأثيراتها السلبية والضارة، فضلا عن تشجيع المواطن على الوصول إلى مصادر متنوعة للمعلومات وعدم الاعتماد على مصدر واحد.

وتنطلق التربية الإعلامية من الناحية الاجتماعية من قاعدة هامة متمثلة في الربط بين الممارسات غير المسئولة للوسائل الإعلامية في المجتمع وبين تعظيم الوعي لدى الرأي العام بالآثار الناتجة عن تلك الممارسات، فضلا عن تزويده بالمعارف والثقافة الإعلامية اللازمة التي تضمن للرأي العام تفاعلا ايجابيا مع وسائل الإعلام بما يمكنه من الاستفادة من وظائفها المرغوبة وتجنب آثارها الاجتماعية غير المرغوبة. كما تمكن الفرد من التعامل الجيد مع وسائل الإعلام، وفهم أبعاد الإعلام الأيديولوجية، وقيمة المهنية، ومعرفة كيف ينبغي للإعلام أن يؤدي رسالته، ومتى يكون الإعلام راقيا ومتى يكون دون ذلك، ومن ثم تمكينهم من الضغط على الإعلام للاستثمار في المعلومة، والدقة المهنية بدلا من الابتذال والزيف.

## سادساً - أهداف التربية الإعلامية:

الهدف الرئيسي للتربية الإعلامية في "جعل الأفراد مشاركين نشطين في عملية الاتصال وفي إيجاد المعنى بدلا من أن يكونوا كقطع الشطرنج في يد القائمين بالاتصال"؛ أي تمكينهم بأن يصبحوا مواطنين مسئولين، ذوي معرفة في استهلاكهم لوسائل الإعلام، ويتضمن هذا الهدف العديد من الأهداف التي يؤكد عليها الكثير من باحثي التربية الإعلامية كمخرجات مرغوبة للتعليم الإعلامي وهي أهداف مترابطة ومتتالية كما يلي:-

- 1- **زيادة الفهم لجوانب الإعلام المتعددة:** هدف التربية الإعلامية الأول يتمثل في قيادة الأفراد لفهم أكثر عمقا للإعلام ورسائله الإعلامية المعرفية والوجدانية والفنية والأخلاقية؛ أي الدخول بهم لفهم التراكمات الإعلامية وتأثيراتها وقدراتها وأشكالها وفتياتها وأبعادها الجمالية، وما تتضمنه من سياقات وما تحمله من معان ظاهرة وكامنة حيث يكون الفرد قادرا على رؤية الرسالة الإعلامية المعطاة بمنظور أكبر وأوسع يحمل الكثير من تفاصيلها وخفاياها، ويكون أكثر إدراكا لمستويات المعنى الظاهر والكامن مما يثري ويزيد الفهم عبر تنمية التفكير والتحليل الناقد حيث يمكنهم من اكتشاف القيم الكامنة في الإعلام
- 2- **زيادة التحكم على عملية تفسير الرسائل الإعلامية بأشكالها المختلفة:** الأفراد ذوي التربية الإعلامية أكثر قدرة على صنع واختيار المعنى مما يزيد من سيطرتهم على فهم الرسائل الإعلامية التي تخضع لتفسيرات القائم بالاتصال، وتفسيرها من أبعاد متعددة مما يمد المتلقي باختيارات عديدة لمعانيها وينمي قدرته على فرز تلك الاختيارات وتقرير قبوله أو رفضه لمحتوى الرسالة الإعلامية، واختيار المعنى الأكثر مناسبة وفائدة، ويؤدي هذا بالتالي إلى السيطرة والتحكم في فكره وسلوكه دون أن يكون مقيدا أو محصورا في قبول ما

يقدمه صانع الإعلام من أفكار وتفسيرات ومعان ظاهرة دون إدراك للأبعاد الخفية في الرسالة الإعلامية، وبذلك لا يصبح الإعلام المتحكم في متلقي المضامين، فإذا تم التحكم فإنه يمكن المتلقي من الحكم الذاتي الناقد في علاقته بوسائل الإعلام.

**3- تعزيز وزيادة التقدير السليم للمضامين الإعلامية:** مع الفهم الأعمق للإعلام والتحكم الأكبر في التعرض له وتفسيره يأتي التقييم للعمل المقدم ككل مظهر وجوه، وذلك من خلال العديد من الطرق، فمع التعليم والتدريب يتمكن النشء والشباب من تقدير الكثير من الملامح والأبعاد في العمل المقدم التي يأخذها غيره كأمر مسلم بها، وبالتالي يغفل عنها في حكمه على الرسالة القمه، لكن التربية الإعلامية تقود النشء والشباب إلى التقدير والاستحسان لبعض المضامين ونبذ ورفض البعض الأخر أو التقليل من قيمتها. فالأفراد ذوي التربية الإعلامية أكثر ملاحظة العناصر المضامين الإعلامية المقدمة وفنياتها وتأثيراتها، فيتمكنوا من إدراك الجيد والحسن فيها ويستمتعوا بها، وإدراك العناصر السيئة التي تقلل من قيمة المضامين فينصرفون عنها ليصل الفرد إلى تقدير الرسالة ككل على أساس سليم وموضوعي.

**4- تعليم الأفراد إنتاج وتقييم وتقويم المضامين الإعلامية:** معرفة الأفراد بالأبعاد المختلفة للإعلام وتنمية قدراتهم للحكم فيما يتعرضون له وتعلمهم تحليل ونقد المضامين الإعلامية، يمكنهم من تعلم كيفية إنتاج المضامين ومشاركتها، وهو ما يتطلب تعلم العديد من المهارات ليتمكن الفرد من بناء وإنتاج مضامين إعلامية، فالهدف الإنتاجي هنا هدفا تعليميا وليس هدفا تجاريا، بالتالي فهو يتحقق بتمكين الفرد من التعبير عن ذاته وتوصيل ما يريد قوله في إطار وشكل إعلامي مناسب للآخرين.

كما أنها توفر للنشء والشباب القدرة على تحليل ونقد وتقييم وبناء الاتجاهات نحو الإعلام، وهذا يتحقق من خلال هدفين:

1. بناء الفكر الاتصالي لدى الفرد بالشكل الذي يجعله يقف على أولى مراحل تقييم العملية الاتصالية التي يشارك فيها أو يلاحظها من خلال الإعلام العام أو المدرسي

2. بناء الفكر الناقد للعملية الإعلامية، باعتباره القاعدة الأساسية للتعامل الإيجابي مع وسائل الإعلام وما تقدمه من مضامين، ومن خلال الفكر الناقد يمكن امتلاك أدوات الانتقاء أو الاختيار، ثم الاستفادة الإيجابية وتجنب التأثيرات السلبية لما تقدمه وسائل الإعلام من مضامين، ومن خلال تأمل هذه الوظائف والتأمل يمكن أن نلاحظ العلاقة الوثيقة بين التربية الإعلامية وبين الإصلاح التربوي، وأن الكثير من الأهداف التعليمية الحديثة ومتطلبات التطوير التربوي يصعب تطبيقها، مع إغفال الدور الحيوي للتربية الإعلامية.

وبالتالي فالتربية الإعلامية تركز على:

- فهم محتوى ومضامين الوسائل الإعلامية وتفسيرها.
- تقديم آراء نقدية للمضامين الإعلامية سلبا أو إيجابا.
- الاختيار وانتقاء مضامين وسائل الإعلام.
- القدرة على التواصل مع وسائل الإعلام للتعبير عن الرأي والمساهمة في إنتاج المضامين.
- إمكانية توجيه أفراد المجتمع للاستفادة من وسائل الترفيه والتقنية الحديثة في إطار واضح وصحيح وهاذف خدمة للجمهور المستهدف.

## سابعاً - عناصر التربية الإعلامية:

تتكون التربية الإعلامية من عدة عناصر رئيسية منها: التحليل، والتقييم، والإنتاج، والإبداع، وتتمثل أبرز عناصر الثقافة الإعلامية، فيما يلي:

1- الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع: إن الإنسان اليوم خاصة النشء والشباب يعيش في بيئة غنية ومشبعة بوسائل الإعلام، ويتعامل ويتفاعل مع العديد من الرسائل الإعلامية بوعي أو بدون وعي، بالتالي فهي تؤثر في طريقة تفكير الإنسان وإدراكه لذاته والآخرين والعالم، وتؤثر في قيمه واتجاهاته وأحكامه وسلوكه، فيعتمد على ما ينشر ويبث ليمده بفهم واضح لأحداث العالم. فوسائل الإعلام قوة نافذة ومتغلغلة في المجتمع المعاصر، وهو ما يفسر ضرورة أن يعي ويدرك كل من النشء والشباب دور الإعلام وتأثيراته المحتملة عليه وعلى المجتمع؛ ليتمكن من ضبط تأثيراته والتحكم فيها بشكل أفضل وقيادتها، فتلك أول خطوة نحو المعرفة الإعلامية، وبالتالي يتمكنوا من إصدار أحكام واتخاذ قرارات واعية تظهر باستجابة صحيحة نحو المعلومات الملقاة.

2- فهم عملية الاتصال الجماهيري: إن الإعلام ما هو إلا عملية اتصال جماهيري تتكون من عدة عناصر تتفاعل معاً، وفهم هذه العملية يتطلب معرفة بقواعدها وعناصرها، لهذا فالتربية الإعلامية تتطلب فهم تلك العناصر والعلاقات بينها، فمعرفة كيفية إنتاج الرسائل الإعلامية ونقلها وتفسيرها تمكن الفرد من أن يصبح مشاركاً نشطاً في عملية الاتصال، وكمراقب وراصد لهذه العملية، وكلما أصبح أكثر مشاركة في عملية الاتصال الجماهيري زادت إمكانية تشكيله لخبراته الإعلامية وقلت إمكانية أن تشكله هي.

**3- تطوير إستراتيجيات تمكن من تحليل ومناقشة مضامين وسائل الإعلام:** يتطلب تكوين الرسائل الإعلامية الكثير من الجهد والعمل والمال من أجل التخطيط والإعداد الجيد والإنتاج المتميز لها، فالجمهور يتم دراسته، وتحدد ملامح الاتصال، ويتم تقويم المحتوى عدة مرات لتحقيق أقصى كفاءة وفاعلية ممكنة لعملية الاتصال، فليس من المقبول أن تستهلك الرسالة وتفسر قيمتها الظاهرة. فهو طريق ساذج للاستجابة للمحتوى الإعلامي وإن كان المعلنون وأصحاب المصالح يفضلون هذه الاستجابة المحققة لأغراضهم، فامتلاك إستراتيجية لتحليل رسائل الإعلام من خلال فهم أدوات تكوينها، والقدرة على مناقشة مصداقية وقيمة الرسالة يزود المتلقي برؤية أوضح للمعنى الظاهر والكامن في الرسالة ويجعل المستهلك لمضمون الرسالة أكثر تأملا وفاعلية وتمييزا للإعلام، وهذه الإستراتيجيات يحتاج إليها الفرد كأساس يؤسس عليه تفكيره وإدراكه للمحتوى الإعلامي.

**4- الوعي بأن المضمون الإعلامي يمد الأفراد برؤية متبصرة لأنفسهم وثقافتهم:** إن وسائل الإعلام ما هي إلا رواء للثقافة في وقتنا الحالي. فعند النظر للرسائل القمة في مختلف وسائل الإعلام بدولة ما يمكن حصد العديد من الإشارات والدلائل المرتبطة بثقافة هذه الدولة وسمات أفرادها، ذلك بفحص القيم المقدمة ومنها: التفكير، والتسلية، والمخاوف، والاتجاهات، والأكاذيب، والحقائق، والأساطير، وغيرها، كما أن وسائل الإعلام يمكنها أن تشكل فهم النشء لنفسه وللآخرين، ورؤيته الثقافية وللثقافات الأخرى، فمعرفة ثقافة المجتمع يساعد على فهم ما يقدمه في رسائله الإعلامية.

**5- تنمية القدرة على الاستمتاع الجمالي وفهم وتقدير مضامين وسائل الإعلام:** إن فهم وتحليل ونقد المضامين الإعلامية لا يعني النقد والتشكيك في كل ما يقدمه. فليس كل ما يقدمه الإعلام سيئا ويحمل بين طياته بذور الشر، فهناك

الجيد الذي يحقق سعادة ومنتعة هائلة، وكلما كان الفرد مستهلكا مدركا وواعيا لوسائل الإعلام، كان بإمكانه أن يثري ويعزز جوانب المتعة والتسلية في تعامله مع الإعلام، فالاستمتاع والفهم والتقدير للمحتوى الإعلامي يتضمن قدرته على استعمال مداخل عديدة للمحتوى الإعلامي، وبالتالي استنتاج مستويات عديدة من المعنى، وهكذا يسيطر على صنع المعنى فيحقق الاستمتاع والتقدير لما يقدم. فالتربية الإعلامية لا تقلل من استمتاع الفرد بالبرامج الجديدة، كما أنها لا تعني الشك والارتياب فيما يقدم والتوجه دائما نحو التأثيرات الضارة والنظر فقط لجوانب الفساد والخلل الثقافي، ومثال ذلك أن دراسة الشعر والقصص يزيد من الفهم والتقدير لها، ونفس الشيء يمكن أن يحدث مع المضامين الإعلامية حيث يكون النشء والشباب قادرا على الاستمتاع بعروض وسائل الإعلام بدرجات مختلفة ومشاركا نشطا في عملية صنع المعنى.

## 6- القدرة على إنتاج مضامين إعلامية إبداعية فعالة مؤثرة مسؤولة: إن التربية

الإعلامية لا تنحصر مهمتها ومفهومها على الفهم الجيد للمحتوى الإعلامي لكنها تمتد لتشمل استعماله بكفاءة، وبناءً على ذلك فطلاب التربية الإعلامية يجب أن ينموا مهارات الإنتاج والاتصال التي تسمح لهم بالتعبير الناجح عن وجهات نظرهم وآرائهم ومن ثم إعداد رسائل إعلامية جديدة مؤثرة مسؤولة، ويجب التأكيد على إنتاج المحتوى في أي شكل من أشكاله أكثر صعوبة من استهلاكه، وقد يبدو هذا العنصر غير مهم في الملمح الأول له، لكن بنظرة أعمق وأبعد تتضح أهميته؛ حيث تمتد مهاراته لكثير من المواقف التي يواجهها النشء والشباب في حياته، فهم بالضرورة سيواجهون الكثير من المواقف في دراستهم، وعلاقاتهم، وألعابهم، وأفعالهم، وأقوالهم، التي تتطلب هذه المهارات، وهذا العنصر هو بمثابة ممارسة وتطبيق النظرية، فالقدرة على الإنتاج تزيد من

فهمهم للعملية الإعلامية بعناصرها وتأثيراتها، فالممارسة العملية للتربية الإعلامية تساهم بشكل فعال في تعليم أكثر عمقا.

7- فهم الالتزامات الأخلاقية لمنتجي المضامين الإعلامية: إن إصدار أحكام عن الأداء الإعلامي يتطلب الكثير من المعلومات والتي يجب أن تتضمن الضغوط التي تتعرض لها وسائل الإعلام والقائمين عليها، ويجب إدراك القواعد الرسمية وغير الرسمية التي تحكم العمل الإعلامي، وهو ما يتضمن معرفة نسبية بالالتزامات الأخلاقية والقانونية، فالكثير مما يقدمه الإعلام قد يكون غير أخلاقي لكنه من الناحية القانونية ليس عليه أي اعتراض، كما أن الكثير من الضغوط قد تقيد العمل الإعلامي مما يفرض الإلمام - بدرجة ما- بالظاهر منها على الأقل لفهم أكثر وعيا بما يقدم في وسائل الإعلام والحكم الصائب عليها. وتم توظيف تلك العناصر في البناء المعرفي والمهاري لنموذج التربية الإعلامية.

## ثامناً - معايير التربية الإعلامية:

هناك خمس معايير أساسية للتربية الإعلامية تتمثل فيما يلي:

1. التربية الإعلامية سلسلة متصلة؛ أي أنها لا تعتمد على معدلات واحدة ومتساوية بين الأفراد، إنما هي سلسلة متصلة متغيرة ومتباينة من شخص لأخر حسب قدرته على إدراك وفهم المضامين الإعلامية بشكل ناقد.
2. التربية الإعلامية تحتاج إلى تطوير مستمر؛ أي أنها تتطلب تطوير مستمر من الجمهور حتى يرتقي لمستويات أعلى، فالتربية الإعلامية لا تقف عند حد معين بل يجب تطويرها باستمرار من خلال الوعي والنضج والتفاعلية بإيجابية مع المضامين الإعلامية.

3. التربية الإعلامية تهدف إلى إعطاء الأفراد سيطرة أكبر على تفسيراتهم؛ أي إنها تساعدنا على تفسير الرسائل الإعلامية بوعي مما يعطي تحكم أكبر على وسائل الإعلام حيث يدرك الأفراد نوايا القائمين بالاتصال مما يجعلهم يتحكمون في تأثيرات وسائل الإعلام.

4. التربية الإعلامية تتطلب بناء أبنية معرفية قوية؛ أي أنها تتطلب مهارات ومعلومات كمقومات للحكم بوعي على ما تقدمه وسائل الإعلام

5. التربية الإعلامية عملية متعددة الأبعاد؛ أي أنها تعتمد على تداخل وتكامل أبعاد متعددة في إدراك وتحليل الرسالة الإعلامية، من خلال أربعة أبعاد أساسية للتربية الإعلامية، وهي كالآتي:

- **البعد الأخلاقي:** يشير هذا البعد إلى مدى قدرة الفرد على استنباط القيم

الأخلاقية التي تحكم المضامين الإعلامية

- **البعد الجمالي:** يشير هذا البعد إلى مدى قدرة الفرد على إدراك النواحي الفنية

في المضامين الإعلامية، والقدرة على تحري الفرق بين الفن الحقيقي والفن المتكلف.

- **البعد العاطفي:** يشير هذا البعد إلى مدى امتلاك الفرد لحس مرهف أثناء

تعرضه للمضامين الإعلامية.

- **البعد المعرفي:** يشير هذا البعد إلى العمليات العقلية التي يجب أن يقوم بها

الجمهور من حيث القدرة على إدراك المعاني والرموز والدلالات والأساليب الإقناعية التي تحتويها المضامين الإعلامية.

## تاسعاً - مهارات التربية الإعلامية:

في ظل الزخم المتواصل من الرسائل الإعلامية التي يتلقاها الأفراد يوماً في هذا العصر، بات من الضروري أن يتزودوا بعدد من المهارات التي تمكنهم من

التعامل معها بصورة سليمة، وهو ما تهدف التربية الإعلامية لتحقيقه، فتجاوزت مهارات التربية الإعلامية المهارات الأولية اللازمة لعملية التعلم - القراءة والكتابة والمشاهدة والاستماع - حيث تتضمن مهارات أوسع وأشمل، والتي يمكن توظيفها في معالجة الكم المتوفر من البيانات والمعلومات التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة.

## مهارات التربية الإعلامية تتضمن:

1. **مهارة الوصول إلى الرسائل الإعلامية:** تعني القدرة على الوصول إلى الرسائل الإعلامية، من خلال التفكير العلمي في البحث والاستقصاء للرسائل الإعلامية، باستخدام وسائل الإعلام وما يرتبط بها من أدوات تكنولوجية، وينبثق من تلك المهارة عدة مهارات فرعية، منها:

أ. **مهارة التعرض:** أي القدرة على استخدام الوسيلة الإعلامية وما يرتبط بها من تقنيات؛ إلا أن التعرض لا يقتصر على الوسائل الإلكترونية، فهناك التعرض للوسائل الإعلامية التقليدية من خلال معرفة الفرد لقنواتها وبرامجها ومواعيدها، ولذا فإنه ينبغي للفرد أن يمتلك المهارة في الانتقاء والاختيار لما يريد أن يتعرض له ويصل إليه من خلال التدريب والخبرة المكتسبة.

ب. **مهارة معرفة الرموز:** تتضمن المضامين الإعلامية رموزاً فردية تكون اللغة الخاصة بالرسائل المقدمة، وكل نوع من هذه الرموز يتطلب معرفة خاصة به متضمنة، وعند تعرض الفرد للمضامين الإعلامية فإنه يحتاج إلى معرفة الرموز التي تتضمنها ليستطيع الوصول إلى المعنى المراد من الرسالة.

ج. **مهارة توفيق المعنى:** بعد معرفة الرموز ينبغي على الفرد أن يفسرها ليصل إلى معناها، ومن خلال امتلاك مهارة توفيق المعنى يمكن ربط رموز معينة بمعانٍ محددة.

2. **مهارة تحليل الرسائل الإعلامية:** هي مهارة تنطوي على التفكير الناقد؛ وتعني قدرة الفرد على اختبار تصميم شكل الرسالة الإعلامية وهيكلها وتسلسلها بحيث يمكن له أن يستفيد من مختلف المضامين الفنية والأدبية والاجتماعية والاقتصادية التي تحتويها، وبالتالي المقدرة على فهم السياق العام للمضامين الإعلامية فامتلاك الفرد لمهارة التحليل تجعله يتعرف على أجزاء الرسالة وجوانبها الداخلية، فيتوقف عن التعامل مع الرسالة الإعلامية ككيان كلي، وبذلك يتمكن من تقدير قيمتها وفهمها بشكل سليم

3. **مهارة نقد الرسائل الإعلامية:** من خلال هذه المهارة يستطيع الفرد أن يصدر حكمه عليها وتقييمها من خلال مقارنتها ببنائها المعرفية، وهي تعتمد على التفكير الناقد.

والتفكير الناقد هو: "التحقق من المعلومات ومصادرها، والخروج باستنتاجات تتعلق بالحقائق والآراء المطروحة"، كما أن مهارة التفكير الناقد تنطلق من فرضية أنها مهارة قابلة للتطوير والتنمية لدى كل فرد؛ وذلك بإعداد الخبرات والمهارات اللازمة لتحقيقها، ويتوافر مشرف لديه الخبرة الكافية باستخدام مادة دراسية محددة"

4. **مهارة إنتاج الرسائل الإعلامية؛** بواسطة هذه المهارة يستطيع الأفراد التعبير عن أفكارهم من خلال إنتاج أعمالهم الفكرية وإبداعاتهم الخاصة بهم، فمهارة إنتاج الرسائل الإعلامية لها علاقة وثيقة بالتفكير الإبداعي، فهو: "نشاط ذهني يقوم على قاعدة كبيرة من المعلومات ومهارات التفكير، والعمليات وراء المعرفية، وينتج عنه حل غير مألوف أو تقليدي لمشكلة ما، ويمكن تعلمه وقياسه"، "والإبداع الأصيل يعني قدرة الفرد على إنتاج أفكار وأشكال فريدة أو صور جديدة ومتميزة وملائمة".

5. **مهارة مشاركة الرسائل الإعلامية:** مهارة مشاركة الرسائل الإعلامية لها علاقة وثيقة بالتفكير الإبداعي والتفكير العلمي، بواسطة هذه المهارة يستطيع الفرد نقل الأفكار أو الأعمال إلى الآخرين؛ لمشاركتها معهم والحصول على تفاعلهم، ذلك باستخدام وسائل الإعلام المختلفة والأدوات المتاحة لديهم.

ومهارات التربية الإعلامية المقدمة للأفراد تعمل على إكسابهم السلوك الواعي إعلامياً من خلال تعزيز قدراتهم وإمكانياتهم، لا ليصبحوا مستهلكين وواعين للرسائل الإعلامية فحسب، بل منتجين مسئولين ومبدعين لها؛ أي يتأثرون بوعي ويؤثرون بمهارة، مما يمكنهم من مشاركتها مع غيرهم والتفاعل فيما بينهم، وهو ما يعكس التعامل بإيجابية مع الإعلام ووسائله وأدواته المختلفة.

والسلوك الواعي إعلامياً هو نتاج تعلم مهارات التربية الإعلامية في أربع مهارات رئيسية وهي مهارات: حسن الاختيار، والتواصل الفعال، والمشاركة في صياغة المضامين الإعلامية والتأثير فيها، بالإضافة إلى إنتاجها، ويضيف الباحث مهارة تقييم المضامين الإعلامية، فالمهارات الخمس تمثل السلوك الواعي إعلامياً، وهي كما يلي:

6- **مهارة حسن الاختيار؛** المتلقي هو من يقوم باختيار ومتابعة وسيلة إعلامية بعينها، مقروءة أو مسموعة أو مرئية، فالوعي الإعلامي بجوانبه المختلفة، وأدبياته المتعددة، يبني لدى المتلقي مهارة حسن الاختيار، ويساعده على اتخاذ قرار التعرض الانتقائي الناجح للمضمون الإعلامي الذي يناسبه، وللوسيلة الإعلامية التي يتابعها، ويتأثر بها، ويتفاعل معها.

7- **مهارة تقييم وتقويم المضامين الإعلامية؛** هي قدرة الفرد على تقييم الرسائل الإعلامية وتقويمها.

8- **مهارة التواصل الفعال؛** قد تكون التغذية الراجعة إيجابية، وتشجع المرسل على الاستمرار في تقديم مضامين مشابهة، ويقوي ويدعم سلوك المرسل بشكل

مطرد، وقد تكون التغذية الراجعة سلبية، وهو لا يشجع المرسل على توجيه مضامين مشابهة، ويتطلب منه بل ويفرض عليه تعديل شكل أو محتوى المضامين التي يقوم بإرسالها، فالسلوك الواعي إعلامياً يتجسد في قدرة المتلقي في التعبير عن رأيه.

**9- مهارة إنتاج المضامين الإعلامية؛** إن تكنولوجيا الإعلام والاتصال جعلت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها، وأصبح بإمكان أي شخص لديه ارتباطاً بالإنترنت أن يصبح ناشراً وصانعاً للمحتوى الإعلامي، وأن يرسل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تكاد تذكر.

**10- مهارة المشاركة في الحوار؛** إن عامل المنافسة والتطور المتسارع لوسائل الإعلام يتيح أنماطاً مختلفة تشجع الحوار والمشاركة بالرأي بين وسائل الإعلام والجمهور، فالتعليق على ما ينشر في الصحف والمجلات، والمداخلة الصوتية عبر الهاتف، أو كتابة التعليق على المضامين الإعلامية المقدمة عبر وسائل الاتصال الجديدة، وهو من أوسع أنواع المشاركة، وأكثرها انتشاراً. فالمشاركة بالرأي، أو السؤال، أو الحوار، أو التعليق، أو التعليق، أو المداخلة دليل على الوعي الإعلامي المتقدم خاصة في القضايا التي تمثل أهمية بالنسبة إليك.

## **عاشراً- التربية الإعلامية وقوة تأثير وسائل الإعلام الجديد:**

إن الجيل الذي استشعر فضاء الإنترنت بات يعيش في العالم الافتراضي أكثر مما يعيش في الواقع اليومي، ولذلك فوسائل الإعلام الجديد تحدد الصمت بل لقد دفع الصمت الشباب للعناد للبحث عن وسائل بديلة للإعلان عن رأيهم ووجهات نظرهم ولذلك فوسائل الإعلام الجديد أصبحت مجتمعاً مفتوحاً لتبادل الآراء.

إن الإعلام الجديد وسيلة خالية من القيود والضوابط التي تضعها السياسات أو أجندة بعض المؤسسات الإعلامية التقليدية، حيث أصبحت هذه الوسائل الجديدة تهدد سلطة الوسائل القديمة وهيمنتها على الأنباء.

فالثورة التكنولوجية شهدت تغيرات جذرية في الهياكل الاقتصادية وأنماط التنظيم والإنتاج وقدرة الأفراد للوصول إلى المعرفة والترفيه وأساليب العمل والعلاقات الاجتماعية.

ولقد لفت الأوروبيون الانتباه إلى خطورة الهيمنة الثقافية لوسائل الإعلام العابرة للحدود والتي ستفتت الثقافات الوطنية وتمحو الهويات الثقافية وتتمط العقول والثقافات. ويصف ديفيد وواين الإعلام الجديد ضمن حالتين جديد مقابل قديم أو بين التماثلية والرقمية أو مرحلة الإنترنت ومرحلة ما قبل الإنترنت وهكذا بحيث يصنفان الإعلام الجديد وفق ثلاث أنواع هي:

- الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة ويشمل الأشكال الصحفية في الإذاعة والتلفزيون والصحف.
- الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة وتمثله جميع الوسائل التي نعيشها الآن والتي تعمل على منضدة الكمبيوتر وعلى رأسها شبكة الأنترنت
- الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة: وهنا تزول الفوارق بين القديم والجديد فالعديد من الصحف الكمي لديها مواقع ضخمة على شبكة الأنترنت وتواصل برامج التلفزيون مع الجمهور بأدوات الإعلام الجديد وهكذا.

فيما يرى فيدلر أن أساس التغير الجذري الذي نشهده حياتنا المعاصرة في

**ظل وسائل الإعلام الجديدة تحدد بالظواهر الآتية:**

- تعايش وتطور مشترك لأشكال الإعلامية القديمة والجديدة.
- تغير جذري متدرج الأشكال الإعلامية من القديمة إلى الجديدة.
- نشر السمات السائدة في الأشكال الإعلامية المختلفة بين بعضها البعض.

- بقاء أشكال إعلامية ومؤسسات في بيئات متغيرة. ظهور الاستحقاقات والحاجات الموضوعية لتبني أجهزة الإعلام الجديدة.
- وفي ظل استخدام وسائل الإعلام الجديد أصبح الطريق سهلا وسريعا للوصول إلى المعلومات وهو ما عادت نتائجه على العملية الاتصالية في ثلاث جوانب هي:
- إن الطريق السريع للمعلومات من المجال الاتصالي بوسائل إعلام جديدة وبمزيد من الخيارات الاتصالية وهو ما عمل على زيادة السيدات المطروحة أمام المتلقين.
- وقد تميز بأنه تفاعلي إذ أتاح لمستعمليه مزيدا من التحكم في المعلومات وتبادلها.
- وبالرغم من الإيجابيات والخصائص والسمات العديدة التي يتحلّى بها الإعلام الإلكتروني الجديد، إلا أن هناك مجموعة من السلبيات والعقبات التي تواجهه وتحّد من تطوره وانتشاره ومن أهمها:
- ندرة المهارات والمعارف اللازمة لممارسة مهام عمل الإعلام بشكل محترف في الإعلام الجديد.
- المنافسة الشديدة بين المواقع الإعلامية الإلكترونية وأدوات الإعلام الجديد.
- صعوبات الحصول على التمويل.
- غياب التخطيط للإعلام الإلكتروني نوعا ما وعدم وضوح الرؤية المستقبلية له.
- عدم توفر الإمكانيات التقنية في بعض الدول مما أثر على عملية تقدم وتطور الإعلام الإلكتروني.
- السرعة في البث الإلكتروني ينتج عنها عدم تحرى الدقة، وقد تكون النتيجة هي الفشل.
- انعدام القوانين والضوابط الخاصة بعمل الإعلام الإلكتروني الجديد، وعدم خضوعه للرقابة.

- صعوبة الوثوق والتحقق من مصداقية العديد من لبيانات والمعلومات على المواقع الإلكترونية.

- انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية وسهولة الترويج للمعلومات الزائفة.

كما أن هناك مخاطر على الشباب من خلال:

1- خلو الإعلام الجديد من الرقابة المفروضة على وسائل الإعلام الأخرى حيث تتزايد قدرة الإعلام الجديد على القفز إلى عالم الممنوع من خلال الدخول إلى مواقع غير ملائمة لثقافة وتقاليد المجتمع الشرقي في ظل الخصوصية التي تتيحها الشبكة لمستخدميها، فكل فرد يستخدم حاسب آلي منفردا لا يشاركه أحد، كما أن له بريده الإلكتروني الخاص وكلمة السر المتعلقة به على الفيس بوك ولا يعرفها أحد غيره، مع توفير الإعلام الجديد لتقنيات الصوت والصورة ولقطات الفيديو، وإذا استطاعت الجهات المعنية حجب المواقع السيئة أخلاقيا أو دينيا فليس بمقدورها منع المواد المرسله عبر مواقع الإعلام الجديد.

2- إمكانية السيطرة على عقل الشباب: وذلك من خلال إبراز وتضخيم معلومات معينة دون غيرها أو إخفاء وتكتم عن أحداث أخرى، مما يجعله فريسة سهلة لمصالح جهات معينة قصدت إحداث تأثيرات بعينها. ومن ناحية أخرى فقد يفقد الفرد مصداقية تلك الرسائل الاتصالية من خلال التناقض الذي يلمسه في عرض تلك الرسائل عبر الوسائط والقنوات المختلفة مما يجعله يقع في حيرة من أمره تفقده القدرة على اتخاذ قرارات حاسمة في الأمور المختلفة.

**أهم التغييرات التي أحدثها الإعلام الجديد:**

1- دعم الاتصال: وذلك بجعل الاتصال أسهل في مجتمع الانترنت، فهي تربط

بين المواقع وبعضها، وتجمع الأفراد في شبكات اجتماعية، كما تربط بين الإنترنت، وعالم المحمول.

2- إعطاء الأولوية للمستخدمين: حيث أصبح للمستخدم دور كبير في إضافة المحتوى، فمثلاً في المدونات، والويكيز، يعد المستخدم هو المحرر الأساسي لهذه التطبيقات، وهو الذي يديرها عكس السابق كانت إضافة المحتوى تقتصر على أصحاب المواقع نشر الخدمة خارج نطاق الموقع: فتنقيات مثل RSS يمكن من خلالها إيصال محتوى الخدمة خارج الموقع والوصول إلى أي مكان.

3- التفاعلية: فلقد عززت التفاعلية مع شبكة الانترنت المفهوم الرئيسي للمستخدم النشط الذي تقوم عليه نظرية الاستخدامات والاشباع، إذ يشير المفهوم إلى تبادل الأدوار بين القائمين بالعملية الاتصالية، وفق درجة عالية من السيطرة، والتحكم قوامه تعدد فرص المشاركة، والاختيارات المتاحة أمام المستخدم، وحجم الجهود الذي يبذله المشارك في العملية الاتصالية، من أجل الحصول على المعلومات، ومناقشتها، وتحليلها واردة عليها.

4- تقليص فاعلية وسيطرة الجهات الرسمية على الإعلام: فأى شخص لديه ارتباط بالإنترنت يصبح لديه المقدرة على النشر وتوصيل رسالته إلى جميع أنحاء العالم، هناك أيضاً على الانترنت عشرات الآلاف من مجموعات الأخبار التي يمكن لمستخدميها مناقشة أي موضوع يخطر على بالهم مع عدد غير محدود من المستخدمين الآخرين في أنحاء متفرقة من العالم.

5- الفردية **Individuality**: يرفع الاتصال الرقمي في وسائل الإعلام الجديدة من قيمة الفرد وتميزه حيث يتم التمييز بداية بين الحاجات الفردية للاتصال والقدرات الخاصة بأطراف عملية الاتصال فقد تعددت المواقع التي تقدم المعلومات والآراء والأفكار ذات الطابع الخاص وتتفق مع الحاجات المتعددة والمتجددة لكل الفئات تقريباً مثل تعليم مهارات الرسم أو التصوير أو الفصيح أو الموسيقى وغيرها من المواقع التي تقدم المعلومات ذات الطابع دقيق التخصص لتلبية حاجات الفئات ذات الاهتمام وأدى هذا إلى تفتيت الجمهور.

6- **تفتيت الجمهور: Demassfication** تعمل تكنولوجيا الاتصال المتطورة على تفتيت الجمهور بحيث يمكن توجيه نفس الرسالة لكل فرد على حدة مهما تعدد المتلقون ليتلقاها كل منهم في الوقت المناسب له.

7- **الاتصال اللاتزامني: Asynchronies** حيث تتيح تكنولوجيا الاتصال المتطورة فرصة عدم تزامن التلقي، بحيث يستطيع المتلقي التحكم في وقت إرسال واستقبال الرسالة. وطبيعي أن يرتبط اللاتزامن بأشكال الاتصال التي لا تعتبر التزامن بين عمليتي الإرسال والاستقبال شرطاً ضرورياً لها مثل البريد الإلكتروني أو التعرض لمواقع المواد الإعلامية مثل الصحف.

8- **ظاهرة الطبقة الاتصالية Communication**: أوجدت تكنولوجيا الاتصال الجديدة ظاهرة الطبقة الاتصالية والتي من المتوقع أن تقسم العالم من حيث طبيعة خدمات الاتصال والإعلام إلى فئتين هما: فئة الإعلام التجاوبي التي ستتيح خدمات معلومات أرقى بكثير لطبقة الأغنياء القادرين بحيث ينفذون إلى مصادر المعلومات والمعرفة، ويتفاعلون معها بما ينمي قدراتهم ويضاعف فرصهم. أما الفئة الثانية فالعالم فوق رأسها حيث الهوائيات والأقمار الصناعية، وهي ما تسمى بفئة الإعلام السلبي التي لا يملك فيها الفرد سوى استقبال الرسالة المقدمة إليه.

## الفصل الثاني

### الرسالة الإعلامية والثقافات الهابطة

تمهيد.

أولاً- الرسالة الإعلامية.

ثانياً- الثقافة الهابطة والرسالة الإعلامية السلبية.

ثالثاً- أخلاقيات الرسالة الإعلامية.

رابعاً- الآثار السلبية للرسالة الإعلامية المقدمة عبر وسائل الإعلام.

خامساً- أساليب التعامل مع سلبيات الرسالة الإعلامية من خلال التربية الإعلامية.

سادساً- على من تقع مسئولية مواجهة الرسالة الإعلامية السلبية؟

سابعاً- دور التربية الإعلامية بتنمية وعي المجتمعات بأخلاقيات الرسالة الإعلامية.

ثامناً- أهمية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية.

تاسعاً- الآثار والمخاطر الأمنية للإعلام الرقمي والأخبار الزائفة.

عاشراً- الألعاب الإلكترونية وسبل ومواجهتها من خلال التربية الإعلامية.



## الفصل الثاني

### الرسالة الإعلامية والثقافات الهابطة

#### تمهيد:

إن وظيفة الترفيه والتسلية من الوظائف الأساسية لوسائل الإعلام؛ لأن الإنسان بحاجة إلى التغيير، والتنفيس، والاسترخاء، والاستمتاع والابتهاج والتخلص من الملل والعزلة، وقد نجحت وسائل الإعلام والتلفزيون بشكل خاص، في إشباع هذه الحاجات الإنسانية للترفيه والتسلية، وازداد الطلب عليها من المشاهدين، ونتيجة لذلك ازدهر الاتجاه التجاري في صناعة التلفزيون والقنوات الفضائية، وارتبط ذلك بالمعلنين الباحثين عن أكبر نسبة مشاهدة وتوزيع، وكذلك المعلنين الباحثين عن المضمون الإعلامي الذي يدعم القيم الاستهلاكية.

#### أولاً- الرسالة الإعلامية:

هي قلب عملية الاتصال وحلقة الوصل بين المرسل والمستقبل، فلا يمكن أن تتم عملية الاتصال بدونها، ولا بد من توفر بعض الخصائص في الرسالة الإعلامية حتى تكون ناجحة، و الإعلام لخص هذه الخصائص التي تتمثل في التالي:

1- **الصدق والتجرد للحقيقة:** تعد المصادقية واحدة من العوامل المؤثرة في الإعلام والعملية الاتصالية، وقد اختلفت رؤى الباحثين حول مفهومها فيرى البعض منهم أنها تعني الثقة في الوسيلة أو إمكانية الاعتماد عليها وآخرون يرون أنها تعني احترام الوسيلة وتقديرها وتفضيلها كمصدر للمعلومات والآراء مقارنة بغيرها من الوسائل وأخرى يعتقد أنها تعني رضا الجمهور عن أداء الوسيلة لذا فإن المصادقية عند البعض تعني الأداء الصائب الوسيلة.

2- **الواقعية:** الإعلام يواجه الكثير من التحديات والمشكلات المعقدة، وتغير مفهوم الإعلام التقليدي فأصبح الإعلام في متناول الجميع خاصة بعد التطور التقني والعولمة فتغير الواقع وأصبح هنالك إعلام يفنقر للقيم والعادات بل استسلم الكثيرون للواقع اليوم.

3- الإحاطة والشمولية.

4- المرونة والتسامح.

5- حسن إدارة الحوار والقدرة على الإقناع.

## ثانياً- الثقافة الهابطة والرسالة الإعلامية السلبية:

مع كثرة القنوات الفضائية التجارية، واشتداد المنافسة فيما بينها لتحقيق الأرباح، من خلال الإعلانات والرعايات والخدمات التفاعلية وغيرها، فقد أدى ذلك إلى أن تقوم بعض القنوات الفضائية التجارية بالتنافس والتراحم لتقديم المادة المثيرة المغرية، الخارجة عن المألوف، مهما تكن هابطة وسلبية.

هذا الوضع التنافسي المحموم بين ملاك بعض القنوات الفضائية التجارية أدى إلى اختراق قيم المجتمعات، والتضحية بأخلاقيات الإعلام، وانتهاك معايير المهنية، وسوء استخدام حرية البث، والتجاهل التام للمسئولية الاجتماعية الوسائل الإعلام، مما أدى إلى انتشار الثقافة الهابطة والإعلام السلبي

## نتائج انتشار الثقافة الهابطة والإعلام السلبي

هناك عشرات الدراسات وأوراق العمل والأبحاث، ومئات المقالات والتحقيقات الصحفية، التي ناقشت آثار ظاهرة القنوات الهابطة في الفضاء العربي، وهناك ما يشبه الإجماع بأن النتيجة في الجانب الأخلاقي والقيمي هي نتيجة سلبية وخطيرة.

- أما نتائج انتشار الثقافة الهابطة والإعلام السلبي فنختار منها ما يأتي:
1. خلخلة فكر المجتمعات وقيمها ونسيجها المترابط، وإعاقة حركة نهوضها وتقدمها وتميمتها البشرية.
  2. تقليل قدرة الإنسان على أن يبذل جهداً عقلياً منظمة لتطوير نفسه وبناء ذاته، وتطوير مجتمعه.
  3. استنزاف أوقات الشباب وطاقتهم، والهائم عن حياتهم، وإغراقهم فيما لا يعود عليهم بالفائدة.
  4. استغلال الموارد المالية للمشاهدين، واستنزاف قدراتهم المادية، بأساليب متعددة ومتنوعة.
  5. تحويل الشباب العربي إلى مستهلكين شديدي الولاء للجوانب السلبية في الثقافات الأجنبية، فلا يتم تسويق قيم العمل وأخلاقه، ولا البحث العلمي وأدواته، ولا الالتزام المجتمعي ومؤسساته، ولا الحراك الحضاري وآلياته، وإنما يقوم الإعلام السلبي بتسويق أخلاقيات الشوارع المظلمة، والطبقات السفلى من الثقافات الأجنبية.
  6. تغيير وتبديل وقلب المفاهيم، وتزييفها أمام المشاهدين، فالإعلام السلبي يجعل اللصوصية بطولة، والغدر كياسة، والخيانة فطانة، والاحتيال ذكاء، والعنف هو أقصر الطرق لتحقيق المآرب، وعقوق الآباء تحرر، وبر الوالدين ذل، والزواج رق واستعباد، والنشوز حق، والعفة كبت.
  7. إثارة الغرائز الجنسية، وتشجيع انتشار الرذيلة، والترويج لشرب الخمر، وتناول المسكرات، وتعاطي المخدرات، ولا يكون ذلك بإعلانات مباشرة، ولكن بالتضمين والإدراج والإيحاء، في سياق المحتوى الإعلامي، الذي يجعل من هذه الانحرافات شيئاً شهية مغرية، يحفز الإنسان لتجربته..

## الإنترنت.. والقنوات الهابطة في الفضاء العربي

يحاول البعض التقليل من خطورة الثقافة الهابطة والإعلام السلبي في الفضاء العربي مشيرة إلى شبكة الإنترنت والجوانب الإيجابية فيها، وهذا نوع من التضليل، وذلك بصرف الأنظار عن القضية محور النقاش، وتحويلها إلى قضية أخرى، وهو مثل من يقلل من خطورة جريمة السرقة والسطو المسلح ويدعو إلى عدم الاهتمام بمكافحتها، بسبب وجود جرائم القتل وسفك الدماء.

### ثالثاً - أخلاقيات الرسالة الإعلامية:

لأخلاقيات الرسالة الإعلامية معايير تدل على جودة وثبات ودقة الرسالة الإعلامية وهناك نوعان من المعايير هي:

**أولاً: معايير تهتم بالشكل الفني للرسالة الإعلامية وتتضمن التالي:**

- نوعية المضامين الإعلامية: من حيث كونها خبر أو رأي أو حقيقة أم خيال
- مدى الثقة في المصدر: حيث يتم طرح الأسئلة التالية: هل مصدر الخبر محايد؟ هل مصدر الخبر موثوق؟ هل مصدر الرأي مرجع معتمد؟

**ثانياً: معايير تتعلق بمحتوى الرسالة الإعلامية وتشتمل على التالي:**

- مدى اتفاق المضامين الإعلامية مع الحقائق العلمية.
  - مدى اتفاق الرسائل الإعلامية مع معتقدات مسلمة وقطعية لدى المتلقي.
  - مدى اتفاق الرسالة الإعلامية - حال كونها رأياً مع قيم المشاهد
- كما تستمد الرسالة الإعلامية مبادئها وأخلاقيها من ميثاق الشرف الإعلامي

### أبرز بنود ميثاق الشرف الإعلامي:

1. الالتزام بالدقة والأمانة والصدق وإسناد الأخبار والمعلومات إلى مصادرها الأصلي.

2. الالتزام بالموضوعية في تناول والتوازن في عرض وجهات النظر وعدم تغليب المصالح الخاصة على الاعتبارات المهنية والوطنية.
3. عدم تحريف ما يبث، وتجنب استغلال التقنيات والأساليب الفنية المختلفة في تضليل الجمهور.
4. التحقق مما ينشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي قبل بثها.
5. احترام آداب الحوار الإعلامي.
6. الالتزام بعدم استخدام ألفاظ أو عبارات أو صور تتنافى مع الآداب العامة
7. عدم انتهاك حرمة الحياة الخاصة للمواطنين.
8. عدم بث الأفكار والمفاهيم الخاطئة التي تروج للدجل والشعوذة والخرافات.
9. الامتناع عن بث ما يؤذي أو يكرس ثقافة العنف والكرهية.
10. عدم إبداء الرأي فيما يخص القضايا المعروضة أمام القضاء وعدم التعليق على أحكامه.
11. الالتزام بحق الرد والتصحيح.
12. التمييز والفصل بين المواد الإعلامية والإعلانية
13. عدم عرض الجريمة بطريقة تثير التعاطف أو تدعو إلى التقليد مع احترام حقوق المتهم حتى تثبت إدانته
14. بتوخي الدقة في اختيار الضيوف ومراعاة التخصص والكفاءة.
15. عدم إذاعة أي أخبار تخص القوات المسلحة أو الشرطة إلا من مصادرها الرسمية
16. احترام حقوق الملكية الفكرية وحماية المبدعين.
17. مراعاة الجانب الإنساني في معالجة الحوادث والكوارث بما يحافظ على مشاعر الجمهور واسر الضحايا.
18. يكفل الميثاق حرية التعبير والإبداع في إطار من المهنية والمسئولية

## رابعاً- الآثار السلبية للرسالة الإعلامية المقدمة عبر وسائل الإعلام:

### 1- الانحراف الأخلاقي:

صار الانحراف الأخلاقي سمة طاغية على المشهد الإعلامي الجديد حيث تعددت وتنوعت الرسائل ذات المضمون الهابط، مما ترتب عليه الانحراف الأخلاقي وتقديم النماذج المشبوهة فوسائل الإعلام بكل أنواعها متهمة أنها تنشر قيما ومعايير وأخلاق غير موثوق بها ونماذج مشبوهة، فأن من أكثر المواقف انحطاطا وتناقضا على سبيل المثال لا الحصر أن تكون البرامج التنموية مقدمتها ممثلة أو راقصة لتعلم المشاهد الفضيلة والقيم والأخلاق ويقوم الممثل أو المغني بتحريك الرغبة في نفوس المشاهدين، وتغجير الشهوات والغرائز الجنسية.

### 2- تحدى اللغة:

من الملاحظ شيوع العامية في العديد من البرامج المقدمة للمواطن بسبب تراجع المعايير المهنية في الحرص على اللغة العربية والالتزام بموجباتها في وسائل الإعلام، ولا سيما الإعلام المرئي، حتى باتت العامية هي الأسلوب الأكثر شيوعا في العديد من البرامج التي تبثها الفضائيات العربية، والإعلاء من شأن العامية في وسائل الإعلام، أمر له خطورته المركبة، أولا لسرعة انتشار وتأثير وسائل الإعلام، وآخر لأن هدم الفصحى بالعامية قد جاء بمعاولنا ومن داخلنا هذه المرة، وكأننا حفرننا لأنفسنا الخنادق المضادة للتجاوز ولنحقق رغبة استعمارية فشل الاستعمار في الفوز لها سابقا. وكذلك مخاصمة الفنون الإبداعية لمقتضيات اللغة العربية ما بين سينما لا تتجاوز أفلامها الناطقة بالعربية الفصيحة عدد أصابع اليد الواحدة، ومسرح تشده إغراءات العامية إلا نادرا، أما الأغنية العربية فقد ولى زمن قصائدها المغناة بالعربية الفصيحة، وأضحى العامية بل "العاميات" العربية السائدة في الغناء العربي من المحيط إلى الخليج.

وأيضاً الترويج للغات الأجنبية بعرض إعلانات بهذه اللغة، أو بتطعيم الإعلانات العربية بكلمات أجنبية، وكل أولئك يكون طبعاً على حساب مساحة من اللغة العربية. فصار كثير من الأفراد لا يتخاطبون فيما بينهم إلا بلغة أجنبية أو على الأقل حشر بعض الألفاظ الأجنبية في حديثهم، ظناً منهم أن ذلك يعتبر تحضراً وتحرراً من التخلف، إذ تمثل اللغة العربية بالنسبة إليهم نوعاً من الانحطاط الذي ينبغي مقاومته، وهذه الازدواجية اللغوية في بيئاتنا الآن إنما هي صورة صادقة لما يمر به العقل الآن من مرحلة التخبط وعدم تركيز الذهن، أو ما يطلق عليه التشتت الذهني، مما يجعله مستعداً لقبول أي وافد فكري عليه، يفكر له ويرسم.

وتتعالى الصيحات على صفحات الإنترنت وفي بعض الدراسات العلمية منذرة بتنامي ظاهرة ما يسمى بالفرانكو آراب ومحذرة في الوقت نفسه من تأثيرها على لغة الضاد، فعلى إحدى صفحات الإنترنت كتب مقال بعنوان 3raby هل تمحو لغة الضاد؟ جاء فيه "ع" = 3 ء = 2... هذه ليست شفرة سرية ولا جزءاً من مسلسلات عربية للجاسوسية وإنما هي لغة جديدة يستخدمها الآن قطاع عريض من الشباب العربي على الشبكة العنكبوتية بوجه خاص.

إن الفرانكو آراب هي لغة هجين مكونة من حروف وأرقام إنجليزية بنطق عربي عامي، وهي مستخدمة بكثرة بين الشباب حتى إن المحرك البحثي الشهير جوجل يستخدمها كلغة للبحث والترجمة مثلها مثل باقي لغات العالم.

إن استخدام الشباب للفرانكو آراب ليس ناتجاً عن عدم كفاية المحتوى العربي على الإنترنت فالشباب يستخدمون تلك اللغة في شبكات التواصل الاجتماعي وتوزيع المحتوى العربي على قنوات النشر على الإنترنت يوضح أن مواقع التواصل الاجتماعي وحدها تستأثر بحوالي خمس هذا المحتوى، مع ملاحظة أن هذه النسبة تتضمن ما هو بالفصحى وما هو بالعامية.

إن وفرة المعروض بالعامية في وسائل الإعلام المختلفة بما فيها الإنترنت يقلل إلى حد كبير قراءة الشباب واستماعهم للغتهم الأم، وبالتالي فهو يزيد الفجوة بينها وبينهم، لأن قلة استخدام اللغة يضعف إتقان الإنسان لها وبالتالي يصبح غير راغب في استعمالها خاصة إذا لم يكن هناك ما يفرض عليه ذلك وهكذا يبدو أن على النظام التعليمي بمصر أن يعيد تطوير مناهجه قبل أن تزداد الهوة بين الشباب ولغتهم الفصحى فيصعب تداركها.

### 3- التشويه الحضاري والترويج للثقافة التافهة:

وسائل الإعلام تبث مضامين غير هادفة لها أيديولوجيات خاصة لا تخدم مصالح النشء و الشباب قد تؤثر سلبا على معتقداتهم وخلفياتهم المعرفية و الثقافية ويبدو ملموسا فعلا أن وسائل الإعلام المختلفة قد بثت في بيئتنا الثقافية لغة جديدة تحمل في باطنها تهجينا لتراثنا وإعاقة لتاريخنا، تستبعد كل ما يتصل بهما من جوانب القوة وعظيم الأثر، رغبة منها في إحداث قطيعة وطلاق بائن لا رجعة فيه مع التاريخ والتراث، وتدجين عقول أجيالنا، وجعلهم أبواقا تتأفح عن ثقافة غيرها، حتى يصيروا "بقضهم وقضيضهم لقمة سائغة بين أضرار غيرهم، فتقادون ولا يقودون، ويأمرون ولا يأمرن، وتكون لهم المواقع المتأخرة دائما في سلم الحضارات والمدنيات ". فعندما نراقب بعين المتفحص بعض ما يتبدى من السلوكيات والظواهر الاجتماعية نقف على مدى تأثرهم بالقيم والثقافات الوافدة سواء على مستوى العادات والتقاليد أو أساليب اللغة وأنماط التواصل أو مسارات طرق العيش.

حتى المفهوم الحضاري تصبغه وسائل الاتصال المرئية صبغة مغايرة لحقيقته فيربي الجمهور وخاصة الناشئة منهم على تصور خاطئ للتمدن والتحضر فهو يشيد بالوجاهة السطحية والشكل الخارجي ويمجد الممثلين والممثلات ويعظم كل جديد لمجرد أنه جديد ويحقر كل قديم لمجرد انه قديم. فالسيارة القديمة مضحكة ومستهلكة،

والملابس القديمة نكتة وأضحكة... ولا بد من تغيير طرازها على آخر طراز وأحدث نموذج. مهما أدى ذلك إلى نمطية وتشابه ممل.

وتمجد الشاشات المشاهير من الفنانين والفنانات والراقصين والراقصات والممثلين والممثلات ونجوم الكرة. فمتابعة سيرة فنان من الفنانين أهم بكثير من متابعة سير حياة العلماء والمهندسين والمعلمين والأطباء وغيرهم من الفضاء. هذا بالإضافة إلى تخدير الجمهور وصرفهم عن الحقائق الواقعية ودفعه إلى عالم مريض من الخيال. هذا بالإضافة إلى البرامج التي تحض على العنف والكراهية والانتقام والابتزاز. فالشاشة إدمان لا يقل خطورة وضررا عن إدمان المخدرات. وهو إذ يطالبه بالترفيه يريد أن تكون الحياة امتداد لما يشاهده على شاشته فإذا تعذر ذلك بطبيعة الحال أصيب المشاهد بالإحباط والمرض العصبي مما يدفعه إلى القلق وتشتيت الانتباه. هذا بالإضافة إلى الآثار الصحية السيئة التي يتعرض لها أفراد الأسرة من السهر والكسل وضعف البصر على شاشات الموبايل والتلفزيون والأيباد. هذا بالإضافة إلى أن الشاشة احتلت مكان أنشطة أخرى فأصبحت وسائل الاتصال بديل العلاقات الإنسانية.

#### 4- الإرهاب الفكري الإلكتروني:

لقد شاع استخدام الإنترنت بما في ذلك شبكات التواصل الاجتماعي في الدعوة للانضمام لتنظيمات إرهابية وللإعلان عما تفعل، فقد استخدم تنظيم الدولة الإسلامية شبكات التواصل الاجتماعي بما فيها الفيس بوك بحرفية كبيرة تصعب على الحكومات مواجهتها ونجح بذلك في ضم أكثر من أربعة آلاف شخص من الغرب له، قاموا بدورهم بالدعاية له، فالإنترنت له من الإمكانيات ما ليس لغيره من وسائل الإعلام والدعاية التقليدية، إذ تتميز شبكة الإنترنت بما يلي:

- حضورها الجماهيري وخاصة بين الشباب وهم الفئة الأكثر استهدافا للانضمام لتلك التنظيمات.
- سهولة استخدامها وقلة تكلفتها.

- توافر أدوات مختلفة للتواصل من الكلمة المكتوبة والمسموعة والفيديو واللقطات الحية.

- وسيلة سهلة للتمويل باستخدام وسائل سريعة للتحويل المالي.

#### 5- المحتوى الجنسي الإباحي:

حيث تشكل الأفلام الجنسية حجماً كبيراً على الإنترنت، وتعد هذه النوعية من الأفلام التحدي الأكبر أمام متصفح المواقع خاصة وأنها لا تتفق مع القيم الإسلامية والعربية، فالجنس الإلكتروني من الأمور التي انتشرت مع الانتشار الواسع للإنترنت، والذي شكّل فضاءات لاستقطاب العديد من المراهقين الباحثين عن علاقة افتراضية متحررة من كل أشكال الضوابط والرقابة الاجتماعية والأخلاقية، بل يسعى البعض إليه من باب الترفيه عن النفس وإشباع الغريزة الجنسية، من خلال غرف الدردشة في علاقات افتراضية.

#### 6- التشهير والإساءة والفضائح:

من الاستخدامات السلبية لمواقع التواصل التشهير بكثير من الشخصيات الاجتماعية وهذه الظاهرة مع الأسف متفشية في مجتمعاتنا العربية ومنها مصر، ويكفي زيارة للموقع لتجد صنوفاً من الإساءات الشخصية التي توجه إلى أشخاص في مواقع المسؤولية، أو مواقف فاضحة، وهذه في الحقيقة ظاهرة تستحق المعالجة لأن النقد شيء والتجريح شيء آخر، فلقد أصبح اليوتيوب مصيدة لمشاهير الدين والفن والرياضة والسياسة تلتقط وترصد كل تحركات الشخصيات الشهيرة، سواء في الدين أو الفن أو الرياضة أو السياسة وغيرها، كما أنه كان ركيزة أساسية في تحويل الكثير من القضايا المجهولة للناس إلى قضايا رأي عام مثل قضايا التعذيب والتحرش الجنسي.

#### 7- البلطجة والتنمر الإلكتروني:

فالبلطجة الإلكترونية (cyberbullying) ظاهرة اجتماعية تظهر علي الشبكات، كنوع لتهديد المستخدمين (التنمر الإلكتروني) علي الشبكة، فهي " فعل

عالمي عنيف، يقوم به فرد واحد أو مجموعة من الأفراد، مستخدمين الأشكال الإلكترونية للمستخدم، ولا يستطيع المستخدم في تلك الحالة الدفاع عن نفسه، وإن ظاهرة البلطجة الإلكترونية ليست نادرة، فوفقاً لمشروع (بيو الإنترنت وحياء الأمريكيين Pew، internet and American life project) إنه من كل ثلاثة مراقبين تعرض واحد منهم لأن يقع ضحية لبلطجة الإنترنت، وأن شبكة التواصل الاجتماعي الفيس بوك هي من أكثر الشبكات الاجتماعية التي يحدث بها بلطجة إلكترونية وانتحال الشخصيات.

وتتخذ البلطجة والتتمر الإلكتروني على شبكة الإنترنت تتخذ أشكالاً، وفيما يلي أمثلة قليلة:

- (1) السخرية من مستخدم آخر في غرف الدردشة على شبكة الإنترنت.
- (2) مضايقة بمستخدم آخر عبر الرسائل على شبكة الإنترنت.
- (3) نشر رسائل مهينة على صفحة الفيس بوك أو ماي سبيس التي تخص مستخدم آخر.
- (4) تعميم شائعات كاذبة عن شخص ما على مواقع التواصل الاجتماعي.
- (5) نشر الصور التي يمتلكها مستخدم آخر على صفحته الخاصة على شبكات التواصل الاجتماعي.
- (6) نشر تعليقات بذيئة عن شخص آخر على صفحته الخاصة.
- (7) إرسال رسائل من خلال البريد الإلكتروني التي يحتوي مضمونها على أسلوب تهديد أو استفزازي.
- (8) يدعي امتلاكه معلومات لمستخدم آخر مثل رقم الهاتف الخليوي أو البريد الإلكتروني أو عنوان المنزل (انتحال الشخصية).

## خامساً- أساليب التعامل مع سلبيات الرسالة الإعلامية من خلال التربية الإعلامية:

### 1- أسلوب الحماية:

يستند هذا الأسلوب على فرضية أن المواد الإعلامية المعروضة ستجعل الأفراد يرغبون في تقليد ما يعرض، ومن ثم فإن سياسة المنع والتجريم ستعمل على حماية الأفراد والمجتمع من هذه الشرور، فعندما تمنع مشاهدة العنف أو الجنس أو ما ينافي الأخلاق والعقائد والثقافة السائدة فإن هذا سيحمي المجتمع ولن يتعرض لتلك الشرور الناجمة عنها، وهذا الأسلوب هو ما تلجأ إليه كافة المجتمعات الإنسانية وينتشر وبشكل كبير في معظم دول العالم، وتتخذ في ذلك عدة طرق منها:

1. سن القوانين الخاصة بالنشر والبت الإعلامي، ومنع صدور أو استقبال ما يبثه الإعلام او عبر وسائله المختلفة.
2. التشفير Encryption وهو برنامج يخفي الرسالة أو يمزجها بحيث لا يستطيع أحد قراءتها إلا من يتلقاها ويفك رموزها.
3. التنقية Flitering من خلال حجب أو قص المشاهد والمقاطع غير الملائمة.
4. أن جميع الدول والمجتمعات على اختلاف فلسفتها وثقافتها تشعر بالأخطار الناتجة عن استخدام الإنترنت.
5. أن جميع الدول تبذل جهودا واضحة لمواجهة الأخطار، سواء كانت رقابية أم تدخل مباشر في المنع والتشفير، والفلترية.
6. إن جميع الدول تشعر بصعوبة التوصل إلى منع كامل أخطار الإنترنت وجرائمه.

## 2- أسلوب التناول الناقد للرسالة الإعلامية:

يستند هذا الأسلوب على أن التناول الناقد للمحتوى الإعلامي يؤدي إلى إنتاج فرد ناقد، وتبنت المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) هذا الاتجاه عندما طرح إعلام جرانولد بألمانيا بشأن التربية الإعلامية عدد من المسلمات التي تستند عليها التربية الإعلامية وهي:

- إن إعداد كثيرة من الناس يقضون وقتا كبيرا مع وسائل الإعلام المسموعة والمقروءة والمرئية سواء كانوا أطفالا أو كبارا.
- لا ينبغي الاستهانة بدور الإعلام كعنصر من عناصر الثقافة
- التربية الإعلامية تصبح أكثر تأثيرا عندما تتكامل أدوار الأباء والمعلمين والمختصين في الإعلام وصناع القرار لخلق وعي نقدي أكبر بين الأفراد.
- تقع على عاتق الأسرة والمدرسة مسئولية تعايش الأفراد مع عالم الفضائيات.
- على الأنظمة التعليمية والسياسية تشجيع المواطنين على الفهم النقدي للمضامين الإعلامية
- تكوين عقلية منهجية لدى الطالب في الحكم على الناس والتصرفات.
- تنمية قدرة الطالب على عادات التفكير السليم التي تعتمد على الملاحظة والمقارنة والربط والاستنتاج والتحرير، وتبث فيه روح السبق.
- تدريب الطلاب على مناقشة الأمور والبحث عن الأسباب وتمحيص ما يسمعه ويراه وما يفكر فيه ليصل إلى الحق الخالص من شوائب الخطأ والنقصان.

## سادساً- على من تقع مسئولية مواجهة الرسالة الإعلامية السلبية؟

### 1- مسئولية المشاهد في الانتقاء:

إن المشاهد هو الذي يختار الوسيلة الإعلامية، وهو الذي يختار المضمون الذي يتعرض له، ويؤثر فيه، ويتفاعل معه، ويشبع احتياجاته، فكلما كان المشاهد

واعى استطاع أن يمارس انتقائية ناجحة ومثمرة، فينتقي المضمون الإعلامي الإيجابي الذي يتعرض له ويتابعه.

## 2- مسؤولية مؤسسات المجتمع:

للأسرة والمدرسة والمجتمع دور مهم في بناء الوعي لدى أفراد المجتمع، وبخاصة الأطفال والشباب، لصقل مهارات التلقي، والتعامل الناجح مع وسائل الإعلام، وتكوين رؤية تربوية ناضجة، للتمييز بين السلبي والإيجابي، والمفيد والضار، ثم ترسيخ مفهوم الرقابة الذاتية، وتعزيز الثقة بالذات

## 3- مسؤولية الأنظمة والقوانين:

تحفل الكثير من دول العالم بالأنظمة والقوانين، التي تحمي المجتمعات من انحرافات بعض وسائل الإعلام، وتتصدى لممارساتها الضارة بالمجتمع، والمؤثرة سلبية على أفرادها، والمنتهكة للقيم الأخلاقية والآداب العامة. وتختلف قوة القانون والنظام من دولة إلى أخرى، وكذلك مدى جدية التطبيق والتنفيذ.

## 4- مسؤولية الأفراد في الحد من الثقافة الهابطة والإعلام السلبي:

للأفراد دور مهم في الحد من الثقافة الهابطة والإعلام السلبي، وذلك من خلال الامتناع عن التعرض لهذه الوسائل، والاتصال الشخصي للأفراد فيما بينهم لتدعيم هذا السلوك، والتواصل الفردي الشخصي عبر وسائل الاتصال، مع ملاك الوسائل الإعلامية والمسؤولين عنها، لتوضيح وجهة النظر في محتوى الثقافة الهابطة، ومضمون الإعلام السلبي، وأن يطالب المشاهدون بحقهم وحق المجتمع في الإنتاج الجيد والإعلام الإيجابي، وحمايتهم وحماية أطفالهم من الإسفاف والابتذال.

## 5- مسؤولية المعلنين:

الإعلان بأنواعه المختلفة، وصوره الفنية المتعددة، الظاهرة والمضمرة، يعد أهم مصادر تمويل الإعلام التجاري في الفضاء العربي، وأهم القوى المسيطرة عليه، ويلاحظ الخبراء أن المعلن الأجنبي يسوق للسلع والمنتجات ومعها الأفكار والقيم

أحيانا، وذلك لتربية أجيال جديدة «نوعية من المستهلكين، ولذلك يركز على «مضمون معين» من الإعلام، يشجع الاستهلاك بلا عقل، ويصنع مناخ ثقافية «نوعيا، تكون فيه الجماهير محتلة بالرغبة في المتعة، والبحث عن اللذة.

#### 6- مسؤولية شركات الاتصالات:

هناك العشرات من القنوات التجارية في الفضاء العربي تمثل الإعلام السلبي في أسوأ أشكاله، ولم يكن لها أن تظهر أو تستمر لولا إيراداتها من شركات الاتصالات العربية، من خلال خدماتها التفاعلية، عبر وسائل الاتصالات الثابتة والمتنقلة.

#### 7- مسؤولية ملاك وسائل الإعلام:

من بديهيات الأشياء أن مالك الوسيلة الإعلامية هو الذي يراها، ويعتني بها، ويتحمل تكاليفها، وينفق عليها، وهو المستفيد من إيراداتها وعائداتها، وهو الذي يتمتع بأرباحها ومكاسبها، وهو الذي يملك السلطة على إدارتها، لذلك فهو المسؤول الأول عن رسالتها وأهدافها، ومضمونها ومحتواها، وهو المسؤول الأول عن كل آثارها ونتائجها وتأثيراتها على المشاهدين، أفرادهم ومجتمعاتهم.

سابعاً- دور التربية الإعلامية بتنمية وعي المجتمعات بأخلاقيات الرسالة الإعلامية تزداد خطورة الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام يوماً بعد يوم في التأثير على الأفراد في فكرهم وسلوكهم ووجدانهم إيجاباً أو سلباً، وخصوصاً الشباب، لما يقضونه من وقتاً طويلاً أمام هذه الوسائل نتيجة لما تتبعه من عوامل جذب وإثارة وتشويق لهذه الفئة العمرية وضعف سيطرة الدول على البث المباشر للبرامج التليفزيونية والتصدي للبث الإعلامي الخارجي والاكنتساح الثقافي الأجنبي وبالتالي تهديد للثقافة الوطنية. والتأثيرات الإيجابية والسلبية لوسائل الإعلام دفعت العديد من الدول في البحث عن كيفية حماية الأطفال والشباب من هذه التأثيرات الضارة وفي ذات الوقت استثمار الجانب الإيجابي لهذه الوسائل. وكانت التربية هي السبيل إلى ذلك، وظهر الاتجاه في

التعامل مع الإعلام تحت ما يسمى بالتربية الإعلامية، حيث ركز الخبراء على إمكانية استخدام أدوات الاتصال ووسائل الإعلام لتحقيق منافع تربوية ملموسة.

وفي بداية التسعينات من القرن العشرين تبنت اليونسكو بدعم من وزارات التربية والتعليم في الاتحاد الأوربي مشروع (مينتور) لنشر التربية الإعلامية في أوروبا ودول حوض البحر المتوسط وبانتهاء المشروع قرر عدد من الخبراء والمستشارين فيه تأسيس منظمة دولية تتولى نشرها على مستوى العالم وتحقق ذلك في مايو 2002 م من خلال تأسيس المنظمة الدولية للتربية الإعلامية

ويؤكد مشروع مينتور من خلال المنظمة الدولية للتربية الإعلامية ٢٠٠٧ على أهمية وجود ميثاق شرف للمهنة في مجال التربية الإعلامية؛ حيث ينص المشروع في هذا الميثاق على ضرورة.

- تكوين نظرة نقدية لدى صغار السن في تعاملهم مع وسائل الإعلام المعنية ببرامج الأطفال.

- إكساب الجمهور المتلقي الوعي الكامل في تعاملهم مع وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة.

- المشاركة الفعالة في إنتاج البرامج أو المساهمة في إنتاجها وفقا لاهتمام أفراد المجتمع التقليل الهوة الواسعة بين وسائل الإعلام من جهة والجمهور من جهة أخرى.

- التزام القائمين بالاتصال في كافة وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة بأخلاقيات المهنة وموائق الشرف المهنية.

- الحد من التأثيرات السلبية للمواد الإعلامية الرخيصة والغثة، والتي تتعارض مع الذاتية الثقافية والقيم والمبادئ السائدة بالمجتمع.

## ثامناً- أهمية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية:

تكمن أهمية الوعي بالتربية الإعلامية في بلوغ الحد الأدنى من المهارات والمواقف اللازمة؛ لتفسير موجة الصور والمحتوى الإعلامي البصري سمعي، الذي أصبح يشكل جزءاً أساسياً من الحياة اليومية. وأيضاً، يرتبط الوعي بالتربية الإعلامية بمعرفة وتقييم المحتوى والرسائل الإعلامية وفهم التأثيرات الإعلامية على المستويين العملي ومتعدد الأنظمة، وتشجيع المشاركة النشطة في صنع المحتوى الإعلامي بدلاً من مجرد الاكتفاء بالمتابعة، بل الفهم الواعي والإدراك السليم لما يبث ولحرية التعامل معه.

وأن تنمية الوعي بالتربية الإعلامية تهدف إلى:

1. غرس فهم الدور الذي تلعبه في المجتمع والعالم لدى الطلاب.
2. القدرة على دعم الاتصال الفعال على المستويين المحلي والعالمية.
3. يكتسب الطلاب المعرفة حول نظريات الاتصال الاجتماعي والاتصال الجماهيري والاتصال متعدد الثقافات والإعلام.
4. يتم تنمية الوعي بالتربية الإعلامية من خلال مهارات جمع وتنظيم المعلومات، والتفكير الناقد والمرونة في فهم المعلومات، ومهارات الكتابة الفعالة، ومهارات التحدث والإنصات النشط، وكفاءة الاتصال الاجتماعي والثقافي، والتتقيف الإعلامي وأن عملية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية تقوم على ثلاثة ركائز هي:

1. الاستفادة النشطة من التربية الإعلامية
  2. القدرة على التقييم الواعي لإمكانيات ومخاطر الإعلام.
  3. الانتباه لتأثير التربية الإعلامية على العقل والسلوك.
- يركز الوعي بالتربية الإعلامية على التعريف بالإعلام، وأنواع وسائل الإعلام الرسمية وغير الرسمية، ودور الإعلام وتأثيراته على الحياة اليومية، وفاعلية الرسالة

الإعلامية (الصوت والصورة)، وبمن يتحكم بالإعلام، وما هو دور الجمهور كمتلقي للوسائل والرسائل الإعلامية ومن خلال الوعي بالتربية الإعلامية، يتعلم الجمهور التمييز بين الحقيقة والرأي، وتحليل المعلومات وتصنيفها، والربط بينها وبين الواقع، والبحث والاستقصاء، والتعرف على عناصر الرسالة الإعلامية، وتكوينها.

تاسعاً- الآثار والمخاطر الأمنية للإعلام الرقمي والأخبار الزائفة:

### 1- مخاطر متعلقة بالفكر الإرهابي ونشر ثقافة العنف:

حيث ترتب على انتقال أنشطة الجماعات والتنظيمات الإرهابية من العالم المادي إلى العالم الافتراضي ضمان الوصول لأكثر عدد من المستخدمين المستهدفين لاستقطابهم ونشر الفكر الإرهابي وثقافة العنف.

### 2- آثار متعلقة بإشاعة الفوضى ونشر ثقافة إسقاط الأنظمة:

وذلك من خلال الشبكات الاجتماعية وخاصة الفيس بوك والتي تمثل خطراً على الأمن المجتمعي، بما تثيره من قلق واضطرابات في بعض البلدان العربية حيث تلقى هذه الشركات، وتحديدًا الفيس بوك دعماً مالياً من أجهزة استخباراتية للاستفادة من قواعد البيانات الخامسة بالمشاركين الشباب من مختلف دول العالم والاستفادة منها لأغراض استخباراتية.

### 3- مخاطر متعلقة بإثارة الطائفية والعنصرية:

فالحديث عن إثارة التعصب والفتن لا يقف عند حد؛ فهو ليس حكراً على القبلية والطائفية، وكل ما يبث في وسائل الإعلام الرقمية غير المنضبطة يهدد النسيج الوطني و يديح النقاد إلى المجتمع والإخلال بأمنه، وذلك من خلال إنشاء الصفحات المخصصة لفئة بعينها بهدف نشر معلومات مغلوطة تستهدف تشويه فئة أخرى مستخدمة السب والقذف والسعي لتكوين كيانات داخلية وفصائل متناحرة تستهدف تقسيم الدولة وتفنيتها.

## التربية الإعلامية من أجل المواطنة الرقمية للمجتمعات:

المواطنة هي شكل من أشكال الهوية الاجتماعية السياسية يشترك فيها كافة أفراد المجتمع بصرف النظر عن الجنس أو العرق أو الدين أو أسلوب الحياة، وهي تتطوي على عدد من الحقوق والواجبات التي تمنح للأفراد كافة الصلاحيات كأعضاء داخل دولة ما وهو ما يعنى أن المواطنة تشير إلى مركز شرعي يعنى العضوية في مجتمع ما والولاء له، وبذلك يتضح أن جوهر المواطنة هو الالتزام من جانب الدولة بضمان حقوق مواطنيها، ومن جانب المواطنين يتحمل مسئولية المشاركة في المجتمع والحرص على خدمته.

فمفهوم المواطنة حتي الآن بعيدة عن إمكانية الاقتراب من المصطلح ورصد تجلياته في الواقع، فالثابت أن القدماء تحدثوا عن مظاهر المواطنة، كما شاهدوها في المجتمعات الغربية باعتبارها قيمة مثالية، فتغنوا بالحرية وحب المواطن واحترام القوانين، لكن دون التعمق في جوهر المواطنة، وكونها إنتاجا لمسار تاريخي وتطور اقتصادي واجتماعي لهذه المجتمعات، وعلي ذلك يمكن تعريف المواطنة علي أنها مفهوم تاريخي شامل ومعقد له أبعاد عديدة ومتنوعة منها ما هو مادي قانوني، ومنها ما هو ثقافي سلوكي، فضلا عن كونها وسيلة أو غاية يمكن بلوغها تدريجيا، لذلك فإن نوعية المواطنة في دولة ما تتأثر بالنضج السياسي والرقمي الحضاري، فالمواطنة خيار ديمقراطي اتخذته مجتمعات معينة، عبر مراحل تاريخية طويلة نسبيا.

فالمواطنة اصطلاحا هي صفة المواطن الذي له حقوق وعليه واجبات تفرضها طبيعة انتمائه إلى وطن وبناء عليه فالمواطنة علاقة الفرد بدولته، علاقة يحددها الدستور والقوانين المنبثقة عنه والتي تحمل وتضمن معني المساواة بين المواطنين.

وبذلك تعني المواطنة في أبسط معانيها، الارتباط بالأرض والولاء بالوطن وتشمل في رأي الدارسين، ثلاثة أبعاد، لحقوق المدنية والحقوق السياسية، والحقوق الاجتماعية.

ولقد استلهم من المواطنة مع التطور التكنولوجي ما يسمى بالمواطنة الرقمية والتي تعنى قواعد السلوك الملائم عند التعامل مع مواقع التواصل وشبكة الإنترنت. كما أنها تفاعل الفرد مع غيره باستخدام الأدوات والمصادر الرقمية مثل الحاسوب بصوره المختلفة وشبكة المعلومات كوسيلة للاتصال مع الآخرين، باستخدام العديد من الوسائل أو الصور: مثل البريد الإلكتروني والمدونات والمواقع، ومختلف مواقع التواصل الاجتماعي.

وهي استخدام المصادر الإلكترونية في إنجاز الأعمال، كما تعنى القدرة على المشاركة في المجتمع الشبكي وهي مصطلح يعبر عن الاستخدام المسئول والأخلاقي والأمن من جانب الأفراد لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات كأعضاء في المجتمع القومي وكمواطنين في المجتمع العالمي.

وتعرف أيضاً بأنها " مجموعة القواعد والضوابط والمعايير والأعراف والأفكار والمبادئ المتبعة في الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا والتي يحتاجها المواطنون صغاراً وكباراً من أجل المساهمة في رقى الوطن فهي توجيه نحو منافع التقنيات الحديثة وحماية من أخطارها".

وبالتالي فإن مصطلح المواطنة الرقمية كمفهوم حديث في التربية الرقمية، يهدف إلى إيجاد الأساليب والطرق والبرامج والأنظمة المثلى لتوجيه وحماية جميع مستخدمي التكنولوجيا، وخصوصاً الأطفال والمراهقين، وذلك بتحديد الأمور الصحيحة والخاطئة في التعامل مع التكنولوجيا الحديثة، لتشكل جدار حماية لجميع الأفراد وخاصة أن التحكم فيما يطلع عليه الأطفال والشباب على الإنترنت وأجهزة الجوال قد أصبح أمراً مستحيل عملياً، وذلك سوف يؤدي إلى خلق المواطن الرقمي الذي يحب وطنه ويسعى

ويفكر لخدمته ومصالحته وحمايته فهو يستخدم التكنولوجيا الحديثة بصورة أمثل، وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي لخدمة وحماية مجتمعه ووطنه بعيدا عن الإساءة والتشهير بالآخرين.

فلقد أدركت الدول أنه يجب التعامل مع هذه التطورات الحديثة وذلك بإعداد المواطنين الذين يستطيعون التعامل مع التقنية بشكل أفضل، ومحاولة احتواء المعرفة واستخدام مستحدثات التقنية في جميع مناحي الحياة، ومنها التعليم، فالدول ومستخدمو التقنية بحاجة إلى وجود نظام يحكم هذا التعامل وقواعد معينة للتقاهم وسلوك يحكم كل شخص يستخدم هذه التقنية بجميع أنواعها وخدماتها، فالعالم الرقمي لم ينطو إلا على القليل من القواعد الخاصة بالسلوك المناسب، وغير المناسب للمستخدم الرقمي.

ونظرا للحاجة إلى وجود نظام يحكم هذا السلوك نشأ مصطلح المواطنة الرقمية عند ظهور التقنية وتغلغلها المستمر في جميع مناحي الحياة، وأدى إلى إكساب المستخدمين مجموعة من المهارات التي تتطلبها الحياة في عصر المعلومات.

ويشير مفهوم المواطن الرقمي إلى " أولئك الذين يستعملون الإنترنت عمليا بانتظام، في التأهل كمواطن رقمي، وهذا الشخص عموما يجب أن يكون عنده مهارات شاملة، معرفة ووصول لاستعمال الإنترنت خلال الحاسبات والهواتف الجواله وأدوات ويب الجاهزة، للتفاعل بالمنظمات الخاصة والعامة".

فالمواطنون الرقميون لابد أن تتوافر لهم المهارات اللازمة لاستخدام التكنولوجيا فضلا عن اعتماد استخدام الإنترنت اليومي على الكفاءة ومحو الأمية المعلوماتية والمهارات الفنية الكافية من أجل الاستخدام الفعال جنبا إلى جنب مع بعض الوسائل العادية للوصول إليها، فالمواطن الرقمي يكون جيد في فهم قضايا حق المؤلف وكيفية استخدامها بشكل صحيح مثل حقوق المؤلف والاستخدام العادل، كما يتم تحديد ثلاث سمات رئيسية للمواطنين الرقميين هي الاحترام (آداب- الوصول- القانون) والتتقيف

(الاتصالات- محو الأمية- التجارة) والحماية (الحقوق والمسئولية والسلامة والأمن والصحة والرعاية الاجتماعية)

عاشراً- الألعاب الإلكترونية وسبل ومواجهتها من خلال التربية الإعلامية:

لقد انتشرت عدة ألعاب بالهاتف المحمول يستطيع المراهقون تحميلها بسهولة من الإنترنت وهي مجانية، لكنها قد تكون خطيرة أكثر مما نتصور، حيث جذبت هذه الألعاب اهتمام الكثير من الأطفال والمراهقين الباحثين عن التسلية والمتعة، وانتهت بهم إلى القتل والانتحار من خلال تعليمات افتراضية أثرت بهم.

ومن هذه الألعاب:

- لعبة ببجي **PUBG** بالهاتف المحمول: استهوت الكثير من المستخدمين وهي

لعبة تقوم على معركة بها 100 من اللاعبين الحقيقيين في بيئة مغلقة، وعلى المستخدم التجول ضمن أنحاء الجزيرة لتجمع الأسلحة والدروع والذخيرة، ودخول المباني للحصول عليها، وتستطيع أيضاً قيادة المركبات والتجول في أنحاء الجزيرة ويجب أن تبقى في المنطقة الآمنة التي تضيق أكثر وأكثر لإجبار اللاعبين على الاقتراب من بعضهم.

وهي لعبة تتميز بقدر كبير من العنف واستخدام الأسلحة النارية والأسلحة البيضاء؛ تشترك بأنها تنمي الجانب الشرير لدى اللاعب، خاصة ألعاب البقاء التي تجعل اللاعب يرى في القتل والعنف وسيلة وحيدة للنجاة والفوز.

- لعبة الحوت الأزرق: تعد من أخطر الألعاب الإلكترونية في العالم، ورغم ما

رافق ظهورها منذ 2015 من جدل واسع إلا أنها مازالت متاحة للجميع ولم تحظر إلى الآن، ومنذ ظهورها تسببت هذه اللعبة في انتحار ما يفوق الـ 100 شخص عبر العالم أغلبهم من الأطفال.

- لعبة مريم: انتشرت خاصة في دول الخليج وسببت الرعب للعائلات، إذ أنها في

مرحلة من المراحل تعرض الأطفال والمراهقين على الانتحار، وإذا لم يتم

الاستجابة لها تهددهم بإيذاء أهلهم، وأبرز ما يميّز هذه اللعبة هو الغموض والإثارة، والمؤثرات الصوتية والمرئية التي تسيطر على طبيعة اللعبة.

- **لعبة البوكيمون غو**: ظهرت في 2016، واستحوذت على عقول الملايين عبر العالم وعلى الرغم من التسلية التي تحققها اللعبة لمستخدميها، إلا أنها تسببت في العديد من الحوادث القاتلة بسبب انشغال اللاعبين بمطاردة والتقاط شخصيات البوكيمون المختلفة خلال سيرهم في الشوارع.

- **لعبة جنيّة النار**: تشجع هذه اللعبة الأطفال على اللعب بالنار، حيث توهمهم بتحولهم إلى مخلوقات نارية باستخدام غاز مواقد الطبخ، وتدعوهم إلى التواجد منفردين في الغرفة حتى لا يزول مفعول كلمات سحرية يرددونها، ومن ثم حرق أنفسهم بالغاز، ليتحولوا إلى «جنيّة نار»، وقد تسببت في موت العديد من الأطفال حرقاً، أو اختناقاً بالغاز، بحسب «العربية».

- **لعبة تحدي شارلي**: تسببت في حدوث عدة حالات انتحار لأطفال وشباب وكذلك في حالات إغماء بينهم، وهي لعبة شعبية انتشرت من خلال مجموعة فيديوهات على شبكة الإنترنت في 2015، وساهم في انتشارها استهدافها لأطفال المدارس، حيث تعتمد في لعبها على اللوازم المدرسية وبالتحديد الورقة وأقلام الرصاص لدعوة شخصية أسطورية مزعومة ميتة تدعى «تشارلي» ثم تصوير حركة قلم الرصاص مع الركض والصراخ.

### الآثار السلبية للألعاب الإلكترونية:

- إدمان اللعب وإهمال الواجبات مما يؤدي إلى تدنى مستوى الطلاب الدراسي ورسوبهم في الدراسة.

- زيادة نسبة الجرائم والعادات السيئة، ففي دراسة ذكر أن نسبة جرائم الأطفال ارتفعت إلى 44% بعد إغراقهم بهذه الألعاب الإلكترونية ومن هذه الجرائم أطفال يحرقون آخرين، وطفل يقتل والديه، وأطفال يغتصبون فتيات صغيرات.

- بالرغم من أن العاب الكمبيوتر والإنترنت تساعد في النمو الحركي والعضلي إلا أن ذلك لا يمنع من الإشارة إلى الحقيقة بأن لهذه العمليات سلبيات مختلفة حيث أن بعض إن لم يكن جميع هذه المعطيات تفوت الفرصة على الأبناء من أن ينموا جسميا وحركيا طبيعيا لساعات طويلة دون الحصول على راحة بالإضافة إلى الجلسة غير الصحية لفترات طويلة أمام تلك الأجهزة.

- وتكمن الخطورة إلى أن ما يصل إلى أيدينا اليوم من مادة عبر الكمبيوتر والإنترنت جملتها منقولة من ثقافات أخرى وهي محتملة بالتبعية أكثر من التعليم حيث أن تلك المجتمعات ذات خصائص اجتماعية وثقافية ضاربة تختلف عما لدينا في المجتمعات العربية وسيتعارض مع ما نريد لأطفالنا

- تربية الاطفال اللاعبين على الوحشية والعنف والقتل، لأن معظم هذه الألعاب تعتمد اعتمادا مباشرا على فكرة الجريمة او لقتل والدماء ومن أسماؤها ليلة العفاريت، زومي أكل اللحوم.

- إشاعة الصور العارية وتعويد اللاعبين عليها بدعوى أنها لعبة: مثل لعبة قتل العاريات التي تتضمن مشاهدة خلاعية وألعاب المصارعة وجدت فيها المصارعات من النساء وهن عاريات.

**ما يجب مراعاته عند اختيار الألعاب الإلكترونية في ضوء التربية الإعلامية:**

- أن تكون هادفة وتلبى احتياجات الطفل وتنمى سلوكيات مرغوب فيها.  
- أن يكون موضوعها مناسب لسن الطفل.  
- أن تكون بسيطة وواضحة ولا تتطلب من الطفل معارف ومهارات تفوق قدراته وإمكاناته.

- أن يتمكن الطفل من استخدامها والتحكم فيها بدون مساعدة الكبار.  
- أن تقدم محتواها بصورة تجذب انتباه الطفل وتدفعه لاكتساب مزيد من الخبرات.  
- أن يتضمن محتواها أنشطة تساعد الطفل على الاكتشاف وحل المشكلات.

## الفصل الثالث

### التفكير الناقد ومواجهة الأخبار الزائفة

تمهيد.

أولاً- تعريف التفكير الناقد.

ثانياً- مكونات التفكير الناقد.

ثالثاً- خصائص المفكر الناقد.

رابعاً- الفوائد التي يكتسبها الفرد من التفكير الناقد.

خامساً- فوائد استخدام مهارة التفكير الناقد مع وسائل الإعلام.

سادساً- كيف نستخدم مهارة التفكير الناقد عبر وسائل الإعلام؟

سابعاً- قواعد عامة لتوجيه الشباب للتفاعل الواعي مع وسائل الإعلام.

ثامناً- التربية الإعلامية والتفكير الناقد من أجل مواجهة الأخبار الزائفة.



## الفصل الثالث

### التفكير الناقد ومواجهة الأخبار الزائفة

#### تمهيد:

إن نعمة العقل كغيرها من النعم تحتاج إلى صونها ورعايتها، وذلك لأن العقل له ملكات وقدرات لا بد من تنميتها وتدريبها، كي لا تكون أسيرة الاستخدام المحدود لها، مما يؤدي إلى تعطيلها وجمودها.

فالتفكير من أرقى العمليات العقلية، وأكثرها تعقيداً، والإنسان يستخدمه في جميع مناشط حياته بصورة طبيعية وتلقائية، وممارسة التفكير تختلف من شخص إلى آخر، بحسب نشاطه العقلي، ومهاراته التي اكتسبها.

#### أولاً- تعريف التفكير الناقد:

التفكير الناقد تعني مبدئياً التمهل في إعطاء الأحكام لحين التحقق من الأمر، وهو يستخدم للحكم على موثوقية، أو قيمة، أو دقة، أو مصداقية، أو منطقية فكرة أو أفكار معينة.

وهو عملية تفكيرية مركبة عقلانية أو منطقية، يتم فيها إخضاع (فكرة) أو أكثر للتحقق والتقصي، وجمع وإقامة الأدلة والشواهد بموضوعية وتجرد على مدى صحتها، ومن ثم إصدار حكم بقبولها من عدمه، اعتماداً على معايير أو قيم معينة. والفكرة قد تكون قضية، أو خبر، أو رواية، أو ادعاء، أو إجراء، أو حدث.

فالتفكير الناقد نشاط عقلي متأمل وهادف، يقوم على الحجج المنطقية، وغايته الوصول إلى أحكام صادقة، وفق معايير مقبولة، ويتألف من مجموعة مهارات يمكن استخدامها بصورة منفردة أو مجتمعة، وتصنف ضمن ثلاث فئات، التحليل والتركيب والتقييم.

بها أو تعلمها.

## ثانياً - مكونات التفكير الناقد:

يرتبط التفكير الناقد بالعديد من الأفعال، ومن أبرزها: التمهّل، والتعقل، والتفتح العقلي، وطرح التساؤلات، والاستيضاح، والتحقق، والرجوع إلى المصادر، وتقويم المصادر، وجمع الأدلة والشواهد على صحة أمر ما، وتقويم الأدلة، وبناء المعايير للحكم، والتعليل، والاستنتاج، ومعرفة الافتراضات، والاستنباط، وتحليل الأفكار، والبحث عن الأسباب، والأمانة العلمية، واتباع الدليل، والأخذ بالاعتبار جميع الاحتمالات، والاستناد على التعقل أكثر من الانفعال، والأخذ بالاعتبار أيضاً وجهات نظر الآخرين وتفسيراتهم، والاهتمام بإيجاد الحقيقة، والتقويم، وإصدار الأحكام.

## ثالثاً - خصائص المفكر الناقد:

1. مستوعب وملم بالموضوع محل التفكير، وليس متطفلاً يتدخل في كل شيء.
2. لا يجادل في أمر عندما لا يعرف شيئاً عنه.
3. يعرف متى يحتاج إلى معلومات أكثر حول شيء ما.
4. يعرف الفرق بين نتيجة "ربما تكون صحيحة"، ونتيجة "لا بد أن تكون صحيحة".
5. يعرف بأن لدى الناس انطباعات مختلفة حول فكرة ما.
6. يستطيع تجنب الأخطاء الشائعة في استدلاله للأمور.
7. يتساءل عن أي شيء يبدو غير معقول، أو غير مفهوم بالنسبة إليه.
8. يستطيع فصل التفكير العاطفي عن التفكير المنطقي.
9. يبحث عن الأسباب والعلل والبدائل.
10. يتعامل مع الموقف المعقد بطريقة منطقية.
11. يستخدم مصادر علمية موثوق بها ويشير إليها.
12. يأخذ جميع جوانب الموقف بنفس القدر من الأهمية.

13. يبقى على صلة بالنقطة الأساسية أو جوهر الموضوع.
14. يتخذ موقفاً، أو يتخلى عن موقف، عند توافر أدلة وأسباب كافية لذلك

### رابعاً- الفوائد التي يكتسبها الفرد من التفكير الناقد:

1. إن تفكيرك بشكل ناقد يجعلك أكثر صدقا مع نفسك، ولن تخاف بأن تعترف بأنك كنت على خطأ، كما يجعلك تتعلم من أخطائك، وستكون أكثر استقلالية
2. يساعدك التفكير الناقد أن تتخيل نفسك في مكان الآخرين، ومن ثم إمكانية أن تفهم وجهات نظرهم، وأن تطور قدراتك على الاستماع إليهم بعقلية منفتحة، حتى وإن كانت وجهات نظرهم مخالفة لك.
3. التفكير الناقد يحسن قدراتك على استخدام عقلك بدل عواطفك، وتستطيع تحديد مشاعرك، وربطها منطقية مع أفكارك، وسيساعدك ذلك على تطوير مستويات أفضل من التفكير.
4. يساعدك التفكير الناقد على صنع القرار الحكيم في الحياة اليومية.
5. يحسن التفكير الناقد من قدرتك على البحث الجاد في كثير من الأمور.
6. ممارستك للتفكير الناقد تنمي قدرتك على المناقشة، والحوار، والقدرة على التواصل، والتفاوض مع الآخرين.

### خامساً- فوائد استخدام مهارة التفكير الناقد مع وسائل الإعلام:

- إن استخدام مهارة التفكير الناقد تساهم في بناء الوعي الإعلامي لدى الإنسان، وتساعده على تجنب فخ التضليل الإعلامي، والإثارة الإعلامية، بل والتسمم الإعلامي واستخدام مهارة التفكير الناقد تساعد المتلقي على فرز المواد الإعلامية بين ما هو (سلبى وريء)، وما هو (إيجابي ونافع)، وما (بينهما)
- كما أن مهارة التفكير الناقد تساعد المتلقي أن يكون متلقية إيجابية، قادرة على انتقاء المضمون الإعلامي وتحليله وتقويمه.

## سادساً - كيف نستخدم مهارة التفكير الناقد عبر وسائل الإعلام؟

بإمكاننا استخدام مهارات التفكير الناقد بتوجيه مجموعة من الأسئلة لكل عنصر من عناصر عملية الاتصال، حسب نموذج لازويل الشهير، الذي اقترح خمسة أسئلة للتعبير عن الاتصال هي:

- 1- من؟
- 2- يقول ماذا؟
- 3- بأية وسيلة؟
- 4- لمن؟
- 5- وبأي تأثير؟

من؟ وهي الأسئلة المرتبطة بمعرفة (المرسل وصانع المحتوى)

1. من هو المرسل وصانع المحتوى الذي قام بصنع هذه الرسالة وقام بثتها ونشرها وتوزيعها وإذاعتها؟
2. هل هو جهة رسمية حكومية؟ أم جهة تجارية؟ أم تجمع مهني؟ أم جمعية نفع عام؟ أم غير ذلك؟
3. أين يتم صنع هذا المحتوى؟ ومن أين يتم بثه؟.
4. ما هي جنسية المرسل صانع المحتوى؟ وما هو انتماؤه؟
5. ما هي أهداف المرسل وصانع المحتوى، ولماذا يصرف على الرسالة ويمولها، ويتحمل تكاليفها؟
6. هل أهداف المرسل تنمية المجتمع وتوعية المواطنين؟ أم الربح التجاري؟ أم أهداف أخرى؟
7. من الذي يملك هذه الوسيلة الإعلامية ويمولها ويمك قرارها ويحدد سياستها؟

8. من هو المسؤول عن المحتوى الإعلامي الذي يصنع الرسالة، ويصوغ أهدافها، ويرسم لها طريقها؟
9. هل له قيم معلنة، ومعايير مهنية واضحة، وسياسة إعلامية تتميز بالشفافية
10. هل هو خبير ومطلع ومتخصص في مجاله؟
11. هل يتمتع بالأمانة والعدالة والمصداقية؟
12. وأخيرا... ما هي درجة الثقة بالمرسل وصانع المحتوى؟
- يقول ماذا؟ وهي الأسئلة المرتبطة بمعرفة (الرسالة والمحتوى)**
1. هل هذه الرسالة والمحتوى خبر، أم رأي، أم حقيقة، أم انطباع، أم خيال؟
2. ما هي المعلومات والأفكار والقيم والتوجهات التي تحملها الرسالة والمحتوى؟
3. ما هي مصادر المعلومات والأفكار في هذه الرسالة والمحتوى؟ وهل يمكن التحقق منها؟
4. هل تتعارض الرسالة والمحتوى مع الحقائق العلمية؟
5. هل تتعارض الرسالة والمحتوى - ما لم يكن خبر - مع معتقدات مسلمة وقطعية لدى المتلقي؟
6. هل تتعارض الرسالة والمحتوى - ما لم يكن خبرة - مع قيم المجتمع؟
7. كيف أميز بين الحقائق التي يمكن إثباتها أو التحقق من صحتها وبين الادعاءات أو المزاعم الذاتية؟
8. ما هي وجهة النظر التي عرضت من خلالها الرسالة والمحتوى؟
9. هل كان المحتوى شاملا، وعرض جميع الآراء ووجهات النظر؟
10. هل هناك تحيز وتحامل في الرسالة؟
11. هل هناك مضامين مضمرة غير ظاهرة في الرسالة؟
12. ما هي المعلومات ذات العلاقة بالموضوع، وتلك التي أقحمت على الموضوع، ولا ترتبط به؟

13. هل هناك شيء محذوف تم استبعاده، ولم يظهر في الرسالة؟
14. هل هناك تضليل إعلامي في الرسالة و
15. هل الرسالة جزء من حملة للدعاية أو البروبا جندا؟
16. هل عرض هذا المضمون في وسيلة أخرى وكان مختلفة؟
17. هل تتضمن الرسالة إعلان وترويج تجاري مضمّر وغير ظاهر؟
18. إذا كان المحتوى إعلان تجاري.. هل هناك قيم وسلوك مضمنة في الإعلان، بخلاف الشكل الظاهر للترويج للسلعة أو الخدمة؟
- بأية وسيلة؟ وهي الأسئلة المرتبطة بنوعية (الوسيلة وتقنياتها)**
1. ما هي الوسيلة التي أرسلت بواسطتها الرسالة والمحتوى والمضمون؟
2. هل لتقنيات الوسيلة دور في بناء الرسالة وصنع المحتوى مثل:
- أ. الصورة: حجمها قريبة أم بعيدة - زاوية التقاطها - إضاءتها - ألوانها - المؤثرات البصرية عليها - سرعة حركتها.. الخ.
- ب. الصوت: نوعية الصوت، والمؤثرات الصوتية، والموسيقى المصاحبة.... الخ
3. ماذا لو كان المحتوى معروضة باستخدام مؤثرات أخرى؟ ما الذي سيتغير؟
4. هل للوسيلة بذاتها دور في التأثير على المحتوى؟
5. ماذا لو كان المحتوى معروضا في وسيلة أخرى؟
6. ما الذي سيتغير؟ هل مستوى الجاذبية في الوسيلة وتقنياتها وإبهارها هو الذي يدعوني للتعرض لمحتواها؟ بغض النظر عن جودة المحتوى؟
7. هل تقنيات الوسيلة وجاذبيتها مبرر كاف لكي أتعرض لمحتواها؟ هل اختياري وقراري كان صائبا؟
- لمن؟ وهي الأسئلة التي تخص (المستقبل - المتلقي - الجمهور)**
1. من هو الجمهور المستهدف بهذه الرسالة والمحتوى؟

2. هل أنا من الجمهور المستهدف؟ وهل هذه الرسالة تعنيني؟ ولماذا؟
3. هل صنع هذا المحتوى في الأصل لجمهور مختلف؟
4. لماذا توجه هذه الرسالة والمحتوى إلى مجتمعي؟
5. هل توجه هذه الرسالة والمحتوى إلى مجتمعات أخرى وجماهير أخرى؟
6. عندما أقرر أن أكون من الجمهور الذي يتعرض لهذه الرسالة والمحتوى فهل هذا له تبعات قيمية أو أخلاقية أو معرفية؟
7. هل أفراد الجمهور الذين لا يتعرضون لهذه الرسالة والمحتوى يتحملون تبعات قيمية أو أخلاقية أو معرفية مثلما تحملتها؟

### وبأي تأثير وهي الأسئلة المتعلقة بجوانب (النتيجة - الأثر - رد الفعل)

1. ماذا فهمت من هذه الرسالة والمحتوى؟
2. هل الأشخاص الآخرون فهموا نفس الفهم؟ وما هو فهمهم إذا كان مختلفة؟
3. هل استقدت من هذه الرسالة في زيادة معرفتي أو تدعيم آرائي؟
4. هل دفعتني هذه الرسالة إلى اتخاذ موقف أو الحكم على شخص أو قضية؟
5. هل تعرضي لهذه الرسالة أدى إلى لفت نظري وتشتيت انتباهي عن قضية أو حدث آخر؟
6. من هو المستفيد من هذه الرسالة؟
7. ما هو الهدف الذي كان يتوقعه مصدر الرسالة وصانع المحتوى؟ وهل تحقق؟
8. هل أدت هذه الرسالة إلى استشارتي أو انفعالي بها؟
9. هل هذه الاستشارة أو الانفعال أمر إيجابي؟
10. هل هذا الأثر الانفعالي أو الاستشارة التي حدثت لها تبعات قيمية أو أخلاقية أو معرفية؟
11. هل سأكرر التعرض لهذه الرسالة والمحتوى مرة أخرى؟
12. هل أريد أن أقول شيئاً لمرسل الرسالة وصانع المحتوى؟

13. كيف أقوم بتوصيل رأيي وصوتي ووجهة نظري لمرسل الرسالة وصانع

المحتوى؟

**سابعاً- قواعد عامة لتوجيه الشباب للتفاعل الواعي مع وسائل الإعلام:**

1. الاعتراف بوجود جوانب سلبية في وسائل الإعلام والتقنية الحديثة وأنها ليست خيرة محضة.

2. إدراك استحالة تجنب تعرض الأطفال لوسائل الإعلام والتقنية الحديثة بصورها المختلفة، بصفة مباشرة أو غير مباشرة.

3. وجود قدر من الاتفاق بين الوالدين وأفراد الأسرة في النظرة إلى وسائل الإعلام والتقنية الحديثة، وفي أساليب التعامل معها.

4. وجود قدوة حسنة للأطفال، تكون مثالا بسلوكها، في تفاعلها الواعي مع وسائل الإعلام والتقنية الحديثة

5. بناء مهارة التفاعل الواعي مع وسائل الإعلام والتقنية الحديثة من خلال ثلاثة جوانب متكاملة:

أ الجانب المعرفي (التفكير).

ب الجانب الوجداني (المشاعر والعواطف).

ج الجانب السلوكي (الممارسة والتصرفات).

**فالتفكير الناقد يتطلب مهارات معينة على النحو التالي:**

- التمييز بين الحقائق التي يمكن إثباتها أو التحقق من صحتها وبين الادعاءات أو الأهواء الشخصية.

- التمييز بين المعلومات والأسباب ذات العلاقة بالموضوع وبين الادعاءات غير المرتبطة به.

- تحديد مدى مصداقية مصدر المعلومات وتحديد الدقة الحقيقية للخبر.

- التعرف على البراهين أو الحجج الغامضة أو المزاعم في المضامين الإعلامية.

- التعرف على المغالطات والأكاذيب في المضامين الإعلامية

## ثامناً- التربية الإعلامية والتفكير الناقد من أجل مواجهة الأخبار الزائفة:

يمكننا تلمس خطورة وتأثير مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تهيئة الرأي العام للاستسلام وقبول ما يتم نشره من أكاذيب وأخبار زائفة مغايرة للواقع، وهي ما يطلق عليها اليوم بحروب الجيل الرابع، أو الحرب المتماثلة، وهي حرب تستخدم فيها كافة وسائل الإعلام وبعض منظمات المجتمع المدني وتظل كذلك المعارضة الوطنية في بعض المعارك دون وعي منها، إضافة إلى غرف عمليات استخباراتية تقوم بتشبيك كل ما سبق في إطار مخطط محكم للوصول إلى غاية المؤامرة من تقديم وتفتيت وإضعاف الشعوب والجيوش وغزو واحتلال بنهاية الأمر، حيث إن الأخبار الزائفة هي الأخبار المختلفة التي لا تستند لأية حقائق أو مصادر أو اقتباسات كما ميز بين المعلومات الخاطئة والمعلومات المضللة، حيث الأولى معلومات غير صحيحة أو غير دقيقة انتشرت دون قصد الخداع، فيما اعتبر الثانية معلومات كاذبة تم تصميمها عن قصد ونشرها بفرض التأثير في الرأي العام أو حجب الحقائق.

وحرب الأخبار الزائفة (Fake News) تعتمد على شقين الأول دفاعي يحمي أنظمة الدولة، والثاني هجومي ضد أنظمة الدولة المعادية، وتستخدم الحرب والعمليات النفسية، والاستخبارات، ومهاجمة الوسائط والهاكرز وأعمال التجسس إلى أن يتكون مناخ عدائي بين أطراف الأمة ومؤسساتها ونسيجها الوطني.

ومن أجل مخاطر تلك الأخبار الزائفة (Fake News) فقد اتجهت دول العالم إلى التركيز على التربية الإعلامية الرقمية من خلال المسئوليات والواجبات الرقمية ومعايير السلامة، والأمان، والحماية والتي تساعدهم على أن يصبحوا مواطنين صالحين، وحتى لا تقع الأجيال ضحية لسيطرة رقمية من جهات معادية وذلك في ظل تدنى ثقافة الاستخدام الرشيد للتكنولوجيا، ولقد مهد ذلك السبيل لظهور المواطنة الرقمية.

ويزيد من خطورة انتشار الأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي قدرتها على الانتشار الكثيف بشكل أكبر بكثير من الأخبار الحقيقية، وهي النتيجة التي توصل إليها البروفيسور سينان آرال من معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا في دراسته التي أخضع فيها 126 ألف قصة تداولها ثلاثة ملايين مستخدم على تويتر بين عامي 2006 و 2017م، تم استبعاد التغريدات التي يتم نشرها عبر الحاسبات الآلية منها وقد توصل فريق البحث إلى أن المعلومات الخاطئة تحظى بمعدل انتشار أكبر من المعلومات الصحيحة خاصة السياسية وأن المستخدمين يميلون لنشر الأخبار الخاطئة بنسبة 70% مقارنة بالصحيحة وأن الخبر إذا وصل معدل انتشاره إلى 1500 شخص فإنه ينتشر بمعدل أسرع ست مرات إذا كان مزيفا الأمر الذي برره فريق البحث بأن الأخبار الزائفة تم تصميمها بالأساس من أجل الانتشار لذا فهي تتمتع بعناصر الجذب التي تساعدها على ذلك، وفي مقدمتها العناوين المثيرة والصادمة.

## الفصل الرابع التضليل الإعلامي

تمهيد.

أولاً- تعريف التضليل الإعلامي.

ثانياً- ركائز التضليل الإعلامي.

ثالثاً- أهداف التضليل الإعلامي.

رابعاً- أنواع التضليل الإعلامي المستخدم على مواقع التواصل الاجتماعي.

خامساً- معوقات تطبيق التربية الإعلامية في المجتمعات العربية.



## الفصل الرابع

### التضليل الإعلامي

**تمهيد:**

لقد تزايدت استراتيجيات التضليل والتلاعب بعقول البشر، وتطورت بصورة مذهلة وأصبحت تمثل نمطا تواصليا له أسسه النفسية والتضليلية التي يقوم عليها وله منهجيات تطبيقية لا حصر لها استمع لمحطات الراديو وشاهد محطات التلفزيون وقرأ الصحف اليومية المطبوعة أو الإلكترونية وتابع ما يدور في شبكات التواصل الاجتماعي حول موضوعات وقضايا محلية أو إقليمية أو دولية، وبخاصة (القضايا الاجتماعية والسياسية المصرية) لتقتنع أن هناك أصولا وفنونا واستراتيجيات، وأيضا سيركات بشرية مسلية تكون فيما بينها مدرسة قائمة بذاتها - من استراتيجيات التضليل الإعلامي العصرية.

فاليوم وبعد أن أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي الوسيلة الإعلامية الأهم والأكثر انتشارا فإننا نجد أنفسنا أمام استراتيجيات تضليلية أكثر تطورا، حيث انتشرت التعليقات المستفزة الهادفة إلي تشتيت الانتباه أو الدافع نحو اليأس، وكثرت التعابير العنصرية الفجة، أو وسائل الهيمنة علي النقاش من خلال الادعاءات الكاذبة بامتلاك الحقيقة أو الأخبار السرية الصحيحة، بعض هؤلاء يقرأون أو يكتبون جملا معدة لهم سلفا من قبل جهات مشبوهة تظهرهم وكأنهم هم العقلاء المعتدلون وأصحاب الحجج المتوازنة بينما يتهمون خصومهم بكل أنواع الانتماءات السياسية أو الثقافية الملققة.

### أولاً- تعريف التضليل الإعلامي:

ظهر مصطلح التضليل الإعلامي لأول مرة في اللغة الروسية مع بداية العشرينات من القرن الماضي، وشاع استعماله في الاتحاد السوفيتي سابقا بعد الحرب

العالمية الثانية لينعت به " الممارسات الإعلامية في البلدان الرأسمالية الهادفة إلي استبعاد الجماهير الشعبية " .

ولم ينقل المصطلح إلى اللغة الإنجليزية Disinformation إلا في الستينيات ليشير إلى " التسريب المقصود للمعلومات المضللة " أما في فرنسا فظهر لأول مرة في عام 1974، ودخل القاموس الفرنسي مع بداية الثمانينات من القرن الماضي ويتضمن دلالات سياسية أساساً، أي "النية المبيتة لتغليب الرأي العام وإبقائه علي جهل تام بشكل خطير، أو عدم تنويره بما فيه الكفاية حول مسائل أو قضايا مهمة "

وطالما كان هناك نشاط إعلامي؛ فإن عمليات التضليل في أساليب نقل الخبر وتداوله، تصبح جزءاً من هذا النشاط بطبيعة الحال، ولكن مع تزايد وتيرة الحراك السياسي والاجتماعي في المنطقة العربية في هذه الفترة بالذات، وتنامي الدور الكبير الذي يقوم به الإعلام في تحديد مسارات الصراع، وترجيح الكفة لصالح قوة أو جهة معينة على حساب الجهة الأخرى، من خلال طريقة نقل و تداول الخبر، يصبح من الأهمية الالتفات إلى توجهات بحثية أكاديمية متخصصة تعنى بدراسة استراتيجيات وتحليل ظواهر التضليل الإعلامي.

ويعتقد البعض أن مفهوم التضليل بشكل عام هو الكذب، وأن الكذب هو عكس الحقيقة، إلا أن مفهوم التضليل لكي يحقق مغزاه لا يجب أن يكون عكس الحقيقة لكنه يجب أن يحتوي على جزء من الحقيقة لكي يخفي معالم التضليل ويستتكر وجوده.

**فالتضليل الإعلامي هو عرض جزء من الحقيقة أو البناء الخاطئ على حقائق واضحة وثابتة وموثقة وذلك للوصول إلى تحقق الهدف من وجود هذا البناء الخاطئ في المفاهيم أو الخلط بين مفهومين أو أكثر على اعتبار أنها مترادفات لمعنى واحد وذلك في غياب وتغيب مفهوم كل عنصر من عناصر الخليط على حدة، فلئن كانت وسائل الإعلام قادرة على نشر المعرفة وتزويد الناس بالمعلومات والحقائق الكفيلة**

بتوسيع آفاقهم، فإنها تستطيع أيضا تزييف الحقائق، ومن ثم تستطيع أن تفرض على الناس مفاهيم وآراء هابطة مضادة لما يتطلعون إليه من أهداف وقيم اجتماعية سامية. ويعني تزويد وسائل الإعلام بمعلومات كاذبة لا تخلو من مزج واضح بين الواقع وتفسيرها بشكل مقصود مخالفة بالأكاذيب كي لا يفاجأ المتلقي عند تلقي التكذيب فلا يعد بإمكانه معرفة الحقيقة من التضليل.

**والتضليل الإعلامي** عملية "تقوم على بث المعلومات والمعارف الأخبار الكاذبة أو التي تم تلوينها والتلاعب بمضمونها — وفقا لأغراض القائم بعملية التضليل —، بأساليب منطقية كالحيل والتركيب أو عاطفية كالتحريض والتشهير والتحقير، وغيرها من الأساليب الأخرى معتمدة في ذلك كله علي الصورة والكلمة".  
**ومن خلال ما سبق نلاحظ:**

- التضليل الإعلامي هو التعمد والقصد في إخفاء المعلومات والحقائق والتلاعب بها.
- الهدف من عملية التضليل هو التلاعب بالرأي العام وتضليله.
- أساليب التضليل الإعلامي ملتوية وتخرج عن الأطر الأخلاقية للعمل الإعلامي.
- يجب التفريق بين التضليل وما يمكن أن يقع من تغيير - غير مقصود أو متعمد - على الحقائق، بسبب الطبيعة البشرية الناقصة أو الفهم الخاطيء للأحداث الدائرة.

وما يهمنا هنا هو التضليل الإعلامي الذي يتم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أصبحت هذه المواقع تغذي أنواعا كثيرة من المحتوى المضلل في تناول العديد من القضايا الاجتماعية والسياسية المصرية التي تنتجها جهات متعددة ربما ( دوائر سياسية - مسؤولي حكومة - جماعات معارضة - اعلاميين - هويات مزيفة - ناشطين - جمهور عام.....)، وذلك باستخدام استراتيجيات تضليلية وبمعلومات معالجة بوسائل ملتوية للتلاعب بالرأي العام.

## ثانياً - ركائز التضليل الإعلامي:

أ- **الدعاية السوداء:** تعرف الدعاية بأنها " استخدام أي وسيلة من وسائل الإعلام العامة أو الشعبية بقصد التأثير على العقول وأفراد جماعة معينة أو عواطفهم من أجل تحقيق غرض عام معين، سواء كان هذا الغرض عسكرياً أم اقتصادياً أم سياسياً وذلك في إطار خطة منظمة "والدعاية في عرف الإعلاميين مليئة بالأكاذيب وهي عدو الحقيقة، وقد زعم أصحابها أنها تسير وفقاً للنظام الديمقراطي فيظهرون بمظهر حضاري يجذب أصحاب الثقافات المتخبطة فاختلفوا الدعاية حتى يؤثروا على الرأي العام اعتماداً على التزيين والتشويه بحسب الضرورة

ب - **الشائعات المغرضة:** الشائعة هي الأخبار المنتشرة، وقد أورد المعجم الوسيط أن الشائعة هي الخبر ولا تثبت فيه، وقد عرفها مختار التهامي بأنها "الترويج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع أو تعمد المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة، أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع أو الحقيقة، وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي أو القومي تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية.

ج - **الحرب النفسية:** هي استخدام مخطط من جانب دولة أو مجموعة من الدول للدعاية وغيرها من الإجراءات الإعلامية الموجهة إلى جماعات عدائية أو محايدة أو صديقة للتأثير على آرائها وعواطفها وموقفها واتجاهاتها وسلوكها بطريقة تعين على تحقيق سياسة الدولة وأهدافها المستدامة، ومن أهداف الحرب النفسية التركيز على هدف واحد في وقت واحد.

## ثالثاً - أهداف التضليل الإعلامي:

هناك العديد من الأهداف التي يسعى إليها من يقومون بعملية التضليل الإعلامي، منها التعتيم على الأخبار الحقيقية، أو حجب المعلومات عن العدو وتضليله عن طريق مجموعة من الأخبار، كما يمكن أن يستخدم التضليل الإعلامي لإخفاء جرائم الحرب والمهمات غير الأخلاقية التي يتم ارتكابها، أو في تهميش القضايا المهمة وصرف اهتمام الجماهير عنها، أو لإحداث تغييرات في سلوك الأفراد أو الجماعات ويمكن إيجاز الأهداف فيما يلي:

**1- السلبية:** من أهم أهداف التضليل الإعلامي هي السلبية الفردية والتي تتحول بالجمع إلى سلبية جماعية تجعل أمر قيادة العقول أسهل بكثير من قيادة جماعات إيجابية وربما يمكن الاستغناء عن التضليل الإعلامي إذا وصل الرأي العام إلى السلبية التامة لأنه بالطبع يمكن قيادته بسهولة حتى لو إلى حقه.

**2- تفرغ الانفعالات:** السلبية الجماعية أو الفردية: من الممكن أن تحدث، لكن ليس هناك ضمان لاستمرار تلك السلبية وعدم تخليها عن موقفها إذ من الممكن أن تحاول بعض العناصر إيقاظ الإيجابية ودفع القوى الاجتماعية للتحرك نحو التغيير أو محاولة التغيير حيث أن لدى تلك القوى الاجتماعية مخزون من الانفعالات المكبوتة، ومن ثم من البديهي تفرغ تلك الشحنات الانفعالية بطرق محددة ومخططة للوصول إلى مرحلة العقول المخدرة أو شبه المخدرة وبالتالي فإنه يكون من الصعب جداً إفاقتها، وتأتي عملية تفرغ الانفعالات من خلال توجيه العقول إلى أماكن تفرغها.

**3- توجيه الثقافة:** من الممكن فرض نوع معين من الثقافة من خلال المطاردة المستمرة من وسائل الإعلام للمشاهد أو المتابع بل واستدراج العقول نحو

ثقافات معينة واهتمامات محددة مسبقا تخدم بالطبع الهدف النهائي للتضليل الإعلامي.

**4- تغيير الثقافة:** إذا أمكن توجيه الثقافة أمكن تغيير الثقافة بكاملها من خلال تغيير الاهتمامات ومن خلال مطاردة الجماهير بثقافات محددة لا يجدون مفرًا من معرفتها، وتغيير الثقافة لا يعني بالطبع التغيير بأي نوع من الثقافة لكن يعني استبدال الثقافة بثقافة أخرى تخدم أهداف التضليل، وتغيير الثقافة قد يصل إلى أبعد مما نظن فربما يصل إلى تغيير بعض المفاهيم الدينية واستبدالها بمفاهيم خاطئة تتعارض مع الأحكام الدينية.

**5- إرساء القيم الاستهلاكية:** إن الإعلام لا يخدم فقط أهداف النظام بل لابد للنظام والإعلام أن يخدموا معا مراكز القوى الاقتصادية والاستثمارية، بمعنى أوضح فإنه لابد للقرار السياسي ألا يتعارض مع مصالح القوى الاستثمارية بل ومن الأفضل أن يكون القرار السياسي في خدمة رأس المال وحيث أن قطاع الإعلام غالبا ما يكون تحت سيطرة النظام فلا بد أن يوجه النظام ووسائل الإعلام لتلبية احتياجات رؤوس الأموال حتى وإن تعارضت مع المصلحة العامة.

**6- تعميم الحقائق:** يتخير التضليل الإعلامي ما يناسبه من الحقائق وما يدعم وجوده ويتوافق مع تحقيق أهدافه ومن ثم يقوم بعرضها وليس فقط بل ويقوم بتلميغها لزيادة بريقها، ويمكن للإعلام أن يتخير من حقيقة واحدة علمية قاعدة عريضة يتم تشييد هيكل كامل من التضليل فوقها.

**7- تقرير وتبرير وتعزيز الوضع الراهن:** والمعنى ببساطة الإثبات الدائم بأنه ليس في الإمكان أبدع مما كان وذلك مما يضمن إظهار الأنظمة بأنها تبذل قصارى جهدها ولا يوجد من يدنو من الجهد المبذول.

رابعاً- أنواع التضليل الإعلامي المستخدم على مواقع التواصل الاجتماعي:

1. التضليل بالانتقائية المتحيزة، التي تنتقي بعض الكلمات والحقائق والاقتباسات والمصادر وتتجاهل الأخرى، وتقوم بالتركز على حقيقة وإغفال الحقيقة الأخرى المرتبطة بها.
2. التضليل بالتلاعب والمعلومات وترتيب الحقائق، بحيث تعطي معاني وانطباعات معينة، ويتم تفسيرها بشكل معين، يخالف الواقع.
3. التضليل بإهمال خلفية الأحداث، مما يجعلها ناقصة ومشوهة، ولا يستطيع المتلقي فهمها وتفسيرها.
4. التضليل بالمزج والخلط، وعدم التمييز بين الأخبار من ناحية، والرأي، والتحليل، والتعليق من ناحية أخرى، فلا يعرف المتلقي هل هذا جزء من الخبر، أو هو رأي الصحفي ووجهة نظره.
5. التضليل بالمعلومات التي ليس لها علاقة بالحدث، على حساب الحقائق المهمة.
6. التضليل بالعناوين ومقدمات الأخبار المعتمدة على المبالغة والتهويل والغموض والمعلومات الناقصة، مما لا يتفق أحيانا مع مضمون الخبر، أو المادة الصحفية.
7. التضليل باستخدام مفردات معينة تؤدي إلى إصدار أحكام بالإدانة على المواقف والأشخاص والجماعات والدول، أو تحمل وجهة نظر بالتأييد، أو الرفض.
8. التضليل بالإيهام والتدليس في المصادر والمعلومات، وعرض المعلومات مضللة بكلمات غير واضحة المصادر، وهي المعلومات وأخبار غير صحيحة.
9. التضليل بادعاء التوازن الشكلي بين رأيين فقط، واختيارين لا غير، مع تمعد إهمال وجهات النظر الأخرى، وتغيب الكثير من الاحتمالات، والآراء والحلول.

10. التضييل بالتعظيم والتغيب والحذف والتجاهل: سواء كان ذلك لقضية، أو حدث، أو مشكلة، مما يجعلها خارج وعي الجمهور.
11. التضييل بالتضخيم والتهويل، لقضية، أو حدث، أو مشكلة، ليترك ذلك انطبعا زائفا لدي الجمهور.
12. التضييل باختيار أضعف، وأسوأ شخصية ممكنة لتمثل قضية ما في حوار، أو حديث إعلامي، لكي يتم إسقاط القضية وتشويهها عبر هذه الشخصية المهزوزة السيئة، أو الضعيفة.
13. التضييل بالحوار المشوه الذي يتم فيه التغيب الكلي المتعمد للقضية الجوهرية المحورية، والإغراق بالتفاصيل الهامشية، والثانويات الصغيرة، ذات الأثر المحدود على القضية المحورية التي تم تغييبها قسرا.
14. التضييل بلفت الأنظار عن قضية معينة بتسليط الأضواء على قضية أخرى، حصر التفكير فيها، وتشتيت الانتباه عن القضية الأصلية.
15. التضييل بالصورة: أما في طريقة التقاطها، أو تغير مضمونها والتحكم في الألوان، أو إضافة صور أشخاص، أو أشياء أو حذفها، أو يتم الادعاء بأن هذه الصورة تمثل الواقع بينما هي مصنعة لتعطي انطبعا معينا.
16. التضييل بالكاريكاتير السياسي والاجتماعي: الذي يتعامل معه الناس على أنه طرفة، وتسلية بينما هو رأي، وموقف، ورسالة مؤثرة تجمع بين خصائص الكلمة، وخصائص الصورة
17. التضييل بالإحصائيات واستطلاعات الرأي غير الحقيقية، إما لأنها لم تحدث أصلا أو لأنها كانت حافلة بالأخطاء الإجرائية التي تؤدي إلى خطأ النتائج.
19. التضييل بتكرار الفكرة الخاطئة وترسيخها مهما تكن خاطئة، وتعزيز السلوك المنحرف وترسيخه مهما يكن منحرفا، وذلك بالتكرار المستمر المتواصل حتى تستقر في وعي الجمهور.

ومن هذه الأنواع والأشكال نركز على الصورة والتلاعب بها وكذلك الفيديوهات

كما يلي:

#### أ- التضليل في الأخبار والتلاعب في الصور على مواقع التواصل الاجتماعي:

أصبحت سرعة تداول المعلومات، وسهولة انتقال الأخبار على الإنترنت سيفا ذا حدين، مع انتشار الشائعات الأخبار الملققة، على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كشفت دراسة أمريكية أن عدد كبير من وسائل الإعلام الإلكترونية تفتقد إلى الدقة وتساهم في نشر الشائعات، مؤكدة أنه ليس كل ما ينشر على الشبكة يتمتع بالمصداقية.

لطالما كان رواد مواقع التواصل الاجتماعي يلهثون وراء الأخبار المتداولة، إلا أن الأخبار المفبركة كانت ولا تزال الأكثر انتشارا عبر موقع الفيس بوك، إذ تحوي ساحته علي عدد لا بأس به من الأخبار المفبركة، وفقا لتقرير "سكاي نيوز" فإن بعض التقارير الإخبارية خلال حملة الانتخابات الرئاسية الأمريكية الأخيرة كانت غير صحيحة، وأضاف التقرير إن الحسابات الجديدة المزيفة التي تروج للأخبار المفبركة تستخدم نماذج إخبارية متشابهة لما تقوم به "نيويورك تايمز" "سكاي نيوز"، فالأخبار المفبركة يتم نشرها عبر حسابات لأشخاص، ويقوم فيسبوك بالترويج لها من خلال تقنيات الموقع، حيث تكتب الأخبار المزيفة وتنتشر عادة بهدف التضليل من أجل إلحاق ضرر بوكالة أو كيان أو شخص أو تحقيق مكاسب مالية أو سياسية، وغالبا ما تستخدم عناوين مثيرة أو غير أمنية أو ملفقة لزيادة القراء، وبالمثل تكتسب روابط القصص والعناوين الجاذبة للانتباه إيرادات الإعلانات من هذا النشاط أما الهدف الأساسي منها فهو تحقيق مآرب سياسية ومصالح اقتصادية وتضليل الرأي العام وخداعة.

ومع دخول عصر التكنولوجيا الرقمية وتطور تكنولوجيا وسائط الإعلام الجديدة من الكاميرات الرقمية والهواتف الخلوية عبر الأقمار الصناعية وأجهزة الكمبيوتر، ومن

خلال تقنيات الحواس الإلكترونية والبرامج الرقمية الخاصة بمعالجة الصور سهلت للمستخدمين ليس فقط التقاط الصور، ولكن التعامل مع الصور هذه الصور لخلق التأثير المطلوب، مما جعل الصورة أداة قوية للدعاية وتزييف الحقائق، فبعدما كانت كما يقول المثل الصيني " الصورة بألف كلمة "، " أصبحت الصورة بألف كذبة "

ب . التضليل بالفيديو على مواقع التواصل الاجتماعي تجاه معالجة القضايا الاجتماعية والسياسية: الفبركة عبر الفيديو تعني تزوير الحقيقة وذلك يتم من خلال واحدة أو أكثر من التقنيات التالية

- التلاعب في "توليف" الشريط، أي في مونتاج المشاهد واللقطات المصورة التي يعرضها الشريط، عبر التدخل في ترتيب اللقطات أو إدخال المؤثرات البصرية بمختلف أنواعها.

- التلاعب في تكوين المشاهد واللقطات داخل الشريط عبر الإضافة أو الإنقاص أو التعديل.

- التلاعب في الرسالة الصوتية للشريط، عبر "أسلوب التلقين المخفي" علي المشاهد العادي غير المحيط بتقنيات التزوير الصوتي الممكنة.

- الوقوع في الأخطاء الفنية، عبر السهو أو عدم التركيز، فيما يفترض أن تكون عليه مواصفات المشهد أو اللقطة المنقولة عبر الشريط المسروق.

#### خامساً- معوقات تطبيق التربية الإعلامية في المجتمعات العربية:

بالرغم من أهمية التربية الإعلامية للجمهور بشكل عام، والنشء والشباب بوجه خاص، إلا أنه توجد العديد من المعوقات التي تحول دون تطبيقها بنجاح وفاعلية، ويمكن إيجازها فيما يلي:

1. عدم الإيمان الحقيقي بقيمة التربية الإعلامية سواء داخل المدرسة أو الأسرة، وعدم قدرة المعلمين على تنظيمها وتنظيمها منهجياً يؤدي إلى تحقيق أهدافها، والتباين الشديد بين الثقافة المدرسية والثقافة التي تروجها وسائل الإعلام.

2. رفض معظم القائمين على أمور التعليم استخدام وسائل الإعلام داخل المدرسة، وعدم تشجيع المعلمين للطلبة على التفكير الناقد فيما تقدمه وسائل الإعلام، وعدم إعطائهم الفرصة للتعبير عن وجهات نظرهم لما يشاهدوه ويسمعوه، فما زال المعلمون ينظرون لوسائل الإعلام على أنها قوة مفسدة للشباب والأطفال، في حين أن وسائل الإعلام بإمكانها أن تكمل الدور التربوي للمؤسسات التعليمية، فمازالت العلاقة بين الطرفين - التربويين والإعلاميين - غير تكاملية، مما أثر بالسلب على الطلبة الذين سريعا ما تتلقاهم وسائل الإعلام خاصة مواقع الشبكات الاجتماعية بعد انتهاء اليوم الدراسي، مما جعل الطلبة يعيشون حالة من الانفصام، مما يؤثر سلبا في علاقتهم بكل من المؤسسة التربوية والإعلامية.
3. عدم اقتناع المعلمين بإدخال التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية، واعتقادهم بأن التربية الإعلامية تمثل رفاهية وليست لها أهمية، فما زال عدد كبير من المعلمين لا يعرفون ماذا تعني التربية الإعلامية؟ وما هي أسسها؟ بالإضافة إلى عدم تحمسهم لإضافة مواد أخرى على الجدول الدراسي المتكدر.
4. وجود معوقات بشأن تضمين التربية الإعلامية في المناهج الدراسية، حيث تثار العديد من الإشكاليات والأسئلة في هذا الصدد، فهل تخصص مادة مستقلة بمسمى منهج التربية الإعلامية؟ أم يتم تضمين التربية الإعلامية بشكل تكاملي مع المناهج القائمة؟ أم تخصص وحدات ضمن المناهج يتم فيها تناول مبادئ التربية الإعلامية؟ فالأمر بحاجة إلى المزيد من إجراء الأبحاث والدراسات العلمية لتحديد المدخل المناسب، بالإضافة إلى أن الأمر يحتاج إلى إعادة النظر في برامج إعداد المعلمين قبل العمل، وكذلك البرامج التدريبية لهم أثناء الخدمة.
5. عدم تفهم الطلبة للتربية الإعلامية من حيث جوهرها وأسسها، وشعورهم بأنها مادة غير أساسية وغير هامة، لذا يجب على كل من المعلمين والوالدين تنمية

وعي النشء والشباب بأهمية التربية الإعلامية، ودفعهم إلى ممارسة التفكير الناقد في تعاملهم مع المضامين الإعلامية.

6. عدم إيمان الوالدين بجدوى التربية الإعلامية لأبنائهم، في حين يفترض منهم أن يمارسوا دورا أكثر فعالية خاصة في هذا العصر الذي يتسم بثورة هائلة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث الفضائيات التي ليس لها حصر، والإنترنت الذي صاحبه ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية، وتزداد خطورة هذه الثورة في ظل غياب القواعد والضوابط التي يجب على الوالدين وضعها لأبنائهم عند تعرضهم لوسائل الإعلام.

## الفصل الخامس

### التربية الإعلامية والاستخدام الآمن للإنترنت

تمهيد.

أولاً- التربية الإعلامية وآلية التحقق من صحة محتوى وسائل التواصل الاجتماعي.

ثانياً- معايير الاتصال الرقمي الآمن بمواقع التواصل الاجتماعي.

ثالثاً- دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية في التربية على الاستخدام الآمن للإنترنت.

رابعاً- التربية الإعلامية مدخل أساس لمواجهة غزو العقول في العصر الرقمي.

خامساً- دور الوالدين في التربية الإعلامية.

سادساً- نموذج للتربية الإعلامية الرقمية على الاستخدام الآمن للإنترنت.

سابعاً- مقترحات عملية لضمان الاستخدام الآمن للإنترنت.



## الفصل الخامس

### التربية الإعلامية والاستخدام الآمن للإنترنت

تمهيد:

يعد موضوع حماية الأفراد من مخاطر الإنترنت وتوفير الأدوات التي تساهم في ذلك من المواضيع الشائعة التي كثر الحديث حولها والاهتمام بها في الآونة الأخيرة، خاصة لدى القائمين على مؤسسات الاتصالات المعلوماتية في العالم بالإضافة إلى اهتمام عدد من المنظمات الدولية كالاتحاد الدولي للاتصالات والمنظمات غير الحكومية بهذا الموضوع، كل هذا في ظل الازدياد الكبير للمحتوى الضار على الإنترنت.

أولاً- التربية الإعلامية وآلية التحقق من صحة محتوى وسائل التواصل الاجتماعي: رغم أنه قد لا تكون من الممكن التأكد بيقين تام من مصدر المحتوى المرئي، إلا أن هناك عدداً من "الأعلام الحمراء" التي يمكن اكتشافها عبر عملية تحقق بسيطة من خلال طرح عدد من الأسئلة التالية:-

- هل المحتوى أصلي، أم أنه " مسروق " من تقارير سابقة وأعيد نشره بطريقة مضللة؟

- هل تم التلاعب بالمحتوى رقمياً بطريقة ما؟.

- هل يمكننا تأكيد وقت ومكان التقاط الصور/ الفيديو، باستخدام البيانات الوصفية المتاحة؟.

- هل يمكننا تأكيد وقت ومكان التقاط الصور/ الفيديو، باستخدام القرائن المرئية في المحتوى؟.

وللعثور علي الأعلام الحمراء بكفاءة، نحتاج أيضا إلي فهم الأنواع المختلفة للمحتوي المرئي الخاطئ أو المضلل:-

- **الزمن الخطأ/ المكان الخطأ:** أكثر أنواع الصور المضللة شيوعا هي الصور القديمة التي يتم إعادة مشاركتها مع مزاعم جديدة حول ما يظهر فيها، وغالبا ما يحدث الانتشار الفيروسي في مثل هذه الحالات بسبب المشاركة المقصودة أو غير المقصودة للمحتوي الذي يمكن كشفه بسهولة، ولكن ليس من السهل التراجع عنه.

- **المحتوي الخاضع للتلاعب:** وهو المحتوى الذي تمت معالجته رقميا باستخدام برمجيات تحرير الصور أو الفيديو.

- **المحتوي المرتب مسبقا:** أي المحتوى الأصلي الذي تم إنشاؤه أو مشاركته بقصد التضليل.

بالإضافة إلى مجموعة تقنيات أكثر تقدما حول كشف التضليل (وتشمل هذه

التقنيات)

- **تحديد الموقع الجغرافي:** وهو عملية تحديد مكان التقاط الفيديو أو الصورة، وهي عملية سهلة إذا توفرت بيانات وصفية كافية، إذ غالبا ما تكشف بيانات EXIF من الهواتف المحمولة الحديثة، ويتم أحيانا تصنيف المحتوى الاجتماعي (علي انستغرام وفيسبوك وتويتر ويوتيوب أنه من المهم ملاحظة أن هذه البيانات الوصفية قابلة للتحرير ويمكنها أن تكون مضللة)، وغالبا يتطلب تحديد الموقع الجغرافي خصائص بصرية وعلامات مرجعية تتطابق مع صور الأقمار الصناعية وصور الشوارع والمحتوي المرئي المتاح من مصادر أخرى.

- **تأكيد الطقس:** يمكن لمصادر مثل wolfram Alpha أن تكشف عن بيانات سجل الطقس، مما يسمح لنا بالتحقق إذا كان هذا السجل التاريخي يتطابق مع

الطقس الذي يمكن ملاحظته (على سبيل المثال: هل يظهر مقطع الفيديو أمطاراً في ذلك اليوم بينما لم يتم رصد أي أمطار من قبل الأرصاد الجوية).

- تحليل الظل " يتمثل أحد أوجه التحقيق في صورة مقطع أو مقطع فيديو في فحص الاتساق الداخلي لأي ظلال مرئية (أي هل هناك ظلال يمكن أن نتوقعها في موضع ما في الصورة، وهل الظلال الظاهرة متسقة مع مصادر الضوء ذات الصلة)

- تحليل الصور: بعض الأدوات قادرة علي اكتشاف التناقضات في البيانات الوصفية للصور التي تشير إلي خضوعها للتلاعب، وتخضع صلاحية هذه التقنيات إلي حد كبير للسياق وإمكانية التطبيق ولكن يمكن لأدوات مثل Forensically كشف الاستتساخ وإجراء تحليل للأخطاء ومستويات الخطأ التي يمكن أن توفر فهما مفيداً لما بين أيدينا.

### ثانياً- معايير الاتصال الرقمي الآمن بمواقع التواصل الاجتماعي:

وتستند برامج التربية الإعلامية التي تقوم بإرشاد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي إلى كيفية التعامل معها على بعدين أساسيين:

- الأول معرفي: يرتبط بإكساب الفرد خلفية معرفية حول هذه الشبكات
- أما الثاني فهو بعد تطبيقي: يتحقق من خلال قيام المختصين في إعداد برامج التربية الإعلامية بتدريب الأفراد على كيفية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتعامل مع محتوياتها من خلال المستخدم من التمييز بين الإيجابي او السلبي هذا من جهة ومن جهة أخرى نقد ما يتعرض له من موضوعات في شتى المجالات.

وقد أعد ريبيل (Ribble) عدة محاور لعملية الاتصال تتناول الحقوق والواجبات عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي من خلالها يتعلم الفرد أساسيات لتنمية مهارات التواصل لديهم وتتمثل هذه المعايير في (معايير الاحترام- الاتصال الرقمي - الحماية):

## المحور الأول (الاحترام):

ويحتوى على ثلاثة معايير (الوصول الرقمي - السلوك الرقمي، القانون الرقمي)

### 1- الوصول الرقمي:

يعبر الوصول الرقمي عن المشاركة الإلكترونية الكاملة في المجتمع وعدم وجود فجوة رقمية بين المستخدمين وتعتمد على قدرة كل شخص للوصول إلى جميع الأدوات في المجتمع الرقمي، وكيف يمكنه استخدامها على مستوى مقبول تساعده في التعليم والبحث عما يريد واستخدامها متى يشاء، ولتحقيق ذلك، يفضل توفير الأماكن وإتاحة الفرص وتهيئة المرافق من قبل المسؤولين في تطبيق برامج التقنية على المجتمع ومساعدة أصحاب الظروف الخاصة كذوي الاحتياجات الخاصة على استخدام التقنية كفرد من أفراد المجتمع لحصولهم على تعليم مناسب، مع الباقيين.

### 2- السلوك الرقمي:

هي معايير للسلوك والإجراءات من خلال استخدام التقنية، وإتباع المواطن الرقمي للسلوك الصحيح، يجعل منه مثالا يحتذى به من قبل المجتمع فتعليم الأطفال في المنزل ذو أهمية بالغة ولكن أولياء الأمور قد لا يكون لديهم - في الغالب - معرفة بالتقنية ولا يعرفون ما هو ملائم وغير ملائم وبالتالي فتعليم الأطفال في المدارس على أيدي معلمين يطبقون قواعد السلوك والاستخدام الصحيح للأجهزة المباشرة يؤدي إلى نقل المهارة للطلاب.

### 3- القانون الرقمي:

هي المسؤولية الإلكترونية عن الأفعال والأعمال ويتضمن هذا المعيار معرفة الحدود والحقوق للشخص عند التعامل مع التقنية فمشاركة المعلومات بين المواطنين الرقميين، يجعل التأكد من المعلومات المرسلة يؤخذ بعين الاعتبار فالمواطن الرقمي يجب أن يعرف ما هو ملائم وغير ملائم أو غير قانوني عند التعامل مع المعلومات على الشبكة وما هي المسؤوليات على الأشخاص وهل كل شخص يعرف نظام

مكافحة الجرائم المعلوماتية في دولته؟ وكذلك عدم الإغفال عن قضايا حقوق الملكية وحماية حقوق التأليف والنشر.

## المحور الثاني:

يحتوي على ثلاثة معايير (الاتصال الرقمي - محو الأمية الرقمية - التجارة الرقمية)

### 1- الاتصال الرقمي:

هو تبادل المعلومات الإلكترونية عن طريق التواصل والمشاركة باستخدام الأجهزة الرقمية التي تساعد على التواصل مع الأشخاص والمنظمات والتعارف عن بعد، وممارسة الخدمات الشبكية بكل يسر وسهولة، وهي كثيرة كالبريد الإلكتروني وبرامج التواصل الاجتماعي ومحركات البحث، والتواصل الرقمي في العصر الحالي يتم بواسطة الأجهزة الرقمية الجديدة خفيفة الوزن، وذات الخدمات المتعددة كشبكات التواصل الاجتماعي ويكون الاتصال بشكليه المتزامن وغير المتزامن ومن المهم أن يحرص المعلمون وأولياء الأمور أن يعلموا أولادهم كيف يحسنوا استخدام هذه الأجهزة وأن يستغلوها فيما يفيدهم في المجال التعليمي والاجتماعي وألا يستخدموها بطريقة غير صحيحة، تعرضهم إلى مشاكل قانونية أو اجتماعية.

### 2- محو الأمية الرقمية:

هي عملية تعلم وتعليم ما يتعلق بالتقنية واستخدامها، وهذا المعيار يؤثر في باقي المعايير حيث إنه يعد الأساس الذي يؤدي لمعرفة الاستخدامات الصحيح لباقي المعايير فهو يساعد في تعلم استخدام الأجهزة الرقمية والتعرف على خدماتها وعلى تعم إنجاز المعاملات الحكومية الإلكترونية والتسوق الإلكتروني، وكيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، لتحقيق ما يتم البحث عنه وكيف يصل للمصادر الرقمية التي توفر له المعلومات التي يحتاجها في هذا الزمن المتسارع للمعلومات، والتطورات التقنية.

### 3- التجارة الرقمية:

هي معرفة كيفية البيع والشراء إلكترونياً والتعاملات المالية عن طريق شبكة الإنترنت، ومعرفة سلوك التسوق الإلكتروني فأصبحت عملية الشراء على الشبكة الرقمية عاملاً مهماً في حياة المواطن الرقمي فتعلم المستخدم كيف يكون مستهلكاً ذكياً من الجوانب المهمة والصعبة في المواطنة الرقمية فالمواطن الرقمي بحاجة لمعرفة جميع نواحي المعاملات التجارية الإلكترونية وكيف يحمي نفسه من أي عمليات وطرق نصب واحتيال فالتجارة الرقمية مهمة لمستخدمي التقنية.

#### المحور الثالث: الحماية

#### الحقوق والمسئوليات:

يقصد بها ما يتوفر من قواعد وقوانين في استخدام التقنية بحيث تحفظ حق المواطن الرقمي، والجهة المنظمة في مكان ما، بحيث يعرف كيف يتعامل مع المحتويات والخدمات على الشبكة بالطريقة النظامية التي تحفظ شخصيته وهويته.

كما أن هناك بعض القواعد للتواصل تفيد المراهقين في مواقع التواصل

#### الاجتماعي كالتالي:

- تدعيم المادة بالروابط إذا كانت موجودة بالفعل على شبكة الإنترنت، حتى تكون مرجعاً للقارئ، ويتأكد من دقة معلوماتك ومدى صحتها، وتمكين القراء الوصول للحقائق بحيث يصبحوا جمهور نشط غير سلبي.

- التصحيح العلني لأي معلومات غير صحيحه أو مضللة، وذلك بتصحيح الروابط لتقديم معلومات أكثر دقة علي أن تترك المدونة الاصلية التي تحتوي على الخطأ، وسوف يظهر ذلك التصحيح في آخر مدونة حديثة تم إضافتها.

- فعملية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية من خلال عملية الاتصال بمواقع التواصل الاجتماعي لدى المراهقين تتمحور في النقاط الآتية:
- تأكيد التربية الإعلامية على أهمية معرفة المراهقين للمحتوى الإعلامي والرسائل الإعلامية وتقييمها بأساليب علمية.
  - تعتمد عملية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية لدى المراهقين على التفكير الناقد والتأمل فيما يبث من مواد إعلامية إيجابية وسلبية لفهمها.
  - تتركز أهمية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في تعزيز لغة الحوار والمشاركة الفعالة بينهم وبين وسائل الإعلام من أجل إكسابهم الحلول والمقترحات لدعم وجهات النظر المختلفة.

**ثالثاً- دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية في التربية على الاستخدام الآمن للإنترنت:**

- أ- دور الأسرة: تمثل الأسرة أولى خطوط الدفاع في المحافظة على سلامة الأطفال من التأثيرات السلبية للإنترنت، ولكن قبل ذلك لابد من أن يدرك الأولياء جيداً مختلف المخاطر وسلبيات الإنترنت لتسهيل بذلك عملية الانتقاء والتحكم فيما يتعرض له الأبناء، هذا مع ضرورة قيامهم بزرع القيم والمبادئ في نفوس وعقول أبنائهم من خلال التربية الواعية والمراقبة المستمرة والقُدوة الإيجابية. ينبغي على الأولياء أيضاً أن يعلموا الأبناء الموازنة بين أوقات الجد والدراسة وأوقات اللعب والترفيه، فالتعود على الاستخدام المعتدل للإنترنت من شأنه التقليل بشكل كبير من مخاطرها.
- وفي نقطة ذات صلة تشير عدة دراسات نفسية وسلوكية أن مشاركة الآباء للأبناء في الألعاب من شأنه تخفيف أثر المحتوى العنيف الذي يتعرض له الأبناء على الإنترنت.

وبمعنى آخر وجب على الأسرة أن تكون بيئة جيدة يتم فيها تطبيق استراتيجيات ومهارات التربية الإعلامية، بحيث يكون الأولياء قدوة في التعامل مع الإنترنت كما يجب عليهم أن يدركوا مسؤوليتهم تجاه ما يتعرض له أبنائهم عليها، لأنه يؤثر على شخصيتهم وسلوكياتهم ونظرتهم للحياة والمجتمع، يجب على الأولياء أيضا توفير جو يسوده النقاش في القرارات الخاصة بالتعرض للإنترنت حيث أن ذلك يساعد في بناء نظرة نقدية تجاه ما يتم التعرض له، وبهذا يكون تأثير الرسائل السلبية أخف وطأة على الطفل.

**ب- دور المدرسة:** للمدرسة بشكل عام والمعلم بصفة خاصة دور كبير وجوهري في تعريف الأطفال بمخاطر الإنترنت وتوجيههم إلى ما يناسبهم من محتويات عليها، ولا يتوقف دوره عند هذا الحد بل يتعداه إلى تنمية القدرة على التفكير الناقد إذ إن هذه القدرة من شأنها تمكين الاطفال من تحليل المعلومات وترشيحها لاكتساب المعارف وهو أمر ضروري عند التعامل مع شبكة الإنترنت كمصدر لهذه المعلومات.

إن الاستخدام المناسب للإنترنت له تأثيرات إيجابية كثيرة بالنسبة للأطفال، ويتحقق ذلك بالتدريب المستمر للمعلمين والمربين على حد سواء كي يكونوا مستعدين دائما في حال استخدام الإنترنت في المواقف والبيئة التعليمية والتربوية للأطفال.

إن مواجهة هذا السيل العارم من الاعلام يتطلب من الاسرة اتخاذ مجموعة من الآليات التي يمكن أن تساهم في التقليل من الآثار الوخيمة لهذه المضامين من بينها

نذكر:-

- ضبط أساليب الاستخدام لمثل هذه الأجهزة من خلال تطبيقات تساعد على رقابة الابناء.
- التوعية الاسرية باستخدام مختلف الوسائل والهيئات المتوفرة من جمعيات ومساجد ومدرسة.

- إنتاج مضامين اعلامية محلية تساهم في التنشئة الاسرية.
- الاعتماد على التربية باعتبارها الاداة الاساسية التي يمكن أن تساهم في الصمود لأثار هذه المضامين.
- تظافر الجهود بين المؤسسات المختلفة التعليمية والاجتماعية في عملية التنشئة الاسرية.
- التأكيد على دور الأسرة في هذا المجال في العناية بالعلاقات الأسرية.
- الاهتمام بتربية وتنقيف الشباب من خلال تنظيم محاضرات ومهرجانات وعروض سياحية تؤكد على اهمية الأخلاق والقيم، وعدم الانسياق وراء هذه المضامين المغرضة التي تسعى لطمس الخصوصية الثقافية في ظل ثقافة نمطية تفرضها على الأسرة من خلال السعي المستمر للتأثير في مختلف افراد الأسرة.
- تنمية لدى الأطفال معايير التعرض الانتقائي للمضامين وتنمية القدرة على التفكير النقدي من خلال التعامل بالفضيلة والذكاء مع هذه المضامين التي اصبحت تحيط بالأفراد في جميع الاماكن والمواقع.

#### رابعاً- التربية الإعلامية مدخل أساس لمواجهة غزو العقول في العصر الرقمي:

تتنوع آراء المفكرين والمختصين حول أسلوب ونوعية المواجهة التي ينبغي للمجتمع اعتمادها للتصدي لظاهرة التضليل الإعلامي، وتعبئة الأفراد لمواجهة أخطار الأيديولوجية الإعلامية، والظاهر أن هذه المواجهة لا بد أن تتم علي أكثر من مستوى، كما لا بد أن تتضافر فيها جهود كل مكونات المجتمع، لأن تحصين الأمن الفكري للأفراد مسؤولية مشتركة يتقاسمها الجميع، حكومات وشعوباً، مؤسسات وأفراداً، فالدولة والأسرة والمدرسة والمسجد ووسائل الإعلام بكل أنواعها تضطلع بدور أساسي في تبصير الجميع بأخطار الإعلام الجديد، وبالنتائج الوخيمة للانحراف الفكري وخطره

علي المجتمع، إذ إن كل هذه المؤسسات تتكامل أدوارها لتسير في خط متواز لدفع الأفراد إلى اتجاهات فكرية سليمة، تشكل درعهم الواقى لمواجهة الأفكار الهدامة. والتربية الإعلامية في دلالتها العامة تقيد "فهم الجمهور لآلية عمل الإعلام، والكيفية التي يؤثر بها على حياتنا، وطريقة استخدام الإعلام بصورة حكيمة وإيجابية"، وهي من هذا المنظور تسعى إلى إكساب الجمهور المتلقي الفهم الناقد، من خلال تحليل المحتوى الإعلامي، وكشف أهدافه السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية، لا اختيار ما يتفق منها مع مبادئه وقيمه، واستبعاد كل ما يخالف ذلك، سواء علي المستوي المسموع، أو المقروء، أو المكتوب، أو المرئي.

### أهم أهداف التربية الإعلامية في علاقتها بتحقيق الأمن الفكري:

- حماية أفراد المجتمع من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ومضامينها المختلفة، خاصة في ظل التراكم القوي والمؤثر للمضامين الإعلامية في زمن العولمة وعصر السماوات المفتوحة، حيث يتم إغراق السوق الثقافية المحلية بالقيم والمفاهيم المستوردة.
- تحويل استهلاك الرسائل الإعلامية إلى عملية نقدية نشطة، لمساعدة الأفراد على تكوين الوعي حول طبيعة تلك الرسائل، وفهم دورها في بناء وجهات النظر حول الواقع الذي يعيشون فيه.
- خلق متلق واع بكيفية استخدام وسائل الإعلام الجديدة والتفاعل معها، بإكسابه المبادئ الأساسية لتحليل وتفسير ونقد كل ما يقدم له من مضامين إعلامية، ورصد ما فيها من سموم وأفكار مغرضة، تشوه تصوراته عن واقعه ومحيطه.
- تنمية مهارات التفكير الناقد والمشاركة الواعية للمتلقي، وليصبح مستهلكا حكيما، قادرا علي نقد المضامين السيئة وتقدير المفيد منها.

- تعزيز الوعي بالقيم والمبادئ الحضارية عند المتلقي، وتعميق الفهم بها، حتى تتأسس الشروط اللازمة لانعناقه وتحرره من قيود التقليد، وأغلال التبعية المذلة التي تفرضها عليه العولمة الإعلامية.

ولا بد من التأكيد على أن التربية الإعلامية، كمشروع دفاع يحمي الأفراد من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام الجديد، لا يمكن لها أن تبلغ مقاصدها، وتحقق أهدافها، ما لم تتضافر جهود خمسة ركائز أساسية:

**الأسرة:** إن الحل الأنجح لمواجهة الأيدلوجية الإعلامية، ودفع ضرر تدمير العقول يكمن في التحصين المسبق للمتلقي، والاهتمام ببناء شخصيته منذ الطفولة داخل الأسرة، باعتبارها المؤسسة الأولى المسؤولة عن التنشئة والضبط الاجتماعي، من خلال وضع القواعد الأساسية للتعامل مع مختلف الوسائل الإعلامية، وممارسة الرقابة الدائمة عليها، وتقويم أداء الطفل وسلوكياته وأفعاله إزاء ما يتلقاه من رسائل ومضامين إعلامية، رغبة في حمايته من مؤثرات الانحراف، وتأمين متطلبات نموه السليم من الجوانب الانفعالية والأخلاقية والاجتماعية.

- **المدارس والجامعات:** تدعيم ثقافة الاستخدام الرشيد والمفيد لوسائل الإعلام الجديد يستلزم استحضار دور المؤسسات التربوية من مدارس وجامعات في بناء وتكوين جيل قادر ومؤهل على التعامل مع المؤثرات الخارجية بأسلوب يحفظه من الوقوع في الانحراف الفكري والسلوكي، من خلال تزويد الأفراد برصيد معرفي ومهاراتي يمكنهم من الانخراط الإيجابي في البيئة الإعلامية الجديدة، والتعامل الواعي مع مضامينها المحلية الوافدة.

- **دور العبادة:** للمؤسسات الدينية نصيب في محو الأمية الرقمية، وتزويد الأفراد بالثقافة الاتصالية اللازمة التي تسمح لهم بتمحيص مصداقية وأصالة المعلومات التي تنقلها لهم مختلف وسائل الإعلام، وتحسين فهمهم للقضايا التي

تروج لها، انطلاقاً من رؤية نقدية فاحصة تقيهم من الانعكاسات الخطيرة للإعلام ومحتوياته.

— وسائل الإعلام: لا يمكن التأسيس لتربية إعلامية واعية هادفة دون المراهنة على دور وسائل الإعلام في بناء متلقي واع، والنهوض بمستواه الفكري والوجداني، من خلال توظيف هذه الوسائل لخدمة التنمية الفكرية، والبناء الحضاري، والتحذير من المخاطر والتصدي لها، وبيان زيفها وانحرافها، وما تهدف إليه من زعزعة الثوابت ومسح الشخصية.

#### خامساً- دور الوالدين في التربية الإعلامية:

على مستوى التربية الإعلامية، يحتاج الوالدان إلى وضع قيود والتدخل فيما يشاهده الأطفال من برامج في التلفزيون والانترنت وألعاب الكمبيوتر والمجلات وغيرها من وسائل الإعلام التي يستخدمونها. ولكن هذا لا يمثل سوى خطوة واحدة في مساعدة وسائل الإعلام على القيام بدور إيجابي في حياة الأطفال لأن وسائل الإعلام تحيط بنا من كل جانب وليس بالإمكان تجنبها في كل الأوقات. لذلك من طرق فلترة رسائل وسائل الإعلام تطوير مهارات التساؤل حول تلك الرسائل، وتحليلها وتقييمها في مناخ غير قمعي يسمح بالحوار والشفافية والمصارحة بين الطفل والديه. وهذا هو المقصود بالتربية الإعلامية، فعندما تتولد لدى الطفل القدرة النقدية لما يقرأ أو يشاهد فإنه سوف يفعل الشيء ذاته مع الأصوات والصور المتحركة أمامه. فالطفل يستطيع أن يتعلم فهم الرسائل المكشوفة والمبطنة في كل وسائل الإعلام. وبمجرد أن يتعلم الأطفال مهارات التربية الإعلامية فإنهم سوف يسألون الأسئلة ويفكرون في الرسائل الإعلامية التي يشاهدونها أو يقرؤونها أو يسمعونها، وبالتالي سوف يستمتعون في القيام بذلك. وعلى مستوى المسؤولية الاتصالية.

ويستطيع الوالدان أن يساعدا أطفالهما على الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام عن طريق:

1- وضع خطة إعلامية، أي وضع جدول لأوقات المشاهدة والاختيارات منذ وقت مبكر، مثل ما يفعل الوالدان مع بقية الأنشطة الأخرى للطفل. فالخطة الإعلامية تساعد كل شخص على اختيار واستخدام الإعلام بعناية.

2- وضع حدود لأوقات استخدام وسائل الإعلام، أي تحديد مدة بقاء الطفل أمام الشاشة، وهذا يتضمن وقت مشاهدة التلفزيون، وألعاب الكمبيوتر وشبكة الانترنت. والطريقة الملائمة لتحقيق ذلك تكمن في تحديد زمن معين للاستخدام. وتوصي الأكاديمية الأمريكية للطفولة بالألا يزيد وقت الاستخدام اليومي عن ساعة أو ساعتين للبرامج التلفزيونية وألعاب الفيديو والكمبيوتر للأطفال الأكبر من خمس سنوات. .

3- وضع إرشادات أسرية لمحتوى وسائل الإعلام، أي بمعنى آخر مساعدة الأطفال والمراهقين على اختيار برامج وألعاب فيديو ملائمة لأعمارهم واهتماماتهم. تدخل في عادة فحص محتوى وسائل الإعلام كدور توجيهي للوالدين. واستخدام هذا الفحص لتقرير أي محتوى يلاءم الطفل.

4- عدم التردد مع الأطفال بخصوص ضوابط التعامل مع وسائل الإعلام، وإذا لم يكن الوالدان على اتفاق مع أطفالهم في اختياراتهم فليشـرحوا لهم لماذا؟ وليساعدوهم في اختيار شيء أكثر ملائمة لهم.

5- عدم وضع التلفزيون وألعاب الفيديو وجهاز الكمبيوتر في غرف النوم، ووضعها في مكان يسهل مراقبة استخدام الأطفال لها. وإذا سمح للأطفال بوجود التلفزيون وغيره من وسائل الإعلام في غرف نومهم، فلا بد من معرفة ماهية وسائل الإعلام التي يستخدمونها ومراقبة اختياراتهم. وإذا كان هناك مدخلا للأنترنت فلا بد من مراقبة الأطفال أثناء استخدامهم له.

6- جعل استخدام وسائل الإعلام مع الأطفال نشاطا عائليا، ومناقشة الأطفال فيما يرون ويسمعون ويقرؤون. وعندما يكون الوالد شريكا مع الأطفال في تعاملهم مع وسائل الإعلام فإنه يستطيع مساعدتهم على التحليل والتساؤل، وفهم معنى الرسائل بأنفسهم.

7- التعبير عن الرأي حول الرسائل الإعلامية، خاصة عندما لا يدعم محتوى الإعلام والإعلانات القيم الأسرية التي يؤمن بها الوالدان، وذلك عبر اتصال هاتفي، رسالة الكترونية. لإخبار القائمين على الاتصال والشركات والمعلمين بما هو مرغوب أو غير مرغوب.

8- دعم جهود التربية الإعلامية في المدرسة، والاتصال المستمر بإدارة المدرسة، خاصة عند ملاحظة أشياء غريبة على الأطفال.

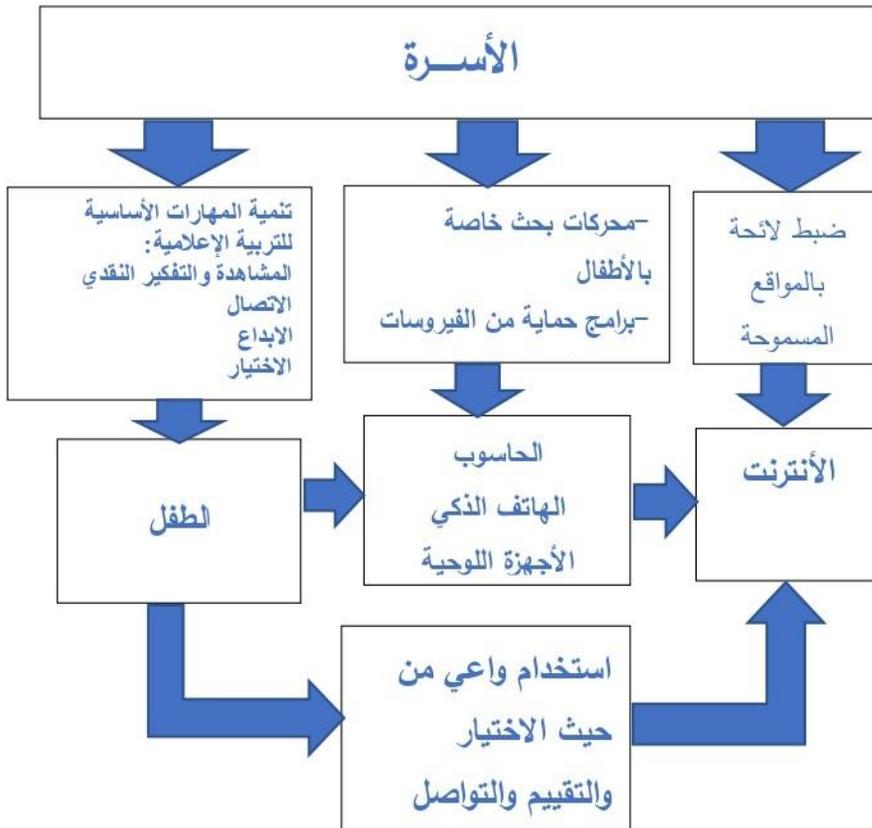
9- التعلم أكثر حول آثار وسائل الإعلام، من خلال التحدث مع طبيب الطفل ومدرسيه، أو القراءة حول التربية الإعلامية. فالمدارس والمستشفيات وجماعات المجتمع المحلي ربما تعقد ورش عمل عن التحكم فيما يشاهده الأطفال في وسائل الإعلام ويمكن الاستفادة منها.

10- التقليل من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام على الأطفال، فعندما ينظم ويراقب ويشترك الوالدان مع الأطفال في تعاملهم مع وسائل الإعلام فإن التأثير سيكون ايجابيا. وعندما يتم مساعدة الأطفال على فهم كيفية تأثير اختياراتهم الإعلامية فإنهم سوف يتحكمون هم في استخداماتهم لوسائل الإعلام.

#### سادساً- نموذج للتربية الإعلامية الرقمية على الاستخدام الآمن للإنترنت:

إن استخدام الأطفال غير العقلاني للإنترنت يستوجب تكامل جميع مؤسسات التنشئة الاجتماعية للقيام بدورها في إعداد الطفل للتكيف مع مغريات هذا العصر، وذلك من خلال تدعيم ثقافة الاستخدام الآمن والمفيد للإنترنت والتكنولوجيات الحديثة

الأمر الذي جعل من التربية الإعلامية أكثر إلحاحا من أي وقت مضى، إذ أنها تهدف إلى مساعدة الأفراد عامة والأطفال خاصة على تجنب الآثار السلبية لهذه الوسائل من خلال تطوير مهارات التفكير النقدي نحو مضامين التي يتعرض لها المستخدمون، وتعد التربية الإعلامية مسؤولية الأسرة بالدرجة الأولى باعتبارها أقوى مؤسسات التنشئة الاجتماعية لذا من المفترض أن تقوم بإكساب الطفل ولو مبدئيا ملامح الوعي الإعلامي، ثم العمل على تنميته وتقويته، ومن ثم مساندة مؤسسات التنشئة الأخرى التي تعمل على إكساب الأطفال معارف ومهارات التربية الإعلامية لذلك هناك مجموعة من التوجيهات تقدم للأسرة لمساعدتها على القيام بأدوارها نوجزها في المخطط التالي:



الاستخدام الآمن للإنترنت وذلك من خلال تهيئة بيئة مساعدة تقوم على وضع ضوابط وقوانين عند استخدام الإنترنت، تشمل لائحة بالمواقع المسموحة ومحركات البحث الخاصة بالأطفال، بالإضافة إلى برامج الحماية من الفيروسات وتقليل أوقات استخدام الأجهزة اللوحية والهواتف النقالة، وذلك لتقليل من تعرض الطفل للبرامج التي تسعى لخلق نوع من التمييز في شخصيات الأطفال وسلوكياتهم كالبرامج المليئة بالعنف مثلا، لكن هذه البيئة والإجراءات الوقائية تتطلب أيضا وبصفة أساسية مهارات التربية الإعلامية المتمثلة في:

**مهارة المشاهدة والتفكير النقدي:** ويتم ذلك من خلال المناقشات حول ما يتابعه الطفل من مضامين إعلامية تتضمن النقاشات الانتقال من المحتوى الواضح الظاهري إلى المحتوى الضمني بالإجابة دائما على السؤال لماذا؟ وما الدوافع؟ وما الأهداف؟ ومن المستهدف وغيرها من التساؤلات. وتكون من خلال المشاهدة الجماعية ومناقشة الصور النمطية للشخصيات في المواد الإعلامية التي يتعرضون لها، كأن نسأل مثلا لماذا يتم التركيز على دور رجال الشرطة والأطباء، أو أن نقوم بمناقشة السمات المشتركة للشخصيات الأبطال في الألعاب الالكترونية والرسوم المتحركة مثلا ونقترح بدائل لها، أيضا بالإمكان في هذا السياق مناقشة بعض الأساليب المستخدمة في الإعلانات التلفزيونية.

**مهارة الاتصال:** إن المناقشات التي تتم بين أفراد الأسرة لا تساهم في تكوين تفكير نقدي فحسب بل تعد تشجيعا للأطفال للمشاركة بأفكارهم، وهذا الأمر مهم جدا في التربية الإعلامية إذ وبمجرد أن يشعر الطفل بالراحة والسعادة لعرض أفكاره، ستزيد لديه مهارات الاتصال التي سيحاول استخدامها وتطبيقها في رؤى نقدية للمواد الإعلامية التي يتعرض لها.

**مهارة الإبداع:** يمكن للأسرة في هذا السياق مساعدة الأطفال على إنتاج مضامين إعلامية من وحي خياله وإبداعه وهذا من خلال نقاط بسيطة نذكر بعضها على سبيل المثال:

- السماح لأي فرد في الأسرة أن يقود مناقشات بعد التعرض لوسائل الإعلام والتكنولوجيات الحديثة.
- تصميم إعلانات تجارية للمنتجات التي يفضلها الطفل مثلاً.
- تصميم إعلان مضاد للمنتجات الضارة كالألعاب الالكترونية الخطيرة مثلاً.
- غلق شاشة الجهاز قبل انتهاء القصة أو الرسوم أو الفيلم ومحاولة التنبؤ بالنهاية هذا إلى جانب محاولة خلق الإبداع في ممارسة أنشطة أخرى بديلة عن استخدام الإنترنت والتعرض للوسائل الإعلام.

**مهارة الاختيار:** يعد الاختيار أهم مهارة من مهارات التربية الإعلامية، إذ يجب على الأسرة هنا أن تعلم وتربي وتدريب الأطفال على ضرورة اختيار المواد الإيجابية والمفيدة على الإنترنت، بحيث يكون الاستخدام والتعرض أمراً محددًا ومخططاً له ونابعاً من سلوك واع، وإن هذه البيئة التي ينتج عنها استخدام واع من حيث الاختيار والتقييم والتواصل والإنتاج هي هدف يستحق السعي من أجله رغم صعوبته خصوصاً في ظل التأثيرات المتزايدة للإنترنت.

**سابعاً- مقترحات عملية لضمان الاستخدام الآمن للإنترنت:**

يعد موضوع حماية الأطفال من مخاطر الإنترنت وتوفير الأدوات التي تساهم في ذلك من المواضيع الشائكة التي كثر الحديث حولها والاهتمام بها في الآونة الأخيرة، خاصة لدى القائمين على مؤسسات الاتصالات المعلوماتية في العالم بالإضافة إلى اهتمام عدد من المنظمات الدولية كالاتحاد الدولي للاتصالات والمنظمات غير الحكومية بهذا الموضوع، كل هذا في ظل الازدياد الكبير للمحتوى الضار على الإنترنت، وكنتيجة على ذلك ظهرت العديد من الأنظمة التقنية التي

اصطلح على تسميتها حلول التحكم الأبوي لمساعدة الآباء على ترشيح المحتوى الذي يصل إلى أبنائهم عن طريق الإنترنت والتي من بينها:

1- **برامج الفلترة أو الترشيح:** إن الفلترة أو الترشيح لشبكة الإنترنت، يشير إلى الأساليب التي من خلالها يتم التحكم في طرق الوصول إلى وفي مداخل المعلومات المتاحة على شبكة الإنترنت، وببساطة فإن برامج الفلترة تمنع المستخدمين من الوصول إلى أنواع معينة من المعلومات على شبكة الإنترنت. إن معظم برامج الترشيح تؤكد على وجود موانع تحول دون الوصول إلى شبكة الويب العالمية وبالتالي تدخل ما بين المستخدم واتصاله بالشبكة ويمكن أن تتم الفترة على المستوى المحلي على الكمبيوتر الشخصي أو على مجموعة من الكمبيوترات في المكتبة مثلاً، أو على المستوى الدولة لأكملها من خلال وضع فلترة على مستوى البنية التحتية لشبكة الإنترنت القومية.

وكمثال عن ذلك نذكر الشبكة الخضراء في المملكة العربية السعودية والتي أطلقت عام 2006 وهي توفر قائمة بيضاء للمواقع المسموح به لأفراد العائلة ويتم تحديث هذه القائمة باستمرار من قبل هيئة من التربويين.

2- **الحلول التقنية:** على الجانب التقني ظهرت العديد من الحلول والتي ساعدت

الأولياء على ترشيح محتوى الإنترنت بما يتناسب مع مبادئ الأسرة وقيمها فعلى سبيل المثال توفر أهم أنظمة التشغيل الحالية مثل مايكروسوفت ويندوز ونظام أبل ماك خيارات عديدة حول التحكم الأبوي يمكن تلخيص أهمها فيما يلي:

- تخصيص خيارات الترشيح لكل مستخدم للجهاز حسب ما يراه الوالدان  
- تحديد ساعات معينة للاستخدام (فمثلاً يمكن منع استخدام الجهاز أو منع الدخول إلى الإنترنت بعد الخامسة مساءً مع فتح الاستخدام أثناء عطلة نهاية الاسبوع).

- حجب مواقع محددة من قبل الأبوين بحيث لا يمكن للطفل زيارتها (قائمة سوداء).
  - حجب جميع المواقع باستثناء قائمة من المواقع التي يحددها الأبوين (قائمة بيضاء).
  - حفظ سجل لكل المواقع التي زارها الطفل بحيث يتمكن الوالدين من فحص المواقع التي تمت زيارتها وعدد المرات والوقت بحيث يمكن مراجعتها لاحقاً سواء كانت محجوبة أو متاحة.
  - المنع أو السماح باستخدام التطبيقات المثبتة بالنظام مثل البريد أو برامج الدردشة.
- أما بالنسبة للأجهزة اللوحية والهواتف الذكية فهي تعتمد على نظم تشغيل تتيح خيارات التحكم الأبوي وإن كان بشكل أقل من أنظمة تشغيل الحاسبات ويمكن تلخيص أهم خصائصها بما يلي:
- إتاحة تشغيل برامج أو ألعاب محددة
  - إتاحة الوصول للإنترنت من عدمه
  - ترشيح الألعاب والأفلام والموسيقى التي يمكن تحميلها أو شرائها حسب العمر الذي يراه الوالدان.
  - السماح باستخدام الكاميرا المضمنة أو منعها وهذه خاصية مفيدة من حيث المحافظة على الخصوصية
  - منع أو إتاحة إرسال الموقع الجغرافي حيث أن بعض الجولات مزودة بأجهزة تحديد مواقع مما قد يخلق بعض المخاطر حين يرسل الطفل موقعة الجغرافي عبر أحد التطبيقات إلى شخص قد يسئ إليه أو ينشرها في الإنترنت من حيث لا يشعر.

3- **محركات البحث الخاصة بالأطفال:** من منطلق أنه لا يمكن عزل الأطفال كلياً عن الإنترنت باعتبارها مكوناً بنويماً في بيئتهم، سعى المبرمجون إلى تطوير محركات بحث خاصة بالأطفال تتميز بسهولة الاستخدام وسلاسة الانتقال بين النتائج، كما تستبعد - وهذا الأهم - أي نتيجة بحث غير مناسبة للأطفال من خلال فترة النتائج ومن أشهر هذه المحركات محرك كيدل kiddle التابع لشركة جوجل ومحرك كيتوبيا kidtopia. (www.new.educ.com)

4- **حماية الحساب على مواقع التواصل الاجتماعي:** ويكون ذلك من خلال تطبيق النصائح التالية:

- تركيب كلمات السر بشكل معقد أي أن تتكون من حروف ورموز وأرقام بشكل مختلط.
  - استعمال كلمات سر مختلفة في كل تطبيق من التطبيقات.
  - الخروج من الحساب بعد الانتهاء من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
  - حماية الهاتف الذكي بواسطة رمز سري لمنع استعماله من طرف الاغراب.
- 5- **حماية الحياة الشخصية على الإنترنت ويكون ذلك من خلال:**
- تجنب وضع المعلومات الشخصية والعائلية على الإنترنت وبالتحديد على مواقع التواصل الاجتماعي.
  - استخدام حسابات مختلفة على حسب الحاجة كأن تخصص حسابات للعائلة والأصدقاء وأخرى خاصة بزملاء الدراسة مثلاً.
  - عدم ربط الحسابات الشخصية بمحركات البحث إذا سمحت التطبيقات بذلك.
  - تجنب نشر الصور الشخصية والعائلية وصور الأصدقاء على مواقع التواصل الاجتماعي.
  - مراجعة التراخيص المطلوبة من التطبيقات قبل تثبيتها على الأجهزة الذكية.
  - تجنب قبول دعوات الصداقة على مواقع التواصل الاجتماعي إلا من الأشخاص الذين تعرفهم شخصياً.

## المراجع

### أولاً- المراجع العربية:

- 1) ابتسام الجندي (2009). مفهوم ومبادئ التربية الإعلامية، ورقة عمل مقدمة للدورة التدريبية الأولى، عن مشروع نشر وتعليم مبادئ ومهارات التربية الإعلامية للعاملين والدارسين في مجال الإعلام، اليونسكو، اللجنة الوطنية للتربية والعلوم والثقافة، القاهرة.
- 2) انتصار إبراهيم عبد الرازق، صفد حسام الساموك. (2011)، الإعلام الجديد، تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، الدار الجامع للطباعة والنشر والترجمة، الطبعة الإلكترونية الأولى، جامعة بغداد، مكتبة الإعلام والمجتمع، بغداد.
- 3) بسيوني إبراهيم حمادة. (2008)، دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1 (القاهرة:عالم الكتب).
- 4) بشري حسين الحمداني. (2015)، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، (الأردن: عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1)
- 5) جلال الشافعي. (2005)، " التضليل الإعلامي " (الأردن، عمان، دار البشير للطباعة والنشر).
- 6) حسنين شفيق. (2014)، الإعلام الجديد أدوات وتقنيات، (القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع )
- 7) حسنين شفيق. (2014)، التضليل الإعلامي والغيوبة المهنية، (القاهرة، دار فكر وفن، ط2)
- 8) حسنين شفيق. (2016)، الفبركة الرقمية وتضليل الجمهور ، (القاهرة، دار فكر وفن)

- 9) ذياب الطائي.(2011)، التضلليل الإعلامي من صناعة الخبر الي صناعة السينما، ( سوريا، دمشق، دار الينابيع).
- 10) رائد أحمد البيناني، كامل خورشيد مراد، عاليه علي إدريس. درجة وعي طلبة الإعلام في الجامعات الاردنية بأساليب التضلليل الإعلامي في البرامج الإخبارية للفضائيات العربية، مجلة الإعلام والعلوم الاجتماعية للأبحاث التخصصية، المجلد 2، العدد 1، 2017م
- 11) رضا النجار، جمال الدين ناجي.(2005)، تكنولوجيا المعلومات والاتصال الفرص الجديدة المتاحة لوسائل الإعلام بالمغرب العربي، المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم الثقافية، تونس.
- 12) ريبيل، مايك(2012)، المواطنة الرقمية في المدارس، ترجمة مكتب التربية العربية لدول الخليج- الرياض.
- 13) زاهية لموشى.(2016)، تفعيل نظام التعليم الإلكتروني كآلية لرفع المستوى الأداء في الجامعات في ظل تكنولوجيا المعلومات، أعمال المؤتمر الحادي عشر، التعلم في عصر التكنولوجيا الرقمية.
- 14) سماح محمد الدسوقي (٢٠٠٨). التربية الإعلامية بمرحلة التعليم الأساسي في جمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات و البحوث التربوية، جامعة القاهرة.
- 15) شرف صبحى شعبان والدمرداش، محمد السيد.(2014) معايير التربية على المواطنة الرقمية وتطبيقاتها في المناهج الدراسية، قدم إلى المؤتمر السادس للمنظمة العربية لضمان الجودة في التعليم، عمان، جامعة السلطان قابوس.
- 16) شريفة رحمة الله سليمان (٢٠١٣). استخدام تكنولوجيا الاتصال في نشر مفهوم التربية الإعلامية بمدارس دولة الإمارات العربية المتحدة، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- (17) عبد الرزاق الدليمي. (2010)، **الدعاية والارهاب**، (الأردن ، عمان، دار جرير للنشر والدعاية والتوزيع، ط1).
- (18) عبد الوهاب بوخنوقة (٢٠٠٠). **الطفل العربي والتربية على التعامل مع وسائل الإعلام السمعية والبصرية - الدور الغائب للمدرسة**، مجلة الإذاعات العربية، تونس، إتحاد إذاعات الدول العربية، ع.٢).
- (19) علي خليفة الكواري(2004).**الديمقراطية والتنمية في الوطن العربي**، سلسلة كتب المستقبل العربي (30 )، ط3، (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية).
- (20) فايز عبد الله الشهري (2012)، **ثقافة التطرف والعنف على شبكة الإنترنت، الملامح والاتجاهات**، استعمال الإنترنت في تمويل الإرهاب وتجنيد الإرهابيين، **مركز الدراسات والبحوث**، الإصدار 525، (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الامنية)
- (21) ماجد سالم تربان (2002)، " استخدامات أعضاء هيئة التدريس وطلاب الجامعات الفلسطينية لشبكة المعلومات الإلكترونية " **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة الدول العربية: معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية).
- (22) محمد صالح توفيق(2008)، **تجربة إحياء اللغة العربية قبل قيام الدولة، مؤتمر اللغة العربية وتحديات العصر**، (جامعة القاهرة: كلية دار العلوم)
- (23) محمد عبد الحميد، (2007)، **الاتصال والاعلام علي شبكة الانترنت**، ط1 (القاهرة: عالم الكتب).
- (24) مشروع المحتوى الرقمي العربي التابع لمؤسسة الفكر العربي، مركز الملك عبد العزيز الثقافي العالمي، متاح على <http://arabicdigitalcontent.com>
- (25) منير محمد حجاب.(2007)، **الشائعات وطرق مواجهتها**، (القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع)

- 26) نهي السيد أحمد. (2016)، التربية الإعلامية ودورها في بناء شخصية المعلم، بحوث ومقالات، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، العدد السادس.
- 27) ياسين السيد. (2002). المواطنة في زمن العولمة (القاهرة: المركز القبطي للدراسات الاجتماعية 2002).

ثانياً- المراجع الأجنبية:

- 28) Derek Heater. A Brief **History of Citizenship**. 3<sup>rd</sup> Ed, New York University Press, New York, 2004
- 29) Divina, F.M. (2006). Media education: a kit for teachers, students, parents and professionals. Publisher: UNESCO. Available at: [www.unesco.org](http://www.unesco.org)
- 30) Fedorov, A. (2001). Media Education: History, Theory and Methods. (in Russian). Rostov: CVVR.
- 31) Hana s, & John Allen, “social media, usage and impact”, (UK: Lexington books, 2013)
- 32) John Tippet, “Performance of Australia's Ethical Funds,” **Australian Economic Review**, (Volume 34, Issue 2, June 2001)
- 33) Karen Mossberger, Caroline J. Tolbert and Ramona S. McNeal, **Digital Citizenship: The internet Society and Participation**, 4ed, MiT Press, Cambridge Mass, UK, 2008
- 34) Lenhart, A, “cyberbullying and online teens”, Pew internet and American life project, <http://www.ourjournalism.org>.
- 35) Rainer Baubock. Stakeholder Citizenship: An Idea Whose Time has come? Transatlantic Council on Migration **A- Project of the Migration Policy Institute**, Washington DC.
- 36) sengupta, A, & chaughuri, A, “are social networking sites a source of online harassment? Evidence from survey data”, **Children & youth services**, (review 33, 2010)
- 37) Sinan Adel, et, Al. **The Spread of true and false news online**, **Science magazine**, Vol 359, Issue 6380.

## هذا الكتاب

تتاول هذا الكتاب التربية الإعلامية الرقمية حيث أصبحت المجتمعات بشكل عام والنامية بشكل خاص والمنظمات والمؤسسات التربوية ملزمة بضرورة التصدي للمضامين الضارة التي من شأنها استنزاف طاقات النشء والشباب والتصدي الواعي للتغلغل الإعلامي لعقولهم، ومن هنا ظهرت الحاجة إلى التربية الإعلامية لتعمل على زيادة وعي النشء والشباب وفهمهم لوسائل الإعلام، وترسيخ منطق الالتزام والمسئولية سواء في العلاقات بين الدول أو بين الفرد ومجتمعه، وبين الفرد ونفسه.