

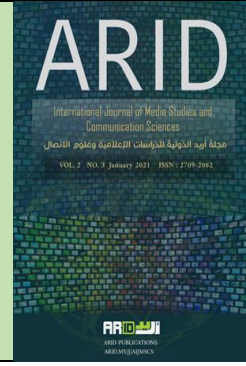


ARID Journals

**ARID International Journal of Media Studies and
Communication Sciences (AIJMCS)**

ISSN: 2709-2062

Journal home page: arid.my/j/AIJMCS



مَجَلَّةُ أُرَيْدُ الدَّوْلِيَّةُ لِلدِّرَاسَاتِ الإِعْلَامِيَّةِ وَعِلْمِ الإِتِّصَالِ

العدد 3 ، المجلد 2 ، كانون الثاني 2021م

**The importance of media education in rationalizing youth use of digital media
An educational vision according to the work of the gatekeeper theory**

Mohsen Abboud Kashkool

أهمية التربية الإعلامية في ترشيد استخدام الشباب للإعلام الرقمي
رؤية تربوية على وفق عمل نظرية حارس البوابة

محسن عبود كشكول

Muhsen_watan2000@yahoo.com

Arid.my/0003-8990

<https://doi.org/10.36772/arid.aijmcs.2021.233>

ARTICLE INFO

Article history:

Received 17/06/2020

Received in revised form 12/08/2020

Accepted 11/10/2020

Available online 15/01/2021

<https://doi.org/10.36772/arid.aijmcs.2021.233>

ABSTRACT

The importance of media education in our present time lies in its supposed role in rationalizing the youth's use of digital media, as the school is no longer able to continue its knowledge and educational pioneering role in light of the excessive and absurd use of the Internet, just as the teacher is no longer a main source of science and knowledge. Considering the study curricula, addressing the negative impact of the excessive use of digital media on the school, as well as addressing the decline in the role of the family and its withdrawal from educational competition with the school, and thus education has lost the mandate of the school and the family to educate the new generation in favor of the hegemony of the new media authority, which is called metaphorically. Fifth, which overtook all authorities, including the authority of traditional media (the fourth power), so that control over the child went beyond control of his family and parents, and the challenge became before those concerned with education, how can the new media be a source of education, entertainment, education, guidance and direction, and in various methods of influence, By using multiple and amazing techniques that are characterized by transcending the limits of time and space, and according to that the great impact of the new media, we see a decline in public education. Illiteracy and its limited means, as well as retreating and losing its control over the social environment, which calls on researchers to study ways to rationalize media education, enhance human awareness of the media, and give it the largest share in influence and direction, and in social upbringing and raising young and old together.

This research highlights the importance of media education in rationalizing young people's use of digital media, and it is an educational vision presented by the researcher according to the work of the gatekeeper theory, as media education does not represent the viewpoint of media makers and owners of media outlets, but rather it represents the other point of view. It is the viewpoint of the recipient represented by the individual, family and society.

This vision will be tantamount to closely examining the role of the media through the method of media education, shedding light on its starting points, exploring its mysteries and secrets, and getting acquainted with its tools and methods of influence, because the media is no longer in its traditional, local character, but has become an international media, with the techniques of globalization that exceeded all limits in Reaching out to multiple segments that go beyond the borders of the state or region to include the recipient everywhere in the world, as it is a media that no longer speaks a local language, but rather speaks all the languages, concepts and interests, and with all its negatives and positives.

The research sheds light on an important aspect related to media education to confront media contents that include incitement to violence and contain conflicts and special agendas, under a number of pretexts represented by the digital revolution and the current of globalization, and these contents constitute what we can call the global environment of media, which is imposed on the family and the media The responsible patriot is to contribute to preparing our sons and daughters well to deal with him successfully in light of the principles of media education

Keyword : gatekeeper theory, media education, the fourth power

الملخص

تكمُن أهمية التربية الإعلامية في عصرنا الحاضر بما تؤديه من دور مفترض في ترشيد استخدام الشباب للإعلام الرقمي، ذلك أن المدرسة لم تعد قادرة على مواصلة دورها المعرفي والتربوي الريادي في ظل الاستخدام المفرط والعيثي للإنترنت، كما لم يعد المعلم مصدراً رئيساً للعلوم والمعارف، لذا ينبغي إعادة النظر في مناهج الدراسة، ومعالجة الأثر السلبي للاستخدام المفرط للإعلام الرقمي على المدرسة، فضلاً عن معالجة تراجع دور الأسرة وانسحابها من التنافس التربوي مع المدرسة، وبهذا تكون التربية قد خسرت ولاية المدرسة والأسرة على تربية الجيل الجديد لصالح هيمنة سلطة الإعلام الجديد، التي تسمى مجازاً السلطة الخامسة التي تفوقت على جميع السلطات بما فيها سلطة الإعلام التقليدي (السلطة الرابعة)، فتجاوزت السيطرة على الطفل إلى السيطرة على أسرته ووالديه، وأصبح التحدي أمام المعنيين في التربية كيف يمكن أن يكون الإعلام الجديد مصدراً للتربية والتسليّة والتعليم والإرشاد والتوجيه، وفي مختلف أساليب التأثير، وباستخدام تقنيات متعددة ومدهشة، تتسم بتخطي حدود الزمان والمكان، وعلى وفق ذلك الأثر الكبير للإعلام الجديد، نلمس تراجع في التربية الإعلامية ومحدودية وسائلها، كما إنها تتراجع وتفقد سيطرتها على البيئة الاجتماعية، ما يدعو الباحثين إلى دراسة سبل ترشيد التربية الإعلامية وتعزيز وعي الإنسان بالإعلام ومنحه النصيب الأكبر في التأثير والتوجيه، وفي التنشئة الاجتماعية وتربية الصغار والكبار معاً.

وهذا البحث يسلط الضوء على أهمية التربية الإعلامية في ترشيد استخدام الشباب للإعلام الرقمي، وهو بمثابة رؤية تربوية يقدمها الباحث على وفق عمل نظرية حارس البوابة، ذلك أن التربية الإعلامية لا تمثل وجهة نظر صانعي الإعلام، وملاك الوسائل الإعلامية، بل هي تمثل وجهة النظر الأخرى؛ وهي وجهة نظر المتلقي المتمثل في الفرد والأسرة والمجتمع.

وهذه الرؤية ستكون بمثابة تفحص دور الإعلام عن كُتب عبر منهج التربية الإعلامية، وتسليط الضوء على منطلقاتها وسبر أغوارها وأسرارها، وتعرف على أدواتها وأساليبها في التأثير، ذلك أن الإعلام لم يعد بصبعته التقليدية المحلية، بل أصبح إعلاماً دولياً، بتقنيات العولمة التي تخطت كل الحدود في الوصول إلى شرائح متعددة تتجاوز حدود الدولة أو الإقليم لتشمل المتلقي في كل مكان من العالم، فهو إعلام ما عاد يتحدث بلغة محلية، بل يتحدث بكل اللغات والمفاهيم والمصالح، وبكل ما فيه من سلبيات وإيجابيات.

والبحث يسلط الضوء على جانب مهم يتعلق بالتربية الإعلامية لمواجهة مضامين إعلامية تنطوي على تحريض على العنف وتنطوي على صراعات وأجندات خاصة، تحت عدد من الذرائع تتمثل بالثورة الرقمية وتيار العولمة، وهذه المضامين تشكل ما يمكن أن نطلق عليه البيئة العالمية للإعلام، التي تفرض على الأسرة والإعلام الوطني المسؤول المساهمة في إعداد أبنائنا وبناتنا بشكل جيد للتعامل معه بنجاح على ضوء مبادئ التربية الإعلامية.

الكلمات المفتاحية: نظرية حارس البوابة، التربية الإعلامية، السلطة الرابعة

مقدمة :

يقترن استخدام مصطلح التربية الإعلامية بمفاهيم التربية وكذلك في علوم الاتصال، لاسيما في الأونة الأخيرة نظراً للارتباط الوثيق بينهما، ذلك أنهما يهدفان إلى تحقيق أهداف تربوية وتعليمية وإعلامية في المجتمع الذي يتعرض لسيل الرسائل الوافدة من وسائل الإعلام، وفي هذا البحث سيكون التركيز على أهمية التربية الإعلامية في تنظيم العملية الاتصالية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك تشخيص التحديات التي تواجه استخدام الشباب للمحتوى المرسل من الوسائل الإعلامية.

إذ ينبغي النظر لآثار التربية الإعلامية على جميع عناصر العملية الاتصالية، أي ما عناصر التحكم التي يمكن للتربية الإعلامية أن تؤسس لها على صعيد الارتقاء بالمرسل ومهاراته؟ وما مهارات التعرض للرسالة؟ ذلك أن هناك عمل يقوم على تعزيز عملية الفهم والتفسير للرسائل الإعلامية التي يتلقاها النشء الجديد يومياً عبر الفضائيات والإنترنت وباقي القنوات الرقمية والتقليدية، وكذلك مهارات التعامل مع الرسالة، أي أن التربية الإعلامية يمكن أن تسهم في تعلم مهارات الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي، وبشكل دقيق ومحدد (كيف نتلقى وسائل الإعلام ونستخدمها بشكل منتج وتربوي صحيح).

وفكرة حراسة البوابات الإعلامية في الإعلام الجديد يراد بها عملية تصفية المعلومات لإعلانها عبر تطبيقات الإنترنت، كما يتم استخدام النظرية الأكاديمية لحراسة البوابات الإعلامية أيضاً في مجال التوجيه والتربية الإعلامية في كيفية التعامل مع تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، ذلك أن نظرية حارس البوابة تركز في الأصل على وسائل الإعلام التي تتسم بالديناميكية وعلى معالجة الاتصال المباشر، وتعمل حراسة البوابات الإعلامية على جميع مستويات هيكل وسائل الإعلام - بدءاً من اتخاذ المرسل القرار فيما يتعلق باختيار المصادر التي سيتم إدراجها في خبر ما، ومروراً باتخاذ المحررين القرار فيما يتعلق بماهية الأخبار التي سيتم طباعتها أو تغطيتها، وتتضمن مالكي وسائل الإعلام والمعلنين أيضاً، كما قد يقوم الأفراد بدور تربوي في حراسة البوابات الإعلامية، عن طريق البت في تبني ونشر معلومات معينة عبر البريد الإلكتروني أو في المدونة الشخصية، أو في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.

ويسعى البحث إلى تبني منهج للتربية الإعلامية الهادفة والمسؤولة التي يجب أن تأخذ دورها الإيجابي في إحداث التربية المنشودة في تعزيز وترسيخ الجوانب الإيجابية أو في تغيير وتعديل الجوانب السلبية.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث: تتمثل مشكلة البحث في تحديد أهمية التربية الإعلامية في ترشيد استخدام الشباب للإعلام الرقمي، والإجابة على تساؤل رئيس وهو؛ إلى أي مدى يمكن تبني رؤية تربوية تنطلق من الأسس التربوية لنظرية حارس البوابة؟ وإلى أي مدى يمكن للتربية الإعلامية التوجيه باحترام حرية التعبير وحجب الاستخدام السلبي للإعلام الرقمي؟ وهل يمكن وضع نموذج للتربية الإعلامية يقوم على ترشيد استخدام الشباب للإعلام الرقمي؟

ثانياً: أهمية البحث: تنبع أهمية البحث من أهمية التربية الإعلامية، وضرورة الاهتمام بها في المؤسسات التعليمية العراقية، كما تنبع من أهمية الشباب ودورهم الفعال في المجتمع، فهم سند الأمة وثروتها وثورتها في حاضرها، وذخرها وأملها في مستقبلها، وتتضح الأهمية البحثية أيضاً في لفت نظر القائمين على رسم السياسات التربوية والإعلامية وصناع القرار في العراق إلى أهمية ممارسة التربية الإعلامية كبديل عن الرقابة.

كما أن البحث يدعم توجهات التربية الحديثة نحو مجتمع المعرفة من خلال تنمية مهارات التعامل مع المضمون الإعلامي بالنقد والتحليل والتقييم ثم الانطلاق إلى بناء نتاج إعلامي إبداعي مسؤول يعبر عن الذات الوطنية.

ثالثاً: أهداف البحث: يهدف البحث إلى وضع نموذج يفسر الاستخدام المفرط لمضامين مواقع التواصل الاجتماعي، ووضع مقترحات تربوية تتدرج في مهام التربية الإعلامية لبيان آفاق ترشيد الاستخدام بشكل لا يؤثر على معايير حرية التعبير، ويمكن أن يدخل في مهام حارس البوابة القائم على نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام.

كما يهدف البحث إلى لفت الانتباه إلى طبيعة المحتوى الإعلامي ومراقبته، حتى نصل إلى منتج إعلامي رصين، وأن تتحول الوسيلة الإعلامية إلى مفكر ناقد، وهذا من شأنه تحقيق أهداف التربية الإعلامية في الوصول إلى مستقبل راشد، وقادر على التمييز لطبيعة الرسالة الاتصالية، وبذلك يمكن أن تسهم التربية الإعلامية في تحقيق الأمن الفكري للمجتمع، وأن تكون البديل المعاصر للرقابة وحارس البوابة.

ومن جانب آخر يسعى البحث إلى التعرف على أثر نموذج التربية الإعلامية المقترح في تقنين استخدام مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية، وتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الناشئة والشباب بالإضافة إلى إعداد قائمة مهارات

للتربية الإعلامية لتحليل ونقد المضامين الإعلامية، وفهمها، وتفسيرها، والتعرف على القيم التي تُقدم من خلالها، والمشاركة في إنتاجها بمسؤولية ومهنية.

رابعاً: مجالات البحث: ويتمثل بحدود البحث التي ينبغي العمل في إطارها ويشمل:

المجال المكاني: ويتمثل في رصد مضامين مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الإعلام الجديد.

المجال الزمني: يتمثل في المدة الزمنية المحددة بالمتزامنة مع حضر التجوال من 2020/3/27 ولغاية 2020/4/11، ورصد مضامين مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الإعلام الجديد أثناء هذه المدة.

المجال الموضوعي: يتمثل في الأسس النظرية للتربية الإعلامية، ومفهوم مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثير مضامينها.

المجال البشري: كروبات خاصة بتداول ما ينشر حول وباء كورونا ورصد نوع وحجم المضامين والتوجيه في كيفية التعامل مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الإعلام الجديد.

خامساً: منهج البحث وإجراءاته: يعد البحث من الدراسات الاستطلاعية التي يتم استخدامها في المراحل الأولى من أي بحث علمي يقوم به الباحث، والدراسات الاستطلاعية تمثل اللبنة الأولى التي تركز إليها الدراسات الميدانية، فهي تعمل على حل مشكلة غير محددة المعالم، وهذا ما يميزها عن الدراسات الوصفية التي تعمل على جمع بيانات عن ظاهرة تغلب عليها سمة التحديد في حال تمت مقارنتها مع الدراسات الاستطلاعية، كما يندرج البحث ضمن الدراسات الكشفية، أو التمهيدية أو الصياغية، التي تنتمي إلى سلسلة البحوث الاجتماعية، إذ يركز هذا النوع من الدراسات على استطلاع واكتشاف الأفكار الجديدة التي تساعد الباحث لكي يفهم مشكلة البحث.

ذلك أن الموضوع يركز على الأسس التوفيقية بين الرقابة وحرية الإعلام، وبين عمل حارس البوابة وتطبيق معايير المسؤولية الاجتماعية، وعلى وفق ذلك يكون الموضوع جديد وغير مسبوق، وتكاد تكون المعلومات والبيانات عن الموضوع نادرة، ويمكن للاستطلاع مساعدتنا على القيام بإجراء دراسة وصفية له مستقبلاً بشكل أعمق.

ويتطلب إنجاز البحث بشكل صحيح التركيز على أثر التربية الإعلامية على تفاصيل العملية الاتصالية، إذ ينبغي النظر إلى آثارها على عناصر العملية الاتصالية، أي ما عناصر التحكم التي يمكن للتربية الإعلامية أن تؤسس لها

على صعيد بناء الرسالة؟ وبالتأكيد أن هناك عمل يقوم على تعزيز عملية الفهم والتفسير للرسائل الإعلامية التي يتلقاها النشء الجديد يومياً عبر الفضائيات والإنترنت وباقي القنوات الرقمية والتقليدية، أي تعلم مهارات (كيف نتلقى مضامين وسائل الإعلام ونستخدمها بشكل منتج وصحيح).

ركائز البحث: النموذج متعدد المراحل

يتمثل النموذج في مرحلته الأولى بالعملية القائمة على إعداد الشباب وتمكينهم من فهم العملية الاتصالية في تطبيقات الإعلام الجديد، والتربية الإعلامية على حسن انتقاء الرسالة والتعامل معها عبر الفهم والتفاعل والمشاركة، أو وئد الرسالة وعدم تمريرها كجزء من الاستجابة للعملية التربوية في إطار العملية الاتصالية، وكما مبين في الشكل (1).



شكل (1): المرحلة الأولى في التربية الإعلامية

والعملية التربوية تقوم على كيفية إعداد الشباب لفهم تفاصيل العملية الإعلامية التي يعيش الشباب تفاصيلها بشكل يومي، وكيف يتعامل مع التدفق الهائل للمضامين، وسيكون محور البحث هو كيف يمكن تدريب الشباب على حسن انتقاء الرسالة والتعامل معها، ومشاركتها بصورة فعالة ومؤثرة في النقد والتحليل والتقويم، أو حتى في إهمال وحجب الرسالة وعدم تمريرها والتفاعل معها، ذلك أن من الحقائق الثابتة أن وسائل الإعلام تؤثر في الأفراد والمجتمعات، فهناك علاقة سببية بين التعرض لوسائل الإعلام والسلوك البشري، وأن تأثير وسائل الإعلام يختلف حسب وظائفها وطرق استخدامها والظروف الاجتماعية والثقافية للمجتمع، ذلك أن المدرسة ظلت المصدر الأول للمعرفة حتى بدايات القرن العشرين، إلى أن برز الإعلام وأصبح منافساً لها وللأسرة، فهو يملك النصيب الأكبر في التنشئة الاجتماعية والتأثير والتوجيه وتربية الصغار وتوجيه الشباب، وكان المعلم المصدر الذي يُستمد منه

المعرفة بالعالم الخارجي، وبعد أن كان التنافس بين المدرسة والمنزل على الاستحواذ على التنشئة؛ دخل الإعلام على خط التنافس.

وبالتأكيد أن هناك مسؤولية لحراس البوابة من أولياء الأمور في الحد من الثقافة الهابطة والإعلام السلبي، وذلك من خلال منع الأبناء من التعرض لهذه الوسائل، والاتصال الشخصي للأفراد فيما بينهم لتدعيم هذا السلوك، والتواصل الفردي الشخصي عبر وسائل الاتصال، مع مُلاك الوسائل الإعلامية والمسؤولين عنها، لتوضيح وجهة النظر في محتوى الثقافة الهابطة، ومضمون الإعلام السلبي، وأن يطالب الشباب المُستخدم بحق المجتمع في الإنتاج الجيد والإعلام الإيجابي، وحمايتهم وحماية مستقبلهم من الإسفاف والابتذال.

المبحث الثاني : التربية الإعلامية ومسؤولية ترشيد الاستخدام

قد يظن البعض أن الإعلام لا يتمتع بقدره التعليمية أو تربوية وأنه مجرد أداة ترفيه وإخبار، وهذا يجافي الواقع فهو أداة تتطوي على رسائل تعليمية وثقافية مهمة وخطيرة تؤثر في النشء وتقوم في صقل مهاراته وتوجيه أفكاره، وحتى برمجتها على وفق الرسالة التي تعمد الوسيلة على نشرها سواء رسالة دينية أو فكرية أو سياسية، فالتربية الإعلامية في ظل هذه الظروف أضحت أهم سبل المواجهة لأنها تؤثر بشكل قوي في تكوين اتجاهات الفرد والمجتمع، لذلك وجب على الأسر الاحتياط من الاستخدام السيء والمفرط لوسائل التواصل الاجتماعي لاسيما الأطفال والنشء الجديد، لما تتطوي عليه تلك الوسائل من مضامين مبطنة قد تسيء إلى تربية الطفل وحتى الراشدين.

أولاً: مفاهيم التربية الإعلامية:

انطلقت فكرة التربية الإعلامية والرقمية في الوطن العربي خلال العقد الأول من الألفية الثالثة، وجاءت كضرورة ملحة وهدف لزيادة المعارف في الجوانب التحليلية والنقدية للنص الإعلامي؛ سواء الذي يقدمه الإعلام العربي أو الأجنبي، وتعتبر الجامعة الأمريكية في بيروت نقطة الانطلاق العربية الأولى عندما بدأت أول ورشة علمية عقدت عام 2006، وذلك بهدف التعرف إلى مفهوم جديد للإعلام في ظل عولمة الإعلام ودخول عصر تقنيات الاتصال والمعلومات وتأثيرها في تبدل الكثير من المفاهيم الاجتماعية والفكرية لدى المواطن والمجتمع، فالتطور الذي لحق بالاتصالات الشبكية أعطى دفعا كبيرا نحو تفعيل ممارسة الثقافة التشاركية لأفراد المجتمع، وما يتبع تلك الثقافة من

أثار ثقافية وقيمة دخيلة⁽¹⁾، وفي ظل هذا الواقع أصبحت منطقتنا العربية بحاجة ماسة إلى أن تؤدي المؤسسات التعليمية والإعلامية فيها دوراً فاعلاً وسريعاً لترسيخ مفهوم التربية الإعلامية وتمهيتها مع الرقمنة لدى المتلقي، وينبغي أن يتعلم الطالب مفاهيم إعلامية أولية تساعده في كتابة الخبر والتدريب والتأهيل وكذلك التدريب على النقاط الصورية، وهذه الثقافة تساعد وسائل الإعلام في الحفاظ على حقوق الإنسان وإشاعة التوجه الديمقراطي وحرية تدفق المعلومات للمجتمع، وإشاعة ثقافة النقد النوعي لما يُنشر في وسائل الإعلام، والتمييز بين الغث والسمين بهدف تنمية الوعي فيما يحصل من تضليل فكري⁽²⁾.

وقد اتسع الشعور بأن أجهزة الإعلام بحكم ما تسعى إليه من إثارة وترويج ونشر ما لا يتناسب مع الجمهور الذي تصل إليه عبر قارات العالم وما يقتضي إليه ذلك من تدفق للأفكار والقيم وأساليب العيش الموجهة إلى المجتمعات النامية، والتي تتطوي على أهداف تتقاطع في كثير من الأحيان مع ما تريده التربية في هذه البلدان من أهداف في بناء الإنسان وتطوير قدراته ومواقفه وتوجهات المجتمع وقيمه طبقاً لفسفته وتوجيهاته ومقومات هويته، وإن البعض ذهب إلى اعتبار أجهزة الإعلام بما تسعى إليه من أهداف اقتصادية تسعى إلى تدمير التربية داخل تلك المجتمعات المستهلكة للمواد والمنتجات الإعلامية، لأنها تسعى إلى تحقيق عائدات ربحية، فكان ضرورياً أن يكون هناك وعياً بالتربية الإعلامية⁽³⁾، وما يفرض علينا دراسة التربية الإعلامية والرقمية هو أن هذا الحقل المعرفي أصبح يمثل اتجاهاً عالمياً جديداً، يختص بتعليم أفراد الجمهور مهارة التعامل مع الإعلام، وذلك لأن الإعلام ووسائل الاتصال الحديثة أصبحت هي الموجه الأكبر، والسلطة المؤثرة في القيم والمعتقدات والتوجهات والممارسات في مختلف الجوانب، اقتصادياً وثقافياً واجتماعياً، ويجب التسليم بحقيقة الاعتراف بأن وسائل الإعلام هي بحد ذاتها شكل من أشكال التعليم، لاسيما في المجتمعات المعاصرة التي تتفاعل في حياتها اليومية مع ثقافة الإعلام المتجدد، والأمر الآخر يرتبط بأهمية التربية الإعلامية في الارتقاء بذهنية الطالب، وأن يكون هو باحثاً عن المعلومة وليس متلقياً لها، وهو أيضاً محلاً لجوانب الموضوع بعمق ويمارس العصف الذهني في موضوعات يتناولها الإعلام⁽⁴⁾.

(1) زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2002م)، ص 13-14.

(2) فاضل البدراني، التربية الإعلامية والرقمية في عالم متعدد الأقطاب، دراسة منشورة في موقع الجامعة العراقية - <http://aliraqia.edu.iq/media-college/view/441> تمت المعاينة في 2020/2/2م.

(3) حارث عبود، الاتصال التربوي، (عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2009م)، ص 62.

(4) فاضل البدراني، الإعلام صناعة العقول (بيروت: منتدى المعارف، 2011م)، ص 57.

وقد برز مفهوم التربية الإعلامية الذي يتضمن ضرورة الفهم الصحيح لمهمة وسائل الإعلام، وضرورة امتلاك القدرة على انتقاء المنتجات والمواد الإعلامية والمشاركة الفعالة في التأثير في تلك المنتجات بما يجعل العمل الإعلامي متمماً للعمل التربوي ومعززاً له، وليس العكس وهو ما استدعى بعض البلدان إلى وضع تصورات وبرامج تدريبية خاصة أو متضمنة داخل المناهج الدراسية لتطوير قدرات الأطفال والشباب على التعامل مع أجهزة الإعلام وتنمية مهاراتهم وحسبهم النقدي بغية تمكينهم من الاختيار الصحيح لما يتوافق مع ميولهم من مواد وبرامج إعلامية⁽⁵⁾.

وتتنوع مفاهيم التربية الإعلامية التي وضعها الباحثون التربويون حيث إن أغلب المفاهيم يشوبها الغموض والضبابية، وسوف نستعرض مجموعة من التعريفات لإزالة هذه الضبابية والغموض، فهناك من يذهب إلى تعريف التربية الإعلامية: "بأنها عملية توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلى في تحقيق الأهداف التربوية المرسومة في السياسة التعليمية والسياسة الإعلامية للدولة"⁽⁶⁾.

لكن التعريف الأشمل والأحدث للتربية الإعلامية تم وضعه في سنة (2007) من قبل (McDeromtt) والذي يعرفها بأنها: "تكوين القدرة على قراءة الاتصال وتحليله وتقويمه وإنتاجه، فالوعي الإعلامي لا يقتصر على جانب التلقي والنقد فقط بل يجب أن يتعدى ذلك إلى المشاركة الواعية والمهادفة لإنتاج المحتوى الإعلامي"⁽⁷⁾.

ويعيش الشباب المعاصر اليوم وسط بيئة مشبعة بالمواد الإعلامية، تتميز بالتعدد الهائل، والتنوع الكبير، في وسائل الإعلام المختلفة، إذ اتسعت دائرة الإعلام في هذا العصر، وأصبحت تشمل أنواعاً عديدة ومختلفة من وسائل الإعلام، المرئية والمسموعة والمقروءة، ولقد أصبح عدد وسائل الإعلام من الكثرة بحيث يكاد يستعصي على الحصر، ووسائل الإعلام لا تزال في ازدياد وتنوع، ونمو وتضخم كمياً ونوعياً، يوماً بعد يوم، فهي بين التلفزيون والقنوات الفضائية، سواء عبر البث الأرضي والأقمار الصناعية والإنترنت وكوابل الألياف البصرية، وبين المحطات الإذاعية الأرضية والفضائية والرقمية، فضلاً عن الصحف والمجلات، الشاملة والمتخصصة، المحلية والعالمية، ثم حلت مواقع الإنترنت، الشخصية والحكومية والتجارية والمنتديات والمدونات والصحف الإلكترونية، ومواقع شبكات التواصل الاجتماعي والشخصي والمجموعات البريدية، فهي تتنوع في وسائل الإعلام المتنقل بالهاتف الجوال، المتصل بالأقمار الصناعية، أو الشبكات اللاسلكية.

(5) حارث عبود، مرجع سابق، ص 61.

(6) إسماعيل عبدالفتاح عبد الكافي، التربية الإعلامية الرقمية، (الاسكندرية: مركز الاسكندرية للكتاب، 2011م)، ص 20.

(7) إسماعيل عبدالفتاح عبد الكافي، المرجع نفسه، ص 18-19.

ثانياً: نظرية حارس البوابة

يعني مفهوم حارس البوابة "السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من بوابته، وكيف سيمر حتى يصل في النهاية إلى الجمهور المستهدف"⁽⁸⁾.

وفقاً لبامبلا شوماكر وتيم فوس، فإن حراسة البوابات الإعلامية "هي عملية اختيار عدد لا يحصى من المعلومات وصياغتها في عدد محدود من الرسائل تصل إلى الناس كل يوم، وهذا هو محور دور الإعلام في الحياة العامة الحديثة، وهذه العملية لا تحدد المعلومات التي يتم اختيارها فقط، بل تحدد أيضاً المحتوى وطبيعة الرسائل مثل الأخبار التي ستتم إذاعتها"⁽⁹⁾، وكانت هناك دراسات لـ (بريد) و(كارتر) وغيرهم أشارت إلى أن الرسالة الإعلامية تمر بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر حتى تصل إلى المتلقي، وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات، ففي حالة الاتصال الجماهيري تمر المعلومات بالعديد من الحلقات والأنظمة التي تقنن وتجري فلترة للمعلومات قبل وصولها للمتلقي، وقدرة المعلومات الذي يخرج من بعض الحلقات قد يكون أكبر مما يدخل فيها، وهذا ما يطلق عليه (شانون) أجهزة التقوية⁽¹⁰⁾.

ويستخدم هذا المنظور الإخباري ومعايير المعقدة من قبل المحررين ومديري الأخبار وغيرهم من الموظفين الذي يحددون عدد الأخبار المحدود لعرضها على الجمهور، وتتميزها بطرق تلبية متطلبات وسيلة الإعلام وأذواق الجمهور، لذلك يصبح الموظفون في المؤسسات الإخبارية حراسي بوابات إعلامية، حيث يسمحون بمرور بعض الأخبار ويمنعون أخرى، وبالتالي يتم تقييد ومراقبة وتشكيل معرفة العامة بحقيقة الحدث الذي يقع بالفعل⁽¹¹⁾.

ويشير كيرت لوين إلى أنه في كل حلقة هناك فرداً يقرر ما إذا كانت الرسالة صالحة للمرور أو لا، وهل تمر بصورتها الحالية أم يجري عليها زيادة أو حذف أو يلغونها بالكامل تماماً⁽¹²⁾.

وقد تم تناول نظرية حراسة البوابات الإعلامية في الدراسات بوصفها عملية إخبارية في وقت مبكر منذ عام 1922م، على الرغم من أنها لم تكن قد أعطيت بعد اسم نظرية رسمية، وقد أشار بارك في كتابه "الصحافة المهاجرة" (The Immigrant Press)، إلى عملية الانتقاء بقوله: "من بين جميع الأحداث التي تقع ويسجلها

⁽⁸⁾ حسن مكاي، ليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998م)، ص 176.

⁽⁹⁾ Shoemaker، Pamela J. (2009). Gatekeeping Theory. New York: Routledge. ISBN 0415981395.

⁽¹⁰⁾ حسن مكاي، ليلي السيد، مرجع سابق، ص 177.

⁽¹¹⁾ DeFleur، Melvin (2009). Mass Communication Theories: Explaining Origins, Processes, and Effects. Allyn & Bacon.

⁽¹²⁾ حسن مكاي، ليلي السيد، مرجع سابق، ص 176.

المراسلون والصحفيون ووكالات الأنباء يوميًا، يختار المحرر بعض الأخبار التي يعتبرها أكثر أهمية أو أكثر إثارة للاهتمام من غيرها للنشر، وما يتبقى يكون مصيره إلى النسيان وسلة المهملات، فهناك كمية هائلة من الأخبار يتم إهمالها كل يوم⁽¹³⁾.

شهدت النظرية تطورات كبيرة، إذ يرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل والأمريكي الجنسية (كيرت ليونين (Kurt Lewin, 1977) في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية (حارس البوابة الإعلامية) (Gatekeeper) ، إذ يرى أن المادة الإعلامية قبل وصولها الجمهور تمر بعدد من البوابات تمثل سلطات متعددة تجري تغييرات وتدخل تعديلات عليها ويصبح نفوذ من يديرون البوابات على قدر كبير من الأهمية بالنسبة للمعلومات⁽¹⁴⁾.

وقد أجريت في الخمسينيات سلسلة من الدراسات التي ركزت على الجوانب الأساسية لعملية (حراسة البوابة) بدون أن تستخدم بالضرورة هذا المصطلح وقدمت تلك الدراسات تحليلاً وظيفياً لأساليب التحكم في غرفة الأخبار، والإدراك المتناقض لدور ومركز العاملين في الوسيلة الإعلامية ومصادر أخبارهم، والقيم التي تؤثر في انتقاء وتقديم الأخبار، وقد درس (وايت) العوامل التي يأخذها المحرر في اعتباره عند البت في أي الأخبار سوف تنشر وأنها لا ينشر⁽¹⁵⁾. وأراد وايت معرفة ما إذا كان عدم النشر لأسباب شخصية يعتمد على مجموعة خبرات المحرر نفسه واتجاهاته وتوقعاته من عدمه، وقد وجد وايت أن الرفض يمكن تصنيفه بطريقتين؛ الأولى الرفض على أساس أنها غير جديرة بالنشر، والثانية؛ الرفض على أساس تكرار تقارير لنفس الشيء⁽¹⁶⁾، وأشارت هذه الدراسات إلى أن الرسالة الإعلامية تمر بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر حتى تصل إلى المتلقي، وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات، أي وفقاً لاصطلاح نظرية المعلومات، فالاتصال هو مجرد سلسلة متصلة الحلقات.

(13) Park, Robert (1922). *The Immigrant Press and Its Control*. New York: Harper & Brothers. P328.

(14) حسن مكاي، ليلي السيد، مرجع سابق، ص 176.

(15) White, David Manning (1950). "The "gate keeper": A case study in the selection of news". *Journalism Quarterly*. 27pp: 383–391.

(16) Barzilai-Nahon, K. (2009). Gatekeeping: A critical review. *Annual Review of Information Science and Technology*, 43, pp. 433-478.

ويحدد لوين العوامل التي تتحكم بعملية الرقابة، فهي قد تكون نفسية معارضة، أو عوامل مختلفة في القنوات، وتكون بمثابة حراس في أوقات مختلفة (17)، إلا أن هناك من يرى بتقسيم العوامل التي تؤثر على عمل حراس البوابة الإعلامية إلى أربعة عوامل أساسية هي (18) :

1) **قيم المجتمع وتقاليدته:** إذ يؤثر النظام الاجتماعي بقيمه ومبادئه على القائمين بالاتصال، فقد يضحى القائم بالاتصال، أو وسائل الإعلام بالسبق الصحفي بسبب قيم المجتمع وتقاليدته، فالنظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام يعد من القوى الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال، فأى نظام اجتماعي ينطوي على قيم ومبادئ يسعى لإقرارها، ويعمل على تقبل المواطنين لها، ويرتبط ذلك بوظيفة التنشئة الاجتماعية أو التطبيع، وتعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولاتها الحفاظ على القيم الثقافية والاجتماعية السائدة.

2) **المعايير الذاتية للقائم بالاتصال:** تؤدي الخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال دوراً مهماً مثل (النوع والعمر والدخل والطبقة الاجتماعية والتعليم والانتماءات الفكرية أو العقائدية، إذ يؤثر الانتماء في طريقة التفكير واتخاذ القرارات، ويعد الانتماء عنصراً محدداً من محددات الشخصية، لأنه يؤثر في طريقة التفكير أو التفاعل مع العالم المحيط بالفرد، كما أن الفرد ينتمي إلى بعض الجماعات التعليمية، والاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية، وتعد هذه الجماعات بمثابة جماعات مرجعية Reference Groups يشارك الفرد أعضائها في الدوافع والميول والاتجاهات.

3) **المعايير المهنية للقائم بالاتصال:** إذ يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله والتي قد تؤدي إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها، والتوقعات التي تحدد دوره في نظام الاتصال.

4) **معايير الجمهور:** لاحظ الباحثان (إثيل دي سولا بول) و(شولمان) أن الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال، مثلما يؤثر القائم بالاتصال على الجمهور في تقبل الخبر، فالرسائل التي يقدمها القائم بالاتصال يحددها - إلى حد ما - توقعاته عن ردود فعل الجمهور، وبالتالي يلعب الجمهور دوراً إيجابياً في عملية الاتصال، ويؤثر تصور القائم

(17) Shoemaker, Pamela; Eichholz, Martin; Kim, Eunyi; Wrigley, Brenda (2001). "Individual and routine forces in gatekeeping". Journalism & Mass Communication Quarterly. 78 pp: 233-246.

(18) حسن مكاي، إيلي السيد، مرجع سابق، ص 179 - 183.

بالاتصال للجمهور على نوعية الأخبار التي يقدمها، وقد أظهرت الدراسات التجريبية التي عقدها (ريموند باور) أن نوع الجمهور الذي يعتقد القائم بالاتصال أنه يخاطبه له تأثير كبير على طريقة اختيار المحتوى وتنظيمه.

ثالثاً: أهمية التربية الإعلامية ومواقفها:

للتربية الإعلامية أهمية كبرى ناتجة عن سلطة الإعلام المؤثرة في العالم المعاصر، كما إنها لا تقل أهمية عما ذكر في تثقيف وتنوير الفرد وخصوصاً الأطفال بالمعلومات والأفكار البناءة في المجتمع، وبخلاف ذلك ينشأ جيل معصوبي الأعين والأهم من كل هذا هو التركيز على كيفية إيصال تلك الأفكار والمعلومات إلى الأفراد وعبر أي وسيلة⁽¹⁹⁾، وتنطلق الأهمية من الأدوار الجديدة للأسرة، فلم يعد هناك مسوغاً لترك الأطفال أمام أجهزة الاتصال، والانتظار من وسائل الإعلام أن تقوم بدور المربي بالنيابة عن دور الأسرة، فلا يسمح للأطفال بالبقاء لمدة طويلة أمام هذه الوسائل دون ريب، وتقليص الزمن بالتدريج وأن تترك الأجهزة في مكان اجتماع الأسرة، بحيث لا يخلو بها الطفل في غرفته⁽²⁰⁾، أي أن الإعلام يملك سلطة مؤثرة على القيم والمعتقدات والتوجهات والممارسات، في مختلف الجوانب الاقتصادية وثقافياً واجتماعياً.

وبهذا تكون التربية الإعلامية مشروع دفاع عن المجتمع وتحديد الأطفال من خطورة الرسائل التي تنشرها تلك الوسائل وما تحمله من أفكار مزيفة تهدف إلى تحطيم القيم والعادات الحميدة، لكن الحال لم يبق على ما هو عليه، إذ تغيرت فكرة التربية الإعلامية من مفهوم مشروع دفاع إلى مشروع تمكين الأطفال والشباب من مواجهة الأفكار المنحرفة، والسعي إلى توعيتهم وزرع القيم الحميدة والتحذير من مخاطر المعلومات التي يتلقونها عن طريق الوسائل المختلفة⁽²¹⁾.

وقد جرت محاولات عربية في السنوات الأخيرة قام بها مؤسسات إعلامية وأكاديمية وشخصيات وناشطون؛ لتعميق المفهوم الجديد للإعلام وتطبيقاته وإنضاج فكرة إدخاله ضمن المناهج الدراسية، وطرحوا فعلاً المقالات والأبحاث العلمية حتى أصبحت وزارات التربية والتعليم العالي في الوطن العربي على دراية تامة بأهمية الإعلام والرقمنة بغية إلزام مؤسساتها بتطبيقه ضمن مناهجها التربوية والتعليمية⁽²²⁾، لاسيما بعد الدعم العالمي الكبير من منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) للتربية الإعلامية إلى حد وصفها في مقررات مؤتمرات

(19) فهد بن عبد الرحمن الشميري، التربية الإعلامية : كيف نتعامل مع الإعلام، (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية ، 1431هـ)، ص ص 24-25.

(20) محمود خضر، الإعلام والمعلومات والإنترنت (عمان: دار ومكتبة الكندي للنشر والتوزيع، 2015م)، ص 21.

(21) فهد بن عبد الرحمن الشميري، مرجع سابق، ص 19.

(22) محمد الرمحي، "نظرة على المستقبل التربوية الإعلامية في عصر المعلوماتية"، مجلة الكويت.

(اليونسكو) بعبارة مهمة: "يجب أن نعد النشء للعيش في عالم سلطة الصورة والصوت والكلمة"، وتواصل دعواتها باعتبار التربية الإعلامية جزءاً من الحقوق الأساسية لكل مواطن، في كل بلد من بلدان العالم، وتوصي بضرورة إدخال التربية الإعلامية، ضمن المناهج التربوية الوطنية، وكذلك إدخالها ضمن أنظمة التعليم غير الرسمية، والتعلم مدى الحياة.

ونتيجة للمخاوف التي أبداهها الخبراء من تعرض الأطفال والشباب إلى رسائل إعلامية تحمل مضامين مزيفة ومشوشة قد تؤثر مستقبلاً على سلوكهم الاجتماعي والأخلاقي والمهني، أجريت العديد من الدراسات التي تبنتها منظمات دولية بإشراف الأمم المتحدة كمنظمة اليونسكو وغيرها من المنظمات الأخرى، إذ ركزت هذه الدراسات على طبيعة العلاقة ما بين سلوك التلاميذ وطلاب المراحل الثانوية وبين الوسائل الإعلامية بشكل عام، وقد خرجت أغلب المقررات الخاصة بتلك الدراسات وورش العمل والندوات العالمية، بجملة من العناصر التي تحدد طبيعة العلاقة بين الاثنين؛ منها طغيان مضامين وأفكار وسائل الإعلام على الأفكار المدرسية، لأنها تبتث وتنتشر ما يحتاجونه من مواد إعلامية تتعلق باهتماماتهم، كما أن وسائل الإعلام تمتاز بسرعة تفاعلها مع المستجدات العلمية والتكنولوجية، وهذا ما لا نجده في المدارس التربوية، فضلاً عن طول فترة التعرض للإعلام وزيادة، الفرص الترفيهية المتنوعة والمتعددة التي تفتقر لها المدارس التربوية، على جانب ترفيهي يتعلق بالرياضة أو الرسم.⁽²³⁾

أما المعوقات التي تواجه التربية الإعلامية وتحول دون تحقيق أهدافها المرسومة؛ فهي وقد تختلف في حيثيات بسيطة نتيجة اختلاف بعض آراء الخبراء، لكن آرائهم تتفق مجتمعة على أن هذه المعوقات قد تشكل خطورة كبيرة على رسائل التربية الإعلامية مستقبلاً، لاسيما إذا ما علمنا بأن مفهوم التربية الإعلامية يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالتطورات المستمرة لوسائل الإعلام، ويمكن تحديد بعض تلك المعوقات بما يأتي⁽²⁴⁾:

- 1 -التنوع الكبير في وسائل الإعلام، وما تشكله من عامل جذب ومهم للشباب والأطفال.
- 2 -مجانية الإنترنت، وتعدد قنوات الاتصال عن طريق اليوتيوب أو مواقع التواصل.
- 3 -افتقار المنظومة التربوية إلى وسائل الإعلام الرقمية.
- 4 -غياب الإطار الفني والمضمون المنمق للمواد التربوية التي تبتث عبر الفضائيات التربوية.

⁽²³⁾ مصطفى المصمودي، النظام الإعلامي الجديد، (الكويت، عالم المعرفة للنشر والتوزيع، دت)، ص151.

⁽²⁴⁾ بشرى حسين الحمداني، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، (عمان : دار وائل للنشر والتوزيع، 2014م)، ص128

5- قلة التمويل المالي في المؤسسات الإعلامية التربوية، مقارنة بمؤسسات الإعلام العامة والترفيهية، فضلاً عن اختلاف وتناقض المضامين بين المؤسسات التربوية والإعلامية.

ورغم أهمية النقاط التي ذكرت آنفاً، إلا أن التحديات التي تواجه التربية الإعلامية لا تختزل فيها فحسب، بل ثمة معوقات أخرى حددها خبراء آخرون لا تقل أهمية وخطورة عما ذكر، ولعل أبرزها (25):

أ- المعوقات الإدارية: وتتجسد في عدم اهتمام إدارة المؤسسات التربوية بمفهوم التعاون مع المؤسسات الإعلامية.

ب معوقات تتعلق بالمؤسسة الإعلامية، إذ أن أغلب المؤسسات الإعلامية لا تكثر بما تنشره المؤسسات التربوية، وباتت تهمل المضامين التربوية مقارنة بموادها الإعلامية الأخرى.

ت عدم اقبال الجمهور على المضامين التربوية، نتيجة لغياب المحفزات التي تستقطب ميولهم.

ث لملفوجة في مواكبة المستحدثات الخاصة بالتطورات التي تطرأ على المضامين التربوية.

ج البيئة المحيطة بالشباب والأطفال، كالفقر والتفكك الأسري، والتشرد، وانتشار المخدرات، والتخفيف لها؛ كلها عوامل أسهمت في صعوبة تقبل الرسالة التربوية بالنسبة للفئات المستهدفة.

المبحث الثالث: (الدراسة الاستكشافية وبناء النموذج)

أهمية التربية الإعلامية في ترشيد استخدام الشباب للإعلام الرقمي - رؤية تربوية على وفق نظرية حارس البوابة

يفرض المشهد الإعلامي الحالي الذي يعيشه النشء الجديد، إجراء مراجعة للقوانين والأخلاقيات والأعراف التي عهدتها العملية الاتصالية، تتطرق من حاجة إلى مراجعة وتعديل نظرية حارس البوابة بما يتفق مع مآلات المشهد الاتصالي من ثورات أو مشاركة في تشوير أوضاع بلدان محددة أو دعوات للإصلاح والتغيير، أي إجراء تغييرات في هيئة حارس البوابة في ضوء التغييرات الجيوسياسية والثقافية والتكنولوجية المصاحبة للحرية المنفلتة في الإعلام الجديد، بشكل تكون الحاجة ماسة إلى إعادة القراءة العلمية والتطبيقية للإرث النظري الكوني في علوم الإعلام والاتصال، وتنبُّع كل ذلك الحراك الاجتماعي والسياسي للوصول إلى مقاربة في فهم خصائص البيئة الجديدة للإعلام والاتصال، وإيجاد توعية بين نظرية حارس البوابة ونظريات ونماذج أخرى مثل نموذج ترتيب

(25) فهد بن الرحمن الشميري، مرجع سابق، ص 60

الأجندة ونظرية التأطير framing، لقد سادت هذه النظرية ولا زالت في تفسير تتبع مسار نشر الأخبار ذات الصلة بالشأن العام داخل المؤسسات الإعلامية، وهي تعنى في المقام الأول في عمليات تدخل القائمون على العملية الإعلامية بغرلة المضامين والسماح للبعض منها بالنشر وحجب أو تعديل الأخرى، وبذلك فهم من يمتلكون سلطة قرار تمرير أو حجب هذه المعلومة أو تعديلها قبل أن تصل إلى جمهور وسائل الإعلام، وعملية توظيف التربية الإعلامية في ترشيد استخدام الشباب للإعلام الجديد تتسم بالحدائثة فهي تحمل مسوغات تربوية، فيما قد يرى البعض فيها تراجع عن حرية الإعلام والتعبير، إلا أن الدعوة لها ما يبررها لاسيما في ظل التحولات الميديا تكنولوجية المتمثلة بميلاد بيئة رقمية قوامها الإنترنت التفاعلي، علماً أن الموضوع يرتبط بالتربية الإعلامية أكثر من ارتباطه بتقنيات الاتصال، وذلك بسبب تعذر حجب المعلومات في ظل تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي تمتاز بالشبكية واللامركزية، كما أنه لم يعد هناك مقدرة على الاحتكار المطلق للمعلومة والرأي والخبر، مع ذلك فإن عمليات الضبط والتحكم التي يقوم بها حراس البوابات gatekeepers لم تنته وباتت تعتمد على تكنولوجيا الاتصال نفسها في بعض الأحيان، أو على القوانين والأنظمة عبر تعديلها وتطويرها في أحيان أخرى، على مستوى السلطة والنظام السياسي لاسيما النظم التي تنظر للموضوع من زاوية المسؤولية الاجتماعية أو الحفاظ على القيم المجتمعية الأصيلة.

ولعل المهمة الأساسية للتربية الإعلامية هو متابعة سلوكيات الشباب في المجتمع وأن يؤكد لهم ضرورة الحفاظ على سلوكيات تتسم بالتحلي بالأخلاق الكريمة والرغبة الملحة في العلم، وكذلك فإن التربية الإعلامية ذات أثر ملموس في صناعة التغيير المنشود في الرؤى والمفاهيم والتطبيقات التربوية، ويمكن للتربية الإعلامية أن تساعد المربين على ضبط هذه التأثيرات وترشيدها وبلورتها في إطار يخدم الأهداف المنشودة، ومن أبرز القضايا التي تعنى بها التربية الإعلامية تثقيف الناشئة لفهم الأمور وتقديرها وسبل التعايش مع الآخرين، واستيعاب مقتضيات العصر الحديث، وآليات التعامل مع العولمة، وتعبئة الشباب لمواجهة الأحداث الجارية الطارئة وغير الطارئة، وتمكينهم من المهارات التي تعينهم على مواجهة عوضاً عن الخوف والاستسلام أو الانعزال أو الرفض أو التبرير أو إسقاط المشكلات على الغير، وتعنى أيضاً التربية الإعلامية بمساعدة الطلاب على فهم حقوقهم وواجباتهم، والإخلاص وحب الوطن، والانتماء الصحيح، واحترام الآخر، وتقدير قيم الشورى، ومواجهة الشائعات والتضليل ومحاربة الانحرافات الفكرية، كما تعطي مساحات كبيرة لمعالجة المشكلات النفسية والثقافية والاجتماعية التي يعاني منها الناشئة مثل مشكلة الأمية الحضارية والأمية التكنولوجية، والأمية السياسية، وتعود

أهمية التربية الإعلامية إلى أنها تركز على قضايا قيمة ملحة في وقت تتكاثر فيه المفاهيم والقيم الاجتماعية الجديدة، وتؤدي التربية الإعلامية دوراً بارزاً في اكساب الشباب الثقافة الاجتماعية النقية وامتلاكهم مهارات النقد والتقويم والتحليل وحل المشكلات والربط بين الأشياء وبين المتغيرات والمهارات التركيبية ومهارات الحديث والقراءة والكتابة والمهارات الاجتماعية والثقافية التي تساعدهم على الاتصال الفعال، كما إنها تساعد على تكوين نموذج القدوة الحسنة على صعيد طلاب المدارس والجامعات، وتعزيز مفاهيم اجتماعية وصحية بالغة الأهمية لديهم.

ولابد من الإقرار بأن الإعلام يساهم في التنشئة الاجتماعية والترفيه والتأثير والتوجيه وتربية الصغار والكبار معاً، والتربية الإعلامية في هذا البحث تدور حول إمكانية استخدام أدوات الاتصال ووسائل الإعلام كوسيلة تعليمية، أو بمفهوم آخر هي تعليم بشأن الإعلام، وأنها مشروع دفاع هدفه حماية الأطفال والشباب من المخاطر التي تستحدثها وسائل الإعلام، لاسيما كشف الرسائل المزيفة والقيم غير الملائمة، وتشجيع الشباب على رفضها وتجاوزها، كما إنها مشروع دفاع وتمكين، يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم، وحسن الانتقاء والتعامل معها والمشاركة فيها بصورة فعالة، فالتربية الإعلامية تختص في التعامل مع كل وسائل الإعلام والاتصال، من كلمات ورسوم مطبوعة وكذلك الصوت والصور الساكنة والمتحركة التي يتم تقديمها عن طريق أي نوع من أنواع التقنيات الاتصالية، أي أننا نعد النشء للعيش في عالم سلطة الصورة والصوت والكلمة، وكذلك تمكين أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم لوسائل الإعلام الاتصالية التي تستخدم في مجتمعهم، والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، ومن ثم تمكنهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين، والإعلام اليوم يملك سلطة مؤثرة على القيم والمعتقدات والممارسات في مختلف الجوانب.

ومن الحقائق المؤكدة أن ما تقدمه مضامين وسائل التواصل الاجتماعي من تأثير يقف عنده حتى الآباء والمربين، ذلك أنها تتميز بقدرة عالية على التأثير القوي والفعال في الشباب؛ فهي تتسم بالتنوع في مضامينها ووسائلها، كما أنها تتسم بالجاذبية لأنها تعتمد على توظيف جميع الجوانب الجمالية والنفسية لجذب الانتباه والتأثير والإقناع، وهي تنطوي على قدر كبير من التفاعلية، إذ وفرت تلك الوسائل للمتلقي إمكانية التفاعل وبصيغ مختلفة، ومتوفرة على مدار الساعة، وبصيغ مختلفة، فهي متوفرة للمتلقي في كل وقت، كما أنها تمنح المتلقي إمكانية التعامل مع تلك الوسائل بخصوصية تامة، يشعر أنه يعيش في عالم مثالي يتفاعل فيه بشكل ودي واجتماعي، ويتبادل فيه الصور وتفاصيل حياته اليومية على وفق ما يريد، وهي لا تقيم وزناً لأي معايير أخلاقية أو ثقافية أو اجتماعية، وتعمل

على إثارة مشاعر القلق والاضطراب، فتخلق شعوراً بعدم الراحة، ومشكلات النوم، وعدم التركيز، وتخترق جميع المجالات بلا استثناء، ولهذه الأسباب وغيرها جعلت أثر الإعلام على المستوى العالمي يفوق أثر المدرسة والأسرة وجميع مؤسسات المجتمع، ولابد من الإشارة إلى مسوغات الإفراط في متابعة مواقع التواصل الاجتماعي، هناك بعض الأغراض التي لأجلها تُستخدم مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب بإفراط منها:

(1) الحصول على المعلومات: يحصل الجمهور على كميات كبيرة من المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، سواء كان راغباً فيها أو لا يرغب، بغض النظر عن أهميتها أو قيمتها.

(2) توجيه الفهم: فهم العالم يأتي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وقد يكون العالم الذي تنقله وسائل الإعلام حقيقياً أو غير حقيقي، ولكنه يجعل المتلقي أقل قلقاً وأكثر فهماً.

(3) توجيه السلوك اليومي: مثل السلوك الشرائي المتعلق بالسلع والخدمات، أو استعدادات لمتغيرات الطقس اليومية.

(4) فهم الذات: تتيح مواقع التواصل الاجتماعي فهم النفس عبر استكشاف الواقع، ومشاهدة الأشخاص المناظرين في العمر والظروف الاجتماعية والاقتصادية، ومراقبة كيف يواجهون المواقف المختلفة، وبالتالي يمنح المستخدم فرصة التعرف على ذاته، والأدوار التي ينبغي أن يقوم بها، والشخصيات التي يريد التشبه بها، والشخصيات التي لا يرغب التشبه بها.

(5) تسهيل التفاعل الاجتماعي: مواقع التواصل الاجتماعي تزود المستخدم بالأشياء التي يتحدث عنها ويمارسها، وتزوده بأرضية مشتركة للحوار والمناقشات مع الآخر.

(6) بديل للتفاعل الاجتماعي: يستخدم بعض الناس مواقع التواصل الاجتماعي كبديل للتفاعل الاجتماعي، فهي تمثل صداقة بديلة أو تفاعل بديل، مثل التعلق بشخصية سينمائية أو تلفزيونية، والتوحد معها تماماً في الآمال والألام والمواقف المختلفة. وتزداد أهمية هذا الغرض لدى الأشخاص الذين يعانون من العزلة، ويفتقدون التفاعل الاجتماعي الطبيعي.

(7) التحرر العاطفي أو التسلية والترفيه: وهو بلا منازع أهم أغراض استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها انتشاراً، حيث يستخدمها الفرد بإفراط ويطلق العنان للانفعالات والمشاعر والعواطف والأحاسيس، لتحقيق المتعة، والاسترخاء، والتنفيس، والتخلص من الملل والعزلة، والبحث عن التغيير، وتناسي الهموم والمشكلات.

ويُفهم من ذلك أن الإعلام بكل وسائله قد أحكم سيطرته على العالم، مسلياً مربياً معلماً موجهاً شاغلاً مشغلاً، وباتت مضامين وسائل الاتصال الحديثة موجهاً مؤثراً بما تملكه من سلطة على القيم والمعتقدات والتوجهات والممارسات، ما ينبغي الاهتمام بالتربية الإعلامية للحد من ذلك.

❖ أركان النموذج

يستند النموذج إلى مرتكزات التربية الإعلامية المتمثلة؛ بإعداد الناشئة بشكل جيد لفهم العملية الاتصالية، التي تجري في البيئة المحيطة من العالم الخارجي وتدريب الشباب وتربيتهم على حسن انتقاء الرسالة والتعامل معها والمشاركة بصورة فعالة ومؤثرة.

والتربية الإعلامية بدورها تستند إلى حق المعرفة القائم على فهم حقيقة ما تدور حوله تلك المعرفة وامتلاك القدرة على التذكر للمعلومات، وتستند إلى المجال الوجداني المتمثل ببناء اتجاه إيجابي للتعامل بفاعلية مع الإعلام، وإلى المجال السلوكي المتمثل بالمشاركة العملية والفعالة في العملية الاتصالية، أي كيف يتم إعداد الشباب لفهم تفاصيل العملية الإعلامية التي يعيش الشباب تفاصيلها بشكل يومي، وكيف يمكن تدريب الشباب على حسن انتقاء الرسالة والتعامل معها، والمشاركة بصورة فعالة ومؤثرة في النقد والتحليل والتقويم، ذلك أن من الحقائق الثابتة أن وسائل الإعلام تؤثر في الأفراد والمجتمعات، فهناك علاقة سببية بين التعرض لوسائل الإعلام والسلوك البشري، وأن تأثير وسائل الإعلام يختلف حسب وظائفها وطرق استخدامها والظروف الاجتماعية والثقافية للمجتمع.

وفيما يتعلق بالمعرفة لا بد من التذكير بأن المدرسة كانت المصدر الأول للمعرفة، إلى أن برز الإعلام وأصبح منافساً لها وللأسرة، فهو يملك النصيب الأكبر في التنشئة الاجتماعية والتأثير والتوجيه وتربية الصغار وتوجيه الشباب، بعد أن كان المعلم المصدر الذي يُستمد منه المعرفة بالعالم الخارجي، وبعد أن كان التنافس بين المدرسة والمنزل على الاستحواذ على التنشئة؛ دخل الإعلام على خط التنافس، ولا بد من الإقرار أيضاً بأن الإعلام يساهم في التنشئة الاجتماعية والترفيه والتأثير والتوجيه وتربية الصغار والكبار معاً، فيكون مفهوم التربية الإعلامية يتجاوز إمكانية استخدام أدوات الاتصال ووسائل الإعلام كوسيلة تعليمية ليكون تعليم بشأن كيفية التعامل مع الإعلام، وأنها مشروع دفاع هدفه حماية الأطفال والشباب من المخاطر التي تستحدثها وسائل الإعلام، وانصب التركيز على كشف الرسائل المزيفة والقيم غير الملائمة، وتشجيع الطلاب على رفضها وتجاوزها.

ويأتي هذا البحث في إطار المحاولة لتطور مفهوم التربية الإعلامية؛ باتجاه الارتقاء بها لتكون مشروع دفاع بل مشروع تمكين، يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم، وحسن الانتقاء والتعامل معها والمشاركة فيها بصورة فعالة، فالتربية الإعلامية تختص في التعامل مع كل وسائل الإعلام والاتصال، من كلمات ورسوم مطبوعة وكذلك الصوت والصور الساكنة والمتحركة التي يتم تقديمها عن طريق أي نوع من أنواع التقنيات الاتصالية، ويعول على التربية الإعلامية في تمكين أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم لوسائل الإعلام الاتصالية التي تستخدم في مجتمعهم، والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، ومن ثم تمكنهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين، لاسيما أن الإعلام اليوم يملك سلطة مؤثرة على القيم والمعتقدات والممارسات في مختلف الجوانب، (الاقتصادية، الثقافية، الاجتماعية)، لذا يجب أن نعد النشء للعيش في عالم سلطة الصورة والصوت والكلمة، وكذلك ينبغي أن تكون التربية الإعلامية جزءاً من الحقوق الأساسية لكل مواطن عراقي.

❖ مضامين النموذج

بهدف تبسيط النموذج سنخرج على متطلبات التربية الإعلامية عند كل عنصر من عناصر العملية الاتصالية وكما يأتي (*):

أولاً: المرسل: وعليه فإن التربية الإعلامية للأفراد على مستوى المرسل تهدف إلى تدريب الناشئة على طبيعة عمل وغايات المرسل وكما يأتي:

1. ممارسة التوعية بأن المرسل قد يكون من المصادر الصحفية الإخبارية.
2. التوعية بأن المرسل قد يكون مُنتج لمادة دعائية ولأهداف ربحية.
3. الإشارة إلى استخدام المرسل لاستمالات متنوعة بهدف الاقناع بمادته الإعلامية.
4. التوعية بأن المرسل قد يحمل غايات تخريبية تختفي وراءها أجندات خارجية.
5. الكشف عما إذا كان المرسل يسعى لأهداف ترويجية أم لا.

(* ينظر الشكل (2) نموذج تخطيطي للتربية الإعلامية، ص19.

ثانياً: الرسالة : على مستوى الرسالة فهي تهدف إلى تربية الناشئة على:

- 1) التعرف على مصادر النصوص الإعلامية وحسب ما تمت الإشارة له في أولاً .
- 2) ضرورة تحليل الرسالة لتحديد أهدافها والسياق الذي وردت فيه، هل هي معلومة أم رأي.
- 3) لا بد أن يقود التحليل إلى تكوين الآراء الانتقادية حول الرسالة ومعرفة المعلومات المحجوبة ومعرفة حجم الإضافة والحذف.
- 4) ضرورة فهم و تفسير الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام.
- 5) التدريب على التفاعل في بناء وإنتاج الرسالة ومشاركتها.

ثالثاً: الوسيلة: أما على مستوى الوسيلة فهي تهدف إلى تربية الناشئة على ما يأتي:

1. تشخيص واختيار وسائل الإعلام المناسبة حسب مضامينها وأهدافها.
2. معرفة ملكية الوسيلة الإعلامية ومدى الاستقلالية.
3. تشخيص السياسة الإعلامية للوسيلة.
4. مستوى الموثوقية والمصدقية في مضامين الوسيلة.
5. تحديد مكانة الوسيلة لدى الجمهور (حجم الاستخدام والتعرض والمقرئية).

رابعاً: المتلقي: وعلى مستوى الجمهور فهي تهدف إلى تربية الناشئة على اكتساب مهارات محددة تتمثل بما يأتي:

- 1) ضرورة التركيز على اكتساب مهارات الوصول للرسالة الإعلامية.
- 2) أهمية التدريب على مهارات التحليل للرسالة الإعلامية.
- 3) التدريب على تقنين الاستخدام وحصره بوقت محدد.
- 4) ضرورة إتقان مهارات النقد للرسالة الإعلامية.
- 5) التدريب على إنتاج ومشاركة رسائل إعلامية على وفق مبدأ التغذية الراجعة.

❖ تفسير النتائج

أسفر البحث الحالي عن النتائج الآتية:

(1) بناء نموذج التربية الإعلامية لترشيد استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، يضمن عدم الاهتمام بكل ما تنشره المواقع من مضامين بناءً على معايير محددة لكل عناصر الاتصال.

(2) وضع قائمة مهارات للتربية الإعلامية تتعلق بالعنصر الأول من العملية الاتصالية (المرسل)، كجزء من مهارات التربية الإعلامية تتولى عملية التربية الإعلامية وضع معايير الهدف منها تشخيص توافق المضمون مع حاجاته الاتصالية، أي هل المرسل من المصادر الصحفية الإخبارية التي تعتمد القيم الإخبارية في عرض المضمون، أم أن المرسل مُنتج لمادة دعائية وله أهداف ربحية، وإلى أي مدى كان المرسل يستخدم استمالات متنوعة بهدف الإقناع بمادته الإعلامية، وتمارس التربية الإعلامية التدريب على معرفة غايات المرسل الذي قد يحمل غايات تخريبية تختفي وراءها أجندات خارجية، وأن مضمونها شائعات، أو أن المرسل يسعى لأهداف تربوية، وفي هذه الحالة ستكون هناك فرصة لاستبعاد الرسائل التي لا تتوافق مع ميول ورغبات وثقافة المستخدم بما يوفر الوقت الذي تستنزفه مضامين مرسل غير جدير بالمتابعة.

(3) في المرحلة الثانية تؤدي التربية الإعلامية مهام عمليات التشكيل بمعناها المادي والتقني، وتبدأ بالتعريف بالمصادر لأن معرفة المصدر تؤدي إلى معرفة الأهداف، ومن ثم تتيح الفرصة لتحليل الرسالة وتحديد أهدافها والسياق الذي وردت فيه، وهل هي معلومة أم رأي، وتؤدي إلى تكوين الآراء الانتقادية حول الرسالة ومعرفة المعلومات المحجوبة ومعرفة حجم الإضافة والحذف، وبذلك تقدم التربية الإعلامية مفاتيح الفهم والتفسير للرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام، وكذلك التدريب على التفاعل في بناء وإنتاج الرسالة ومشاركتها كجزء من التغذية الراجعة، وفي هذه المرحلة تحقق التربية الإعلامية كيفية استخدام الرسالة على وفق نظرية المسؤولية الاجتماعية، أي فحص الرسالة للتحقق من صلاحية استخدامها، وبهذا يمكن للمتلقي حذف عدد من الرسائل القادمة غير الجديرة بالاطلاع، وتوفير الوقت.

(4) بعد إنجاز هذه المراحل يكون المستخدم (المتلقي) قد حدد عدد مقبول من المضامين جديرة بالتعرض ثم يخضعها هي الأخرى للنقد والتحليل والتقييم واتخاذ القرار بشأن التعامل مع الرسالة، وبذلك يحقق الهدف في مضمون جدير بالاستخدام في ظل توفير الوقت وتحقيق الهدف في تحصيل التقييم، والموقف الخاص بالتربية الإعلامية ينطوي عن نتائج مهمة تتعلق بالنتائج المعرفية بما يتضمن من خبرات ومعلومات وقدرات معرفية يكتسبها المستخدم بعد مشاركة العملية الاتصالية، ثم ينطوي على تحقيق الأهداف الوجدانية المتمثلة

بالمشاعر والقيم والميول والاتجاهات والخبرات الإنفعالية والاجتماعية، وكذلك تحقيق النتاج الحركي المتمثل بتعلم المهارات والقدرات المهارية التي يطمح المتلقي تحصيلها من المضمون، والتي من شأنها رفع القدرات الخاصة بالتحليل النصي والسياقي ومحاكاة تجارب معينة وتقديم دراسات خاصة بالحالات ثم التحفيز على الانتاج والتفاعل والمشاركة فقط للرسائل المقننة والصالحة تربوياً.

(5) في ظل تزامم الفضاء الإعلامي الإلكتروني أو البث الفضائي بالعديد من الوسائل الاتصالية، فإن من غير المنطقي المتابعة العشوائية، وهنا تهدف التربية الإعلامية إلى وضع معايير للوسيلة الجديدة بالمتابعة طبقاً لمضامينها وأهدافها، إذ ينبغي التوجيه بضرورة معرفة ملكية الوسيلة الإعلامية ومدى الاستقلالية، والحرص على تشخيص السياسة الإعلامية للوسيلة عبر مهارات التحليل، وتحديد مستوى الموثوقية والمصادقية في مضامين الوسيلة بناءً على السابقة والتجريب، وقد يكون من المناسب تحديد جماهيرية الوسيلة ومكانتها لدى الجمهور (حجم الاستخدام والتعرض والمقروئية)، فهي تعطي مؤشرات قد تؤدي للثقة بالوسيلة، وهنا يمكن للتربية الإعلامية تحقيق الضبط للسلوك المعرفي والوجداني والحركي (المهاري)، ونضمن عدم هدر الوقت في متابعة وسيلة لا تستحق المتابعة وغاياتها لا تتوافق مع طموحات المستخدم.

(6) في المرحلة الخاصة بالمتلقي تسعى التربية الإعلامية إلى تقديم مهارات تتعلق باستخدام تقنيات المعلومات وتصفح الشبكات الرقمية، والتزود بمهارات التفكير الناقد لمحتوى الرسائل الإعلامية، والتشجيع على تقدير التفاعلية الكونية والانخراط الإيجابي فيها، وضرورة التركيز على اكتساب مهارات الوصول للرسالة الإعلامية، ومهارات التحليل للرسالة الإعلامية، وكذلك التدريب على تقنين الاستخدام وحصره بوقت محدد، مع ضرورة إتقان مهارات النقد للرسالة الإعلامية، والتدريب على إنتاج ومشاركة رسائل إعلامية على وفق مبدأ التغذية الراجعة الإيجابية، والمهم في الأمر هو محاربة نزعة (الخوف من الفوت)؛ أي تدريب المستخدم على أن لا يندم على رسائل لم يطلع عليها، لأنها لا تستحق الوقت ولا تتوافق من الناحية الإيجابية مع نظرية المسؤولية الاجتماعية، ولا تتوافق مع الأخلاقيات التي حرصت التربية الإعلامية على تعزيزها لدى المستخدم، وعلى وفق ذلك تكون التربية الإعلامية قد ساعدت المستخدم في تبسيط وشرح الرسالة ودعمها بأساليب الاقتناع، وبمداخل منطقية بما يرفع من قيمة الرسالة ويضمن عدم هدر الوقت والاستغراق والانهماك في التواصل الاجتماعي المفرط.

❖ مهارات التعامل مع وسائل الإعلام

ينبغي أن تركز التربية الإعلامية على تحصيل الناشئة لمهارات التعامل مع وسائل الإعلام، وأن تنطلق من الإجابة عن تساؤلاتهم حول آليات عمل وسائل الإعلام، فلم يعد من المنتظر أن تمارس وسائل الإعلام دوراً في ترشيد الاستخدام وهي من يسعى إلى تحقيق التأثير في جمهورها وكسب متابعتها، وهي تعمل على ذلك عن طريق تلبية الحاجات الاتصالية، ومعرفة حاجات الجمهور والاهتمام في البناء النصي المؤثر للرسالة عن طريق إعادة النظر في بنائها وتدعيمها بالأساليب والاستمالات الإقناعية، ومن المهارات التي ينبغي معرفتها هو أن وسائل الإعلام تحتكم إلى القانون الذي ينظم عملها، أي هل الوسيلة تعمل في إطار المسؤولية الاجتماعية أم تعمل بدوافع الربح والأجندة التي تمول الوسيلة، وكذلك معرفة الأسس الأخلاقية المهنية التي تحتكم إليها الوسيلة في عملها، وإلى أي مدى تحرص على احترام عقلية المتلقي والصدق معه، وتحاشي فقدان الثقة بالترويج لمضامين دعائية، ومن المهارات التي ينبغي على المتلقي تحصيلها هو كيفية قراءة وتحليل ونقد الرسالة، وكيف له أن يقرر إن كانت الرسائل الخاصة بالوسيلة سلبية أم إيجابية، بل وحتى اختيار المضمون من الوسائل الأخرى والتمييز في ما إذا كان دعائياً أم حقيقة.

إن الفعل الإيجابي الذي تحتكم إليه التربية الإعلامية يتمثل في تحديد ملامح التأثير في وسائل الإعلام، وكيف يمكن ممارسة ترشيد استخدام المتلقي لوسائل الإعلام، ووضع قواعد للحوار والتواصل والتغذية الراجعة.

❖ الاستنتاجات

بعد عرض وتفسير النموذج نجد أن التربية الإعلامية نجحت في التعامل مع كل مضامين وسائل الإعلام، وتشمل الكلمات، والرسوم المطبوعة، والصوت، والصور الساكنة والمتحركة، التي يتم تقديمها عن طريق أي نوع من أنواع التقنيات ويمكن تحديد الاستنتاجات الآتية:

1. تُمكن التربية الإعلامية أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم لوسائل الإعلام الاتصالية التي تستخدم في مجتمعهم، والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، ومن ثم تمكّنهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين.
2. تضمن التربية الإعلامية تعلم أفراد المجتمع كيفية التعرف على مصادر النصوص الإعلامية، وأهدافها السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية، وكذلك السياق الذي وردت فيه.

3. تعمل التربية الإعلامية على تقديم مهارات للتحليل وتكوين الآراء الانتقادية حول المواد الإعلامية، وإنتاج الإعلام الخاص بهم، وفهم وتفسير الرسائل والقيم التي تقدم من خلال الإعلام.
4. في ظل تنوع الوسائل فإن التربية الإعلامية تقدم خبرات للوصول إلى الإعلام، أو المطالبة بالوصول إليه، بهدف التلقي أو الإنتاج، وكذلك القدرة على الاختيار الواعي لوسائل الإعلام المناسبة التي تمكن الشباب والصغار من توصيل رسائلهم الإعلامية أو قصصهم، وتمكينهم من الوصول إلى الجمهور المستهدف.
5. تمنح التربية الإعلامية القدرة على فهم مضامين الوسائل الإعلامية وتفسيرها، واكتشاف ما تحمله مضامينها من قيم، وكذلك تقديم آراء نقدية للمضامين الإعلامية سلباً أو إيجاباً.
6. تقوم التربية الإعلامية بتعزيز القدرات والعمليات العقلية، بالمعرفة والفهم والتذكر، والتحليل والتركيب والتقويم، لمساعدة المتعلم على فهم البيئة الإعلامية، وتحليل المضامين والحكم عليها.
7. تعمل التربية الإعلامية على ضبط السلوكيات في المجال الوجداني الخاص بالمشاعر والاتجاهات، والتذوق والقيم، وكذلك بإثارة فضول المتعلم وجذب انتباهه لموضوعات مهمة في حياته، ومساعدته في تكوين الاتجاه الإيجابي للتعامل بفعالية مع الإعلام، فضلاً عن المجال الحركي الخاص بالممارسة والإتقان والإبداع، ومساعدة المتعلم على المشاركة العملية في الإعلام عبر الحوار، والتعبير عن الذات، وإنتاج المضامين الإعلامية وبنائها.
8. يُظهر النموذج الحاجة إلى تدريب وإعداد المعلمين للتدريب على التربية الإعلامية، ووضع المناهج الكفيلة بتحقيق أهدافها، وتوفير المصادر القادرة على بلوغ تلك الأهداف، فضلاً عن الحاجة إلى إطلاق دورات في التربية الإعلامية للفئات التي لم تنخرط بالتعليم المدرسي، ويمكن للتربية الإعلامية تفعيل دور المؤسسات الدينية ودور العبادة في ممارسة عملية التربية .
9. تواجه التربية الإعلامية تحدي الاختراق لدى وسائل الإعلام؛ إذ لم تترك هذه الوسائل مجالاً لم تدخل فيه، فجميع المجالات بلا استثناء قيمية واجتماعية وسياسية واقتصادية صارت ميداناً لهذه الوسائل الإعلامية، مما جعل أثر الإعلام على المستوى العالمي يفوق أثر المدرسة والأسرة وجميع مؤسسات المجتمع الأخرى.

❖ التوصيات

بعد العرض الوافي للرؤية التربوية يجد الباحث من المناسب التقدم بالتوصيات الآتية:

- 1) ضرورة العناية والاهتمام بمفهوم التربية الإعلامية في مراحل العملية التعليمية المختلفة، ونقترح اعتماد مقرر (التربية الإعلامية) بحيث يكون أحد المقررات التي تدرس في مراحل التعليم الأولي والتعليم الجامعي.

(2) التأكيد على أهمية العمل بنظام الضبط التربوي، وينبغي أن لا تغفل التربية الإعلامية أن التسلية المفرطة إنما تسعى إلى الهروب من الواقع بدل مواجهته، وكذلك لفت الانتباه إلى المواقع التي تمارس التحريض والطفافية وبت الكراهية والتمايز وبت الخلاف والفرقة.

(3) إعانة قطاع التعليم في ضبط الاستخدامات وتقويض حالة الاعتماد المفرط على الإعلام الرقمي بالشكل الذي لا يؤثر على التفاعل اليومي، ويضمن التواصل مع العائلة والأصدقاء والمجتمع بشكل عام.

(4) التأكيد على أهمية إعداد وبناء خطط وبرامج متخصصة في التربية الإعلامية للتدريب على التحليل النقدي للخطبات والرموز التي تستعملها وسائل الإعلام، وبما يراعي القيم الدينية والثابت الوطنية والأخلاقية، والإفادة من التجارب العالمية في مجالات التربية الإعلامية كافة.

(5) توظيف التربية الإعلامية في تعزيز الدافعية للتعلم، وفي تقديم صورة واضحة عن النتائج المتوقعة للتعليم والتثقيف بكيفية التعامل مع مضامين مواقع التواصل الاجتماعي، وتقديم أفضل المهارات لحل المشكلات التي تواجه مجتمع التواصل الاجتماعي الافتراضي.

(6) الحرص على توظيف التربية الإعلامية للتنبه بمخاطر الغزو الثقافي وتهديد الثقافات الوطنية، ومواجهة التيارات الإعلامية الغازية، وتحصين الأجيال ضدها بتكوين حصانة ومناعة لدى الشباب ضد الغزو الثقافي والأخلاقي، وتعديل السلوكيات العقلية والوجدانية والحركية نحو الأحسن والأفضل، وتعزيز القيم الإيجابية وتقويتها والتعديل في القيم السلبية أو تغييرها.

(7) ضرورة تقديم التربية الإعلامية فهماً لمضامين الرسائل التي تبثها أو تنشرها وسائل الإعلام، والإحاطة التامة بنوايا تلك الوسائل التي تنطلق منها المضامين، ولفت انتباه النشء الجديد إلى أن مضامين مواقع التواصل الاجتماعي قد تكون عبارة شائعات، أو أنها مضامين تهدف إلى التضليل والتشويه وتخفي أهداف تتعلق بتغيير العقائد، أو تنطوي على غزو أو تغريب ثقافي.

(8) التأكيد على أهمية غرس وتعزيز الوازع الديني في النشء والشباب لمجابهة هذا الغزو والهجوم الشرس من مضامين مواقع التواصل الاجتماعي، ذلك أن انتشار الثقافة الهابطة والإعلام السلبي لها آثار كارثية في خلخلة فكر المجتمع وقيمه ونسيجه المترابط، وإعاقة حركة نهوض الأمة وتقدمها وتنميتها البشرية.

قائمة المصادر والمراجع:

- إسماعيل عبدالفتاح عبد الكافي، التربية الإعلامية الرقمية، (الاسكندرية: مركز الاسكندرية للكتاب، 2011م).
- بشرى حسين الحمداني، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، (عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2014م).
- حارث عيود، الاتصال التربوي، (عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2009م).
- حسن مكاي، ليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998م).
- زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2002م).
- فاضل البدراني، الإعلام صناعة العقول (بيروت: منتدى المعارف، 2011م).
- فاضل البدراني، التربية الإعلامية والرقمية في عالم متعدد الأقطاب، دراسة منشورة في موقع الجامعة العراقية <http://aliraqia.edu.iq/media-college/view/441>. تمت المعاينة في 2020/2/2م.
- فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام، (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 1431هـ).
- محمد الرميجي، "نظرة على المستقبل التربية الإعلامية في عصر المعلوماتية"، مجلة الكويت.
- محمود خضر، الإعلام والمعلومات والإنترنت (عمان: دار ومكتبة الكندي للنشر والتوزيع، 2015م).
- مصطفى المصمودي، النظام الإعلامي الجديد، (الكويت، عالم المعرفة للنشر والتوزيع، د.ت).
- Barzilai-Nahon, K. (2009). Gatekeeping: A critical review. Annual Review of Information Science and Technology,.
- DeFleur, Melvin (2009). Mass Communication Theories: Explaining Origins, Processes, and Effects. Allyn & Bacon.
- Park, Robert (1922). The Immigrant Press and Its Control. New York: Harper & Brothers..
- Shoemaker, Pamela J. (2009). Gatekeeping Theory. New York: Routledge. ISBN 0415981395.
- Shoemaker, Pamela; Eichholz, Martin; Kim, Eunyi; Wrigley, Brenda (2001). "Individual and routine forces in gatekeeping". Journalism & Mass Communication Quarterly..
- White, David Manning (1990). "The "gate keeper": A case study in the selection of news". Journalism Quarterly..