

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



دور التريية الإعلامية في تنمية التفكير النقدي نحو مضامين الشبكات الاجتماعية
-حراسة على عينة من المراهقين المتدرسين بالمرحلة الثانوية مستخدمي " الفيسبوك " بمدينة المسيلة -

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ل. م. د في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات العامة

إشراف:
د. دحماني محمد

إعداد الطالبة:
دحماني فاطمة

السنة الجامعية: 2024-2023

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



دور التربية الإعلامية في تنمية التفكير النقدي نحو مضامين الشبكات الاجتماعية
دراسة على عينة من المراهقين المتدربين بالمرحلة الثانوية مستخدمي " الفيسبوك " بمدينة المسيلة

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ل. م. د في علوم الاعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات العامة

إشراف:

د. دحماني محمد

إعداد الطالبة:

دحماني فاطمة

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة الأصلية	الصفة
			رئيسا
د. دحماني محمد	أستاذ التعليم عالي	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	مشرفا ومقررا
			ممتحنا
			ممتحنا
			ممتحنا

السنة الجامعية: 2023-2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

2
3
4

س
م
ر

اهداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك، ولا
تطيب اللحظات إلا بذكرك.... ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ولا
تطيب الجنة إلا برويتك يا الله.

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة ...إلى نبي الرحمة نور
العالمين إلى سيدنا وحبينا محمد صلى الله عليه وسلم.
أهدي هذا العمل المتواضع الى أحلى كلمة على لساني أمي ...أمي ...أمي
الغالية.

وإلى من علمني أن الحياة كفاح وأن العلم وسيلة إلى مثلي الأعلى أبي
العزیز

إلى حب الحياة وعطائها، أملها إلى من أتقنا برؤية أعينهم والسعادة
بضحكاتهم أحبتي الذين طالما آمنوا بنجاحي وسندي في الحياة إخوتي:

فريدة -أيمن- اسمهان - فاتح

الى الأصدقاء والأحباب كل باسمه ومقامه

والى كل من يعرفني راجية لهم من الله تعالى كل التوفيق والسداد.

دحمانى فاطمة

شكر وعرّفان

الحمد لله الذي بنعمته تمّ الصالحات و الحمد لله الذي بفضله تمت
هذه الكلمات، و بقلم تقدير و احترام نرف خالص الشكر و
العرفان بالفضل الكبير إلى أستاذي الفاضل المشرف
البروفسيور: " د حمانى محمد" الذي أشرف على هذا العمل
وحرص على متابعة انجاز المذكرة..

كما أشكر كل من تعاون معنا من قريب أو بعيد وساهم في
إخراج هذا العمل إلى حيّز الوجود.

كما لا يفوتني أن أشكر جميع الأساتذة في قسم علوم الإعلام
والاتصال.

والله ولي التوفيق.

ملخص:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الحديثة التي تهدف الى الكشف عن دور التربية الإعلامية في تنمية التفكير النقدي نحو مضامين الشبكات الاجتماعية لدى المراهقين المتمدرسين بالمرحلة الثانوية مستخدمي الفيسبوك بمدينة المسيلة، اندرجت هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تهدف الى تشخيص الظواهر وتوصيف العلاقات بين مكوناتها، اذ تم الاعتماد فيها على المنهج الوصفي المرتكز على أداة الاستبيان التي طبقت على عينة طبقية عشوائية من المراهقين المتمدرسين بالمرحلة الثانوية والبالغ عددهم (355) مراهق موزعين على ثانويات مدينة المسيلة، ومن أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة هي:

1. أسفرت نتائج الدراسة الى أن أغلب المبحوثين أقروا انهم يشتركون في خدمة الانترنت بوتيرة دائمة بنسبة قدرت ب 55.8%
2. أشارت نتائج الدراسة ان المبحوثين (المراهقين المتمدرسين) يستخدمون الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك" بشكل دائم يفوت حدود ثلاث ساعات يوميا، وأن نسبة 96.6% من أفراد عينة الدراسة آبائهم على دراية بأنهم يمتلكون حساب على موقع الفيسبوك.
3. خلصت الدراسة الى أن المراهقين المتمدرسين بمدينة المسيلة يتصفحون الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك" للاطلاع على كل ما هو جديد.
4. أقر أفراد عينة الدراسة أنهم يتعاملون مع المنشورات التي يتعرضون لها عبر الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك" بتسجيل الاعجاب بها فقط LIKE.
5. توصلت الدراسة الى أن نسبة معتبرة قدرت ب 55.5% من أفراد عينة الدراسة نادرا ما يساهمون في نشر الأخبار والمعلومات عبر شبكة "الفيسبوك".
6. يتمتع المراهقين المتمدرسين بالمرحلة الثانوية مستخدمي "الفيسبوك" بمدينة المسيلة بمستوى متوسط من التربية الإعلامية.
7. يتمتع المراهقين المتمدرسين بالمرحلة الثانوية مستخدمي "الفيسبوك" بمدينة المسيلة بمستوى متوسط من التفكير النقدي .
8. لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيسبوك" تعزى لمتغير الجنس (ذكر أنثى).
9. لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المتمدرسين بالمرحلة الثانوية مستخدمي "الفيسبوك" تعزى لمتغير مكان الإقامة (حضري، ريفي)..
10. لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المتمدرسين بالمرحلة الثانوية مستخدمي "الفيسبوك" تبعا لمتغير المستوى التعليمي (أولى ثانوي، ثانية ثانوي، ثالثة ثانوي).
11. لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التفكير الناقد لدى المراهقين المتمدرسين بالمرحلة الثانوية مستخدمي "الفيسبوك" تعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى).

12. لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التفكير الناقد لدى المراهقين المتدربين بالمرحلة الثانوية مستخدمي "الفيديو" تعزى لمتغير مكان الإقامة (حضري، ريفي).

13. لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التفكير الناقد لدى المراهقين المتدربين بالمرحلة الثانوية مستخدمي "الفيديو" تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية (أعيش مع والدي، أعيش مع والدي، أسرتي).

14. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التفكير الناقد لدى المراهقين المتدربين بالمرحلة الثانوية مستخدمي "الفيديو" تعزى لمتغير المستوى التعليمي (أولى ثانوي، ثانية ثانوي، ثالثة ثانوي).

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية، التفكير النقدي، الشبكات الاجتماعية 'الفيديو'، المراهقين المتدربين.

SUMMARY:

THIS STUDY IS A RECENT STUDY AIMED AT REVEALING THE ROLE OF MEDIA EDUCATION IN THE DEVELOPMENT OF CRITICAL THINKING TOWARDS THE CONTENTS OF SOCIAL NETWORKS AMONG SECONDARY SCHOOL ADOLESCENTS AND USERS OF FACEBOOK IN THE CITY OF MSILA THIS STUDY HAS BEEN INCLUDED IN DESCRIPTIVE RESEARCH AIMED AT DIAGNOSING PHENOMENA AND CHARACTERIZING RELATIONSHIPS BETWEEN THEIR COMPONENTS, BASED ON THE QUESTIONNAIRE TOOL'S DESCRIPTIVE CURRICULUM, WHICH WAS APPLIED TO A RANDOM CASTE SAMPLE OF SECONDARY-SCHOOL ADOLESCENTS 355 ADOLESCENTS IN THE SECONDARY SCHOOLS OF THE CITY OF MSILA, AMONG THE MOST IMPORTANT FINDINGS OF THE STUDY ARE:

1. THE RESULTS OF THE STUDY SHOWED THAT MOST RESEARCHERS ACKNOWLEDGED THAT THEY WERE PARTICIPATING IN THE INTERNET SERVICE AT A CONSTANT RATE OF 55.8%
2. THE RESULTS OF THE STUDY INDICATED THAT RESEARCHERS (ADOLESCENT EDUCATORS) PERMANENTLY USE THE SOCIAL NETWORK "FACEBOOK" TO MISS A LIMIT OF THREE HOURS PER DAY AND THAT 96.6% OF STUDY SAMPLE MEMBERS ARE AWARE THAT THEY HAVE A FACEBOOK ACCOUNT.
3. THE STUDY CONCLUDED THAT TEENAGERS EDUCATED IN THE CITY OF MSILA BROWSE SOCIAL NETWORKS "FACEBOOK" FOR EVERYTHING NEW.
4. THE STUDY SAMPLES ACKNOWLEDGED THAT THEY WERE DEALING WITH POSTS TO WHICH THEY WERE EXPOSED ON THE SOCIAL NETWORK "FACEBOOK" BY REGISTERING ONLY LIKES.
5. THE STUDY FOUND THAT AN ESTIMATED 55.5% OF THE STUDY SAMPLE MEMBERS RARELY CONTRIBUTE TO THE DISSEMINATION OF NEWS AND INFORMATION ON FACEBOOK.

6. HIGH-SCHOOL ADOLESCENTS USING "FACEBOOK" IN THE CITY OF MMALE-FEMALESILA ENJOY AN AVERAGE LEVEL OF MEDIA EDUCATION.
7. HIGH SCHOOL TEENAGERS USING FACEBOOK IN THE CITY OF MSILA ENJOY AN AVERAGE LEVEL OF CRITICAL THINKING.
8. THERE ARE NO STATISTICALLY SIGNIFICANT DIFFERENCES IN THE LEVEL OF MEDIA EDUCATION AMONG EDUCATED ADOLESCENTS USING "FACEBOOK" ATTRIBUTABLE TO THE GENDER VARIABLE (MALE-FEMALE).
9. THERE ARE NO STATISTICALLY SIGNIFICANT DIFFERENCES IN THE LEVEL OF MEDIA EDUCATION AMONG SECONDARY SCHOOL ADOLESCENTS USING "FACEBOOK" ATTRIBUTABLE TO THE VARIABLE PLACE OF RESIDENCE (URBAN, RURAL).
10. THERE ARE NO STATISTICALLY SIGNIFICANT DIFFERENCES IN THE LEVEL OF MEDIA EDUCATION AMONG SECONDARY SCHOOL ADOLESCENTS USING "FACEBOOK" DEPENDING ON THE EDUCATIONAL LEVEL VARIABLE (FIRST SECONDARY, SECOND SECONDARY, THIRD SECONDARY)" .
11. THERE ARE NO STATISTICALLY SIGNIFICANT DIFFERENCES IN THE LEVEL OF CRITICAL THINKING AMONG SECONDARY SCHOOL ADOLESCENTS USING "FACEBOOK" ATTRIBUTABLE TO THE SEX VARIABLE (MALE, FEMALE)" .
12. THERE ARE NO STATISTICALLY SIGNIFICANT DIFFERENCES IN THE LEVEL OF CRITICAL THINKING AMONG SECONDARY SCHOOL ADOLESCENTS USING FACEBOOK ATTRIBUTABLE TO THE VARIABLE PLACE OF RESIDENCE (URBAN, RURAL)" .
13. THERE ARE NO STATISTICALLY SIGNIFICANT DIFFERENCES IN THE LEVEL OF CRITICAL THINKING AMONG SECONDARY-SCHOOL ADOLESCENTS WHO USE "FACEBOOK" ATTRIBUTABLE TO THE VARIABLE MARITAL STATUS (I LIVE WITH MY MOTHER, I LIVE WITH MY FATHER, I AM POOR WITH MY FAMILY)" .
14. THERE ARE STATISTICALLY SIGNIFICANT DIFFERENCES IN THE LEVEL OF CRITICAL THINKING AMONG SECONDARY SCHOOL ADOLESCENTS USING FACEBOOK ATTRIBUTABLE TO THE EDUCATIONAL LEVEL VARIABLE (FIRST SECONDARY, SECOND SECONDARY, THIRD SECONDARY)"

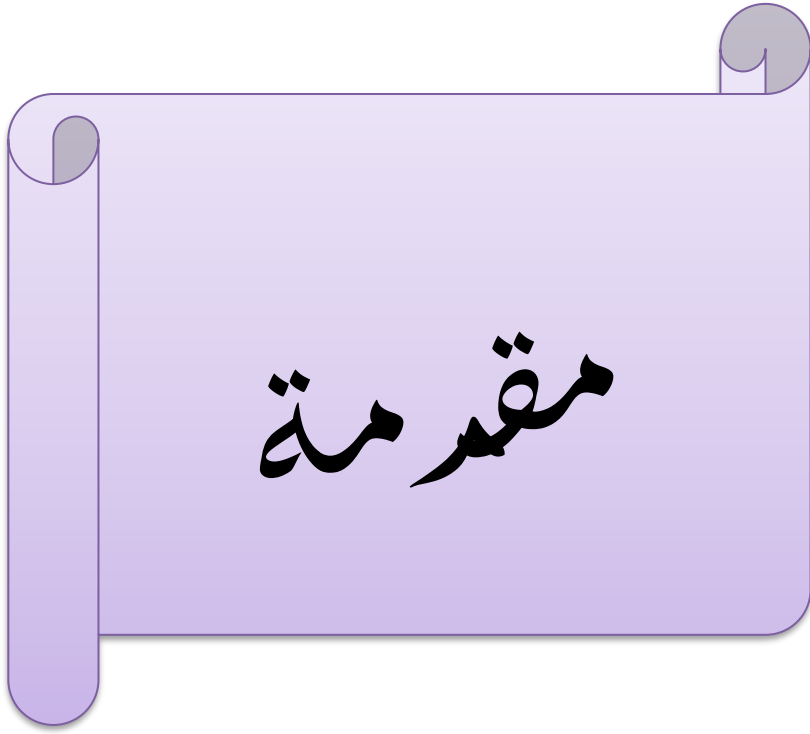
KEYWORDS: MEDIA EDUCATION, CRITICAL THINKING, SOCIAL NETWORKS' FACEBOOK ', SCHOOL TEENS.

الخطة العامة للدراسة

الصفحة	العنوان
	شكروعرفان
	إهداء
	ملخص
	فهرس العام للدراسة
أ- ج	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
5	01- الإشكالية
10	02- فرضيات الدراسة
11	03- أهداف الدراسة
12	04- أهمية الدراسة
13	05- أسباب اختيار الموضوع
14	06- تحديد المصطلحات والمفاهيم
27	07- المدخل النظري للدراسة
38	08- نوع الدراسة ومنهجها
52	09- أدوات جمع البيانات.
53	10- مجتمع البحث وعينة الدراسة
54	11- حدود الدراسة
57	12- اختبارات الصدق والثبات
58	13- الأساليب الإحصائية.
61	14- الدراسات السابقة
الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	
63	تمهيد
64	1- الأسس النظرية للتربية الإعلامية
64	1-1- التطور التاريخي للتربية الإعلامية
68	1-2- بعض الجهود المبذولة في إطار بلورة المفهوم الحديث للتربية الإعلامية
72	1-3- الإعلام التربوي والتربية الإعلامية
77	1-4- المداخل الفلسفية للتربية الإعلامية

83	5-1- المبادئ الأساسية للتربية الإعلامية
85	6-1- معايير التربية الإعلامية
86	7-1- أهداف التربية الإعلامية
89	8-1- أهمية التربية الإعلامية
91	9-1- مهارات التربية الإعلامية
97	خلاصة
98	2- مفهوم التفكير النقدي وأهميته
98	تمهيد
98	1-2- تعريف التفكير النقدي.
100	2-2- سمات المفكر الناقد .
101	3-2- المكونات الأساسية للتفكير النقدي.
103	4-2- خطوات التفكير الناقد ومراحله.
105	5-2- معايير التفكير النقدي والعوامل المؤثرة فيه.
108	6-2- مهارات التفكير النقدي.
110	7-2- أهمية التفكير الناقد.
113	3- الشبكات الاجتماعية.
113	تمهيد
113	1-3- تعريف الشبكات الاجتماعية
114	2-3- نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية.
115	3-3- حتمية استخدام الشبكات الاجتماعية.
117	4-3- خصائص الشبكات الاجتماعية.
119	5-3- أنواع الشبكات الاجتماعية.
119	6-3- أهم الشبكات الاجتماعية.
122	7-3- ماهية شبكة "الفيسبوك"
122	تمهيد
122	1-7-3- تعريف الفيسبوك: FACEBOOK
123	2-7-3- التطور التاريخي لشبكة الفيسبوك
125	3-7-3- الفيسبوك بالأرقام في الجزائر
125	4-7-3- خصائص موقع الفاسبوك.
127	5-7-3- مستخدمي الفيسبوك

128	6-7-3- خدمات التي يقدمها الفايسبوك
129	7-7-3- ايجابيات وسلبيات موقع الفايسبوك
131	8-7-3- المراهقين ووسائل الاتصال المتعددة (الشبكات الاجتماعية)
134	9-7-3- التأثيرات السلبية والإيجابية للشبكات الاجتماعية على المراهقين
140	4- الممارسات العالمية في التربية الإعلامية
140	1-4- نماذج رائدة في مجال التربية الإعلامية
152	2-4- مؤسسات التنشئة الاجتماعية والتربية الإعلامية.
164	3-4- معوقات تطبيق التربية الإعلامية
166	4-4- التفكير الناقد ووسائل الإعلام والاتصال (الشبكات الاجتماعية)
168	5-4- العلاقة بين التفكير الناقد والإعلام.
171	خلاصة
الفصل الثالث الإطار التطبيقي للدراسة	
173	تمهيد
173	1- عرض ومناقشة نتائج الدراسة
235	2- النتائج النهائية للدراسة
241	خاتمة
245	قائمة المراجع
260	الملاحق



مقدمة:

أفرزت المستحدثات التكنولوجية الحديثة في العقود الأخيرة تطورا كبيرا مس جميع مجالات الحياة لا سيما مجال المعلوماتية والاتصال، حيث جاءت الانترنت وما يصاحبها من تطبيقات خاصة تلك المتعلقة بشبكات الربط الاجتماعي لتتربع على نواتج تطور التكنولوجيا في عالم تكنولوجيات الاتصال والتي أدت بدورها الى حدوث نقلة نوعية وثورة حقيقية في العالم بسبب مميزات المتنوعة حيث انها وفرت فيضا معلوماتيا هائلا وترابط شبكي كبيرا داخل بيئات افتراضية ألغت حواجز الزمان والمكان بين مستخدميها ووفرت لهم مجالات ومساحات كبيرة لبناء جسور التواصل والتعارف والتفاعل والمشاركة، لذلك فاستخدام الانترنت وتطبيقاتها لم يعد أمر اختياري بل أصبح واقعا فرضه وأقره التطور الذي يشهده النظام العالمي الجديد. وفي ظل هذا التطور المذهل للتكنولوجيات الحديثة لوسائل الاعلام والاتصال أصبحت تمثل الشبكات الاجتماعية منها الفايس بوك الوسيط الاتصالي الأبرز والأكثر جدلا في وقتنا الحالي نظرا للانتشار الواسع لها وتزايد توافد المستخدمين عليها على اختلاف فئاتهم ومستوياتهم نتيجة سهولة استخدامها وتعدد خدماتها، إضافة الى ما يجعل هذه الشبكات تستحوذ على عقول المراهقين هو أنها تعتمد على تقديم خدمات تحاكي المجتمع الواقعي في قالب افتراضي وكونها لا تتطلب مهارات كبيرة للتحكم بها، بالتالي اصبح تأثيرها واضحا على الأفراد المستخدمين غير أن الفئة الأكثر تأثرا والأكثر تعرضا واستغراقا في تتبع محتوياتها هي فئة المراهقين فهم يوصفون بالسكان الأصليين لهاته الشبكات أو كما أسماهم "دون تيسكوت 1997TAPSCOTT DON" تسمية جيل الانترنت أو الجيل الرقمي كونهم ولدوا في بيئة اتصالية مرتبطة بالانترنت من جهة، وكون أن المراهقين في هذه الفترة ميالون للحرية والاستقلالية واستكشاف كل ما هو جديد ومبتكر من جهة أخرى، و الأكثر تضررا منها لأنه لا يملك أغلبهم مهارات وآليات تحليل الرسائل الإعلامية وفهم محتواها، وعليه فطبيعة الاستخدام اللاعقلاني واللامحدود والمبالغ فيه لهذه الأخيرة التي تحمل في طياتها رسائل إعلامية تروج أحيانا لأفكار وقيم ومعلومات قد لا يتوافق بعضها مع القيم المجتمعية التي قد تسهم في تدمير المنظومة القيمية والأخلاقية والتربوية والتعليمية للأفراد يثير العديد من الإشكاليات حول طبيعة الاستخدام وتأثيراته وكيفية الحد منها.

ولا يخفى علينا جميعا أن الانسان اجتماعي بطبعه يكون شخصيته و يكتسب ثقافته من خلال التنشئة الاجتماعية والتربية التي يحصل عليها بانتمائه الى كافة مؤسسات التنشئة الاجتماعية بدءا بالأسرة التي يكون فيها

تراكمات معرفية لمجموعة من التجارب التي تساعده في نمو شخصيته وتطورها، لينتقل بعد ذلك الى المدرسة التي تقوم بدورها هي الأخرى في إتمام بناء شخصيته وسلوكه وكذا تزويده بالخبرات والمهارات اللازمة من العيش في الحياة مواطننا صالحا وفعالا قادرا على مواجهة صعوبات وتحديات العصر من خلال المناهج الدراسية المكلفة بمهمة ترسيخ القيم الاجتماعية السليمة وتقرير السلوكيات الإيجابية وممارسة المواطنة بشكل إيجابي ، وبين الأسرة والمدرسة نجد وسائل الاعلام والاتصال والتكنولوجيات الحديثة عموما تنافس الآباء في المنازل والمعلمين في المؤسسات التربوية في تنشئة وتربية الأفراد، فلقد أثبتت العديد من الدراسات أن وسائل الاعلام والاتصال المختلفة أصبحت اليوم تمثل أهم و اخطر وسائل التنشئة الاجتماعية في المجتمع لان تأثيرها اكبر من التأثير الذي تحدثه الاسرة والمدرسة او أي مؤسسة أخرى، فعلى الرغم من الدور الذي تمارسه في تثقيف وتعليم الأفراد الا انه في ظل الانفتاح الإعلامي الجديد وتوفر وسائل التواصل الاجتماعي انتشرت العديد من المحتويات الإعلامية التي تحمل أفكار ومعلومات غير أخلاقية تخالف القيم السائدة في المجتمع في كثير من الأحيان، ومن شأنها أن تعيق النمو السليم للفرد من جميع الجوانب العقلية والنفسية و الأخلاقية وحتى القيمية منها وتتحكم في حياته وتوجهها الى مسارات لا يرضاها المجتمع ولا يعترف بها ابا ، و كل هذه التأثيرات السلبية انما تعود الى غياب أو قلة الرقابة والإرشاد والتربية على طريقة التعاطي الصحيح مع هذه الوسائل الإعلامية، لذا فنحن في أمس الحاجة الى استراتيجيات وقائية للتصدي للبت الإعلامي الخارجي والغزو الثقافي الأجنبي من قبل وسائل الإعلام الغربي .

وفي خضم هذا الواقع الإعلامي الجديد بمنافعه وأضراره والذي يسير بوتيرة متسارعة نحو التطور والتقدم في كل مرة، نقل لنا مشاهد حقيقية عن الارتباط الوثيق بين حياتنا اليومية والشبكات الاجتماعية التي تميزت في الأونة الأخيرة بمستوى مرتفع من التداول الالكتروني للمعلومات والأخبار ومختلف المضامين الإعلامية التي قد تحمل في طياتها كثير من القيم والثقافات منافية لما هو سائد في المجتمع الجزائري الأمر الذي قد يشكل خطرا كبيرا على سلوكيات وأخلاقيات النشء والمراهقين والشباب.

لذلك أصبح من الضروري البحث عن طرق وأساليب ملائمة لحماية وتحصين الأجيال القادمة من تأثيرات وانعكاسات الرسائل الإعلامية المستهدفة لقيمه ومبادئه والمهددة لكيونته الفكرية والثقافية عبر شبكة الانترنت بتقديم الأدوات والمهارات اللازمة لترشيد استخدام وسائل الاعلام والتكنولوجيات الحديثة بشكل عام ليصلوا الى فهم البيئة الإعلامية والتعامل معها بذكاء ووعي لأن صناعة الإعلام في العالم لم تأتي بطريقة عشوائية ولا من فراغ

بل من محتوى وسائل مخططة ومدروسة خاصة في كيفية استقطاب الجماهير والتأثير عليهم، ومن هنا تأتي أهمية التربية الإعلامية في زيادة الوعي الإعلامي في مواجهة الاعلام السلبي، فقد أصبحت ضرورة واحتياج عصري فهي تساهم في تحويل مكانة الجمهور من التلقي السلبي الى التلقي الإيجابي النشط والفعال المدرك لأهمية التعرض الانتقائي الواعي والأمن للمضامين والرسائل الإعلامية المختلفة سواء كانت مكتوبة أو مسموعة أو مرئية أو مدمجة كما هو في البيئة الرقمية، وتنمية مهارة التفكير النقدي وتدعيم مهارات التحليل العميق والتقييم لكل ما يعرض عليه عبر وسائل الإعلام وكذا تعريفهم بالأسلوب السليم للتعامل مع هذه الوسائل وما تقدمه من منتجات مختلفة ومن أجل الحفاظ على النسق القيمي والبناء الأخلاقي للمجتمع. وعليه تأتي هذه الدراسة كمحاولة تسليط الضوء على حاجة مجتمعاتنا العربية خاصة المجتمع الجزائري الى أساليب وقائية لمواجهة خطر التدفق المعلوماتي الفائض من مختلف وسائل الإعلام والاتصال وذلك بتبني مفهوم التربية الإعلامية منهجا وأسلوبا لترشيد تعامل المراهقين مع مضامين وسائل الإعلام والاتصال تحديدا الشبكات الاجتماعية "الفيديسوك" بوعي، ولمعالجة موضوع الدراسة تم تقسيمها الى ثلاثة فصول عنيت بجوانب منهجية ونظرية وتحليلية ميدانية نعرض خطتها كالآتي:

- الإطار المنهجي للدراسة: وتناولنا فيه الخطوات المنهجية التي سوف نتبعها في معالجة موضوع الدراسة وتمثلت في إشكالية الدراسة التي ربطنا فيها بينت متغيرات الدراسة من العام الى الخاص، تساؤلات الدراسة، فرضيات الدراسة، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة أسباب اختيار الموضوع. الخلفية النظرية للدراسة، تحديد المصطلحات والمفاهيم، الأدبيات السابقة، مجالات الدراسة، نوع الدراسة ومنهجها، مجتمع وعينة الدراسة، أدوات الدراسة، الصدق والثبات الأساليب الإحصائية.
- الإطار النظري للدراسة: سنستعرض فيه الخلفيات الفكرية والمعرفية والنظرية المرتبطة بالتربية الإعلامية والتفكير الناقد والشبكات الاجتماعية "الفيديسوك"، ثم التطرق الى أبرز التجارب الرائدة في تطبيق التربية الإعلامية في التعليم العام في مختلف دول العالم، إضافة التعرّيج الى أهمية مؤسسات التنشئة الاجتماعية في تربية المراهقين إعلاميا.
- الإطار التطبيقي للدراسة: سنركز فيه على تحليل بيانات الدراسة الميدانية بمناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات للخروج بمجموعة من استنتاجات عامة لموضوع الدراسة.



الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

01- الإشكالية:

أحدثت التطورات التكنولوجية في مجال الاتصال وتقنية المعلومات في السنوات القليلة الماضية نقلة نوعية وتغييرات عميقة في مختلف جوانب ومجالات الحياة الإنسانية والاجتماعية، الثقافية والفكرية وبدأت آثار هذه التغييرات على مستوى الجماعات و الأفراد ليس على المستوى المحلي فقط بل تعدى ذلك المستوى العالمي محدثة بذلك تأثيرات جديدة ومباشرة على مختلف التنظيمات و البنى الاجتماعية، اذ مثل ظهور الانترنت في هذا الاطار أحد مظاهر ثورة المعلومات حيث صارت قوة الدول لا تقاس فقط بأيدولوجياتها السياسية ومواردها المادية والبشرية بل كذلك بتحكمها في وسائل تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، ذلك أنه تكاد تجمع العديد من الدراسات أن العالم اليوم يعي ما يسمى ثورة في تكنولوجيا الاتصال و الإعلام " وهي ثورة تتجسد في وفرة قنوات الاتصال التي تحددت المسافات وتخطت الحواجز لتجعل من العالم قرية صغيرة الأمر الذي أدى إلى تنوع الرسائل الاتصالية و أشكالها والقوى هو من يتحكم في الوسيلة انتاجا و تصنيعا والرسالة من حيث قوتها وتأثيرها على الرأي العام المحلي والعالمي .

أدى الاستخدام المتزايد للانترنت على مستوى إنتاج و نشر المضامين الإعلامية قاعدة لظهور تطبيقات ما يعرف بالإعلام الرقمي، التي اتسمت بالتفاعلية خاصة الشبكات الاجتماعية التي أضحت تعتبر الظاهرة الأهم في عالمنا اليوم، كونها تستقطب مختلف الشرائح الاجتماعية في كل دول العالم بسبب ما تقدمه من ايجابيات وخدمات تفاعلية جعلتها تكتسب شعبية كبيرة بين مستخدمي شبكة الإنترنت، وهو ما يجعل عددا من المواقع الإلكترونية تعرف تراجعا كبيرا لحساب شبكات التواصل الاجتماعية لما توفره من معلومات و بيانات رقمية تستهدف جمهور واسع باختلاف أعمارهم و جنسياتهم و أوطانهم وتنوع رتبهم ، غير أن الشريحة العمرية الأكثر تأثرا تبقى فئة النشء والمراهقين والشباب الذين لا يملكون آليات تحليل وفهم المحتويات والرسائل الإعلامية ، فقد باتت هذه المرحلة العمرية أسيرة الرسائل الإعلامية ومحتوى المواد والبرامج التي تتابعها ، وبفعل هذه الظاهرة أصبح المراهقين مستقبلين سلبيين يعملون على أخذ المعلومات والأفكار التي تبث دون التعمق في خلفياتها وتأثيراتها ، و اصبحوا أيضا منغمسين في عملية نقلها إلى الآخرين بشكل أوتوماتيكي من باب المشاركة دون التحري عن صحتها و نفعيتها، وهذا ما يعرف " بالمعالجة الأوتوماتيكية" الي تعني الاستجابة غير الواعية لعدد كبير من المضامين الإعلامية ، مما يسبب غياب الكثير من الحقائق ، ويضعف القدرة على تشكيل المعنى الواقعي للأحداث المحيطة به ،ومن ثم

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

التفسير الخاطئ لها وقبول الرأي الذي تتبناه وسائل الإعلام حول قضايا جوهرية تخص الأفراد ومجتمعاتهم ، وذلك ينشأ بوجود مؤثرات غير مرغوبة في الوسط الذي يحيا فيه الإنسان ويتعامل معه ، هذه المؤثرات من شأنها تعطيل النمو السليم للإنسان من النواحي: النفسية ، العقلية و القيمية والأخلاقية ، وتوجيه حياته لوجهة لا يرضها المجتمع ولا يقرها لأن فيها خطورة على كيانه واستقراره وتطوره (محمد، 2015، صفحة 11). ومن هنا تكمن خطورة هذا الواقع الذي بات يهدد جل الأفراد من خلال خلق بليلة ورايات فعل خطيرة في المجتمعات.

فرضت هذه الثورة العلمية والتكنولوجية على جل المجتمعات خاصة العربية ومنها الجزائرية الحاجة الملحة إلى التنشئة الاجتماعية السليمة حتى يكون بمقدورها التصدي للتغيرات التي أفرزتها هذه الثورات، ولعل الاهتمام بالتنشئة الاجتماعية يعود إلى ما تفعله في حياة الأفراد من تغييرات معرفية وسلوكية ايجابية في الشخصية حتى يسهل للفرد لتحقيق ذاتيته، مستندا على نفسه، فهي مرتبطة ببناء المجتمع وتشكيله وإكسابه قيما واتجاهات صحيحة وإيجابية، الا أن أبرز الإشكاليات المعاصرة للتربية والتنشئة الاجتماعية هي إشكالية التفاعل اللاوعي للنشء و المراهقين والشباب على حد سواء مع وسائل الإعلام من تأثيرات سليمة مقصودة وغير مقصودة من خلال رسائلها الضمنية التي تسلب الخصوصية وتولد مختلف أشكال العنف والجريمة وتهدم القيم والأخلاق مهددة بذلك العقيدة والآداب العامة ، لوسائل الإعلام في عالمنا المعاصر تتميز بالتأثير القوي والفعال خاصة الشبكات الاجتماعية وذلك لأسباب منها : تنوعها ما بين مقروء ومسموع ومرئي وكذلك جاذبيتها للانتباه ، وسهولة تمكينها المتلقي التفاعل معها ، ووفرة وسائلها على مدار الساعة وسهولة استخدامها في أي مكان بتكلفة زهيدة وتوفيرها الخصوصية للمتلقى ، وتحررها من الرقابة واختراقها جميع المجالات بلا استثناء ، سواء القيمة أو الاجتماعية أو السياسية أو الاقتصادي فأصبحت جزء لا يتجزأ من حياة عدد كبير من المستخدمين. وتظهر إشكالية العلاقة بين التربية والإعلام التي مرت عبر تاريخها بأنماط متباينة من العلاقة من التكامل إلى التناقص إلى التوتر والصراع، مما حرك المعنيين بأمر التربية والإعلام نحو الاتجاه إلى محاولة رأب الصدع في شكل العلاقة والعمل على مراعاة ما يريده كل طرف من الآخر فعقدت الندوات والمؤتمرات وأجريت الدراسات لهذا الغرض، ولكن الحركة السريعة للإعلام واستغلال القوي السياسة والاقتصادية له إضافة إلى جمود الحركة التربوية التقليدية أدى إلى تأثيرات سلبية على البنية الثقافية والاجتماعية. فلم يعد ناجحا أسلوب الوصاية التربوية على الإعلام وبات من الضروري أن تعمل التربية على إيجاد حلول منهجية في التعامل مع الإعلام، الأمر الذي أثار الكثير من الجدل حولها ولفت

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

اهتمام الباحثين من مختلف التخصصات العلمية كعلم الاجتماع وعلوم التربية وعلم النفس وعلوم الإعلام والاتصال فكانت الجهود العلمية مركزة على تحديد علاقة التربية بالإعلام من جهة، ومن جهة أخرى التركيز على مظاهر التأثير السلبي لوسائل الإعلام والاتصال و في اقتراح جملة من الحلول والآليات في التعامل مع الإعلام نتيجة لتطوره وتقدم تقنياته وفنونه، إذ تمكن من أن يثبت قدرته في صنع بيئته التربوية الخاصة حتى أصبحت غالبية المجتمعات تشهد تنافسا بين النظامين التعليمي والإعلامي .

إن أغلب هذه التحديات والمخاطر التي تفرضها البيئة الرقمية – خاصة في البلدان التي تعاني الفجوة الرقمية- يتطلب وعيا كبيرا لبدء حماية الناشئة من الأجيال الجديدة و إكسابها مناعة وحصانة ضد المحتويات الإعلامية بجميع أشكالها منها الرقمية واحتوائها وتحليلها للتخفيف من وطأتها المؤذية في بعض الأحيان ، من خلال تقديم الأدوات و المعارف المناسبة لأجل فهم طريقة عمل وسائل الإعلام وتمكين الأفراد من التفاعل معها بشكل سليم وعقلاني حرصا على سلامة البناء لقيمي والأخلاقي للنشئ، وحتى تكون قادرة على استيعابها وفق حس نقدي ايجابي يترفع بهم عن الاستهلاك السلبي للمحتويات الرقمية بألية تجعلها قادرة على فهمها و التعاطي معها وإنتاجها وتبادلها و متمكنا من استخدامها وهذا ما أطلق عليه ب " التربية على الإعلام الرقمي " أو التربية الإعلامية، فالغاية منها هو تربية الناشئة على حسن استغلال وسائل الاتصال الرقمي وتجنب مخاطرها وتزويدهم بأدوات و مهارات مرتبطة عضويا بالبيئة الرقمية.

اذ يرى كثير من الباحثين منهم " رينيه هوبز و سونوية ليفن ستون" أن التربية الإعلامية تمثل فرصة حقيقية لبناء ثقافة التعامل الواعي والايجابي مع وسائل الاعلام وتكنولوجيات الاتصال الحديثة خاصة الشبكات الاجتماعية "الفيديسوك" فقط تحتاج الى ممارسة تطبيقية ، وهو ما يجري في دول العالم الغربي أمثال الولايات المتحدة الأمريكية وكندا ودول الاتحاد الأوربي..... التي عملت بالتعاون مع منظمة اليونسكو في تبني خطط متنوعة حول آليات الاستخدام الأمن والرشيد لوسائل الإعلام بالتركيز على الانتقال من مسلمة التربية بوسائل الإعلام إلى التربية على وسائل الإعلام (التربية الإعلامية) والتدريب على ممارستها واتقان مهاراتها وتعميق فهم أسسها ، والمدرسة كمؤسسة تعليمية وتربوية نظامية أو كلت لها هذه المهمة من اجل اعداد مواطن صالح يمتلك مهارة التفكير الناقد للمحتويات الإعلامية التي يتعرض لها فهي تساهم في تحصين المراهقين والشباب على مواكبة حصيلة هذا التطور الهائل، وما ينطوي عليه من تغيرات مستقبلية يتعذر التنبؤ بها ، ومواقف تتطلب الفهم ، وتفسير وتحليل وتقويم

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

للوصول إلى استجابات ناقدة بشأنها، لذلك يعد التفكير النقدي من القضايا المهمة بل أنه سمة أساسية لتحقيق التقدم والنجاح في القرن الحادي والعشرين، مما جعل البعض يعتبره بمثابة قاعدة معرفية KNOW LEDGE BASE تقود عمليات على حل المشكلات واتخاذ القرارات السليمة. وبالتالي أصبحت تعتبر تنمية مهارات التفكير الناقد هدفا هاما تسعى كثير من المجتمعات إلى تحقيقه. إضافة إلى نشر مبادئ وضوابط تساعد في التصدي لما تبثه الشبكات الاجتماعية من رسائل –غالبا ما تكون ذات اتجاه سلبي – تساهم في هدم جزء كبير من البنية الاجتماعية والنفسية للمجتمع، حيث أن معرفة الأفراد بالأهداف المستورة والمتضمنة في مضامين وسائل الإعلام تزيد من قدرتهم على الاستخدام الآمن لتلك الوسائل مع تنمية قدراتهم على الحكم الواعي على ما يتعرضون له من مضامين من خلال تعرضهم لتلك الوسائل، كما أنها تمكنهم من تعلم أخلاقيات إنتاج المضامين ومشاركتها. وفي هذا السياق أكد واحد من تقارير " المنظمة الدولية اليونسكو "بأن تحديات القرن الواحد والعشرين تحتم على المجتمعات الحالية اعتماد التربية الإعلامية كآلية لمواجهة هذا التحدي حيث اقر أن "التربية الإعلامية جزء من الحقوق الأساسية لكل مواطن في كل دولة من دول العالم، ويستوجب ان يتم تكوين النشء للعيش في عالم هيمنة الصوت والصورة والكلمة" ونادت بضرورة إدراج التربية الإعلامية ضمن المناهج التربوية بعيدا عن الطرق القمعية سعيا للخلاص من الأمية الإعلامية لتأسيس مجتمع إعلامي وإيجابي.

وبمواصلة الحديث عن أهمية إيجاد طرق لتجسيدها باعتبارها من أهم البرامج التي تسمح بتنشئة الأفراد خاصة الشباب والمراهقين وفق أسس ومبادئ اجتماعية سليمة تساعدهم من استيعاب حقيقة مختلف الصناعات الإعلامية عبر العالم، يبدو أن أقرب النظم التي يمكن ان تفعل البرامج والأنشطة أو المقررات التعليمية والتي يمكن أن تقترح بشأن التربية الإعلامية هي المؤسسات التربوية التعليمية باعتبارها الحاضن الأول للتعليم النظامي الذي يضمن لها تجسيدها أكاديميا ممنهجا يراعي مختلف الأطوار التعليمية (أمقران و بوعيفي، 2018، صفحة 18)، فالمؤسسات التربوية(المدرسة) تضطلع بدور جليل في تحقيق غايات المجتمع وتطلعاته حيث تشكل وسيلة هامة وركيزة عظيمة في تكوين شخصيات الأفراد وتشكيل عقولهم وإكسابهم قيم المجتمع ومبادئه وأخلاقه، وعليه فإذا كانت المدرسة لها مهمة تنشئة أجيال اليوم للغد فإنه اصبح لزاما عليها التحكم في التدفق المعلوماتي لمختلف المجالات التربوية والعلمية، التكنولوجية والاجتماعية والاقتصادية لتمكين الأجيال الصاعدة من التكيف والتأقلم مع مستجدات العصر والتطورات على مختلف الأصعدة من جهة، و لبلوغ أهدافها وغاياتها المنشودة في

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

بناء فرد واعي لقيمه ومندمج مع مجتمعه في ظل التحديات الراهنة من جهة أخرى ، وبناء عليه تعد المؤسسات التربوية التعليمية من أهم المؤسسات التي ينبغي عليها أن تعنى بوسائل الإعلام وتدرّك أهميتها وتعمل على الاستفادة منها في كثير من نشاطاتها وبرامجها التي تهدف الى تنشئة الأجيال تنشئة صحية سليمة تسهم في تنمية المجتمع واستقراره. إذ أنه يحظى استخدام وسائل الإعلام في التربية أهمية بالغة في أغلب دول العالم وان اختلفت كفاءة الاستخدام في النظم التربوية المتنوعة، فأحدى وظائف التربية هي تنمية استعدادات التلميذ ليصبح مصرا على تقييم وعي المجتمع الذي يعيش فيه وتؤدي ضمنه وسائل الإعلام دورا مهما.

وعلى غرار الدول الغربية سعت الدول العربية الى السير في نفس التيار ومواكبة تلك الجهود العلمية العالمية في تكريس مشروع التربية الإعلامية بالاتفاق أيضا مع منظمة اليونسكو فكانت أول ورشة عمل حول التربية الإعلامية في القاهرة سنة 2002 لها المؤتمر الأول للتربية الإعلامية سنة 2007 من طرف وزارة التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية والذي أكد في نهايته على ضرورة ادراج التربية الإعلامية في المنظومة التعليمية العربية.

والجزائر كغيرها من الدول العربية لم تشكل استثناء في الاهتمام بالتربية الإعلامية من خلال جملة الجهود البحثية والأكاديمية في شكل أعمال فردية أو في ملتقيات دولية ووطنية متفرقة في بعض الجامعات الجزائرية، أو اهتمام اعلامي مناسباتي تنادي في مجملها الى ضرورة الاهتمام الرسمي والجدي بهذا الموضوع خاصة في ظل تنامي تأثيرات الشبكات الاجتماعية وكذا الاستخدام العشوائي والمكثف لها من قبل فئات المجتمع خاصة المراهقين والشباب منهم دون دراية بأسس التربية الإعلامية ومهاراتها، وهذا بفضل تميزها بدرجات عالية من الحرية التي ساهمت بدورها في التداول و النقل الحر والكثيف و اللامحدود للمعلومات على اختلاف أشكالها (نصية، صوتية، صورية ، سمعية بصرية.....) بلغت أحيانا غايات عميقة الأثر والتأثير (النفسي والاجتماعي، الديني والإعلامي، سياسي وثقافي.... الخ) مشكلة بذلك عنصرا أساسيا في منظومة المجتمع لجذبها واستقطابها لأغلب فئاته وطبقاته، الأمر الذي جعلها تمثل خطرا حقيقيا على المنظومة القيمية والأخلاقية للمجتمع الجزائري خصوصا في ظل التداول الالكتروني للعديد من الأخبار الكاذبة والإشاعات والمعلومات المغلوطة ودعايات مضللة في مختلف المجالات لتزييف الحقائق حول العديد من الأحداث والقضايا السائدة في الفضاء الاتصالي الجزائري، فهذا التأثير كله من الممكن أن يأخذ مسارا سلبا في وجود حالة من التنافر المعرفي التي تعوق الفرد المراهق الجزائري في معالجة المعلومات لتحديد نوعيتها و مصداقيتها مما يشكل عامل ضغط إضافي عليهم ويمكن أن يشكل تهديدا خطيرا على النسيج

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

الاجتماعي للمجتمع الجزائري، وبالتالي نحتاج الى التربية الإعلامية لتمكين الفرد المراهق من التعامل مع المحتوى الذي يتلقاه من خلال معرفة ماذا يتلقى من رسائل إعلامية، من أنتج المحتوى، من المستهدف بالدرجة الأولى، ومن جهة ثانية ابراز دور التربية الإعلامية في تنمية التفكير النقدي حول المضامين الإعلامية خاصة في ظل لا محدودية المحتوى على الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك". وعلى هذا الأساس قادتنا مشكلة الدراسة الى طرح التساؤل حول كيفية استخدام المراهقين المتمدرسين للشبكات الاجتماعية "الفيسبوك" ومدى امتلاكهم القدرة على تحليل ونقد المحتوى المقدم في الرسائل الإعلامية واتخاذ قرار مستنير وواعي نحوها، وعليه كيف تساهم التربية الإعلامية في تنمية التفكير النقدي للمراهقين المتمدرسين بمدينة المسيلة نحو مضامين الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك"؟

التساؤلات الفرعية:

- ما طبيعة استخدام المراهقين المتمدرسين للشبكات الاجتماعية "الفيسبوك"؟
- ما مدى إدراك وفهم (مستوى) المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيس بوك" بمدينة المسيلة لمفهوم التربية الإعلامية؟
- ما مستوى التفكير النقدي لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيس بوك" بمدينة المسيلة؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيس بوك" تبعا لمتغير "الجنس (ذكر-أنثى)، المستوى التعليمي (أولى ثانوي-ثانية ثانوي-الثالثة ثانوي)، مكان الإقامة(ريفي-حضري)، الحالة الاجتماعية (أقيم مع أبي-أقيم مع أمي-أقيم مع ولدي معا)؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التفكير النقدي لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيس بوك" تبعا لمتغير الجنس(ذكر-أنثى)، المستوى التعليمي (أولى ثانوي-ثانية ثانوي-الثالثة ثانوي)، مكان الإقامة(ريفي-حضري).

02- فرضيات الدراسة:

بعد طرح سؤال البحث كمرحلة أولى من مراحل تحديد المشكلة، يبقى الانتقال إلى عمليات هذه الإشكالية العلمية، عن طريق تحويل سؤال البحث إلى فرضية، حيث أن سيرورتها تسمح بالانتقال من سؤال البحث الذي يتميز بالعمومية والتجديد إلى السلوكيات والممارسات في حد ذاتها والتي تسعى إلى ملاحظتها في الواقع. وهكذا ننتقل من الجانب المجرد إلى الملموس للبحث. (1) وفي ضوء الإشكالية المقترحة جاءت الفرضيات التالية:

1-2 الفرضية العامة:

- تساهم التربية الإعلامية بشكل إيجابي في تنمية التفكير النقدي للمراهقين نحو مضامين الشبكات الاجتماعية الفيسبوك".

2-2 الفرضيات الفرعية:

- يمتلك المراهقين المتمدرسين مستخدمي الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك" بمدينة المسيلة مستوى متوسط من التربية الإعلامية وأبعادها.
- يمتلك المراهقين المتمدرسين مستخدمي الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك" بمدينة المسيلة بمستوى متوسط من التفكير النقدي.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي الشبكات الاجتماعية "الفيس بوك" تبعا لمتغير (الجنس (ذكر-أنثى)، المستوى التعليمي (أولى ثانوي-ثانية ثانوي-"الثالثة ثانوي)، مكان الإقامة (ريفي-حضري)، الحالة الاجتماعي (أقيم مع أبي-أقيم مع أمي-أقيم مع ولدي معا)؟
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التفكير النقدي لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي الشبكات الاجتماعية "الفيس بوك" تبعا لمتغير الجنس (ذكر-أنثى)، المستوى التعليمي (أولى ثانوي-ثانية ثانوي-"الثالثة ثانوي)، مكان الإقامة (ريفي-حضري)، ؟

03- أهداف الدراسة:

- تسعى الدراسة التي بين أيدينا لتحقيق جملة من الأهداف ولعل الهدف الرئيسي في هذا المجال هو:
- معرفة كيف تساهم التربية الإعلامية في تنمية التفكير النقدي للمراهقين المتمدرسين نحو مضامين الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك".
 - كما أن الدراسة تسعى لتحقيق أهداف ثانوية أخرى، تخدم بالضرورة الهدف الرئيسي يمكن أن نوردتها على النحو التالي:
 - التعرف على طبيعة استخدام المراهقين الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك".
 - الكشف عن مدى وعي المراهقين المستخدمين "للفيس بوك" بمفهوم التربية الإعلامية وأبعادها.

- التعرف على مستوى التفكير النقدي لدى المراهقين المستخدمين "الفييس بوك" بمدينة المسيلة.
- رصد الفروق في مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المستخدمين "للفيسبوك" بمدينة المسيلة تبعا لمتغير (الجنس(ذكر-أنثى)، المستوى التعليمي (أولى ثانوي-ثانية ثانوي-"الثالثة ثانوي)، مكان الإقامة(ريفي-حضري)، الحالة الاجتماعي (أقيم مع أبي-أقيم مع أمي-أقيم مع ولدي معا).
- التعرف أيضا على الفروق في مستوى التفكير النقدي لدى المراهقين المستخدمين "للفيسبوك" بمدينة المسيلة تبعا لمتغير الجنس(ذكر-أنثى)، المستوى التعليمي (أولى ثانوي-ثانية ثانوي-"الثالثة ثانوي)، مكان الإقامة(ريفي-حضري)، ؟
- الكشف عن العلاقة بين مستوى التربية الإعلامية والتفكير النقدي لدى المراهقين مستخدمي "الفييسبوك" بمدينة المسيلة.

04- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تعالج إشكالية جديدة تتعلق بتحديد كيفية إيجاد آليات لتمكين الجمهور من النشء والمراهقين من خطورة التحدي الإعلامي والتكنولوجي بامتلاك القدرات والمهارات اللازمة التي تجعلهم قادرين على وقاية وتحصين أنفسهم لمواجهة هذه التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام وشبكة الانترنت(الشبكات الاجتماعية)، خاصة في ضوء عالمية الوسائل، وعدم وجود ضوابط قانونية وأخلاقية تسيطر على المضامين الإعلامية التي أصبحت المصدر الرئيسي للمعرفة، وكذا تحديد دور التربية الإعلامية في تنمية مهارة القراءة الناقدة للمراهقين نحو مضامين الشبكات الاجتماعية "الفييسبوك" من خلال البحث عن حلول لتجسيد التربية الإعلامية على أرض الواقع نظرا لأهميتها البالغة في العصر الحالي، وهذا ما تناشد به اليونسكو من خلال اهتمامها بالتربية الإعلامية ورغبتها في ادماجها كمنهج أساسي في التعليم المدرسي.

- الاهتمام العالمي والدولي المتزايد بالتربية الإعلامية لأهميتها البالغة في عصر الانفلات الإعلامي لأنها تساهم في تنمية الوعي بالمضامين الإعلامية بكافة أنواعها السمعية أو البصرية أو المكتوبة.
- كما تبرز أهمية الدراسة في أن الفئة (عينة الدراسة) محل الدراسة تعتبر قوة مهمة جدا في المجتمع وهي مرحلة المراهقة التي يكون فيها التلميذ متهيئا لاكتساب الكثير من الخبرات والقيم المختلفة، وبالتالي عادة ما مستهدفة ومعرضة للانحراف الفكري، وذلك نظرا لما تتمتع به هذه القوة من خصائص نمائية مختلفة كحب

الاستطلاع والاستكشاف والميل إلى الحرية والاستقلالية، وعدم الامتثال للقيم والمعايير الاجتماعية المرغوبة في المجتمع أحيانا.

- كما تأتي الأهمية العلمية لهذه الدراسة من قلة الدراسات السابقة العربية والجزائرية التي تناولها الظاهرة محل الدراسة وهو مدى مساهمة التربية الإعلامية في تنمية التفكير النقدي للمراهقين نحو مضامين الشبكات الاجتماعية، الأمر الذي يجعلها قد تشكل هذه الدراسة مرجعا ومصدر هاما علميا يمكن أن يلجأ إليه الباحثون المهتمون بالتربية الإعلامية لمعرفة معايير ومهارات التربية الإعلامية في التعامل مع مضامين الشبكات الاجتماعية، وكذا إمكانية وضع نتائج الدراسة موضع التطبيق في المؤسسات التربوية الجزائرية، و الاستفادة من نتائجها في التخطيط للبرامج التربوية والتعليمية.

- تعتبر هذه الدراسة فرصة لضرورة فتح نقاش رسمي ومعمق حول موضوع التربية الإعلامية وكيفية العمل على تجسيدها كمادة منفصلة أو متصلة ببعض المواد الدراسية لتلقين التلاميذ مهارات التفكير النقدي في التعامل مع وسائل الاعلام المختلفة.

05- أسباب اختيار الموضوع:

إن وراء كل بحث أو دراسة معينة أسباب دفعت صاحبها لإثارة المشكلة والسعي نحو إيجاد حلول لها، ومن الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع هي:

إن اختيارنا لموضوع " دور التربية الإعلامية في تنمية التفكير النقدي للمراهقين نحو مضامين الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك"، إنما هو نتاج مجموعة من الأسباب نرجعها إلى أسباب ذاتية، وأخرى موضوعية، وذلك على النحو التالي:

1-5 الأسباب الذاتية:

- ميولنا الشخصي نحو الدراسات المتعلقة بوسائل الإعلام الجديدة، والمجتمعات الافتراضية وكل إفرزات التكنولوجيا الحديثة في المجال الإعلامي الاتصالي.

- اعتبار أنفسنا جزءا متأثرا بهذه التكنولوجيا، الأمر الذي رسم لدينا العديد من الإشكاليات في الممارسات التواصلية مع هذه الشبكات الاجتماعية خاصة شبكة "الفيسبوك".

- الاهتمام بالدراسات المتعلقة بالتربية الإعلامية من حيث متابعة آليات تطبيقها على مختلف المراحل التعليمية (ابتدائي، متوسط، ثانوي، جامعي) نظرا لأهميتها الكبيرة في الترشيد على كيفية التعامل مع الوسائل الإعلامية في ظل التأثير الذي تحدثه المضامين الإعلامية عبر مختلف وسائل الإعلام منها الشبكات الاجتماعية في تشكيل أفكار وسلوكيات المستخدمين منهم الشباب والمراهقين في حياتهم ومواقفهم.

2-5 الأسباب الموضوعية :

يعتبر هذا الموضوع مجالا خصبا للبحث والدراسة في مجال التربية والإعلام معا، بهدف الوصول لتصورات جديدة ومبتكرة تفسر العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام والتربية، حيث تسمح لنا التربية الإعلامية بتنمية مهارات التعامل مع وسائل الإعلام كمهارة التفكير النقدي والمعالجة، خاصة أنه يمكن التحكم والسيطرة في التدفق الكبير والمستمر للمعلومات التي تتاح لمختلف الفئات والأعمار على مدار الساعة تحمل مضامين مخلة بالحياة وثقافات جديدة تهدد عادات وتقاليد وقيم ومبادئ المجتمع الإسلامي والمجتمع الجزائري خاصة عبر مختلف المنصات الإلكترونية الاجتماعية منها " الفيس بوك".

- الاستخدام المفرط والسلبى للوسائط الإلكترونية من قبل المراهقين ، الأمر الذي يستدعي منا دراسة الموضوع دراسة علمية منظمة خاصة في ظل نقص البرامج الإعلامية التي تدعم تطبيق التربية الإعلامية على مستوى المؤسسات الإعلامية والتربوية الجزائرية المختلفة هذا من شأنه ان يساعد في تكثيف برامج توطر الندوات والمحاضرات والأيام تكوينية التي ترشد استخدامها والتوعية بآثارها لأن عدم وجود تربية إعلامية يؤدي إلى زيادة انتشار التضليل و تزيف الوعي وإخفاء الحقائق التي تساعد الأفراد على اتخاذ القرار بشأن ما يمس مصالحهم.

- غياب الرقابة الأبوية أو المدرسية في توجيه الأطفال والمراهقين بكيفية التعامل مع المحتويات الإعلامية والاتصالية المختلفة التي يتم تداولها عبر الشبكات الاجتماعية سواء من حيث النشر والمشاركة والتفاعل وقواعد وأخلاقيات الحوار الافتراضي.

- تنوع المضامين الإعلامية التي تفرض مضامين مخلة بالحياة وثقافات غريبة تهدد عادات وتقاليد وقيم ومبادئ المجتمع الإسلامي خاصة المجتمع الجزائري عبر مختلف المنصات الإلكترونية ومنها الشبكات الاجتماعية "الفيس بوك".

06- تحديد المصطلحات والمفاهيم:

1-6- التربية الإعلامية:

هناك مصطلحان يتكرر استخدامهما في الدراسات والبحوث الأجنبية التي تتناول الدراسة الحالية وهما التعليم الإعلامي أو التربية الإعلامية ي ترجمة للكلمة الإنجليزية أو الفرنسية " " L EDUCATION AUX MEDIA " و " MEDIA EDUCATION " وتعرف على أنها التربية الناتجة عن استخدام وسائط الإعلام. (الخليج، 2009، صفحة 89) وهي مصطلحات كثير الاستعمال في إنجلترا والدول الأوروبية، أما المصطلح الثاني وهو الأكثر شهرة في كندا و الو.م.أ ويشير إلى محو الأمية الإعلامية أو المعرفة الإعلامية أو الثقافة الإعلامية " MEDIA LITERACY " خاصة مع التطور المعرفي في جميع مجالات الحياة المعاصرة التي تقتضي الإلمام بكل المعارف التي تمكن الفرد من التكيف ومواكبة المجتمع المعلوماتي الحديث (الكريم، 2007، صفحة 03).. هذا المصطلحان مترادفان يشيران إلى نفس المعنى وهو الذي خرج به المؤتمر القومي للتربية الإعلامية الذي عقد في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1992م، حيث عرفها على أنها تنمية قدرة الفرد على الوصول والدخول للوسائل الإعلامية وتحليلها، وتقويمها وإنتاجها لأغراض محددة عبر مختلف وسائل الإعلام. وعليه قبل التطرق لمفهوم التربية الإعلامية سوف يتم التعرف كل واحد على حدى أولاً على "التربية" والإعلام":

أ- التربية:

المعنى اللغوي:

- يعرفها 'ابن المنظور' في معجمه على أنها تدل على المعاني التالية: الزيادة، النماء الحفظ والرعاية، النشأة (محمد بن مكرم، 1993، صفحة 306).

- وفي معجم 'لغة التربويين' تعرف التربية بأنها: " كل نشاط منظم قصده تهذيب سلوك الإنسان وتزويده بالقيم والمعارف إنماء مهارات التفكير لديه بما يجعله قادراً على التكيف مع بيئته قادراً على التعلم ذاتياً"، والتربية لها ثلاثة أصول: ربا، يربو: معناها زاد ونما، ربي: معناها نشأ وترعرع، رب، يرب: معناها أصلح ورعى.

(كافي، 2015، صفحة 18)

المعنى الاصطلاحي:

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

يختلف تعريف التربية اصطلاحاً باختلاف المنطلقات الفلسفية التي تسلكها الجماعات الإنسانية في تربية أجيالها وإرساء قيمها ومعتقداتها، وباختلاف الآراء حول مفهوم العملية التربوية وطرقها ووسائلها. (الشميمري، 2010، صفحة 18). التربية بالمفهوم الحديث هي عمليات تكيف الفرد الإنساني مع بيئته التي يعيش فيها، وعلمية التكيف هذه تأتي من خلال عمليات التفاعل التي تتم بطرق مباشرة وغير مباشرة بين الفرد وبيئته، أي مساعدة الفرد أو إعداده لكي يتكيف مع بيئته. (الحرش، 2014، صفحة 39)

فيما يعرف "علي عبد الفتاح علي" أيضاً على أنها: "هي عملية تشكيل و إعداد أفراد إنسانيين في مجتمع معين في زمان ومكان معينين حتى يستطيعوا ان يكتسبوا المهارات والقيم والاتجاهات وأنماط السلوك المختلفة التي تيسر لهم التعامل مع البيئة الاجتماعية التي ينشئون أفراد فيها ومع البيئة المادية أيضاً، يعني أن التربية عملية تنمية للأفراد الإنسانيين وتقوم بها أفراد إنسانيون آخرون..." (علي، 2014، صفحة 20) نجد أن هذا التعريف ركز الصبغة الإنسانية التي تعمل التربية في اكسابها للإنسان، كما أشار أن لكل مجتمع ركائز تربوية يقوم عليها وتتغير بحسب تغير الزمان والمكان وحسب الظروف التي يعيشها أفراد هذا المجتمع، فيكتسبون بذلك سلوكيات تيسر لهم التواصل داخل البيئة المحيطة بهم.

ب- الإعلام:

الإعلام يعني هو التبليغ والإبلاغ أي الإيصال، يقال بلغت القوم بلاغاً أي أوصلتهم الشيء المطلوب والبلاغ ما بلغك أي وصلك، وفي الحديث: "بلغوا عني ولو آية"، أي أوصلوها غيركم و أعلموا الآخرين، وأيضاً: "فليبلغ الشاهد الغائب" أي فليعلم الشاهد الغائب، ويقال أمر مر الله بلغ أي بالغ، وذلك من قوله تعالى (إن الله بالغ أمره) أي نافذ يبلغ أين أريد به. (الشمائلة، 2015) والعلم من صفات الله تعالى، فالله هو العالم العليم العلام، وقال الله تعالى أيضاً "علام الغيوب" (المائدة ص109). وقال الله تعالى: "وهو الخلاق العليم" (سورة يس ص81)

المعنى الاصطلاحي:

يعرف "حسين عبد الجبار" الإعلام على أنه: "نقل المعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية بطريقة معينة من خلال وسائل وأدوات الإعلام والنشر الظاهرة ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية بقصد التأثير سواء عبر موضوعياً أو لم يعبر (عبد الجبار، 2009، الصفحات 10-11).

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

كما يقدم "كامل خورشيد مراد" الإعلام أيضا هو العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة المخبر الصحفي بمعلومات وان أهمية جديدة بالنشر والنقل، ثم تتوالى مراحلها: تجميع المعلومات من صحيفة أو وكالة أو إذاعة أو محطة تلفزيونية (مراد ك.، 2014، صفحة 558)،

ج- بين التربية والإعلام:

ان تناول العلاقة بين التربية والإعلام يعد أمر بالغ الأهمية في زمن يتحول فيه العالم باستمرار نتيجة التأثير الكبير الذي أصبحت تمارسه المعلومة المتنقلة عبر مختلف وسائل الإعلام والاتصال و التي ما فتئت تتحكم في العملية التربوية في شموليتها ولم يكن اغلب رجال التربية ينظرون بعين غير راضية إلى تعامل التلاميذ مع وسائل الإعلام أو إلى الثقافة التي تروجها وسائل الإعلام، اذ يرى البعض أن الخلاف بين التربويين والإعلاميين من خلال الممارسات على أنهم خصمان يتنافسان وكل منهم يركز على مبادئه، فالإعلام يعرض مشاهد مثيرة بكل ما فيها من سهولة وسطحية وسلبية بدون مجهود اما التعليم فيهتم بالعملية التربوية التي تتطلب بذل جهد وتعمق وتعليم ونشاط حقيقي .

وفي هذا السياق ترى الباحثة "سوزان ناير" رئيسة الاتحاد الدولي لدور الحضارة أن التربويين يريدون أن يتسللوا الى مبنى التلفزيون للقضاء على القائمين عليه باعتبار غير تربويين لأن الإعلام يسيء ابغ اساءة للأطفال وما يتم بناؤه في المدارس من خلال الإعلام المرئي، وفي بعض الآراء نجد أن الإعلام لا يوجد له مهمة سوى التسلية وتضييع الوقت وهي أمور تهاجم التنشئة والتربية. فالعلاقة بين الإعلام والتربويين يرجع إلى الاعتقاد السائد لدى المثقفين الإعلاميين على أنهم لا يستفيدون من الكفاءات والقدرات المتوافرة وانهم يفرضون أذواقهم وقيمهم على الجمهور الي قد لا يتفق معهم في ذلك الذوق وتلك القيم وينحصر أوجه النقد لديهم الى:-

- أن أجهزة الإعلام تقدم للجمهور ما تفتقد الى الأصالة.
- أن أجهزة الإعلام تسعى للكسب المادي على حسب الأخلاق.
- أن أجهزة الإعلام لا تزود المواطن بمعلومات كافية وصادقة عن قضايا العصر.
- أن أجهزة الإعلام لا توظف خيرة العقول والطاقات، وتفسد ذوق الجمهور وتعمل على تكوين مستمعين ومشاهدين وقارئین يسعدون بما يسلي من رخيص وتافه (مراد، 2015، صفحة 30).

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

بينما يقول الإعلاميين أن التعليم داخل الصفوف الدراسية يعتبر بمثابة سجون مدرسية للطلاب، وأن المختصين في التعليم لم يتخلوا عن نظرتهم التقليدية في حشو الأدمغة ففي المدرسة لا يوجد منافسة أو اختيار مقارنة مع ما توفره وسائل الإعلام من ميزات عديدة.

على الرغم من التصادم الموجود في العلاقة بين التربية والإعلام إلا أنه توجد أرضية مشتركة بينهما، فالتربية ترتبط في مختلف الأدبيات الكلاسيكية بعملية التنشئة الاجتماعية فالمؤسسة التربوية هي مؤسسة اجتماعية تحتل مكانة كبيرة بين المؤسسات الاجتماعية الأخرى من حيث حجمها ووظيفتها، فهي تهيأ الأفراد عن طريق التعليم لكافة المهمات الحياتية وخاصة الاقتصادية، كما أنها تكتسب الشعور بالمواطنة والإحساس بالمسؤولية ذلك عن طريق تطبيعهم بالقيم المختارة، فعالم الاجتماع الفرنسي "إيميل دوركايم" يقدم التربية باعتبارها العمل الذي تمارسه الأجيال الراشدة على الأجيال التي لم تتضح بعد من أجل الحياة الاجتماعية، وهدفها أن تثير لدى المتلقي وتنمي عنده طائفة من الأحوال الجسدية والفكرية والخلقية التي يتطلبها من المجتمع السياسي في جملته وتتطلبها البيئة الخاصة التي يعد لها بوجه خاص (مراد، 2015، صفحة 34). كما لا يقل دور المؤسسة الإعلامية عن دور المؤسسة التربوية فهو مؤسسة اجتماعية محكومة القوى الاجتماعية تعمل على نقل الثقافة وتجديدها، وهي تشتق أهدافها من نفس المصادر التي تشتق منها التربية، وبالتالي فإن رسالتها وغايتها تنصب على خدمة المجتمع كما هو الحال بالنسبة للمؤسسة التربوية، لذلك فإن المدرسة ووسائل الإعلام يخدمان نفس الأغراض التربوية (رابحي و و آخرون، صفحة 127) يعني وجود أرضية مشتركة بين التربية والإعلام مما يجعلنا نستخلص أن التربية في جوهرها عملية اتصال وأن الإعلام بجوهره عملية تربوية، فالأخيرة لم يعلم عنها الطفل ن قبل أن ينقلها إليه المعلم وتلك عملية إعلامية والمواقف التي يجسدها الإعلام عن حادثة سابقة سيؤدي إلى أن يتعلمها المتلقي هي عملية تربوية (البدر، 1412، صفحة 17).

وعليه نرى أنه يجب أن يكون هناك تناسق بين التربية والإعلام، لأنهم قوتان إذا اجتمعتا أصبحت هناك قوة مضاعفة والخطورة كل الخطورة إذا أصبحنا متناقضتين، فإذا هدمت القوة الإعلامية ما بنته التربية فتفشل التربية (الشميمري، 2010)، ولهذا يجب أن عمل لإيجاد التكامل بين التربية والإعلام وهذا يستحق بذل الجهد والمحاولات المتكرر، فالتربية تعمل على تكوين الفرد تكويناً يستمد من الأسس المصدرية للمجتمع، بينما الإعلام هو تسهيل العملية التربوية بكل تفرعاتها تسهيلاً يمكن من تحقيق الغرض المحدد (مراد، 2015).

د- التربية الإعلامية:

لقد برزت عدة تعريفات للتربية الإعلامية في الدراسات والأبحاث الغربية والعربية تفاوتت وتباينت في مضامينها وتطورت في استخداماتها تبعاً للتطورات المتسارعة للثورة الإعلامية والمعلوماتية التي تعد السمة البارزة للقرن الحادي والعشرين، ومن أبرز المفاهيم التي تناولت التربية الإعلامية ما يلي:

يعرف معجم المصطلحات التربوية للتربية الإعلامية بأنها: "إعطاء الطالب قدراً من المعارف والمفاهيم التربوية الخاصة بالتعامل مع الإعلام وكيفية الاستفادة من المعارف المتوفرة له (اللقائي و الجمل، 2000، صفحة 75). بينما يعرفها "M-C DERMOTT2007" بأنها القدرة على قراءة الاتصال وتحليله وتقويمه وإنتاجه، فالوعي الإعلامي لا يقتصر على جانب المتلقي والنقد فقط، بل يجب ان يتعدى ذلك المشاركة الواعية والهادفة لإنتاج المحتوى الإعلامي. (Mc Dermott, 2007) نفهم من هذا أن التعريف قد أشار إلى أهم مهارات التربية الإعلامية في التعاطي مع وسائل الإعلام والاتصال، بدءاً من الوصول لمحتوى الإعلامي، إلى تحليله وتقييمه ونقده وصولاً إلى القدرة على إنتاج محتويات إعلامية واعية وهادفة.

كما عرفها المؤتمر القومي للتربية الإعلامية بالولايات المتحدة الأمريكية 1992 على أنها: "تنمية وقدرة الفرد على الوصول للرسائل الإعلامية وتحليلها وتقويمها، وإنتاجها لأغراض متعددة عبر مختلف وسائل الإعلام." (Silverblatt, 2001, p. 09)

كما يقول "جرين واي" GREENAWAY. 2015 " التربية الإعلامية على أنها مجموعة من المبادئ الأساسية والمعلومات التي يكتسبها الفرد من الوسائل في مواجهة التقدم والعشوائية الإعلامية والتعرف بالأسلوب الصحيح للتعامل معها. (Greenaway, p. 188) ويعرفها مكتب التربية العربي لدول الخليج بأنها: " التربية الناتجة عن استخدام وسائط الإعلام." (مكتب التربية العربي لدول الخليج، 1999، صفحة 89)

وقد عرفها 'مؤتمر التربية الإعلامية للشباب 2002' بأنها: "بالتعرف على مصادر المحتوى الاعلامي وأهدافه السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية والسياق الذي يريده، ويشمل التحليل النقدي للمواد الإعلامية وانتاج هذه المواد وتفسير الرسائل الإعلامية والقيم التي تحتويها (البدراني، 2016، صفحة 135). ويعرف مؤتمر فيينا

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

بأنها: "التعامل مع جميع وسائل الإعلام التي تقدمها تقنيات المعلومات والاتصال المختلفة، فهي تمكن أفراد المجتمع من اكتساب الفهم المتقدم لوسائل الاتصال الإعلامي التي تستخدم في مجتمعهم، وكذلك الطريقة التي تعمل بها واكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام في الاتصال بالآخرين. (مؤتمر فيينا، 1999، صفحة 01)

وعرف الاتحاد الأوروبي التربية الإعلامية بأنها: "القدرة على الوصول إلى وسائل الإعلام والفهم والتقييم الناقد للمضامين الإعلامية بالإضافة إلى القدرة على إنتاج مجموعة متنوعة من الرسائل في العديد من السياقات" من خلال هذا التعريف الذي قدمه الاتحاد الأوروبي نستنبط أنه يقوم على عناصر ثلاثة أولها الوصول إلى وسائل الإعلام والمضامين الإعلامية، وثانها المدخل النقدي: القدرة على فهم الرسائل الإعلامية والوعي بتأثيرات وسائل الإعلام. وأخيرا نجده يركز على الإنتاج الخلاق: القدرة على الاتصال ومهارات الإنتاج الإعلامي (حسين، 2015، صفحة 21).

وتم تعريفها في القمة الإعلامية الكاثوليكية الثانية عام 2014 حول التعليم بعنوان "الحاجة إلى إدخال التربية الإعلامية في المناهج الدراسية" والمنعقدة في ابوجا بنيجيريا: "بأنها تنشيط محاولة لجعل مستخدمي وسائل الإعلام واعين بشكل نقدي لتأثير الوسائط على حياتهم، وذلك لتمكينهم من أن يصبحوا مستخدمين مبدين لوسائل الإعلام. كما أنها عملية تعليمية يصبح الناس من خلالها على دراية بالطرق التي تؤثر بها وسائل الإعلام المختلفة على تفكيرهم وتؤثر على نظام قيمهم وتغير المجتمع. ونتيجة لذلك يصبحون مستقبلين مهمين ومميزين لرسائل الوسائط القادرة على المطالبة ببرامج إعلامية عالية الجودة وحتى إنشاء وسائطهم الخاصة، وبالتالي فإنهم قادرون على الاستجابة بذكاء لإبداعات وسائل الإعلام والتلاعب بها (حمدي، صفحة 257)

وتعرفها الباحثة "سماح الدسوقي" بأنها: "عملية تهدف إلى تزويد الطلاب بالمعارف والاتجاهات والمهارات الإعلامية اللازمة التي تمكنهم من القدرة على الدخول والاستخدام الواعي لمختلف وسائل الإعلام، والفهم والتحليل والإنتاج الجيد للرسائل الإعلامية بأشكال متنوعة، بغية تنشئتهم كمواطنين فعالين ونشطين وناقدين في تعاملهم مع وسائل الإعلام والاتصال". نستنتج من خلال هذا التعريف أنه ركز على المهارات التي تكسيها التربية الإعلامية كمهارة القدرة على الوصول لوسائل الاعلام، مهارة التحليل والتفسير، مهارة إنتاج بالنسبة للطلاب فقط وتجاهل بقية أفراد المجتمع. فالتربية الاعلامية تساهم في ترشيد كيفية التعامل مع وسائل الاعلام لجميع الناس بمختلف

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

أعمارهم ومستوياتهم. (الدسوقي، 2008، صفحة 12) ويعرف 'محمد عبد الحميد' التربية الإعلامية بأنها "الجهود المخططة للمؤسسات التربوية والتعليمية الرسمية وغير الرسمية والتي تهدف إلى تمكين الأفراد من وسائل الإعلام ومنتجاتها، وممارسة حقوقها الاتصالية عليها من خلال تنمية المعارف والمهارات الخاصة باختيار الوسائل، والتحليل للرسائل والمشاركة الإبداعية في إنتاج الرموز والمعاني لبناء المواطن الصالح الذي يسهم في نمو المجتمع واستقراره وثبات النظام الاجتماعي، ودعم المعايير الثقافية والأخلاقية والمشاركة الديمقراطية". (عبد الحميد، 2012، صفحة 118)

و يعرفها " طلال بن عقيل " 2009 بأنها عملية تمكين القدرة لدى المتعلم على قراءة الرسالة الإعلامية وتحليلها وتقويمها والمشاركة في إنتاجها في ضوء منظومة القيم الإسلامية (الخيري، 1430هـ، صفحة 106) نلاحظ من خلال هذا التعريف ان التربية الإعلامية هي عملية تعليمية تسعى الى تمكين الفرد المتعلم من قراءة وفهم وتحليل الرسالة الإعلامية وانتاجها بشكل فعال بما يتوافق مع منظومة القيم الإسلامية في المجتمع ويجب على المتعلم ان يتصرف بناء على هذه القيم في التعامل مع مختلف المضامين الإعلامية. من

ويعرفها جمال حسن (2015,18) بأنها: " قدرة الأفراد على الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام من فهم ونقد وتقييم وتقويم المضامين الإعلامية بأشكالها المتنوعة ، والمساهمة في تطوير إدراكهم ومشاركتهم في إنتاج مضامين الإعلام المسئولة وتخزينها ، والارتقاء باهتماماتهم ، وهي تمثل رد فعل طبيعي ودافعي البيئة الإعلامية المعقدة و المستحدثات التكنولوجية التي تحيط بهم ".

التربية الإعلامية هي عملية توظيف وسال الاتصال بطريقة مثلى من أجل تحقيق الاهداف التربوية لمرسومة في السياسة التعليمية والسياسة الإعلامية للدولة، ولذا لا يقتصر تأثيرها على الطلبة في المدرسة إنما يتعدى ذلك إلى الآباء والأمهات والأخوات والأخوة داخل الأسرة وإلى التأثير في كافة أفراد المجتمع (عبد الحي، 2010، صفحة 195). نستخلص من خلال هذا التعريف انه وسع من دائرة نشاط التربية الإعلامية وأثيرها من النظام الرسمي الى النظام غير الرسمي المتمثل في مختلف مؤسسات المجتمع المدني خاصة الأسرة وأهمية توجيه الأولياء نحو مراقبة أبنائهم عن طريق التربية الإعلامية في مجال التعاطي مع وسائل الإعلام.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

كما أن التربية الإعلامية "هي مدخل القرن الحادي والعشرين للتعليم، فهو تقدم إطار للوصول والتقييم وابتكار الوسائل في ظل تنوع الأشكال من المطبوع للمرئي للأنترنت، تبني التربية الإعلامية فهم لدور الوسائل في المجتمع، بالإضافة الى المهارات الأساسية للبحث والتعبير عن الذات الضروريين للمواطن في الديمقراطيات " (حسنين، صفحة 250) يتضح من خلال التعاريف السابقة أن مفهوم التربية الإعلامية يرتبط بعملية التعلم والتعليم من الإعلام ووسائله وليس مجرد عملية تعليمية عن طريق وسائل الإعلام.

من خلال ما تم طرحه من مفاهيم من زوايا وتوجهات معرفية مختلفة يمكن للباحثة أن تعرف التربية الإعلامية تعريفا إجرائيا بأنها: تعني تنشئة الأفراد (المراهقين المتدربين) وتمكينهم من تفكيك رمزيات مضامين الرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام على اختلافها خاصة الشبكات الاجتماعية وتفسير ما تحتويه من قيم ومعاني، والتدريب على اكتساب مهارات التحليل والقراءة النقدية والمشاركة الفعالة في إنتاج مضامين إعلامية جديدة هادفة وواعية تهم المجتمع الأمر الذي بما يجعلهم متلقين ايجابيين يحللون وينتقون بشكل واعٍ..

ج- تعريف التفكير النقدي:

حاول العديد من الباحثين والعلماء تقديم تعريف واضح للتفكير النقدي، إلا أنه يعد من المفاهيم الغامضة نسبيا التي تتردد دائما، بحيث يصعب تعريفها بشكل محدد إذ ان هناك تباين بين علماء النفس في تحديد التفكير الناقد نظرا لاختلاف أطرها الفلسفية والنظرية والثقافية في النظر إلى التفكير الناقد:

أ- المعنى اللغوي: ورد في الفعل نقد في لسان العرب بمعنى تمييز الدراهم وإخراج الزيف منها (ابن المنظور، 2003، صفحة 667). وجاء في معجم الوسيط ومعجم المعاني: "نقد الشيء" بين حسنه و رده، أظهر عيوبه ومحاسنه، و"نقد الدراهم": ميزها نظر فيها ليعرف جيدها من ردها، و"النقد: فن تمييز جيد للكلام من ردهه و صحيحه من فاسده بمعنى أظهر ما فيه من ذلك إظهار المحاسن والعيوب وتنقيته وعزل ما حاد عن الصواب (بريقل، 2019، صفحة 78).

ب- المعنى الاصطلاحي: لقد كان الأمريكي "جون ديوي" من أوائل التربويين الذين عرفوا التفكير الناقد بأنه: " تفكير تأملي يرتبط بقدرة الفرد على النشاط والمثابرة، وهو تفكير حذر يتناول دراسة وتحليل المعتقدات وما هو متوقع من المعارف استنادا إلى أرضية حقيقية تدعمها القدرة على الاستنتاج. (أبي فاضل و طريبه، 2018،

صفحة 246) يتضح من خلال هذا التعريف بأن التفكير الناقد هو عملية عقلية يعمل من خلالها الإنسان بقرأة عميقة و تقييمية للمعلومات التي يتلقاها بغرض التحقق من صحتها بناء على أسس علمية منظمة، وصولاً إلى إصدار حكم حولها أو الوصول إلى تعميم أو قرار . كما قد عرف " واطسون و جليسر 1999" التفكير الناقد بأنه المحاولة المستمرة لاختبار الحقائق أو الآراء في ضوء الأدلة التي نستند اليها بدلا من القفز إلى النتائج ويتضمن بالتالي معرفة طرق البحث المنطقي التي تساعد في تحديد قيمة مختلف الأدلة والوصول إلى نتائج سليمة واختبار صحة النتائج وتقييم المناقشات بطريقة موضوعية " (أبي فاضل و طريبه، 2018، صفحة 247)

يعرف " انيس" التفكير الناقد بأنه تفكير عقلائي تأملي REASONABLE REFLECTIVE THINKING يركز على اتخاذ القرار حول ما يجب اعتقاده أو عمله يتطلب نوعين من الكم على الأقل حيث يرتبط بمعقولية الأسس التي يقوم عليها الاعتقاد، والثاني يتعلق بكيفية التوصل من هذه الأسس إلى الاعتقاد وتلك الكيفية تستلزم استخدام مهارات متعددة من قبيل الاستنباط والاستقراء، والتقييم" . (العتيبي، 2007، صفحة 10) ويعرف " جراون 1999" التفكير الناقد بأنه نشاط عقلي مركب محكوم بقواعد المنطق والاستدلال، ويقود إلى نواتج يمكن التنبؤ بها، وغايته التحقق من الشيء وتقييمه بالاستناد على معايير أو محكات مقبولة و يتألف من مجموعة مهارات يمكن استخدامها بصورة منفردة أو مجتمعة وتصنف ضمن ثلاث فئات هي مهارات الاستقراء ومهارات الاستنباط ومهارات التقييم (جبر، 2004، صفحة 55) بينما عرف "العتوم والجراح" أن التفكير الناقد هو تفكير تأملي محكوم بقواعد المنطق والتحليل و هونتاج لمظاهر معرفية متعددة كمعرفة الافتراضات والتفسير وتقييم المناقشات و الاستنباط والاستنتاج والتفكير الناقد هو عملية تقويمية تستخدم قواعد الاستدلال المنطقي في التعامل مع المتغيرات، كما يعد عملية عقلية معقدة مركبة من مهارات وميول (يوسف و و آخرون، 2007، صفحة 73) . وهو أيضا التمهّل في إعطاء الأحكام وتعليقها لحين التحقق من الأمر وأنه يستخدم للحكم على موثوقة أو قيمة أو دقة أو مصداقية، أو منطقية فكرة أو أفكار معينة، ويمكن تعريفه بإيجاز على أنه >عملية تفكيرية مركبة عقلانية أو منطقية يتم فيها إخضاع فكره أو أكثر للتحقيق والتقصي وجمع وإقامة الأدلة والشواهد بموضوعية وتجرد عن مدى صحتها ومن ثم إصدار حكم بقبولها من عدمه اعتمادا على قيم أو معايير معينة (داورة ، 2016-2017، صفحة 61).ومن خلال استقراء التعاريف السابقة نجد أن هناك تشابه واتفاق بين الباحثين والعلماء حول تعريف التفكير النقدي رغم اختلاف المداخل والاتجاهات كونه عملية فحص وتقييم بشأن ما نصدق به أو نفعله حيال مشكلة أو حلول

معروضة، فهناك من عرفه كمهارة لحل المشكلات، وهناك من عرفه على أنه تفكير يعتمد على الاستدلال وإعطاء الأحكام التأملية وهناك من رأى أنه عملية تقويمية ومهارة لحل المشكلات .

- التعرف الإجرائي للتفكير الناقد:

هو عملية عقلية تقويمية يقوم من خلالها أفراد عينة الدراسة (المراهقين المتدربين) بقراءة تقييمية مضامين الشبكات الاجتماعية "الفايسبوك" التي يتعرضون لها من خلال تحليلها وتفسيرها للحكم على مدى صحتها وصدقها وقيمتها والتميز بين ما هو حقيقي وبين ما هو زائف.

1- المراهقة:

أ- **المعنى اللغوي:** هي مشتقة من الفعل "رهق" ومنه قولهم: غلام مراهق، أي مقارب للحلم، راهق الحلم: قاربه، وفي حديث موسى والخضر: فلو أنه أدرك أبويه لأرهقهما طغيانا وكفرا أي أغشاهما وأعجلهما، وفي التنزيل، أن يرهقهما طغيانا وكفرا، ويقال طلبت فلانا حتى رهقته، أي: حتى دنوت منه، فربما أخذه وربما لم يأخذه، ورهق شخص فلان أي: دنا وأزف وافدو الرهق: العظمة، والرهق: العيب، و الرهق: الظلم، وفي التنزيل: فلا يخاف بخسا ولأرهقا أي: ظلما، وقال الأزهري: في هذه الآية الرهق اسم من الإرهاق، وهو من يحمل عليه مالا يطيقه، ورجل مرهق إذا كان يظن به السوء (محمد بن مكرم، 1993).

أما في اللغة اللاتينية "ADOLESCENCE" فهي مصدر من الفعل اللاتيني "ADOLESCERRE" ومعناه التدرج نحو النضج البدني والجنسي والانفعالي والعقلي هي المقاربة فرهقته معناها أدركته و أرهقته تعني داينته، فراهق الشيء معناه قاربه، وراهق معناه قارب بين البلوغ راهق الغلام معناه قارب الحلم، وصبي مراهق معناه مدان للحلم والحلم هي القدرة على إنجاب النسل (معوض، 2003، صفحة 303).

ويعرفها المعجم الوسيط لمجمع اللغة العربية بأنها: "الفترة من البلوغ إلى سن الرشد (شبهشوب، د.س، صفحة

(205

المعنى الاصطلاحي للمراهقة: هي الفترة التي تلي الطفولة وتقع بين البلوغ الجنسي وبين الرشد وفيها يعتري الفرد تغيرات أساسية واضطرابات شديدة في جميع جوانب نموه الجسمي والعقلي والاجتماعي والانفعالي وينتج عن هذه

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

التغيرات والاضطرابات مشكلات كثيرة متعددة تحتاج إلى توجيه وإرشاد من الكبار المحيطين بالمراهق سواء الأبوين أو المدرسين أو غيرهم من المحتكمين والمتصلين به حتى يتمكن من التغلب على هذه المشكلات وحتى يسير نموه في طريقه الطبيعي (رجم، جنات، 2019، صفحة 43).

يعرفها "أنجلش" بأنها فترة أو مرحلة من مراحل نمو الكائن البشري من بداية البلوغ الجنسي أي نضوج الأعضاء التناسلية لدى الذكر والأنثى وقدرتها على أداء وظائفها إلى الوصول إلى اكتساب النضج، وهي تلك مرحلة انتقالية خلالها يصبح المراهق رجلاً راشداً أو امرأة راشدة (العيسوي، 2005، صفحة 15). وعرف "كارل روجرز": "بأنها فترة نمو جسدي وظاهرة اجتماعية وفترة تحولات نفسية عميقة." (سليم، 2004، صفحة 110)

ويعرفها "دانيال": بأنها مرحلة التطور الجسدي العقلي من أجل الاندماج في الحياة الاجتماعية التي قد تكون أقل أو أكثر نجاحاً ومنها تحديد الهوية الشخصية والاجتماعية للمراهق وهي فترة المرور بين الطفولة والبلوغ وتكون أكثر المراحل غموضاً " (Sommelet, p. 04). والمراهقة في كل المجتمعات تعرف على أنها فترة من النمو والتحول التي يمر بها الإنسان من عدم النضج الطفولة إلى نضج الرشد فهي تد بمثابة الجسر الواصل بين مرحلتين الطفولة والرشد الذي لا بد للأفراد من عبوره قبل أن يكتمل نموهم، وهي تمثل مرحلة نمو سريعة وتغييرات في كل جوانب النمو تقريباً الجسدية والعقلية والاجتماعية والانفعالية. (شريم، 2009، صفحة 21)

المراهقة هي فترة من حياة الإنسان تتميز بنضج أعضاء التناسل ووظائفها عنده، وهي تمتد من سن البلوغ حتى سن الرشد، أي من 13 إلى 18-20 سنة فترة من النماء البشري تقع ما بين البلوغ والرشد أي النضج (نجار، 2003).43

وتنقسم المراهقة إلى من ستة 12 إلى 20 سنة إلى مرحلتين أساسيتين هما:

-مرحلة البلوغ: وتمتد من 12 سنة إلى 15 سنة والبروز يفيد بلوغ الحلم أي الفترة التي يصبح فيها الفرد عرضة للجماع.

-مرحلة المراهقة الحقيقية: وتمتد من 16 إلى 20 سنة تقريباً

- التعريف الاجرائي للمراهقين:

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

ويقصد بالمراهقين في هذه الدراسة بأنهم عينة من فئة التلاميذ المتدرسين المسجلين رسمياً في المؤسسات التربوية (الثانوية) والذين تتراوح أعمارهم بين (15-18) سنة والمستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي "الفيسبوك". وهي تقابل المراهقة الوسطى حسب تقسيم الأكاديمية الأمريكية للطفل والمراهق التي حددتها في ثلاث فئات الأولى سميت بالمراهقة المبكرة التي تمتد من سن 11 إلى 14 سنة، والثانية المراهقة المتوسطة تتحدد ما بين 15 سنة إلى 18 سنة، أما المرحلة الثالثة والأخيرة والتي تمت تسميتها حسب الأكاديمية بالمراهقة المتأخرة فهي بين سن 19 و21 سنة.

2- مفهوم الشبكات الاجتماعية:

قبل تحديد مفهوم الشبكات الاجتماعية لابد علينا من تحديد مفهوم كل الشبكات والتواصل الاجتماعي من:

أ- تعريف الشبكات:

تعني كلمة "شبكات" في اللغة العربية وجود ارتباط بين أكثر من نصيرين إثنين وتداخلهم واختلاطهم ببعضهم البعض. (المعجم الوسيط، 2014، صفحة 471)، وتعرفها "نوال بركات" أنها عبارة عن مجموعة من الملفات الموجودة على خادم الويب، وهي مساحات يتم شرائها من قبل الشركات المتخصصة في ذلك المجال، حيث يعد كل موقع وسيلة مملوكة للجهة التي تتولى الاتفاق عليها، وبذلك يصبح وسيلة لخدمة مصالح هذه الجهة التي تتولى الإشراف عليها. " (بركات، 2016، صفحة 27)

ب- التواصل الاجتماعي:

قبل هو مصطلح مركب من مفهومين مفهوم التواصل ومفهوم الاجتماعي وفي الجمع بينهما تصبح تعرف على أنها: "تلك العملية الخاصة ببث رسائل متعددة والتي يقوم بها المرسل عن طريق الوسائل الالكترونية الآلية والموجهة إلى المتلقين بهدف التأثير ومعرفة ردة فعلهم الآنية" (Louenstein، 2000، صفحة 23).

د- الشبكات الاجتماعية:

يعتبر تحديد مفهوم للشبكات الاجتماعية مثيراً للجدل نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته وقد عكس هذا المفهوم التطور التكنولوجي الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا أطلق على كل ما يمكن استخدامه من

قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة (بلخيري، 2014، صفحة 37). ومعنى الشبكة الاجتماعية وجود مجموعة من الأفراد مرتبطون ببعضهم البعض على أساس قواعد مشترك وهدف واحد أو مجموعة من الأهداف، أما الشبكة الاجتماعية الرقمية فهي كل موقع مخصص أو تطبيق يمكن المستخدمين من ربط ملفاتهم أو حساباتهم على الأنترنت. (قندليجي و السامراني، 2009، صفحة 63) فالشبكات الاجتماعية الرقمية تمثل "تمثل جميع مواقع الأنترنت التي توفر خدمة التواصل والاتصال مع الغير على الأنترنت، هذه المواقع توفر كذلك تطبيقات لمستخدميها تتيح لهم من خلالها إنشاء صفحة شخصية معروضة للعمامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، كما أنها أيضا توفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع على الأنترنت. (يوسف، 2013، صفحة 24) هي تجمعات تظهر عبر شبكة الأنترنت عندما يدخل عدد كاف من الناس في بحيث يشكلون مواقع للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الإلكتروني، وعرفت أيضا على انها تلك المجتمعات الافتراضية وتجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الأنترنت وتشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة وتجمع بين ذوي الاهتمامات المشاركة بحيث يتواصلون فيما بينهم ويشعرون كأنهم في مجتمع حقيقي (محمود، 2019، صفحة 148).

تعرف على أنها شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في اي وقت يشاء وفي اي مكان من العالم ظهرت على شبكة الأنترنت منذ سنوات وتمكنهم ايضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توصلت العلاقة الاجتماعية بينهم (الدليهي، 2011، صفحة 18). ويعرف أيضا " ELLISON POYD 2007" أنها مواقع تتشكل من خلال الأنترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين والتعبير عن وجهة نظر الافراد او المجموعات من خلل عملية الاتصال فطبيعة التواصل تختلف من موقع لآخر (الهاشي و الدوسري، 2015، صفحة 12).

وحسب "بويد وأليسون" فإن مواقع الشبكات الاجتماعية هي خدمات عبر الشبكة الأنترنت تسمح للأفراد

بـ:

- بناء شخصية عامة أو شبه عامة من خلال نظام محدد.
- توضيح لائحة خاصة بالمستخدمين الذين يشاركونهم الاتصال.

• عرض واجتياز قائمة الاتصالات الخاصة بهم والقوائم الخاصة بأخرين خلال نفس النظام (Alrashad,

2010, p. 10)

من خلال عرض مجمل التعاريف المتعلقة بمواقع أو شبكات التواصل الاجتماعي نجد أنها في مجملها تركز على تشكيل هذه الشبكات لما يعرف بالمجتمع الافتراضي وكذا الصلات التي تجمع أفرادها والتفاعل بينهم هذا والتركيز على قضية الهوية أو التعريف بالشخصية "الهوية" التي تحدد من خلالها قوائم الأصدقاء الذين يكون التفاعل معهم عبر الشبكة في حين يميل بعضهم إلى تعريفها انطلاقاً من وظائفها والخدمات التي توفرها عبر شبكة الانترنت.

07- المدخل النظري للدراسة:

يعتبر منظور الدراسة بمثابة البوصلة التي تحدد اتجاه البحث وتوجهه وفق اتجاه معين فيسير الباحث في إطار حتى يتسنى له استلهاً بعض جوانب مشكلة البحث والمفاهيم المساعدة ، وفي دراستنا هذه سنتبنى المنظور أو المدخل الوظيفي للدراسة نظراً لطبيعة البحث ، حيث يعتمد المدخل الوظيفي على المسلمات الخاصة بنظرية البنائية الوظيفية STRUCTURAL FUNCTIONALISM "التي ترى أن المجتمع يتكون من عناصر مترابطة تتجه نحو التوازن من خلال توزيع الأنشطة بينها التي تقوم بدورها في المحافظة على استقرار النظام ، وأن هذه الأنشطة تعتبر ضرورة لاستقرار المجتمع ، وأن هذا الاستقرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة تلبية لحاجاته (عبد الحميد، 2000، صفحة 31).

إن لكل موضوع بحث نظرية معينة ينطلق منها الباحث وتكون كمرجع له، ومن خلال موضوع دراستنا ، فقد اعتمدنا في دراستنا هذه على النظرية المعرفية الاجتماعية والنظرية البنائية الوظيفية -تعتبر هي الأساس المرجعي لهذا المدخل ، تهتم بتوزيع الأدوار والوظائف بين عناصر النظام بشكل متوازن يحقق ثبات النظام واستقراره (عبد الحميد، 2005، صفحة 72) -. كخلفية نظرية للدراسة باعتبارها النظرية الأقرب والأنسب لموضوع دراستنا، وكذا الاعتماد على مسلماتها الخاصة كخلفية وقاعدة نطلق منها في دراستنا.

1-7- النظرية البنائية الوظيفية:

تعتبر البنائية الوظيفية من النظريات السوسولوجيا التي شغلت حيزا كبيرا في أدبيات علماء الاجتماع خاصة في بدايات القرن العشرين، واحتلت مكانة مرموقة بين نظرياته ونشير في هذا السياق إلى أن هذه النظرية لم تأتي بنتيجة جهد علم بعينه، بل تضافرت جهود العديد منهم في مجال علم الاجتماع والأنثروبولوجيا الاجتماعية في إرساء دعائم هذا التيار. (حمينشة، 2010، صفحة 480)

إن النظرية البنائية الوظيفية هي اتجاه قديم وحديث في نفس الوقت، ذلك انها تتأصل في فلسفات وأفكار وبحوث المفكرين الأوائل بداية من أفلاطون وابن خلدون، كما نجد بروزها الحديث في أعمال "تالكوت بارسونز (PARSONS, T, 1949-1951) وغيره، ما يعني أنها لا تعود على إسهامات و جهود منفردة لمفكر بحد ذاته، وإنما تستند للإرث فكري وتاريخي واجتماعي، قديم وحديث وأسسها نتيجة توليفة من أفكار مشارب فكرية واجتماعية مختلفة من العصر القديم إلى العصور الوسطى وصولا على العصر الحديث، ومن الفكر اليوناني والروماني على الفكر الإسلامي والفكر المسيحي، لكنها برزت في النهاية كثمرة للفكر الوضعي ما سمح لها أن تستمد قوة مشارب مكنتها من تسيد مسرح الفكر الغربي لعقود، قبل ان تباغتها سهام النقد من مختلف التيارات الفكرية الجديدة فتراجعت هيمنة هذه النظرية بداية سبعينيات القرن الماضي بسبب اكتساح موضوع النظرية الاجتماعية نظريات أخرى كعلم الاجتماع الديناميكي وعلم اجتماع التنظيمات، والفردية المنهجية، والبنوية التكوينية وخاصة المدرسة النقدية، وقد حاجت كل هذه النظريات في استفاء جدوى شروحات البنيوية الوظيفية، لتزج مقولاتها التفسيرية برؤى بديلة. (غربي و قلواز، 2019، صفحة 165) يمكن في هذا السياق رصد ثلاث خلفيات لنشأة الفكر البنيوي الوظيفي:

- الخلفية السياسية والأيدولوجية: فقد كان رهان البنائين الوظيفيين هو الوصول على نظرية عامة تزج علم الاجتماع الماركسي، وتضرب الطوق والعزلة الفكرية والسياسية على السياق التاريخي المادي .
- الخلفية العلمية: رهان علمي يمثل استجابة لحاجة عدد من الباحثين في علمي الاجتماع والأنثروبولوجيا نحو تطوير أدوات وأساليب نظرية ومنهجية، تواءم ودراسة الصور المختلفة للترابطات الاجتماعية، والتفاعل بين السمات والجماعات والنظم داخل النسق الاجتماعي الكبير الذي يكتنف الأنساق الفرعية.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

الخلفية النقدية: الذي تمثل في رد الفعل على المعوقات والانتقادات والنقائص والمشكلات التي وجهت لكل من النظرية البنوية والنظرية الوظيفية. إن النظرية البنوية جاءت لتكمل الأعمال التي بدأت بها كل من البنوية والوظيفية (غربي وقلواز، 2019، صفحة 166).

تستند البنائية الوظيفية إلى مفهومي البناء والوظيفة في تفكيكهما لبنية المجتمع والوظائف التي يقوم بها ، وفي تحليلها للظواهر الاجتماعية وترابط الوظائف المتولدة عن ذلك ، حيث يشير مصطلح البناء STRUCTURE إلى الطريقة التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع وفي الواقع أن السلوك الأسري والنشاط الاقتصادي والنشاط السياسي ،والعقيدة والسحر وغيرها من أشكال الأنشطة المجتمعية، تعد على درجة عالية من التنظيم من وجهة النظر السلوكية . كما يشير مصطلح "وظيفة FUNCTION" إلى مساهمة شكل معين من الأنشطة المتكررة في الحفاظ على استقرار وتوازن المجتمع (مكاوي و السيد، د.س، الصفحات 124-125). والنظرية من منطلق أنه في أي مجتمع هناك عوامل او قوى اجتماعية تتفاعل بطرق محددة ومتميزة لخلق نظام إعلامي قوي ، يستخدم لأداء وظائف متعددة ومتنوعة تسهم في إعادة تشكيل هذا المجتمع ، وفي هذا الصدد يقول "هيربرت" أن النظم الإعلامية تقدم وظائف ، هي: الإعلام /التحلي ، التفسير ، التعليم ، التنشئة الاجتماعية والسياسية ، الإقناع ، العلاقات العامة ، الترويج ، الإعلان ، الترفيه والفنون ، هذه الوظائف التي تقوم بها النظم الإعلامية تقوم بدورها في تغيير المجتمع الذي قام بوضعها و تأثير وسائل الإعلام إن كان قابلا للنقاش إلا أنه من المتفق عليه أن وسائل الإعلام تسهم بدورها في تغيير المجتمع ، وأي مجتمع صناعي آخر في العالم (المشاقبة، 2014، صفحة 44).

ويتفق الباحثون منهم "روبرت ميرتون 1957" على عدد من المسلمات الخاصة بهذه النظرية وهي:

-النظر إلى المجتمع على أنه نظام يتكون من عناصر مترابطة، وتنظيم لنشاط هذه العناصر بشكل متكامل.

- يتجه هذا المجتمع في حركته نحو التوازن، ومجموع عناصره تمن استمرار ذلك. بحيث لو حدث اي خلل في هذا

التوازن فإن القوى الاجتماعية سوف تنشط لاستعادة هذا التوازن.

-كل عناصر النظام والأنشطة المتكررة فيه تقوم بدورها في المحافظة على استقرار النظام العام.

-الأنشطة المتكررة في المجتمع تعتبر ضرورة لاستمرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة

تلبية لحاجاته. (عبد الحميد، 2000، صفحة 193)

وتطبيق هذه المسلمات على وسائل الإعلام، يفترض أن وسائل الإعلام هي عبارة عن عناصر الأنشطة المتكررة التي تعمل من خلال وظائفها على تلبية حاجات المجتمع، وتقوم هذه العلاقة بين هذه العناصر وباقي العناصر والنظم الأخرى في المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل بين هذه العناصر والأنشطة لضمان استقرار المجتمع وتوازنه (عبدالله، 2010، الصفحات 175-176).

وهكذا يمكن القول بأن وسائل الإعلام تعد من المكونات الأساسية التي لا غنى عنها في البناء الاجتماعي، ولا يستطيع المجتمع المعاصر-بالشكل الذي نعرفه- ان يستمر بدون هذه الوسائل. ومن ناحية أخرى فإن وسائل الإعلام يمكن أن تكون أحد عوامل الخلل الوظيفي DYSFUNCTIONAL، ذلك حين تساهم في التنافر وعدم الانسجام بدلا من الاستقرار إذا كان تأثيرها على الناس هو الإثارة والتحريض على ممارسة أشكال السلوك المنحرف (مكاوي و السيد، د.س، صفحة 126). ومن الواضح تماما أن وسائل الإعلام أدت في الوقت الحالي جزءا مركزيا من هيكل مؤسساتنا، وهذا يعني أنها في الوقت الذي تمثل فيه صناعات قائمة بذاتها، تغلغلت بعمق داخل كل مؤسسات المجتمع الأخرى، ومن خلال قيامها بدور متزايد في عملية الانتخابات أصبحت جزءا من المؤسسة السياسية، وقد أدى تركيزها الشديد على المواد الترفيهية والثقافية الشعبية إلى اعتبارها عاملا مهما في بناء الأسرة، ويرى الكثيرون أنها أصبحت جزءا مهما من المؤسسات الدينية والتعليمية، وتهتم هذه المؤسسات الإعلامية بالتوازن والاستقرار أكثر من اهتمامها بالتحول والتغيير (مكاوي و السيد، د.س، صفحة 126).

02- الشبكة المفاهيمية للبنائية الوظيفية:

تقوم البنائية الوظيفية على مجموعة من المفاهيم الأساسية التي تشرح وتحلل مقولاتها الرئيسية في تحليل الظواهر الاجتماعية وتغيير المجتمعات وتحولها، أو اعتدال المجتمعات من خلال إصلاح واستقرار الأنظمة الاجتماعية والمحافظة عليها ومنها:

01- المجتمع: ينظر الاتجاه البنائي الوظيفي إلى أن المجتمع نسق من الأفعال المحددة المنظمة، ويتألف هذا

النسق من مجموعة من المتغيرات أو الأبعاد المترابطة بنائيا والمتساندة وظيفيا.

02- التوازن الاجتماعي: هدفه مساعدة المجتمع على أداء وظائفه وبقائه واستمراره، ويتحقق بانسجام بين

مكونات البناء والتكامل بين الوظائف الأساسية، يحيطها جميعا برباط من القيم والأفكار التي يرسمها المجتمع

لأفراده وجماعته وهي ذات طابع إلزامي كقواعد ضبط وتنظيم (غربي ع، 2007، صفحة 85).

• النسق الاجتماعي: يتكون المجتمع من أجزاء لها ادوار بشكل منظم وليس عشوائي، يجب أن تقوم بأدوارها في إطار الكل المتسق، وكل جزء يجب ان يقوم بدوره حتى لا يحدث الخلل الوظيفي الكلي كما أن للمجتمع حاجيات يجب إشباعها وتلبيتها، وكل نسق فرعي يعمل على إشباع وتلبية هذه الاحتياجات حتى يتحقق التفاعل المؤدي الى التوازن والاستقرار. (سعد، 2007، صفحة 602)

03- البناء الاجتماعي: وهو عبارة عن مجموع العلاقات الاجتماعية المترابطة والمتساندة بين الأفراد والذي يتميز بخصائص أهمها: التحديد أي إمكانية تحديد العناصر الداخلة والمكونة للنسق، التباين أي أن جميع العناصر النسق الاجتماعي مترابطة هو نسق متوازن يتجه باستمرار نحو التوازن. الترابط: أي جميع عناصر النسق الاجتماعي مترابطة بعضها ببعض، اذ كل جزء له صلة بالأجزاء الأخرى ويعتمد عليها (غربي ع.، 2007، الصفحات 86-87)

04- الوظيفة الاجتماعية: يعد مفهوم الوظيفة الاجتماعية مفهوم مركزي في الأطروحة النظرية للاتجاه البنائي الوظيفي، فهي نتيجة موضوعية لظاهرة اجتماعية يلمسها الأفراد والجماعات، كما أنها الطريقة التي يعمل بها المجتمع ويستمر في بقائه

05- منظومة القيم والمعايير المشتركة: سواء كانت رسمية تعاهديه وتعاقدية أو مقررة كقواعد ضبط إلزامية أو غير رسمية من خلال مجموعة الأفكار والقيم والمعتقدات الاجتماعية السائدة والتي تشكل الاتجاه الاجتماعي العام في المجتمع وتحقق الإجماع المشترك بحيث يكون هناك اتفاق حول المفاهيم الجمعية وهذا ما يقود على تشكيل الوعي العام.

انطلاقاً من مسلمات النظرية البنائية الوظيفية ومن منطلق خلفيتها النظرية يمكن القول أنه: في أي مجتمع هناك عوامل أو قوى اجتماعية تتفاعل بطرق محددة ومتميزة لخلق نظام إعلامي قوي، يستخدم لأداء وظائف متعددة ومتنوعة تسهم في إعادة تشكيل هذا المجتمع، وفي هذا الصدد يقول "هربرت" ان النظم الإعلامية تقدم وظائف هي: (الإعلام، التحليل، التفسير، التعليم، التنشئة الاجتماعية والسياسية، الإقناع، العلاقات العامة، الترويج، الإعلان، الترفيه والفنون وغيرها)، وهذه الوظائف التي تقوم بها النظم الإعلامية تقوم بدورها بتغيير المجتمع الذي قام بوضعها، وتأثير وسائل الإعلام إن كان قابلاً للنقاش إلا أنه من المتفق عليه أن وسائل الإعلام تسهم بدورها في تغيير المجتمع (المشاقبة، 2014، صفحة 98).

03-النظرية الوظيفية في دراسات الاتصال:

يركز التحليل الوظيفي على ظواهر خاصة داخل النظام الاجتماعي الكلي، ويحاول تبين كيف أن لظواهر يمكن ان تؤدي على المحافظة على استقرار النظام بكليته، وأن إلى عكس ذلك، وعندئذ تصبح الوظيفة خلاا وظيفيا. إن تماسك واستقرار وسائل الاتصال الجماهيرية، في مواجهة تاريخ طويل من الانتقادات يحتاج إلى تفسير. في البداية تبدو المشكلة بسيطة بشكل خادع ومضلل، فوسائل الإعلام تثير إعجاب الجماهير، وتريد الجماهير نوع المحتوى الذي يحصلون عليه، ولهذا تواصل وسائل الإعلام تقديم هذه النوعية لهم، ولقد أشار عدد كبير من علماء الاجتماع مثل " سكورنيا " إلى عدم دقة التفسير. ففي أحسن الظروف يصعب ان نعرف هل يحدد ذوق الجمهور محتوى وسائل الإعلام؟ أم أن محتوى وسائل الإعلام هو الذي يحدد ذوق الجمهور؟ قد تكون الإجابة مزيجا من ها وذاك، لأن كلا من ذوق الجمهور ومحتوى وسائل الإعلام يمثلان السبب والنتيجة (مكاوي و السيد، د.س، صفحة 128)، باعتبار أن علاقتهما تمثل علاقة تبادلية التأثير ويمكن تفسيرها اعتمادا على التطور الوظيفي البارسوني في إطار أن الجوانب النسقية الواسعة النطاق للوجود الاجتماعي قد تمكن من فهم الدور الوظيفي الذي تقوم به مؤسسات الاتصال والإعلام على المستوى الاجتماعي والثقافي او الترفيهي في ضوء تقييم هذه الأدوار الوظيفية ووظيفتها، لكي تسهم في فهم مجالات الوجود الاجتماعي ككل و أن فهم هذه المؤسسات يجب أن يستند على أنها أشكال من الأنساق العضوية وتحديد المستلزمات الوظيفية بشيء من الدقة مع الإدراك بان هناك مناسبات تعمل فيها - مؤسسات الاتصال - أو الأنساق الاجتماعية بشكل سوي ولكن ليس المجتمع ككل وإنه يمكن تشبيه طريقة عملها بأنساق حية أخرى ومنها الكائنات البشرية. مع الأخذ في الاعتبار ملاحظة "فيرتون" و "جولندر"، أنه يجب الانتباه على الفوارق التي توجد بين الأنساق الاجتماعية والأنساق الحية الأخرى (أبو شنب، 2012، صفحة 74). وقد طرحت البنائية الوظيفية مجموعة من النماذج التي تعرف في دراسات الاتصال والإعلام بالنماذج الوظيفية أو نماذج التحليل الوظيفي، التي تركز على تحليل عدد من الوظائف والأهداف العامة التي تقوم بها وسائل الاتصال الجماهيري، كما تركز هذه النماذج على التعرف بوضوح عن مدى تحقيق الأهداف أو الوظائف بصورة ايجابية أو سلبية (عبد الرحمن، 20016، صفحة 68). ولأن الاتصال الجماهيري بطبيعة الحال نظام اجتماعي جزئي تكراري الطابع، يعمل داخل النظام الاجتماعي الكلي، ويتفاعل مع مختلف الأنظمة

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

الاجتماعية الجزئية الأخرى الموجودة في المجتمع ، فقد أمكن استخدام البنائية الوظيفية لدراسة النظام الإعلامي وطبيعة وظائفه ، أو الخلل الوظيفي التي يمكن أن يصاب به هذا النظام. (مهنا، 2002، صفحة 29)

وظائف وسائل الإعلام:

ان التطرق لدراسة وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها يجبرنا للحديث عن دراسة الوظيفة التي تقدمها هذه الوسائل لمختلف عناصر المجتمع، خصوصا أن هذه الوسائل صارت جزء من الموجود الفردي والاجتماعي للإنسان، فقد أصبحت متغلغلة في جميع نشاطات المؤسسات السياسية والاقتصادية والتربوية والثقافية.... ومن بين الدراسات التي حاولت تصنيف وظائف وسائل الإعلام نجد:

1- تصنيف "هارولد لازويل": يعد "هارولد لازويل" عالم السياسة الشهير من أوائل العلماء الذين اهتموا بالوظائف المجتمعية للاتصال وقد حددها في ثلاث وظائف نوردها على النحو التالي:

❖ مراقبة البيئة: تعني تجميع وتوزيع المعلومات المتعلقة بالبيئة سواء في خارج المجتمع أو داخله، وهي تقوم بوظيفة الإخبار أي أن تكون في متناول جميع الأفراد وبهذه الوظيفة يتمكن المجتمع من التكيف مع الظروف المتغيرة .

❖ الترابط: يتحقق باختيار وتفسير الأحداث عن طريق وسائل الإعلام ، مع التركيز على ما هو أكثر أهمية، وتوحيد السلوك كرد فعل على هذه الأحداث .

❖ نقل التراث الاجتماعي: ان وسائل الإعلام والصحافة والتلفزيون ومختلف أشكال الاتصال الجماهيري توفر الأطر المرجعية اللازمة لأي مجتمع ، ولك من خلال نقل اليم والعادات والتقاليد وأنماط السلوك من جيل إلى جيل آخر (عبد الرحمن، 20016، الصفحات 147-148).

2- تصنيف "لازار سفيلد" و "روبرت ميرتون": قدم العالمان "لازار سفيلد" و "روبرت ميرتون" مجموعة جديدة لوظائف وسائل الاتصال:

❖ التشاور (تبادل الرأى): تقوم وسائل الإعلام بوظيفة توفير فضاءات للنقاش والتشاور والتحاو لاضفاء الشرعية على أوضاع المجتمع واختيار التوجهات الصحيحة التي تخدم المجتمع وتحافظ على توازنه.

❖ تدعيم المعايير الاجتماعية: حيث تتم عملية إعادة إنتاج المعايير والقيم الاجتماعية لدى أفراد المجتمع عن طريق وسائل الإعلام وكل من يخالف هذه المعايير يتعرض للعقوبات فهناك فجوة بين

الأخلاقيات العامة في المجتمع والسلوك الخاص لبعض الأفراد، وبالتالي لابد من الحفاظ على المعايير والقيم الاجتماعية.

❖ **الخلل الوظيفي (المخدر):** أكد " لازار سفيلد" و"ميرتون" على نوع خاص من الخلل الوظيفي الذي يمكن أن يصيب وسائل الإعلام أطلقا عليه اسم التخدير ويحدث هذا التخدير عندما يصبح دور وسائل الإعلام عكسيا حيث تقوم وسائل الإعلام بزيادة حجم المعلومات التي تعرض إلى مستويات مرتفعة، ينتج عنها افتقاد الجمهور التي تأتيه من وسائل الإعلام، وفي الأخير تفقد وسائل الإعلام دورها في إيقاظ الجمهور ويتحول ها الدور إلى العكس أي تخدير الجمهور. (عبد الحميد، 2000، صفحة 53).

أهم الانتقادات التي وجهت إلى البنائية الوظيفية:

على الرغم من التحليلات الوظيفية في تقديم شروحات وتفسيرات للكثير من مظاهر الحياة الاجتماعية، إلا أنها تعرضت إلى ثورة انتقادات كبرى وتمثل أهم الانتقادات الموجه إليها في:

- **النقد المتعلق بجوهر النظرية وكيانها:** والذي يتبين بوضوح في مبالغتها في التشديد على أهمية بعض القضايا وإغفال البعض الآخر.
- **المبالغة في تقدير أهمية الاشتراك في القيم:** يرى أصحاب النظرية الوظيفية أن أفراد المجتمع يشتركون في القيم التي ينتسبون إليها، وأن هذا الاشتراك هو السبيل لتحقيق تكامل عناصر النسق الاجتماعي ومكوناته، لأن على أعضاء المجتمع أن يمثلوا لهذه القيم ويتصرفوا تبعاً لها وإلا خرجوا عن قواعد الضبط الاجتماعي، كما أن الزعم بأسبقية الاشتراك في القيم على وجود النسق الاجتماعي لا يسنده الواقع، لأن أعضاء النسق ينتجون قيمهم بعد وجودهم (مكاوي و السيد، د.س، صفحة 74).
- **إهمالها لبعض أبعاد الواقع الاجتماعي:** إن تركيز الوظيفة على منظور النظام أو التكامل أو التوازن جعلها نظرية ذات منظور أحادي ثابت، إذ بالغت في وصف التكامل في الـ"تجمع خصوصاً بالنسبة" لمالينوفسكي" و"بارسونز" فقد أعاب "كولومي" على البنائية الوظيفية نقص اهتمامها بسير الجماعات الاجتماعية الـ"سدة وبمواقف الصراع الاجتماعي. حيث اقتصر مفهوم التغيير على التغيير الداخلي التدريجي الذي لا يهدف إلى تغيير النظام الاجتماعي، كما اقتصر مفهوم الصراع على اعتباره معيقاً وظيفياً، مع أن كثيراً من أشكال الصراع تعد بفعل التقدم.

• **المبالغة في محاكاة العلوم الطبيعية:** لقد أدى تفوق العلوم الطبيعية إبان نشأة النظرية إلى تأثير الوظيفية ومحاكات لها، إلا أن المبالغة في التقليد يؤدي إلى عدم إدراك الفروق الجوهرية بين الواقع الاجتماعي وظواهره والطبيعة وظواهرها.

• **النقد المتعلق بالفلسفة الفكرية للنظرية التي استندت عليها:** توصف النظرية البنائية الوظيفية بأنها نظرية جامعة راديكالية محافظة غير قابلة للتغيير و التحيز كما وصفها "الفن جولدنر"، فهي لا تعطي تفسيرات لجوانب 1 التغيير الاجتماعي .

ورغم هذه الانتقادات التي وجهت لنظرية البنائية الوظيفية، إلا تظل تشكل أرضية صلبة في عملية التنظير لعلم الاجتماع بصفة عامة، ولعلوم الإعلام والاتصال بصفة خاصة، فتحليلا اتسمت بالمرونة والخصوصية والدقة والتزام الموضوعية (الطرايبيشي و السيد، 2006، صفحة 110).

من خلال ما سبق لاحظنا أن البنائية الوظيفية هي من أهم النظريات الحديثة في علم الاجتماع والتي تقرر بأن المجتمع ما هو إلا مجموعة من الأجزاء والوحدات المترابطة والمتفاعلة تسعى هذه المكونات الى تلبية احتياجات المجتمع واشباعها لكي تحقق حالة من التوازن من خلال القيم بوظائفها. لذا فقد استعانت هذه الدراسة بنظرية البنائية الوظيفية لفهم حيثيات الدور المنوط بالتربية الإعلامية في حماية المراهقين من التأثيرات السلبية والاستخدامات المنحرفة لوسائل الإعلام من خلال التعمق في أبعادها وأهدافها وسبل دعم وجودها في المجتمعات العربية خاصة عامة والمجتمع الجزائري، فيما يتعلق بتكوين القدرة في التعامل الإيجابي الواعي والأمن للشباب والمراهقين مع ما تتضمنه وسائل الإعلام والاتصال فقد أصبحت جزء من البناء الاجتماعي لديها ووظيفة هامة في المجتمع باعتبار أنها نسق اجتماعي من النسق الأكبر خصوصا في ظل التطور التكنولوجي الهائل في وسائل الإعلام والاتصال الحديثة منها على وجه التحديد التي أكدت بالدور الأساسي الذي تقوم به التربية الإعلامية لفهم وإدراك الجمهور لهذه الوسائل ومضامينها، لذا فإن وظيفة التربية الإعلامية هي العمل على الحفاظ على استقرار وتوازن المجتمع من خلال تمكين أفراد المجتمع من معرفة و قراءة وفهم وملاحظة الرسائل المختلفة لوسائل الإعلام التي تواجههم يوميا، والاستعمال العقلاني الناقد لمختلف الوسائل والمضامين التي تنقلها . إكسابهم مهارات التعامل بما هي عليه الآن من قدرات ذات التأثير على التقاليد والمعتقدات وسلطة مؤثرة في الجوانب الثقافية والاجتماعية

والاقتصادية. وبالتالي فإن هذه الدراسة تتناول مساهمة التربية الإعلامية كجزء من المجتمع ووظيفته في تنشئة المراهقين تنشئة إعلامية سليمة .

2-7- النظرية المعرفية الاجتماعية للتربية الإعلامية "SOCIAL COGNITIVE THEORY":

استخدم مصطلح النظرية المعرفية الاجتماعية ليدل على نظرية التعلم الاجتماعي بدقة أكثر ويعبر عن فكرتها الأساسية بدقة والتي ترى أن الأفراد لا يحصلون على المعلومات من الأنشطة والخبرات الاجتماعية فقط بل من خلال عدد من العمليات العقلية المعرفية، وهو أكثر من مجرد استجابة لمثير بسيط، وبذلك تعطي النظرية المعرفية الاجتماعية اهتماماً للعوامل الاجتماعية والسلوكية والمعرفية مثل الاعتقادات والإدراكات الذاتية والتوقعات فهي تلعب دوراً مهماً في التعلم. (Devi,b و das، 2017، الصفحات 722-723)

ويعرفها أبو غزال (2014) بأنها: "نظرية قدمها باندورا تشير إلى أن السلوك يتم تعلمه من خلال ملاحظة ومحاكاة النماذج وتسمى بالنظرية المعرفية الاجتماعية، ويرى باندورا ضرورة التمييز بين اكتساب المعرفة (التعلم) والأداء الظاهر والملاحظ المبني على المعرفة، أي أنه يعتقد أن ما نمتلكه من معرفة ربما يفوق كثيراً ما نؤديه من سلوك فالطالب مثلاً قد يعلم جيداً كيفية حل مسألة رياضية إلا أنه وبسبب قلقه الشديد وخوفه من المواقف الاختبارية قد لا يتمكن من حل هذه المسألة حلاً صحيحاً على الرغم من حدوث التعلم إلا أنه لا يتضح إلا عندما يكون الموقف مناسباً. لذلك وبسبب تركيز النظرية الاجتماعية المعرفية على أهمية العوامل الخارجية والعوامل الداخلية تؤكد هذه النظرية في تفسيرها للتعلم على مفهوم الحتمية التبادلية والتي تعني التفاعل الحتمي المتبادل ذا الاتجاهين بين البيئة (العوامل الخارجية) والفرد (العوامل الداخلية) كسببين معتمدين على بعضهما البعض ومتفاعلين ومنتجين للسلوك. وبمعنى آخر فإن باندورا استخدم هذا المفهوم لوصف الطريقة التي يتفاعل بها السلوك والفرد والبيئة. فالبيئة تؤثر في سلوك الفرد والفرد بما لديه من عوامل معرفية يؤثر ويغير في البيئة وكذلك فإن العوامل المعرفية للفرد تؤثر في السلوك وتتأثر به. (السعداني، بلا تاريخ) ويقوم هذا التوجه على عدد من المسلمات منها:

1- اكتساب المعلومات النشط: ان اكتساب أي خبرات جديدة يتضمن في القيام بتحصيل المعلومات بطريقة

مشاهدة الأداء، أو عن طريق النمذجة سواء كونها شفوية أم حركية أم بالمشاركة.

2- مبدأ الحتمية المتبادلة: عملية التعلم عملية تفاعلية تتداخل فيها خصائص الشخص مع بيئته.

3- التعلم بالمراقبة: كثير من المهارات تتطلب رؤيتها من آخرين للتمكن من إضافتها للذخيرة العلمية الخاصة بالفرد.

4- العمليات الفرعية للتعلم المنظم ذاتيا: يشمل التعلم الدار بشكل ذاتي المراقبة الذاتية والحكم الذاتي ورد الفعل الذاتي وهذه العمليات الفرعية لسيتم منفصلة بل تؤثر كل عملية فرعية بالأخرى بشكل متبادل. (النجار، 2018، الصفحات 91-92)

وتعود أسس التوجهات المعرفية الاجتماعية إلى مبادئ التعلم من خلال النشاطات الاجتماعية وقد ظهرت في سنة 1941 من خلال ميلر ودولار MILLER A DOLLARD وتستند نظريتها إلى أهمية المعززات والعقوبات ومحاكاة النمذجة في اكتساب الجديد من المعارف، إذ ترى النظرية أن الإنسان كائن عقلائي إرادي يقوم باتخاذ القرارات على النحو الذي يراه مناسباً وفقاً لما قام بملاحظته وتعلمه من المجتمع المحيط به وفق عملية الإدراك، وهو ما يشير إلى وجود الدافعية الذاتية لدى الأفراد للتعلم واستخدام المعرفة لفهم العالم حوله والسيطرة عليه، وهو ما يعزز مفهوم الذات ويدعم هذا الموقف مبدأ أن التغييرات التي تنشأ من الإدراك لها أهمية كبيرة في تشكيل سلوكيات واتجاهات الفرد المستخدم والتي تمكنه من التحكم في الفيض المعلوماتي الساحق في المنصات الاجتماعية. (Ng, T.W.A, 2016, p. 14)

وفي ذات السياق يؤكد "جيمس بوتتر JAMES POTTER" أن التغييرات في سلوكيات الفرد ترجع إلى عملية الإدراك فكلما كانت العملية الإدراكية عالية أو مستوى التفكير النقدي مرتفع للفرد كلما استطاع الفرد المستخدم فهم عمل مختلف المواقع الاجتماعية وتحديد كيفية تضخيم المحتوى الاعلامي من مختلف الصناعات الإعلامية. ولذلك أن تمكين المستخدم ليكون أكثر الماما بوسائل الإعلام وتكنولوجيات الاتصال الحديثة يتجاوز بكثير توعيته بالمضامين الإعلامية لوسائل الاعلام وأثارها السلبية المحتملة إلى التفكير الناقد والفهم العميق للوسائط الاتصالية في محيطهم الاجتماعي، وكيف تتراكم الآثار غير المرغوب كمنتجات ثانوية من التعرض اليومي.

ستساعد النظرية المعرفية الاجتماعية للتربية الإعلامية على مستوى موضوع الدراسة إلى لفت الانتباه إلى كيفية مواجهة الفرد المستخدم للتدفق الهائل للمضامين الإعلامية عبر وسائط الاتصال الجديدة خاصة المنصات الاجتماعية، أي كيف يقوم باتخاذ القرار بشأن الرسائل والمحتويات المتداولة إذا كانت سلبية أو إيجابية من خلال عملية التفكير النقدي، فالتربية الإعلامية تمكن المستخدم من ادراك وتحليل الرسالة الإعلامية

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

بشكل نقدي، وتفسير ما تحويه من قيم ومعاني، والتعرف على مصادر معلوماتها ومعرفة أهدافها السياسية والاجتماعية والتجارية والفنية، بالإضافة الى التفاعل معها وعدم التعرض السلبي لها، حيث أن معرفة المراهقين المتدربين وادراكهم لمفاهيم التربية الإعلامية وادراكهم لطبيعة المجتمع وعاداته وتقاليده من الممكن أن يؤثر في مستوى التفكير النقدي حول مضامين الشبكات الاجتماعية..

09- حدود الدراسة:

1-9- المجال المكاني (الجغرافي):

ويقصد بها المكان الذي تجرى فيه الدراسة الميدانية وحيث يمثل المجال الجغرافي خطوة مهمة في عملية البحث من حيث الجانب الميداني لأنه يوفر إمكانية تزويد الباحث بالمعلومات والبيانات حتى يقوم بإجراء الدراسة الميدانية والمجال المكاني هو "المكان الذي يتعلق بالمكان الجغرافي أو الجزء الذي ستجرى فيه الدراسة الميدانية تحديداً ويتطلب على الباحث التعريف الدقيق بالمكان الذي يشمل مجتمع الدراسة. (غربي، 2009، صفحة 64)" ويتمثل المجال الجغرافي لهذه الدراسة في مدينة المسيلة التي تقع بولاية المسيلة وبالتحديد المراهقين المتدربين بالمرحلة الثانوية المستخدمين لموقع "الفايسبوك"

2-9- المجال البشري:

يعتبر المجال البشري مرحلة جد مهمة في أي دراسة علمية، حيث لا يمكن إجراء بحث ميداني دون الاستعانة بمجتمع دراسة لأنها تمكننا من جمع المعلومات وتحليلها، ويتمثل المجال البشري في هذه الدراسة في فئة المراهقين المتدربين بالمرحلة الثانوية بمدينة المسيلة.

3-9- المجال الزمني (الحدود الزمنية):

ويقصد بالمجال الزمني للبحث الفترة التي تم إنجاز البحث فيها بشقيه النظري والميداني، ويمكن تقسيم المراحل الزمنية لإنجاز الدراسة في:

- المرحلة الأولى: في سنة 2021 تم تحديد الموضوع والاطلاع على المراجع التي تخدم الموضوع والأدبيات السابقة التي لها علاقة بالبحث، وتواصلت عملية تنظيم المعلومات وتنسيقها في شكل فصول ومباحث نظرية إلى غاية سنة 2022.

- المرحلة الثانية : مع نهاية سنة 2022 وبداية دخول سنة 2023 تم جمع المعطيات المتعلقة بالدراسة الميدانية المتعلقة بمجتمع الدراسة والعينة وكذا تصميم أدوات الدراسة (الاستبيان) بمراحله المتعددة بدءا بعرضه على الأستاذ المشرف على هذه الدراسة في صيغته الأولية والتي أسفرت عنها مجموعة من التوجيهات القيمة والملاحظات في صميم الموضوع، ليتم بعدها تعديل الاستبيان وفق توجيهاته، ومن ثم عرضه على مجموعة من الأساتذة المحكمين والذين لهم علاقة مباشرة بالتخصص لإبداء آرائهم وتوجيهاتهم والتي تم العمل بها والأخذ بعين الاعتبار الملاحظات والاقتراحات وفي الأخير تمت الصياغة النهائية للاستبيان الذي تم اعتماده بشكل نهائي في الدراسة الحالية .

- المرحلة الثالثة: تم توزيع الاستبيان على مجموعة تجريبية من المبحوثين قبل توزيعه النهائي على عينة الدراسة، وذلك ابتداء من تاريخ 2023/01/22 إلى غاية 2023/03/15.

10- نوع الدراسة ومنهجها:

لا يخفى علينا أن تحديد المنهج الموظف في أي دراسة يرجع إلى طبيعة البحث، إذ يتوجب علينا إيجاد الطرق والأساليب المناسبة للإجابة عن مجموع تساؤلاتنا والوصول إلى أهدافنا، وكذا طبيعة الموضوع ونوع المعلومات المتوفرة و خصوصية ميدان الدراسة ، حيث أن صدق النتائج ومدى مطابقتها للواقع المدروس يرتبط ارتباطا وثيقا بالمنهج الذي يتبعه الباحث في دراسة مشكلة بحثه فهو " الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته حتى يصل الى نتيجة معلومة (العساف، 1995، صفحة 180)." ونظرا لطبيعة موضوعنا ومن أجل تشخيص الظاهرة وكشف جوانبها وتحديد العلاقة بين عناصرها " دور التربية الإعلامية في تنمية التفكير النقدي نحو مضمين الشبكات الاجتماعية 'الفيديسبوك' تبين أنه من المناسب استخدام المنهج الوصفي وذلك لتوافقه مع هدف الدراسة فهو "يعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها تعبيراً كفيها وكميا، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها أما التعبير الكمي فيطبعها وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها أو درجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة" (بوحوش و الذنبيات، صفحة 139). وعلى هذا الأساس أدرجت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي لا تقتصر على جمع البيانات والحقائق وتصنيفها وتبويبها بالإضافة إلى تحليلها التحليل الكافي الدقيق المتعمق بل يتضمن أيضا قدرا من التفسير لهذه النتائج (صابر و خفاجة، 2002، صفحة 87) .

11- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

1-11 مجتمع الدراسة:

لا يمكن تصور دراسة دون مجتمع بحث أو عينة ولذلك يعرف مجتمع البحث بأنه مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة (عبد الحميد، 2011، صفحة 296) ومجتمع البحث في هذه الدراسة هم المراهقين المتمدرسين بالمرحلة الثانوية بمدينة المسيلة والذين تتراوح أعمارهم ما بين 15-18 سنة من كلا الجنسين ومختلف المستويات التعليمية الثلاث.

2-11 عينة الدراسة:

يعتبر اختيار وتحديد العينة الممثلة لمجتمع البحث خطوة أساسية في البحث العلمي لا يمكن للباحث تجاوزها في الدراسات التي تتعامل مع جمهور كبير الحجم، لكن الباحث قد يجد صعوبة في التعامل مع كافة المجتمع لعدة أسباب منها كبر حجم المجتمع وتوزيعه على مسافات بعيدة من جهة ومحدودية إمكانيات الدراسة وإمكانية الباحثة من ناحية الجهد والتكلفة من جهة أخرى، لذلك اضطررنا لإجراء الدراسة على مجموعة جزئية من ذلك المجتمع بحيث نسي الجزء من المجموعة بعينة الدراسة (عاشور، 2017، صفحة 226) والعينة الجيدة هي التي تمكننا من تعميم النتائج التي نتوصل لها على مجتمع البحث الذي تمثله، وبما أن مجتمع دراستنا مقسم إلى مجموع طبقات وهي ثلاث سنوات دراسية ومجموع تخصصات فقد تم الاعتماد على "العينة العشوائية الطبقية" نظرا لتلائمها مع طبيعة الدراسة، حيث "تعتبر من أكثر الطرق شيوعا في الدراسات الإعلامية وبصفة خاصة جمهور الإعلام والاتصال والرأي العام، اذ تمثل هذه الطريقة تمثيل نسبي لخصائص المجتمع، فالباحث يصنف مجتمع البحث على مجموعات وفقا للفئات التي يتضمنها متغير معين أو عدة متغيرات ثم يختار وحدات عينة البحث اختيار عشوائي من كل مجموعة" (عبد الحميد، 2004، صفحة 138)، وبما أننا نطمح لأن تكون العينة المختارة ممثلة لمجتمع البحث اخترنا أن نحدد حجمها وفقا للصيغة الرياضية التي اعتمدها الباحث "ستيفن ثامنسون" والمبينة كالتالي:

N: حجم المجتمع.

N: حجم العينة

P: القيمة الاحتمالية (0.05).

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

Z: الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى المعنوية 0.05 وهو يساوي 1.96

D:نسبة الخطأ (0.05).

وحسب المعادلة المذكورة نجد أن حجم عينة الدراسة هو 370 مفردة من مجموع 10085 وهو مجموع عدد طلبة السنوات الثلاث لثانويات مدينة المسيلة،، وبما أن هناك معطيات إحصائية متوفرة لدينا من "مديرية التربية بولاية المسيلة" والمتمثلة في تعداد المراهقين في بلدية المسيلة حسب متغير المستوى التعليمي فإنه من السهل علينا توزيع ما يلي:

الجدول رقم(1): يمثل توزيع التلاميذ في ثانويات مدينة المسيلة للموسم الدراسي 2022/2023

المجموع	عدد التلاميذ			الثانوية
	أولى ثانوي	ثانية ثانوي	ثالثة ثانوي	
889	320	295	274	ابراهيم بن الاغلب التميمي
671	241	219	211	أحمد بن محمد يحيى المقرري
870	316	238	316	عثمان بن عفان.
542	153	180	209	جابر بن حيان
485	175	124	186	عبد الله بن مسعود
782	241	277	264	صلاح الدين الأيوبي
1364	476	443	445	عبد المجيد علام
986	369	323	294	محمد الشريف مساعديه
959	333	308	318	عبد المجيد مزبان
962	403	298	261	سعودي عبد الحميد
391	172	116	103	صحراوي نورالدين
559	157	160	242	أحمد الغازي
625	195	189	241	زغبة الدراحي
10085	3551	3170	3364	المجموع

المصدر: مديرية التربية لولاية المسيلة بتصريف الباحثة.

الجدول رقم(2): يمثل توزيع عينة الدراسة في ثانويات مدينة المسيلة.

المجموع		ثالثة ثانوي		ثانية ثانوي		سنة لأولى		الثانويات
نسبة	مفردة	نسبة	مفردة	نسبة	مفردة	نسبة	مفردة	
% 100	33	% 31	10	%33	11	%36	12	ابراهيم بن الاغلب التميمي
%100	25	%31	08	% 33	08	%36	09	أحمد بن محمد يحيى المقرئ.
%100	32	%36	11	%27	09	%36	12	عثمان بن عفان.
%100	20	%39	07	%33	07	%28	06	جابر بن حيان.
%100	18	38%	07	%26	05	%36	06	عبد الله بن مسعود.
%100	29	%34	10	%35	10	%31	09	صلاح الدين الأيوبي.
%100	50	%33	16	%32	16	35	17	عبد المجيد علاهم.
%100	36	%30	11	%33	12	%37	13	محمد الشريف مساعديه.
%100	35	%35	12	%32	11	%33	12	عبد المجيد مزيان.
%100	35	%42	15	%31	11	%27	09	سعودي عبد الحميد
%100	14	%27	04	%29	04	%44	06	صحراوي نورالدين.
%100	21	%43	09	%29	06	%28	06	احمد الغازي.
%100	23	%39	09	%30	07	% 31	07	زغبة الدراحي.

كما أنه يرجع سبب اختيارنا للمراهقين المتمدرسين في المرحلة الثانوية لعدة اعتبارات:

- أن المراهق في المرحلة المبكرة من مراحل المراهقة "12-14" في الطور المتوسط يكون أقل استخداما لموقع "الفايسبوك" كما أن هذه الفترة تشهد تقلبات مزاجية عنيفة مصحوبة بتغيرات على النمو النفسي والجسمي والاجتماعي ما يؤدي الى عدم الاتزان.
- أن المراهقين هم أكثر الشرائح العمرية حيوية ونشاطا وميلا للاستكشاف والمغامرة لذلك هم أكثر ارتباطا بالتكنولوجيات الجديدة منها الشبكات الاجتماعية "الفايسبوك"

- اختيار الطور الثانوي كعينة ممثلة لمجتمع الدراسة لأن هذه المرحلة تتوسط المرحلة المتوسطة "15-17" والمرحلة المتأخرة "18-21" من مراحل المراهقة التي أوردها الكثير من الباحثين في دراساتهم، إضافة إلى أنها أكثر استخداماً لموقع "الفايسبوك".

12- أدوات الدراسة:

يتطلب أي بحث علمي إلى مجموعة من الأدوات التي يستخدمها الباحث لجمع المعلومات التي تعتبر من الوسائل التي تمكن الباحث من الحصول على البيانات من مجتمع الدراسة وتصنيفها وجدولتها ويتوقف اختيار الأداة اللازمة لجمع البيانات على عدة عوامل، فبعض أدوات البحث تصلح في بعض المواقف والبحوث بينما تكون مناسبة في غيرها من البحوث الأخرى ولكي يتمكن الباحث من فهم الظاهرة وتحليلها عليه أن يختار الأداة المناسبة لموضوع بحثه، فهي الطريق المؤدي لإدراك الحقائق وتغييرها. ولقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على الأدوات التالية:

1- الملاحظة:

تعتبر من الأدوات المهمة في كل بحث علمي لأنها تزودنا بمعلومات ومعطيات حول الظاهرة المدروسة، والملاحظة البسيطة هي التي لا يشارك مستخدمها بصورة مباشرة في أحداث الظاهرة المدروسة أو لنقل ملاحظة غير مباشرة، لأنه يكفي بملاحظة ما يريد أن يكون في قلب الحدث (بن نوار، 2012، صفحة 40). ولقد ساعدتنا هذه الأداة في الملاحظة العلمية الجواب الظاهرة عن قرب في ظل ظروفها الطبيعية، كما ساعدت الأداة في الوصف المبدئي للظاهرة والاستشعار بالمشكلة التي أدت إلى طرح موضوع الدراسة، بدءاً من اختيار موضوع البحث الذي كانت الملاحظة البسيطة فيه جزءاً أساسياً في تحديد الموضوع من خلال ملاحظة سلوك المراهقين بشكل يومي والاحتكاك بهم عن قصد، حتى يتسنى للباحثة جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات، وكانت هذه الأداة المساعدة في استعمال الأداة الثانية وهي استمارة الاستبيان.

2- المقابلة:

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

وفي دراستنا هذه تم الاعتماد على المقابلة الغير المقننة وجها لوجه وبشكل مباشر في تعاملنا مع المبحوثين خاصة مع المعلمين ومستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي في المؤسسات التربوية الثانوية، ولقد لاحظنا تجاوبا كبيرا منهم في بعض المؤسسات بحيث استحسنوا الموضوع كثيرا وذلك لسببين الأول: يكمن في خوفهم من المضامين الإعلامية التي يتعرض لها التلاميذ المراهقين ومدى تأثيرها على سلوكياتهم وأفعالهم، فهناك من أقر بأنها تمثل مصدر للمعلومات المبعثرة والمشوشة التي تتعارض أحيانا مع ما هو متعارف عليه بين الأفراد الأمر الذي قد يؤثر على القيم الأخلاقية والاجتماعية للمجتمع ككل، كما أدلوا بمجموعة كبيرة من الملاحظات التي تم رصدها بحكم انهم أقرب من التلاميذ المراهقين في الساحة المدرسية منها الإدمان على استخدام الهاتف النقال وتقليد بعض العادات الغربية المتمثلة في اللباس وقصات الشعر، الولوج الى مواقع الإباحية وغير أخلاقية، واختراق بعض التلاميذ لحسابات زملائهم الاناث وتهديدهم، الإدمان على الألعاب الإلكترونية وغيرها من بعض السلوكيات الغير المستحبة، لذلك وجب القيام بدراسات مماثلة لحل المشكل حسبما أوردوه. والثاني يشمل تطبيق منهج التربية الإعلامية في المناهج الدراسية في كل المراحل التعليمية بصفة رسمية مع ضرورة توفير كل الإمكانيات المادية والبشرية لذلك، فعلى الرغم من أن مفهوم التربية الإعلامية مفهوم حديث عند فئة قليلة منهم لكن معظمهم أقروا بفهمهم للمفهوم ولأهميته في العصر الحالي. فرغم أن البرنامج السنوي المتراكم لوزارة التربية والتعليم لعمل المعلمين ومستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي الذي لا يسمح لهم بالخروج عن محاوره على حد قولهم، الا أنه هناك فهم من يساهم في بعض الأحيان في توعية التلاميذ المتدمسين بأضرار والتأثيرات السلبية الناجمة المضامين الإعلامية لشبكات التواصل الاجتماعي ووسائل الاعلام ككل وكيفية الاستخدام الواعي والمفيد لمضامين الإعلامية سواء في داخل الصفوف الدراسية للمعلمين أو بتخصيص مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي الى جانب البرنامج المكلفين بتطبيقه محاضرات و حصص ارشادية جماعية للتلاميذ لتوعيمهم بالاستخدام الواعي والأمن لوسائل الإعلام والاتصال خصوصا الشبكات الاجتماعية كالفيديسبوك والانستغرام..... وغيرها.

3-استمارة الاستبيان:

تم الاعتماد على استمارة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة الميدانية باعتبارنا أنها الأداة الأنسب والأكثر ملائمة لتقديم المعلومات اللازمة والكافية لإجابات المبحوثين عن أسئلة الدراسة نظرا لخصائصها العديدة منها أنها تتميز بظروف التقنين أكثر من وسائل البحث الأخرى، كما أنه يوفر للمبحوث وقتا في حالة اجابته على

الاستمارة أكثر من الإجابة عن ربي السؤال شفويا أو مباشرة." (الامين، 2008، صفحة 147) حيث تم صياغة الأسئلة بمساعدة أداة الملاحظة البسيطة والمعلومات التي تم جمعها سابقا، والاستمارة كما هو معروف عليها انها "تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع في إطار الخطة الموضوعية لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة" (بن مرسل، 2003، صفحة 79). ويمكن تطبيق الاستبيان مع المبحوثين بأساليب مختلفة لتحقيق أهداف الدراسة فقد تترك للمبحوث للإجابة عليها دون وجود الباحث أمامه، وقد رسل له، وقد تطبق معه بوجود الباحث، وفي هذه الدراسة قامت الباحثة بتطبيق أداة الاستبيان بطريقة مباشرة وذلك بقيام الباحثة بتوزيع الاستبيان على أفراد العينة مباشرة وبحضورها، وطريقة غير مباشرة بمساعدة مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي على مستوى الثانويات. وباعتبار البحث موضوع مركب من عدة متغيرات تحتاج الكثير من التدقيق والتحليل وهي "التربية الإعلامية، التفكير النقدي، مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" وهي متغيرات ذات مدلولات عميقة تحتاج التعمق فيها وقد تم تقسيم الاستمارة إلى أربعة محاور:

- المحور الأول: احتوى هذا المحور كل ما يتعلق بالمعلومات الشخصية للمبحوثين والمتمثلة في الجنس، السن، المستوى التعليمي، المحي الاجتماعي، الحالة الاجتماعية.
- المحور الثاني: تعلقت أسئلة هذا المحور باستخدامات المراهقين المتمدرسين بالمرحلة الثانوية للشبكات الاجتماعية "الفيسبوك بمدينة المسيلة.
- المحور الثالث: تعلقت أسئلة هذا المحور بمدى وعي المراهقين المتمدرسين مستخدمي الفيسبوك بمدينة المسيلة بمفهوم التربية الإعلامية.
- المحور الرابع: شملت أسئلة هذا المحور الأخير مستوى التفكير الناقد لدى المراهقين المتمدرسين بالمرحلة الثانوية مستخدمي الفيسبوك بمدينة المسيلة.

13- اختبارات الصدق والثبات:

1-13- الصدق:

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

تعتبر إجراءات الصدق والثبات من العناصر الأساسية في البحوث العلمية لإضفاء المصداقية والانسجام والتناسق بين أجزاء الدراسة، فالصدق يعني مدى صلاحية أداة الدراسة لقياس ما أعدت من أجله " (العساف ص.، 1995، صفحة 429) كما انه يشير الى درجة استقلالية الإجابات عن الظروف العرضية للبحث، ويرتبط تكرار التجارب والاكتشافات العلمية، ولن يأتي إلا أدوات جمع بيانات ومعالجة إحصائية مناسبة، (دليو، 2014، الصفحات 1-10) و لضمان صلاحية وصدق استمارة الاستبيان قامت الباحثة بإخضاع الأداة مرفقة بإشكالية الدراسة و تساؤلاتها على مجموعة من الأساتذة المحكمين في ميدان علوم الإعلام والاتصال للتأكد من سلامة الأداة من حيث البناء والمحتوى ومدى ملائمتها لمستوى المراهقين المتمدرسين، وأيضا حتى يتسنى لنا الاستفادة من آرائهم وأفكارهم بهدف تقصي جوانب النقص في الاستبيان وكذا معرفة مدى استيفاء الأسئلة الواردة في المحاور للشروط العلمية في الصياغة، وبعد ابداء آرائهم وملاحظاتهم فيما يتعلق بمضمون الأداة، قمنا بالأخذ بآرائهم ونصائحهم وتصحيح وتعديل وحذف ما هو مناسب لدراستنا بناء على ملاحظات الأساتذة، إلى أن تم صياغة استمارة الاستبيان في شكلها النهائي كما هو موضح في الملاحق.

بعد التأكد من صدق محتوى أداة الدراسة قمنا بحساب الاتساق الداخلي بين عبارات ابعاد متغير التربية الإعلامية والتفكير الناقد والدرجة الكلية للمحورين، من خلال حساب معامل الارتباط بيرسون " CORRELATION DE PERSON " بين العبارات والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه، وكذا معامل الارتباط بيرسون بين الأبعاد والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، لقياس الصدق البنائي لأداة الدراسة، والنتائج التي تم التوصل إليها موضحة في الجدول التالي:

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

الجدول رقم(3): يمثل معاملات الارتباط بين كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتهي إليه وكذا معامل الارتباط بيرسون بين الأبعاد والدرجة الكلية للمحور.

العبرة	الارتباط	العبرة	الارتباط	العبرة	الارتباط	العبرة	الارتباط
01	*0.46	10	**0.62	18	**0.47	27	**0.68
02	**0.87	أهداف التربية		19	**0.54	28	**0.56
03	**0.80	11	**0.63	20	**0.83	29	**0.55
04	**0.86	12	**0.67	21	**0.77	30	**0.65
05	*0.45	13	**0.65	22	*0.39	31	**0.61
مفهوم التربية		14	**0.8	23	**0.73	32	**0.57
06	**0.62	15	**0.49	التربية الإعلامية داخل المؤسسة		33	**0.66
07	**0.72	أهمية التربية الإعلامية		24	**0.56	34	**0.59
08	**0.72	16	**0.56	25	**0.53	35	**0.81
09	**0.59	17	**0.66	26	**0.75	التربية الإعلامية داخل الأسرة	
مفهوم التربية	أهداف التربية الإعلامية	أهمية التربية الإعلامية	التربية الإعلامية داخل المؤسسة	التربية الإعلامية داخل الأسرة			
**0.49	**0.59	**0.71	**0.69	**0.77			

يتضح من الجدول رقم (03): أن جميع معاملات ارتباط العبارات بالدرجة الكلية للبعد الذي تنتهي إليه دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.01$) و ($\alpha=0.05$)، كما أن جميع معاملات ارتباط الأبعاد بالدرجة الكلية للمحور دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.01$) و ($\alpha=0.05$)، ما يعتبر مؤشراً جيداً على صدق الاتساق الداخلي بين كل عبارة من عبارات للاستبيان،

1- محور التفكير الناقد: لقد تم التّحقق من صدق محور التفكير الناقد عن طريق حساب الاتساق الداخلي للعبارات، والذي يعتمد على حساب معامل الارتباط بيرسون بين العبارات والدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي إليه، والجدول التالي يوضح النتائج المتوصل إليها:

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

الجدول رقم (4): يمثل معاملات الارتباط بين كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي إليه

العبارة	الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة	الارتباط	العبارة	الارتباط
01	*0.44	07	**0.59	13	*0.40	19	*0.44
02	*0.44	08	*0.38	14	**0.51	20	**0.70
03	**0.58	09	*0.37	15	**0.84	21	**0.56
04	**0.49	10	*0.41	16	**0.70	22	**0.55
05	**0.52	11	*0.36	17	*0.37	23	**0.52
06	**0.52	12	*0.36	18	**0.76	//	//

يتضح من الجدول رقم (04): أن جميع معاملات ارتباط العبارات بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي إليه

دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.01$) و ($\alpha=0.05$)، ما يعتبر مؤشراً على صدق الاتساق الداخلي للاستبيان.

2-13- الثبات:

تم التأكد من ثبات الاستبيان عن طريق معامل الثبات "ألفا كرو نباخ ALPHA CRONBACH" وكذا معامل "بيرسون" بين التطبيقين بفارق زمني مدته خمسة عشر يوم بين التطبيقين عن طريق عينة تجريبية قوامها (30) مفردة على تلاميذ ثانوية "عبد المجيد علام"، لقياس قدرة الاستبيان على تحقيق الهدف من الدراسة عن طريق الارتباط بين أسئلته، اتضح بعد حساب معامل الثبات أن قيمة معامل "ألفا كرو نباخ" لمحور التربية الإعلامية قدرت بـ (0.84)، في حين قدرت قيمة معامل بيرسون بين التطبيقين لمحور التربية الإعلامية بـ (0.71)، أما قيمة "ألفا كرو نباخ" لمحور التفكير الناقد فقد قدرت بـ (0.81)، في حين قدرت قيمة معامل بيرسون بين التطبيقين لمحور التفكير الناقد بـ (0.65)، وهذا ما يدل على تمتع الاستبيان بدرجة عالية من الثبات والصلاحية للاستخدام مع العينة النهائية للدراسة الحالية، ومنه نستنتج أن أداة الدراسة "الاستبيان" التي تم إعدادها لمعالجة المشكلة المطروحة هي صادقة وثابتة في جميع فقراتها وبالتالي إمكانية الاعتماد عليها.

15- الأساليب الإحصائية:

اعتمدت الباحثة في تحليل البيانات على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، من خلال

تطبيق سلسلة من الاختبارات على أداة الاستبيان:

1- حساب التكرارات والنسب المئوية لمتغيرات ومحاور الدراسة، وكذا تصميم الجداول الإحصائية البسيطة والمركبة.

2- اختبار "ألفا كرون باج" لقياس صدق وثبات الاستبيان ومدى قدرته على تحقيق أغراض الدراسة.

3- معامل الارتباط "بيرسون" لقياس درجة الارتباط بين متغيرات الدراسة.

4- اختبار T. TEST الذي يستخدم لقياس فروق المتوسطات غير المرتبطة والمرتبطة للعينات المتساوية وغير المتساوية.

5- الاعتماد على اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA لمعرفة الفروق بين متوسطات الأفراد تبعا للمتغيرات الديمغرافية، وكذا أسلوب SCHEFFEL الذي يستخدم للمقارنات البعدية.

08- الدراسات السابقة:

تمثل الدراسات السابقة سجلا حافلا بالمعلومات التي يمكن من خلالها رصد وتحديد موقعها في التراث النظري من حيث الاهتمام بها، فهي تعتبر من أهم العناصر المعينة على حل مشكلة البحث لما لها من إسهامات سواء في التخطيط أو التوجه أو ضبط المتغيرات، كما أن الباحث يمكن أن يوظفها في حكم المقارنة أو الإثبات أو النفي، وفيما يلي سنتعرف على الدراسات التي تم الاعتماد عليها في هذه الدراسة كالاتي:

1) أم الرتم سحر "مساهمة مؤسسات التنشئة الاجتماعية في تكريس التربية على وسائل الإعلام -دراسة ميدانية على الأسرة، المدرسة، الإذاعة أنموذجا، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال (جامعة محمد لا مين دباغين سطيف: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تخصص اتصال وعلاقات عامة 2018/2019).

هدفت هذه الدراسة التحليلية إلى معرفة مدى مساهمة مؤسسات التنشئة الاجتماعية في تكريس التربية على وسائل الإعلام، حيث سلطت الضوء على دور كل من الأسرة والمدرسة والإذاعة في تربية وتنشئة الأجيال القادمة إعلاميا وتتمحور إشكالية هذه الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: ما مدى مساهمة مؤسسات التنشئة الاجتماعية في تكريس التربية الإعلامية؟

استخدمت الباحثة منهج البحث الميداني للحصول على المعلومات الخاصة بالجمهور ومحتوى رسائل مؤسسات التنشئة الاجتماعية، ولا تكتف الدراسة بالوصف والجمع فقط، بل إلى التحليل والتفسير والكشف عن مختلف العلاقات الكامنة بين متغيرات الدراسة.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

تم الاعتماد على مجموعة من الأدوات بهدف جمع البيانات والمعلومات اللازمة، منها الاستمارة الاستبيان لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة الميدانية المتعلقة بدور الأسرة في تكريس التربية الإعلامية وتم معالجة بيانات الدراسة باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS وفقاً لمجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة واستعمال أداة تحليل المحتوى لجمع البيانات المتعلقة بمساهمة برامج الإذاعة المحلية في تكريس التربية الإعلامية من خلال تحليل برامج الأطفال الإذاعية.

تمثل مجتمع الدراسة في أولياء وأمهات (ذكور وإناث) بولاية سطيف حيث تمثلت العينة عرضية 200 مفردة، وعينة عشوائية تمثلت في 12 حصة من كل برنامج أي دورة إذاعية كاملة خلال 2016/2017 وقد خلصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها ما يلي :

- أن نسبة 75٪ من أفراد العينة يرون بأن استخدام الانترنت يشكل خطراً على سلوك الطفل، حيث ينبغي عدم السماح بوجود أجهزة التلفزيون في غرف الأطفال مما يسمح بالمشاهدة غير المراقبة، والأمر سيان فيما يتعلق بأجهزة الكمبيوتر خاصة المتصل بشبكة الإنترنت، وفي المقابل يرى 25٪ منهم أنها تشكل خطراً على سلوكيات الطفل.

- أن نسبة 75٪ من أفراد العينة صرحوا بأنهم يعلمون أطفالهم كيفية التعامل مع المضامين الإعلامية داخل الأسرة، مقابل 25٪ الذين أدركوا بأنهم لا يقومون بتعليم أبنائهم التعامل مع مضامين وسائل الاعلام، الأمر الذي يعكس غياب وعيهم وثقافتهم الإعلامية عموماً ومفهوم التربية الإعلامية بشكل خاص.

- الإذاعة المحلية تقوم بدورها التربوي والتعليمي للطفل، حيث أن برامجها سواء برنامج "راديو الأطفال" أو برنامج "تربويات" وكذا برنامج "أبناءؤنا مستقبلنا" ركزت بنسب متساوية على جميع المجالات الثقافية سواء تعلق الأمر بالسلامة المرورية، التفوق الدراسي وكذا بناء الثقافة العامة للفرد من خلال إقامة مسابقات ثقافية وتعليمية وذلك بتكرار إجمالي قدرت نسبته ب33,33٪ لكل واحدة منها.

(2) نوال محمد بريقل " مستويات الإبداع والتفكير النقدي-دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعات بسكرة، باتنة، المسيلة-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم (جامعة باتنة 01: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تخصص علم النفس المدرسين 02 أكتوبر 2019).

سعت هذه الدراسة بصورة أساسية إلى معرفة متوسط درجات الإبداع ومهارات التفكير النقدي وسط طلاب الجامعة الجزائرية وعلاقة هذه المستويات ببعض المتغيرات الديمغرافية مثل الجامعة والجنس والعمر والتخصص والسنة الدراسية، إذ أن معرفة القدرات العقلية أو مهارات التفكير الإبداعي والنقدي في نصف دماغ الأمة الأيمن وهم مركز الخيال والإبداع والتفكير الكلي أن يوفر مؤشرات توجه مسار التعليم في بلادنا. وكذا بحث الفروق بين الإبداع والتفكير النقدي وفقا لمتغيرات نفسية وبحث تأثير التفاعل بين المتغيرات النفسية (الجنس، التخصص الدراسي والمستوى الدراسي) في متوسط هذه المهارات. وعليه تتحدد مشكلة البحث في التساؤلات التالية:

- ما هي درجة الأداء في اختيار الإبداع لدى طلاب الجامعة الجزائرية؟ وهل توجد علاقة بين الجنس والعمر والتخصص الدراسي والمستوى الدراسي ومستويات التفكير الإبداعي؟
 - ما مستوى مهارات التفكير النقدي لدى طلاب الجامعة الجزائرية؟
 - هل توجد فروق في الدرجة الكلية للتفكير النقدي لدى عينة الدراسة حسب المتغيرات الديمغرافية؟ هل توجد علاقة بين الجنس والعمر والتخصص الدراسي والمستوى الدراسي ومستويات التفكير النقدي؟
- لتحقيق اهداف الدراسة تم استخدام اختبار " تورانس " الصورة اللفظية واختبار " واطسون جليسر " المعدل والمختصر للتفكير النقدي على عينة قوامها (929) طالبا وطالبة من ثلاث جامعات بالجزائر وهي: المسيلة، باتنة وبسكرة. وتوصلت الى النتائج وكشفت النتائج:

- أن نسبة (21.95) من طلاب العينة كان أداءهم مرتفعا على اختبار التفكير الإبداعي، وأن أداء (78.04) من طلاب العينة كان منخفضا اتضح من نتيجة التحليل الإحصائي للبيانات أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مهارات التفكير الإبداعي تعزى إلى المتغيرات التالية: الجنس، التخصص الدراسي والعمر لدى الطلاب بالجامعات الجزائرية. كما لا يوجد تفاعل بين متغير الجنس والمتغيرات التالية: مقر الجامعة، التخصص الدراسي والعمر في التأثير على متوسطات التفكير النقدي لدى طلاب الماستر بالجامعات الجزائرية.
- وكشفت النتائج أيضا أن نسبة (17.1) من طلاب العينة كان أداءهم مرتفعا على اختبار التفكير النقدي ، وأن أداء (68.1) من طلاب العينة كان متوسطا وحصل على (14.8) من طلاب العينة على تقدير منخفض. واتضح من نتيجة التحليل الإحصائي للبيانات انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مهارات التفكير النقدي تعزى الى المتغيرات التالية: مقر الجامعة ، الجنس ن التخصص الدراسي والعمر لدى طلاب الماستر

بالجامعات الجزائرية. كما لا يوجد تفاعل بين متغير الجنس والمتغيرات التالية: التخصص الدراسي والعمر في

التأثير على متوسطات التفكير النقدي لدى الطلاب بالجامعات الجزائرية.

- ولعل عدم وجود فروق دالة إحصائية في هذا التحليل راجع على تجانس العينات من حيث مستوى التفكير

النقدي لدى طلاب الليسانس والماستر في الجامعات الجزائرية حيث يدرسون نفس المنهاج من حيث المحتوى،

وبنفس الطرق البيداغوجية نظرا لأن هذه الجامعات حكومية.

(3) دراسة "داوره احمد: "التفكير الناقد وعلاقته بقيم المواطنة لدى الطلبة الجامعيين لمواجهة تحديات

العولمة – دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة تيارت- أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم، (جامعة

الجزائر 02: كلية العلوم الاجتماعية، قسم علوم التربية، 2016/2017).

هدفت الدراسة الى محاولة بحث العلاقة بين التفكير النقدي وعلاقته بقيم المواطنة لدى الطلبة الجامعة

لمواجهة تحديات العولمة وعلاقتها ببعض المتغيرات لدى طلبة الجامعة، وعليه تمحورت مشكلة الدراسة في السؤال

الرئيسي التالي:

- ما علاقة التفكير الناقد بقيم المواطنة لدى طلبة الجامعة وبعض المتغيرات للتصدي للعولمة؟

اتباع الباحث المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على تحليل الظاهرة المدروسة، وهو اسلوب مألوف في هذه

الظواهر. تكونت عينة الدراسة من (380) طالب وطالبة تم اختيارهم بالطريقة العشوائية المنتظمة، وتكونت

أدوات الدراسة من ثلاث مقاييس المقياس الأول مقياس التفكير الناقد ومقياس قيم المواطنة ومقياس تحديات

العولمة، وقد قام الباحث بالمعالجة الإحصائية لبياناته مستخدما اختبار التجزئة النصفية للثبات ن معامل ارتباط

بيرسون، اختبار ألفا كرو نباخ، المتوسطات الحسابية والأوزان النسبية وغيرها. وأوضحت نتائج الدراسة ما يلي:

- لا يوجد فروق في التفكير الناقد لطلبة الجامعة تعزى لاختلاف الجنس (ذكور وإناث) عند مستوى دلالة

0.05.

- توجد فروق في التفكير الناقد لطلبة الجامعة تعزى لاختلاف التخصص (علوم المادة، علوم الاجتماعية)

عند مستوى دلالة 0.05 توجد فروق في التفكير الناقد تعزى لاختلاف الدراسي (أولى ليسانس –ثانية ما ستر) عند

مستوى دلالة 0.05.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في التفكير الناقد وقيم المواطنة ومواجهة التحديات العولمة لدى طلبة الجامعة تعزى لمتغيرات الجنس (ذكور وإناث).

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) في التفكير الناقد وقيم المواطنة ومواجهة التحديات العولمة لدى طلبة الجامعة تعزى لمتغيرات الجنس (علوم المادة، علوم اجتماعية).

4) دراسة "منى طوق": التربية الإعلامية وتكوين الحس النقدي لدى تلاميذ المدارس الخاصة في لبنان-دراسة تحليلية نقدية-أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه اللبنانية في علوم الإعلام والاتصال، (الجامعة اللبنانية: المعهد العالي للدكتوراه في الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، 2021/2020)

هدفت هذه الدراسة الى معرفة واقع التربية الإعلامية في لبنان، من خلال مضمون محاور الإعلام في كتب التربية الوطنية والتنشئة المدنية الموحدة منهجيا (نسبة الى منهج)، وكيفية تكوينها الحس النقدي لدى تلاميذ المدارس الخاصة ذات الطابع الديني. وعليه انطلقت هذه الدراسة لشرح إشكالية البحث: كيف تكون التربية الإعلامية الحس النقدي لدى تلاميذ المدارس الخاصة ذات التعددية الثقافية والدينية؟

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة المنهج العلماني الذي يرفض الترميز المسبق في تصنيف وتبويب المعلومات واستخدام تقنية تحليل المضمون من المنهج الوصفي لاستخراج الخصائص الدالة. وارتكزت على ثلاث أدوات بحثية وهي: الأولى محاور الإعلام لتحديد المحتوى الإعلامي في المناهج التعليمية، الثانية المقابلات المعمقة لتوضيح الإستراتيجية التربوية في المدارس الخاصة ومدى ارتباطها بالمرجعية الروحية، والكشف عن الاهتمام الفعلي بهذه المحاور وطرح أسئلة منها في الامتحانات الرسمية، الثالثة الاختبار الذي يعد تجربة جديدة في مجال البحوث الإعلامية، والذي تم تطبيقه باختيار عينة قصدية من تلامذة السنة الثالثة ثانوي في مدارس العرفان، الكاثوليك، الأرثوذكس، المصطفى، المقاصد والإنجيلية. وقد أسفرت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها ما يلي:

- تشير النتائج إلى أن التربية الإعلامية تكون الحس النقدي لدى التلامذة الذي لا يختلف باختلاف هوية المدارس الخاصة المتعددة، في مجتمع تعددي مثل لبنان إنما يستند الى مقومات وأسس علمية يكتسبها التلميذ من خلال التواصل المعرفي

- ساهمت النظرية البنائية في توضيح عملية بناء المعرفة.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

- تبين أن تلاميذ هذه المدارس هم تلاميذ لبنان لديهم ثقافة إعلامية ومؤهلات نقدية تخولهم لتحليل ونقد نص الاختيار واتخاذ موقف من المحتوى الإعلامي.

- ويوصي البحث بإدخال "التربية الإعلامية" كمادة مستقلة في المناهج التربوية هذا يؤشر الى أن المدارس تستطيع أن تشكل رؤية وطنية متشابكة يستفيد المجتمع اللبناني المتعدد دينيا من تطبيقها.

05) دراسة "أبو بكر حبيب الصالحي": دور مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية في دحض الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي مجلة البحوث الإعلامية ، العدد 54، ج6، يوليو 2020.

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على دور مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية في دحض الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال قياس مستوى مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية، وقياس العلاقة بين مستوى التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية والقدرة على دحض الأخبار الزائفة، وعليه جاءت المشكلة البحثية لهذه الدراسة في الإجابة على التساؤل التالي :

- ما دور مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية في دحض الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟

انتمت الدراسة إلى الدراسات الوصفية استخدم الباحث منهج المسح بالعينة واستخدام في ذلك الاستبيان كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (400) مفردة من طلبة وطالبات الجامعات المصرية وتم تطبيق الاستبيان وتوزيعها عبر البريد الإلكتروني و الواتس آب وبعض من مواقع التواصل الاجتماعي، وقد اسفرت الدراسة على مجموعة من النتائج نذكر منها ما يلي :

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ومستويات التعرض المختلفة للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين مستوى مهارات التفكير الناقد لدى المبحوثين ومستوى القدرة على دحض الاخبار الزائفة.

- تزداد درجة معرفة المبحوثين بالأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بزيادة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي.

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومستوى الانفعال المعرفي نتيجة التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

(06) دراسة "حنان اسماعيل حسين": تقييم كفاءة ممارسات مهارات التربية الإعلامية لدى الطلاب بأقسام الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، دراسات عربية في لتربية وعلم النفس، جانفي 2020.

هدف هذا البحث إلى التعرف على استخدام طلاب أقسام الإعلام التربوي لوسائل الإعلام والاتصال التقليدية والرقمية والتعرف على مستوى الاستهلاك الناقد لوسائل الإعلام ومستوى المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية ومدى وجود علاقة بين استهلاك الناقد ومستوى المهارات الشخصية في التربية الإعلامية. اعتمدت الباحثة على منهج المسح وجمعت بين الدراسة الكمية والكيفية وطبقت على عينة حصصيه بلغ قوامها "360" مبحوث من طلاب الفرقة الثالثة والرابعة من أقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية جامعة القاهرة وجامعة المنوفية وجامعة المينا, بالإضافة إلى عينة مجموعة نقاش بؤرية شملت 08 مبحوث من المعيدين والمدرسين المساعدين بين الاعضاء المقيمين في التدريب الميداني بقسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية جامعة القاهرة وعينة المقابلات المتعمقة وشملت 7 من الموجهين الأوائل والموجهين العموم بالإدارات التعليمية بمحافظة الجيزة وقد خلصت إلى عدة نتائج منها :

- تبين وجود ارتباط دال إحصائيا بين استخدام الصحف الورقية والتلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي ومستوى الاستهلاك الناقد لهذه الوسائل، لافي حين لم يثبت وجود علاقة دالة إحصائيا بين استخدام الراديو واستخدام مواقع الصحف الالكترونية والاستهلاك الناقد.

- كما تبين وجود ارتباط دال إحصائيا بين الاستهلاك الناقد والمهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية.

(07) دراسة "فاطمة فايزة عبدة قطب": العلاقة بين إدراك الشباب لمبادئ التربية الإعلامية والرقمية وبين سلوكهم الاتصالي على مواقع التواصل الاجتماعي، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 23 . أكتوبر 2018.

عنيت هذه الدراسة من خلال البث الميداني بمحاولة رصد وتوصيف وتحليل درجة الوعي وإدراك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك و انستاجرم) من الشباب (الفئة العمرية 18-35 سنة) بأهم مبادئ

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

التربية الإعلامية من حيث كيفية اختيار، ونقد الرسائل الإعلامية التي يتعرضون لها وذلك بالتطبيق على موقع فيسبوك الإلكتروني، وتطبيق انستا جرام للأندر ويد، ومحاولة التعمق في تحليل وتفسير علاقة الشباب بمواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة من خلال البحث الكيفي باستخدام مجموعة النقاش البؤرية. كما تعنى الدراسة باختبار فروض مدخل الاستخدامات و الاشباعات وفروض نظرية المجال العام، وتبحث في مدى وجود علاقة بين درجة وعي و إدراك الشباب لمبادئ التربية الإعلامية والرقمية وبين سلوكهم الاتصالي عبر مواقع وتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي. وعليه حاولت الإجابة على التساؤلات التالية:

- ما خصائص السلوك الاتصالي للشباب عينة الدراسة (من سن 18-35) على مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة (موقعي فيس بوك، وانستا جرام)؟ كيف تكون الأنشطة الاتصالية والتفاعلية التي يقوم بها الشباب عينة الدراسة (من 18-35) على مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة (موقعي فيس بوك، وانستا جرام)؟ ما درجة معرفة الشباب عينة الدراسة بمبادئ التربية الإعلامية؟

اندرجت هذه الدراسة هذه الدراسة بين الدراسات الاستكشافية التي تستهدف الكشف عن الظاهرة من خلال البحث الميداني باعتماد منهج المسح في وصف ظاهرة السلوك الاتصالي للشباب على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بدرجة وعيهم بأهم المبادئ التربوية الإعلامية و الرقمية ،ومنهج مقارن لإجراء مقارنات بين مفردات مجتمع الدراسة من الشباب (سن 18-35) مستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي: فيس بوك وانستغرام من حيث المتغيرات الديموغرافية (السن، النوع، المستوى التعليمي) وذلك فيما يتعلق بدرجة وعيهم بمبادئ التربية الإعلامية وأثره على سلوكهم الاتصالي بالتالي تمثل مجتمع الدراسة في مجتمع الشباب المصري ف الفئة العمرية من (18-35) من الذكور والإناث مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وإنستغرام فقط أو فيسبوك فقط ومن هنا قامت الباحثة بتطبيق أدوات جمع البيانات المتمثلة في مجموعة النقاش البؤرية و استمارة الاستبيان على (200) مفردة وذلك باستخدام العينات: كرة الثلج ، والعينة المتاحة. وقد توصلت إلى مجموعة من النتائج منها ما يلي :

- كشفت نتائج التحليل الكمي والكيفي أن النسبة الأكبر من المبحوثين يستخدمون فيسبوك على أنه المنصة اجتماعية ناجحة تساعدهم على التواصل مع الأصدقاء والتواصل مع الآخرين وإمدادهم بالأخبار ولكن هناك من يسيئون استخدام الموقع.

- عكست إجابات المبحوثين من خلال نتائج التحليل الكمي والكيفي درجة الوعي بأهم مبادئ التربية الإعلامية، فرغم أن غالبيتهم لا يعرفون بدقة المقصود بمصطلح التربية الإعلامية، وجد ان النسبة الأكبر منهم يطلعون على قائمة الإعدادات في مواقع التواصل الاجتماعي، كما يعرفون كيف يمكنهم , حماية بياناتهم وخصوصياتهم ،وأكثر من نصف العينة لديهم القدرة على التفريق بين الحسابات الشخصية والرسمية والخاصة أو يقومون بتغيير الرقم السر وأغلبهم لا يسمحون لغيرهم بمتابعتهم على إنستغرام او الفايسبوك دون السماح لهم بقبول المتابعة.

- عكست إجابات المبحوثين ان لديهم سلوكا اتصاليا ايجابيا فنسبة كبيرة من المبحوثين يذكرون المصدر في حال نشرهم لمحتوى منقول ليس من تأليفهم (47%) منهم يذكرونها دائما ويذكرونها أحيانا. وأغلبهم لا يقومون بعمل مشاركة لأي منشور لمجرد انه مكتوب عليه برجااء إعادة النشر.

- عند تعرض المبحوثين للشائعات أو الإساءة على مواقع التواصل الاجتماعي عكست إجابتهم سلوكا ايجابيا واعيا، ففي حال الشائعات التي تنتشر على مواقع التواصل الاجتماعي فإنهم يقوموا بالتأكد من الخبر أو المعلومة بمشاركة مع أصدقائهم أو أنهم يبحثون عنها في مواقع رسمية للتأكد من صحتها قبل مشاركتها مع الجمهور.

09) دراسة: "هاني عبد المقصود محمود" إدراك طلاب الجامعة لمفاهيم التربية الإعلامية وعلاقته بمستوى الرقابة الذاتية على المضمون المقدم بوسائل الإعلام التقليدية والجديدة".

هدفت الدراسة للتعرف على العلاقة بين إدراك طلاب الجامعة لمفاهيم التربية الإعلامية ومستوى الرقابة الذاتية على المضمون المقدم بوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، حيث اختبرت الفرض الرئيسي للنظرية المعرفية الاجتماعية والذي يشير الى أن الاعتقادات و الإدراكات الذاتية تؤثر في سلوك الأفراد ، إذ أن معرفة الشباب وإدراكهم لمفاهيم التربية الإعلامية وأيضا إدراكهم لواقعهم الاجتماعي وطبيعة المجتمع وعاداته وتقاليدته الى من الممكن أن تؤثر في مستوى الرقابة الذاتية أثناء متابعة المضامين المختلفة على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة باستخدام منهج المسح ومنهج المقارن باعتبارهما المنهجين المناسبين لمثل هذا النوع من الدراسات ، واعتمدت في جمع البيانات و المعلومات من عينة الدراسة على أداة الاستبيان ومقياس لمفاهيم التربية الإعلامية ومقياس الرقابة الذاتية على عينة قوامها (398) مفردة من طلاب جامعة "المينا" ، وكانت أهم النتائج كالآتي:

- تصدر شبكات التواصل الاجتماعي قائمة وسائل الأكثر متابعة لدى العينة، تليها الصحف الالكترونية وأن حوالي ثلثي أفراد العينة سمعوا عن التربية الإعلامية، وأكثر من نصف العينة يعرفون مفهوم التربية الإعلامية.
- ان وسائل الإعلام لا تلتزم بنسبة كبيرة بمفاهيم التربية الإعلامية، وأن النسبة الأكثر من العينة ترى أن مستوى المعرفة بمفاهيم التربية الإعلامية يؤثر على مستوى الرقابة عند التعرض لوسائل الإعلام، بينما أن العدد الأكبر من العينة لديهم مستوى رقابة ذاتية منخفض يليه مستوى الرقابة المرتفع ثم مستوى الرقابة المتوسط.
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى معرفة العينة بمفاهيم التربية الإعلامية ومستوى الرقابة الذاتية على المضمون المقدم بوسائل الإعلام عند مستوى دلالة (0.01)

دراسة د. السر أحمد محمد سليمان"، "د. عثمان فضل السيد أحمد فضل السيد": التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتفكير الناقد لدى طلاب حائل، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 173، يوليو 2017.

تناولت هذه الدراسة متغير التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي والتي أصبحت تمثل حضورا كبيرا لدى المجتمعات وخاصة الشباب، وهذا الحضور القوي طرح تساؤلات كثيرة حول دور العمليات العقلية للإنسان في تفاعله مع تلك المتغيرات فكان لابد من بحث العلاقات بين العمليات العقلية وخاصة المرتبطة باتخاذ القرار في التفاعل مع المتغيرات الحديثة ومنها انطلقت إشكالية هذه الدراسة بطرح التساؤل التالي: هل توجد علاقة بين التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي والتفكير النقدي لدة طلاب جامعة حائل؟

ولتحقيق هذه الدراسة اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي الارتباطي، وعلى عينة عشوائية بسيطة مكونة من (400) طلاب المستويين الأول والثاني بمتوسط عمري 22 سنة المسجلين بالعام الدراسي 2016/2017 في جامعة حائل بالسعودية، وقد صمم الباحثان قائمة التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي واختاروا مقياس "واطسون وجليسر المختصر- للتفكير النقدي وتأكدا من صلاحيتهما ومن ثم تطبيقها على عينة الدراسة وقد توصلا فلى النتائج التالية:

- يتمتع طلاب جامعة حائل بقدرة مرتفعة على التفكير النقدي.
- يتعامل طلاب مع محتوى رسائل التواصل الاجتماعي بالإيجابية.
- توجد علاقة طردية بين التعامل مع محتوى الرسائل والقدرة على التفكير الناقد.

10) دراسة "د. نرمين نصر محمد": استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بإدراكهم لانتهاكات خصوصيتهم-دراسة ميدانية" مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد 20، 2022.

سعت هذه الدراسة الى تسليط الضوء على كيفية استغلال بعض مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لانتهاك خصوصية الآخرين وخاصة من وجهة نظر المراهقين الذين يعتبرون الفئة الأكثر استخداما لهذه المواقع ومن ثم الأكثر تأثرا بوسائل الاعلام الجديدة في ظل ازدياد حالات انتهاك الخصوصية التي تشكل خطرا يهدد سلامة المجتمعية وذلك بالانطلاق من التساؤل الرئيسي: مامدى استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بإدراكهم لانتهاكات خصوصيتهم؟

اندرجت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي ترمي الى وصف تعرض المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بإدراكهم لانتهاكات خصوصيتهم للوصول الى الاسباب والمسببات في ذلك، اعتمدت في ذلك على المنهج المسحي الاعلامي وعلى عينة قوامها (450) مفردة من سن 17 الى 19 سنة من المراهقين في المرحلة الثانوية (الثانوية العامة- الثانوية الأزهرية- الثانوية الفنية) واستخدمت في ذلك أداة الاستبيان لجمع المعلومات من عينة الدراسة. وقد توصلت الى النتائج التالية:

- أن نسبة 61.78%، من أفراد العينة البحثية يستخدمون الشبكات بشكل يومي، وأن أسباب تدوين أفراد العينة لحياتهم الخاصة على شبكات التواصل الاجتماعي هو الملل والفراغ.

- بينت نتائج الدراسة أن الابتزاز المادي كان من أهم العوامل التي تؤدي الى انتهاك خصوصية الآخرين.

11 - ARMANDA PINTO DA MOTA /MATOS, MARIA ISABEL FESTAS, ANA MARIA SEIXAS, DIGITAL MEDIA AND THE CHALLENGES FOR MEDIA EDUCATION, FACULTY OF PSYCHOLOGY AND EDUCATIONAL SCIENCES UNIVERSITY OF COIMBRA, PORTUGAL, APPLIED TECHNOLOGIES AND INNOVATIONS, VOLUME 12, ISSU2,PP42-43 2016.

قدمت هذه الدراسة تحليلا للتحديات التي تطرحها وسائل الإعلام الرقمية أمام تعليم الشباب وتسليط الضوء على أهمية التفكير الواسع في مفهوم التربية الإعلامية وتقديم اقتراحات بشأن خطوط العمل الممكنة. وركزت الدراسة على التغييرات التي أحدثتها وسائل الإعلام الجديدة على الاتصالات والعلاقات الاجتماعية وكذلك على

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة

دور الشباب كمستهلكين وفي نفس الوقت منتجي رسائل الوسائط والنصوص. ومن هنا حاولت هذه الدراسة الإجابة على التساؤل التالي:

- ماهي التحديات التي تواجه التربية الإعلامية في ظل الإعلام الرقمي؟

استخدم المنهج الاستكشافي الوصفي في هذه الدراسة بغية تحليل وتقييم المواقف التي تم رصدها من طرف مستخدمي الوسائط التقنية وكيفية تعاطي الجمهور مع المعلومات والرسائل التي يتم تداولها بواسطة تقنيات فاعلة في شق آخر استعان بمنهج تحليل المحتوى لدراسة الخطة التكنولوجية البرتغالية للتعليم. واعتماد مجموعة من الأدوات أهمها أداة تحليل المحتوى لدراسة دور وأهمية الوسائط الرقمية في دعم التربية الإعلامية، من خلال تحليل لمختلف الوسائط الجديدة التفاعلية ذات التواصل الفوري، والمساحات الجديدة وأشكال التفاعل الاجتماعي (رسائل البريد الإلكتروني والألعاب عبر الإنترنت، ومواقع الشبكات الاجتماعية الفيسبوك) وأدوات لإنتاج والمشاركة في الوسائط (مواقع مشاركة الفيديو والمدونات)، وكذا توظيف الاستمارة الموجهة للعاملين بقطاع التعليم بالعديد من مؤسسات التعليم البرتغالية، بالتركيز على دور الوسائط التكنولوجية كالهواتف الذكية واللوحات الرقمية عند توظيفها بالعملية التعليمية على دعم ورفع من كفاءات التلاميذ في القراءة والكتابة والفهم والتحليل والإبداع في التعاطي مع المحتوى الموجود ومدى التمكن من الوسيلة في حد ذاتها. تمثل مجتمع البحث في الشباب المتدرسين بالأنوار التعليمية والمستخدمين للوسائط الرقمية بالبرتغال، بالاعتماد على العينة القصدية في استخراج مفردات الدراسة. وكذا تمثل مجتمع الدراسة في الشبكات الاجتماعية اختير منها الفيسبوك كونه الأكثر شعبية من قبل المستخدمين الشباب، في نفس الوقت البحث عن المنشورات ذات العلاقة من حيث المحتوى بالتربية الإعلامية. ودعمها لمحو الأمية الرقمية، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

- تمثل المفاهيم الأربع الأساسية "الوعي واللغة والإنتاج والجمهور." محور توجيه العمل في مجال التربية الإعلامية.
- تعد تنمية مهارات التحليل والتفكير النقدي اللازم لفهم الرسائل وتأثير وسائل الإعلام من أولويات التربية الإعلامية.
- تمكن الوسائط الرقمية المستخدمة من أن يكونوا أكثر نشاطاً وتشاركاً مع التواصل، كما أن زيادة فرص المشاركة تجلب معهم مسؤوليات متزايدة كمشاركين في ثقافة وسائل الإعلام، مما يعني القدرة على التواصل

بطريقة فعالة وناقدة ومسئولة اجتماعيا وبشكل هذا من وجهة نظرنا تحديا يواجهه المعلمون بشكل عام، وخاصة من يعملون ويختارون الاستثمار في تعزيز محو الأمية في أوساط الشباب.

- مدى الصعوبة والدور ذو الصلة للغاية الذي يلعبه المعلمون بشكل عام وبشكل خاص من قبل معلمي وسائل الإعلام في عالم الاتصالات المتغير دائما، مع الاستخدام المتزايد للأجهزة المحمولة .
- يحتاج اختصاصيو التربية والتعليم إلى إعادة التفكير في استراتيجيات الوسائط التقليدية وتكييفها مع المتعاملين مع " الترحال " ، بحيث تزايد استخدام الأجهزة المحمولة للوصول إلى الإنترنت وفي جيوب الشباب العديد من إمكانيات الاتصال.
- الإشراف أصبح أكثر صعوبة وكذلك تنفيذ استراتيجيات وساطة أكثر نشاطا، تهدف إلى تعزيز مهارات التقييم والتفكير النقدي للتربية الإعلامية.

12- REEM AL- ZOU'BI: THE IMPACT OF MEDIA AND INFORMATION LITERACY ON ACQUIRING THE CRITICAL THINKING SKILL BY THE EDUCATIONAL FACULTY'S STUDENTS, THINKING SKILLS AND CREATIVITY,VOLUME39,MARCH.2021, JOURNAL HOMEPAGE: WWW.ELSEVIER.COM/LOCATE/TSC.

عملت هذه الدراسة عن الكشف عن تأثير التربية الإعلامية والمعلوماتية على اكتساب مهارات التفكير

النقدي (MIL) لدى طلاب كلية التربية وذلك بالانطلاق من التساؤل التالي:

- ما هو تأثير التربية الإعلامية والمعلوماتية (MIL) على اكتساب مهارات التفكير النقدي من قبل طلاب كلية التربية؟

حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي لملاءمتها لغرض الدراسة وتكونت عينة الدراسة من (134) طالبا وطالبة مسجلين في مقرر التربية الإعلامية والمعلوماتية بالأقسام (1،2،3) في الفصل الدراسي الأول من العام الدراسي 2019-2020. وكانت أداؤها عبارة عن استبيان مكون من (20) فقرة تحتوي على محتويات إعلامية متنوعة منشورة على عدة مواقع للتواصل الاجتماعي هي: فيسبوك، وإنستغرام، وتويتر. تم توزيع الاستبانة على 144 طالبا تم اختيارهم عشوائيا. تم استبعاد 10 طلاب من العينة لأنهم لم يوافقوا على المشاركة، أظهرت النتائج ما يلي:

- أن الطلاب لديهم درجة مقبولة من مهارة التفكير النقدي لفهم ونقد محتويات الوسائط بنسبة (78.1%). كما ذكرت الدراسة أن أصعب الرسائل الإعلامية في التفسير كانت تلك التي تتضمن محتوى مضللاً بسبب أخطاء إملائية أو بسبب الخلط بين الطرافة والإساءة بنسبة (78.0%)، والأسهل تمييزاً كانت تلك التي تتضمن كلمات أو عبارات صريحة بنسبة (99.5%). وبالنظر إلى النتائج أوصت الدراسة بإجراء المزيد من البحوث العلمية حول التربية الإعلامية والمعلوماتية وتطبيقاتها التعليمية.

1-15 التعليق على الدراسات السابقة:

إن هذه الدراسات تعد دليلاً بحثياً ووسيلة تركز عليها الدراسة الراهنة من خلال معرفة التجارب العلمية و البحثية الأجنبية والعربية في إسقاط النتائج المتوصل إليها والاستعانة بها للتنظير في هذه الدراسة حيث أن ان دراستنا الحالية تقدم تنظير للتربية الإعلامية كون هذا المجال لم يتم التطرق له بكثرة في الدول العربية والجزائر على وجه الخصوص عكس ما هو عليه في الدول الأجنبية التي خاضت أشوطاً متطورة في مجال التربية الإعلامية وتطبيقاتها ولعل أهم حافز في إنجاز هذه الدراسة هو تقديم صورة حول الدور الذي تلعبه التربية الإعلامية في تنمية التفكير النقدي لفئة المراهقين عند التعامل مع وسائل الإعلام خاصة الشبكات الاجتماعية "الفيديسبوك" من خلال نشر الوعي الإعلامي للتعامل مع المضامين الإعلامية. وعليه فمن خلال استعراضنا للأدبيات السابقة يمكن حصر مجموعة من الملاحظات وجدت من خلال ما تم عرضه من الدراسات السابقة:

- نجد ان كل دراسة ركزت على جانب معين من موضوع عام وهو التربية الإعلامية والتفكير الناقد حيث يوجد ندرة في الدراسات التي تناولت العلاقة بين التربية الإعلامية بتنمية التفكير النقدي لدى فئة المراهقين باعتبارها فئة حساسة ومستهدفة من أغلبية وسائل الاعلام والاتصال خاصة في الجزائر، فمعظم الدراسات السابقة اعتمدت علة عينة الطلاب الجامعيين هم عين الدراسة وتجاهلت أكثر شريحة مهمة في المجتمع هي فئة المراهقين.

- شكلت دراسة "هاني عبد المقصود محمود، أبو بكر حبيب الصالحي، فاطمة فايزة قطب" مراجع هامة في البحث في علاقة التربية الإعلامية بالشبكات الاجتماعية خاصة "شبكة الفايديسبوك" واعتمدت في ذلك على المنهجي المسحي وعلى أدوات الاستبيان ومجموعات نقاش بؤرية في التعامل مع مجتمعات الدراسة، بالتالي كانت هذه الدراسات نقطة انطلاق هامة ارتكزت عليها دراستنا.

15-1 حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

من خلال قراءة النتائج والتوصيات المختلفة في الدراسات السابقة أمكن التعرف على ما تم دراسته وما لم تتم دراسته وما تثيره الدراسات السابقة من تساؤلات مستقبلية استطاعت الباحثة تحديد ما يلي :

- تحديد المشكلة البحثية وأبعادها ومتغيراتها وصياغة الأهداف والفروض الحالية للدراسة وذلك من خلال القراءة المتأنية لموضوعات الدراسة السابقة بمتغيري البحث (التربية الإعلامية، التفكير النقدي وشبكات التواصل الاجتماعي) وذات العلاقة المباشرة بالموضوع كدراسة "منى طوق" ودراسة "فاطمة فايزة عبدة قطب".

- كما تمت الاستفادة من الدراسات السابقة كبوصلة حددت لنا الواجهة العلمية في تحديد نوع العينة المناسبة للدراسة الحالية من خلال تعرف الباحثة على المناهج المستخدمة في دراسة موضوع الدراسة الحالية كأسلوب المسح، والمقارن، والوصفي إضافة إلى تحديد الأدوات التي سوف تستخدمها الباحثة لقياس الفروض والإجابة على عن التساؤلات وتحقيق أهداف البحث فمن خلال متابعة الدراسات السابقة وجد الباحثة أن معظم الدراسات استخدمت أداة الاستبيان و تحليل المحتوى والمقابلات المعمقة و مقاييس متعلقة بمستوى المعرفة بمفاهيم التربية الإعلامية ومقياس التفكير النقدي، وبالتالي تم اختيار أدوات الدراسة وتصميمها وفق ما تم مراجعته في الدراسات السابقة وتم تحديد نقاط الإطار النظري والمعرفي للدراسة . وبالتالي فقد تمت الاستفادة من الدراسات السابقة في جميع مراحل الدراسة. وبناء على ما سبق ذكره تخلص إلى أن جل الأدبيات التي تم اعتمادها لبناء الجانب النظري من هذه الدراسة ساهمت بشكل مباشر أو غير مباشر في معالجة متغير أو أكثر من متغيرات الدراسة غير أن زاوية معالجة العلاقة بين متغيرات هذه الدراسة بصفة عامة، قد يشكل قيمة مضافة لهذا البحث.



الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة.

تمهيد:

نعيش في الفترة الأخيرة تدفقا معلوماتيا كبيرا بفضل التطور الحاصل في تكنولوجيا الاعلام والاتصال كتكنولوجيا الويب 2.0 و0.3 خصوصا بعد ظهر الانترنت وتطبيقاتها المختلفة كمواقع الشبكات الاجتماعية والمدونات وغيرها الأمر الذي سمح ببروز واقع اعلامي جديد مشبع بوسائل الاعلام المتنوعة التي تبث مختلف المضامين الإعلامية في مختلف المجالات بهدف تحقيق اهداف وغايات تعود بالنفع على القائمين بالاتصال على مستوى هذه الوسائل الإعلامية دون مراعاة الضرر الذي يمكن تحديثه في الجماهير المتلقية وذلك بتدمير المنظومة القيمية والأخلاقية في المجتمعات، لهذا ظهر مصطلح التربية الإعلامية أو محو الأمية الإعلامية الذي يعتبر السبيل الوحيد في تربية الأفراد على التعاطي الإيجابي والصحيح مع وسائل الاعلام من خلال تكوين القدرة على قراءة وتحليل و تفكيك الرسالة الإعلامية والتعرف هدف بثها، وإنتاج المحتوى الإعلامي الوعي والهادف في المجتمع لذلك أصبحت التربية الإعلامية في العصر الحالي ضرورة لابد من توفرها في كل مجتمع لتفادي التأثيرات السلبية لوسائل الاعلام والاتصال. وعليه سوف نتناول أهم الأسس النظرية التي تقوم عليها التربية الإعلامية من مفاهيم واهمية واهداف والمداخل الأساسية التي تقوم عليها وأخيرا أهم المعوقات التي تعيق تجسيدها في الواقع.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

1- الأسس النظرية للتربية الإعلامية:

1-1- التطور التاريخي للتربية الإعلامية:

عرفت التربية الإعلامية الكثير من التطورات سواء على مستوى مفهومها أو أهدافها أو الاهتمام بها، فهي ليست بالجديدة بالنسبة للعديد من الدول، بل أصبحت شكلا من أشكال التطور في النظام التعليمي الراقي في كثير من الدول فقد ظهر مفهوم التربية الإعلامية في العشرينيات من القرن الماضي في باريس نادي السينما والذي كان يساهم في تنمية مهارة التحليل والفهم للأحداث، وفي عام 1922م كان أول مؤتمر قومي إقليمي لأقسام الفيلم التعليمي (EDUCATOR CINEMA DU REGION OFFICES) الذي عرض في فرنسا، وفي عام 1933 نشر كتاب بعنوان "الثقافة والبيئة" دعا فيه المؤلفان "LEAVIS A THOMPSON" إلى ضرورة التدريب على تنمية الوعي الناقد، ومن هنا انتشرت الدعوة على التدريب على كيفية التعامل النقدي مع مختلف الوسائل الإعلامية بالصفوف التعليمية في المؤسسات التربوية من خلال تضمين المقررات المدرسية تمارين باستخدام بعض المواد الصحفية المتاحة في ذلك الوقت: (الجندي، 2009، صفحة 45) وفي عام 1936 م اتجه الاتحاد السوفييتي إلى مشروع "سينما وشباب هذا المشروع الذي يهدف إلى وجود مشاركة من قبل الأطفال والشباب في مناقشة حول ما يروه فيها من أفلام مما ينمى لديهم مهارة التفكير النقدي والتذوق الفني، في عام 1950 م ظهر في بريطانيا مصطلح شاشة التعلم عندما المعلمون في التلفزيون بيئة خصبة للتعلم، وظهر مفهوم التربية الإعلامية في الولايات المتحدة؛ ليواكب ارتفاع تأثير وسائل الإعلام والاتصال المنتشرة في تلك الفترة كالراديو والتلفزيون على حياة الأشخاص خصوصا في الجانب التعليمي حيث تدرس دورات عن السينما في المدارس الثانوية، وفي عام أدخلت البرامج الصحفية في الفصول الدراسية " NEWSPAPER IN THE CLASS ROM " بالمدارس الثانوية الأمريكية تحت رعاية جمعية ناشري الصحف وانظم لهذا البرنامج أكثر من 9500 معلم ومعلمة من أصل إجمالي أربعة وثلاثون ألف حضور وغطى (5) مليون طالبا، (ومنذ ستينيات القرن الماضي، ظهر مفهوم التربية الإعلامية في النظريات والمناقشات حول وسائل الإعلام بهدف تنمية الثقافة والوعي الإعلامي.

وفي بداية الستينيات الميلادية اهتمت منظمة اليونسكو بدراسة وسائل الإعلام في التطور الاجتماعي وإيجاد إستراتيجية للتعامل مع وسائل الإعلام بما يحقق الهدف منه حيث طبقت وازرة التعليم الفرنسية نظرية الجماليات

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

في تشجيعها للمعلمين لاستخدام الفيلم في التدريس، وإشراك المتعلمين في صناعة الأفلام، كما اعتمدت أيضا

النظرية الجمالية على الثقافة الإعلامية البريطانية في الستينيات ولك يهدف تحقيق الأهداف التالية :

-زيادة الفهم والمتعة بالسينما والتلفزيون لدى الاطفال.

- تعليم الأطفال تفرد الشخصية في المجتمع الإنساني.

- تحصيل الأطفال من الاستغلال التجاري وما شابه.

- تحفيز التعبير عن الذات من خلال الشاشة. (محمد، 2015، صفحة 95)

وحسب تقرير "إليزابيث ثومان" وفي أواخر الستينيات دعا الباحثون والخبراء والمتخصصين إلى أهمية إدراج وسائل الإعلام والاتصال كوسيلة تعليمية في مختلف المراحل الدراسية وليس في الجامعات فقط وإنما في المدارس أيضا، إذ أنه في سنة 1963 أكد تقرير " THE NEW REPORT " الصادر عن المجلس الاستشاري الرئيسي بلندن والذي يعد من المحاولات الأولى للاعتراف بأهمية التربية الإعلامية وتدريبها في المدارس كمشروع لحماية الأطفال والمراهقين من سلبيات و مخاطر وسائل الإعلام والاتصال ، خاصة عندما 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" ومن خلال هذا النموذج يصبح هدف التربية الإعلامية هو تحويل استهلاك الرسائل الإعلامية إلى عملية ناشطة، ومساعدة الأفراد على تكوين نظرة الناقدة والفاحصة لما يبث من مضامين ورسائل اعلامية متنوعة (ثومان ، 1990 ، صفحة 03).

وخلال فترة السبعينيات والثمانينات أصدرت منظمة "اليونسكو" بقرار من وزارات التربية والتعليم في الاتحاد الأوروبي بتمويل "مشروع منتور" لنشر التربية الإعلامية في أوروبا ودول حوض البحر الأبيض المتوسط ووضعها من أولوياتها إذ بدأت بابتكار اشكال جديدة للمناهج الدراسية للمشتغلين بتدريس وسائل الإعلام والاتصال في المرحلة الثانوية بهدف توفير إعداد معلمين للمرحلة الثانوية يمتلكون الموارد والمهارات الاساسية لتدريس الإعلام حي يستطيع الطلاب فهم المواد الإعلامية المقدمة لهم حتى صارت التربية الإعلامية مادة مهمة ضمن مناهج وزارة التعليم الفرنسية كما نادى اليونسكو بضرورة إعداد النشء للحياة و المعلومات الناقدة ، (عبد

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الحميد، 2012، صفحة 104) إلا أن الميلاذ الفعلي للتربية الإعلامية كان في مرحلة الثمانينيات والتسعينيات من القرن الماضي وتحديدًا مع إعلان "جرانوالد GRUNWALD DECLARATION" عام 1982 الي بدأ النظر فيه إلى التربية الإعلامية على أنها تعليم بشأن الإعلام وتكنولوجيا وسائل الإعلام الحديثة و الذي أُصدر في ندوة اليونسكو الدولية في ألمانيا و أبرز توصياته : إن التربية الإعلامية تصبح أكثر تأثيرًا عندما تتكامل ادوار الوالدين و المعلمين و صناع القرار و مختصين في العالم لخلق وعي نقدي أكبر لدى الافراد. سيكون بلا شك بمثابة خطوة إلى الإمام نحو تعليم أكثر فعالية (الطوسي و وآخرون، 2016، صفحة 69).

وفي أواخر القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين تغير مفهوم التربية الإعلامية بعد ما كان يقوم على الاتصال التقليدي الجماهيري إلى التركيز على الاتصال المعاصر والوسائط الرقمية المتعددة حيث ظهر مفهوم التربية الإعلامية في الدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية إلى درجة واسعة حيث تم تدعيمها ببحوث ونظريات وأدوات تعليمية وإعلامية قائمة بذاتها. تجدر الإشارة هنا إلى أنه في بداية القرن الواحد والعشرين انتشر مفهوم التربية الإعلامية في الدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية إلى مستوى كبير جدا ، حيث صارت علما قائما بذاته من خلال تأسيس البحثي والنظري له من قبل العلماء المختصين في المجال ، وعليه قد قسمت الباحثة "اليزابيث ثومان" عام 1990 بلدان العالم على أربعة مستويات من حيث الاهتمام بالتربية الإعلامية منها دول متقدمة في التربية الإعلامية" وهي الدول التي وضعت أسس التربية الإعلامية وموجهاتها العامة ومناهجها، وأعدت المعلمين ودرّبتهم، ووفرت المصادر التربوية لتعليم التربية الإعلامية مثل كندا، بريطانيا ، إسكتلندا وأغلب الدول الأوروبية، ثم دول توجد فيها تربية إعلامية غير منتظمة وغير مكتمل و لا تتوافر فيها الاطار المنهجي للتدريس مثل ايطاليا وإيرلندا و الفلبين والهند، إضافة إلى دول مازالت التربية الإعلامية بها مرتبطة بالتعليم غير المدرسي اذ تقدم في برامج الشباب والجماعات النسائية وأماكن العبادة كالولايات المتحدة الأمريكية والدول النامية وأخيرا دول وجدت بها احتياجات وليدة للتربية الإعلامية مؤخرا فمن بين الدول العربية فإن الجمهورية اللبنانية تقوم بتدريس الطلاب خمس حصص بعنوان (التربية الإعلامية) ضمن مادة التربية الوطنية والتنشئة الاجتماعية في الطور المتوسط(الأول)، أما عن الطور الثانوي فتقدم لهم في أربع مرات في نفس المادة تحت عنوان "الإعلام والرأي العام". (لبلى و العساني، 2007، صفحة 09)

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الجدول رقم(5): يمثل: التطور التاريخي لنشأة مفهوم التربية الإعلامية وانتشارها. Source spécifiée non

valide.

مفهوم التربية الإعلامية	الوسيلة	الحقبة الزمنية
مفهوم قائم على الترجمة التقليدية لمحو الأمية(القراءة-الكتابة-الفهم) ويستخدم لتعبير عن التدريس التقليدي.	الصحافة	ظهور المفهوم حتى بداية الستينيات
ظهر مفهوم محو الأمية السمع بصرية والمرتبط بوسائل الإعلام والتي تمثلت في الأفلام السينمائية مع التركيز على الصور وتتابعها، التي كان لها بريق في جذب انتباه المدرسين في أوروبا لوقاية الطلبة من أثارها السلبية، لذا انتشر مفهوم نشاط "نادي الفيلم" في المدارس	السينما	الستينيات وجزء من السبعينيات
حول الاهتمام نحو التلفزيون، وأصبح مفهوم التربية الإعلامية أكثر نقدا، ويميل ذلك إلى مفاهيم المدرسة الفرنسية الناقدة، وذلك بسبب شدة القلق من تأثيرات بعض المضامين التلفزيونية كالمواد المثيرة جنسيا والعنف	التلفزيون	السبعينيات وبداية الثمانيات
شهدت اهتماما بالفيديو في كل من فرنسا وإيطاليا وإسبانيا.	الفيديو	فترة الثمانيات
في هذه الفترة ظهرت القنوات التليفزيونية الخاصة، وتحول مفهوم التربية الإعلامية إلى التركيز على المضامين التلفزيونية وتأثيراتها مثل تأثير الإعلانات، وتوطدت العلاقة بين المدارس ووسائل الإعلام.	الفضائيات	نهاية الثمانيات وبداية التسعينيات
ظهرت الوسائل الرقمية وما يسمى بالمجتمع الرقمي، فانتشر مفهوم التثقيف الرقمي مما أثر بشكل واضح على نظام الاتصال، وبدأ الاهتمام بدراسة تأثير استخدام الوسائل الجديدة علي زيادة الفجوة بين الجنسين، وارتبط هذا المفهوم أيضا بمفهوم إدارة الوسائل الرقمية الحديثة.	الانترنت	منتصف التسعينيات
في هذه الفترة تلاشت الحواجز بين الوسائل التقليدية والرقمية، فانتشر المفهوم بشكل أوسع، وهو نتاج المزج بين الثقافة السمعية والبصرية والتثقيف الرقمي، خاصة مع ظهور أشكال جديدة من الاتصال والوسائط المتعددة	الإعلام الجديد	بداية القرن الواحد والعشرين

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

وتقنيات الهواتف المحمولة، والتي أدت لإذابة الفوارق بين أشكال الاتصال الإلكترونية المختلفة.

بالرغم من تقدم التربية الإعلامية في بلدان العالم خصوصا في أوروبا وأمريكا، إلا انه ظلت دول العالم العربي متأخرا جدا في اللحاق بتيار التربية الإعلامية في العالم حتى وأنه قبل عقد من الزمن لم تستطع أي جامعة عربية توفر برامج إعلامية بل إن المصطلح كان ومازال جديدا لكثير من الأساتذة والباحثين في إطار التربية والإعلام فحسب الباحثين فإن أول تفاعل مع النداءات الدولية للاهتمام بالتربية الإعلامية كان في عام 2002م، حيث حاول بعض خبراء التربية الإعلامية العرب توسيع مشروع التربية الإعلامية الخاص "باليونسكو" بعقد دورات نقاشية وندوات في "القاهرة وتونس" حيث تم عقد المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية بمدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية في الفترة من 14-17/2/1428هـ الموافق لـ 4/7/2007 م ، كما عقد المؤتمر الدولي الأول حول "التربية الإعلامية و المعلوماتية" في المملكة المغربية خلال الفترة 15-17 يونيو 2011 بالتعاون مع كل من منظمتي اليونسكو ومكتب التربية العربي لدول الخليج ، ومنظمة الأمم المتحدة لتحالف الحضارات ، كانت أول ندوة دراسية حول محو الأمية تم إدخالها للجامعة الأمريكية في بيروت عام 2009م ، وتبع ذلك في عام 2013 م إطلاق أول أكاديمية للتربية الإعلامية والرقمية في بيروت "MDLAB" والهدف منها تدريب أساتذة الإعلام العرب والقيام بوضع مناهج لمحو الأمية الإعلامية (جابر، 2021، صفحة 294).

2-1- بعض الجهود المبذولة في إطار بلورة المفهوم الحديث للتربية الإعلامية:

توجد هناك مجموعة من المنطلقات البارزة التي شكلت منعطفات مفصلية في تحديد المفهوم المعاصر وهي تلك المؤتمرات وحلقات النقاش والندوات العلمية التي عقدت بشأن تحديد مفهوم التربية الإعلامية وسماتها وأهدافها واستراتيجياتها وكيفية تفعيلها في المؤسسات التربوية كأحد أبرز التوجهات ذات الحاجة الملحة في القرن الحادي والعشرين لإعداد جيل قادر على التعااطي مع المعرفة في ضوء المتغيرات والتحديات العالمية المعاصرة والمستقبلية. وعليه سوف نذكر أهم المؤتمرات والندوات التي عقدت بخصوص التربية الإعلامية بمفهومها الحديث، وهي كالتالي :

أ- إعلان "جرا نوالد GRUNNWALD 1982" بشأن التربية الإعلامية : يعتبر هذا الإعلان بمثابة نقطة

البداية التي انطلقت منها بقية الجهود نحو بلورة المفهوم الحديث للتربية الإعلامية حيث تمخض عن الندوة

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

العالمية التي عقدت برعاية المنظمة العالمية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) بشأن التربية الإعلامية في مدينة

"جر نوالد" الألمانية في 22 يناير 1982 بواسطة 19 دولة وقد توصل إلى ما يلي :

- ❖ محاولة تشجيع البحوث والأنشطة التي تؤدي للتطوير في مجال التربية الإعلامية إضافة إلى مساندة ودعم أنشطة وتصورات اليونسكو التي تهدف إلى تشجيع التعاون الدولي في نفس المجال.
- ❖ صياغة برامج تدريبية متطورة للمعلمين والمشتغلين وتدريبهم على وسائل التعليم المناسبة للتربية الإعلامية.

ب- مؤتمر الاتجاهات الحديثة في التربية الإعلامية الدولي بجامعة تولوز بفرنسا : عقد هذا المؤتمر عام 1990 في بمدينة "تولوز الفرنسية" برعاية اليونسكو، للتناقش حول مستقبل التربية الإعلامية على مستوى العالم بحضور مدرسي التربية الإعلامية في أوروبا ومختصين من جامعات دول العالم الثالث لنقل التجربة. حيث تم الحسم وبشكل قاطع بين التربية الإعلامية وبين المجالات المشابهة لها كالإعلام التربوي التي تتخذ الإعلام وسيلة لتحقيق أهداف التربية. وقد لخصت الباحثة "الزابيث نيومان" المؤتمر في النقاط التالية:

- ❖ المعلومات الأبرز للتربية الإعلامية.
- ❖ الحاجة الماسة والضرورة للتربية الإعلامية، وكذا تم التطرق فيه للنقاط المطلوبة لتطوير التربية الإعلامية في دولة من دول العالم.
- ❖ التدريب على التربية الإعلامية
- ❖ مستويات التربية الإعلامية في دول العالم النامي (الثالث).

ج- مؤتمر التربية من أجل عصر الإعلام بمدينة فيينا : عقد هذا المؤتمر في الفترة الممتدة بين 17-20 أفريل من عام 1999 في العاصمة النمساوية فيينا بعنوان "التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية الرقمية" وبرعاية أيضا المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) وقد نادى بمايلي:

- ❖ تحديد وضبط المفهوم العام للتربية الإعلامية بتحديد مبادئها وتبيان السياسات العامة بشأنها كتحديد التعريف الإجرائي للتربية الإعلامية، الفئة المستهدفة منها والمهارات اللازمة للتعامل مع الإعلام دخال التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية الوطنية.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

❖ توصيات لليونسكو، تتيح تسهيل أنماط من الأبحاث في مجال التربية الإعلامية محليا ودوليا، وتبادل الخبرات بين دول العالم في مجال التربية الإعلامية إضافة إلى تجهيز وكالة دولية للتربية الإعلامية. (المنظمة الدولية للثقافة والتربية الإعلامية اليونسكو، 1982)

د- الحلقة الدراسية (السمنار) بمدينة إشبيلية 15-16 فبراير 2002 بعنوان: التربية الإعلامية للشباب. وقد هدفت الى اقتراح التشريعات المبتكرة فيما يتعلق بالتربية الإعلامية والمناهج الخاصة بها ودعم التعاون و التضامن بين المسؤولين الحكوميين والباحثين وممارسي التربية الإعلامية، كما أنه هدفت إلى ترقية وتطوير التربية الإعلامية عن طريق الأساليب الإقليمية وتسهيل تبادل المعلومات والخبرات في مجالها وكذا ضبط التعريف الإجرائي و العملي للتربية الإعلامية الذي يقوم على التحليل الانتقادي والإنتاج الإبداعي للإعلام، كما يمكن أن يتم عن طريق النظام التعليمي الرسمي وغير الرسمي وفي الأخير ركزت في على إعطاء الأولوية لعنصر الشباب من 12-18 سنة، و نادى المشاركون خمسة من مجالات السياسات الإستراتيجية في التربية الإعلامية.

و- مشروع " منتور " من خلال المنظمة الدولية للتربية الإعلامية 2007 والذي أوصى بضرورة وأهمية وجود ميثاق شرف المهنة في مجال التربية الإعلامية، حيث ينص المشروع في هذا الميثاق على ضرورة:

- ❖ العمل على تدريب الشباب والمراهقين والأطفال على القراءة الناقدة في تعاملهم مع وسائل الإعلام.
- ❖ تزويد الجمهور المستهلك بوعي شامل حول كيفية التعامل مع الوسائط المرئية والمسموعة والمكتوبة.
- ❖ المساهمة في إنتاج البرامج بمراعاة مصالح الأعضاء المشتركين أي وفقا لاهتمام الأفراد المجتمع لتضيق الفجوة الكبيرة بين وسائل الإعلام والجمهور.
- ❖ واجب المسؤولين عن الاتصال بجميع وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمطبوعة بأخلاقيات المهنة وقواعد الشرف المهنية.

❖ العمل على الحد من التأثيرات السلبية للرسائل الإعلامية الرخيصة التي تتعارض مع الهوية الثقافية السائدة بالمجتمع (المنظمة الدولية للثقافة والعلوم (اليونسكو)، 2002)

ه- المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلانية بالرياض: تم تنظيم هذا المؤتمر من قبل وزارة التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية بالتنسيق مع المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) وكذا المنظمة الدولية للتربية الإعلامية والمنظمة الإسلامية للثقافة والعلوم ومكتب التربية العربي لدول الخليج، في الفترة من 14-17 مارس 2007

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

برعاية " الملك عبد الله بن عبد العزيز" بعنوان : "التربية الإعلامية وعي ومهارة اختيار " ، وقد جاءت أهميته من خلال العناصر التالية : منها العناية بالوعي الإعلامي يؤكد التربية الإعلامية على التفكير النقدي التأملي، فهو جزء من تكوين المواطن المستنير ويساهم على المشاركة الفعالة في المجتمع. وخلص المؤتمر إلى تقديم مجموعة من التوصيات منها ما يلي:

- ❖ وضع برامج تدريبية في مهارات التربية الإعلامية للمدرسين والطلاب بما ينمي قدراتهم في المجال التعليمي،
- ❖ تأسيس فريق عمل مشترك من المختصين الأكاديميين والمهنيين تسيره عليه وزارة التربية والتعليم لتحقيق التساوي بين مخرجات المؤسسة التربوية ومضامين المؤسسات الإعلامية وهذا يتأتى من خلال أهمية إعداد وبناء خطط وبرامج متخصصة في التربية الإعلامية.
- ❖ ضرورة توظيف التقنية المعلوماتية في العملية التعليمية.

فمع التقدم التقني الكبير الذي طرأ على وسائل الإعلام في العقود الثلاثة الأخيرة، والذي تمثل في إلغاء الحواجز الزمانية والمكانية من خلال تقنية البث الفضائي عبر الأقمار الاصطناعية أدى الى تسرب الكثير من القيم السلبية والعادات الدخيلة على ثقافة المجتمعات و تحديدًا في البلدان النامية(العربية الإسلامية) تحت غطاء حرية الإعلام، إذ أننا اليوم نعيش في بيئة مملوءة بالمضامين الإعلامية المختلفة لذلك يجب لنا أن نعلم أن وسائل الإعلام بمختلف أنواعها لا تقدم مجرد عرض بسيط للواقع الخارجي بل هي تعرض تراكيب مصاغة بعناية تعبر عن طائفة من القرارات والمصالح المختلفة ولتفادي مخاطره النفسية والفكرية على الأطفال والشباب والمراهقين تبرز أهمية ما يلي:

- أهمية زيادة الوعي الإعلامي من خلال التركيز على التربية وعلى التفكير النقدي التأملي فهو يساعدنا على تفكيك وتفسير عملية تصنيع المضامين الإعلامية، وعلى فهم المنتجات الإعلامية وفهم كيفية استخدامها.
- أن التربية الإعلامية تمكن الناس من تفسير المواد الإعلامية ومن ثم تكوين آراء واعية عنها بوصفهم مستهلكين لها وأن يصبحوا منتجين للمضامين الإعلامية فالغاية التي تتوخاها التربية الإعلامية هي تطوير الملكات النقدية والإبداعية لدى الطلاب.

وعليه فإن العناصر الرئيسية للتربية الإعلامية يمكن أن تتمثل في:

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

- تأسيس الوعي الإعلامي بالتأثيرات السلبية لوسائل الاعلام والاتصال على أفراد المجتمع من جهة، ودفع الأشخاص الى تبني موقف معين اتجاه وفقا للمحطات التي يمرون بها .
- ادراك عملية الاتصالية إدراكا كاملا مبنيا على التربية الإعلامية بمقوماتها المختلفة.
- استخدام أساليب واستراتيجيات مناسبة لتفسير المضامين الإعلامية وتنقيحها.
- مراعاة الجوانب الجمالية عند عملية إدراك المضامين الإعلامية، في ضوء ما يتسم به الأفراد من فن.
- الادراك الجيد للمعاني الخلفية التي تحتويها الرسالة الإعلامية وترجمة المناسب منها في حياتنا اليومية. (ابو الحسن، 2019، صفحة 113)

وقد حدد "خالد أبو العزام" مجالات التربية الإعلامية في الآتي:

- القدرات والعمليات العقلية من خلال المعرفة والفهم والتذكر والتحليل والتركيب والتقييم، لمساعدة المتعلم على فهم وتحليل المضامين الإعلامية والحكم عليها.
- المجال الوجداني والمشاعر والاتجاهات والقيم، ذلك لفت انتباه المتعلم لهذا الموضوع المهم في حياته للتعامل بفاعلية مع الوسائل الإعلامية.
- الجانب السلوكي من خلال الممارسة والإلتقان والإبداع وذلك لمساعدة المتعلم على المشاركة الفعالة في العملية الاعلامية عبر الحوار والتعبير عن الذات وإنتاج المضامين الإعلامية وبثها. (أبو العزام، 2020، صفحة 79)

3-1- الإعلام التربوي والتربية الإعلامية:

1-3-1 تعريف الإعلام التربوي:

يعتبر مصطلح الإعلام التربوي في أواخر السبعينيات عندما بدأت وسائل الإعلام تغزو البيوت ووسائل النقل والمقاهي والمكاتب وصار تأثيرها منازعا لتأثير التربية فصار المفكرون ورجال التربية يحاولون كبح جمال وسائل الإعلام لكي لا تقود الى الانفلات وتحريك الجهود التربوية بحيث لا يكون حذرنا الزائد وسيلة لخلو الميدان للتأثير الإعلامي (أحمد الحارثي، 2008)، كان ذلك في السبعينيات من القرن الماضي حيث استخدمته المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) للدلالة على التطور الذي طرأ على نظم المعلومات التربوية وأساليب

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

توثيقها والإفادة منها وذلك أثناء انعقاد الدورة السادسة والثلاثين للمؤتمر الدولي للتربية عام 1977. (السعدي، 2012، صفحة 06)

يعرف أبو الفوارس "الإعلام التربوي بأنه: استثمار وسائل الاتصال من أجل تحقيق أهداف التربية في ضوء السياستين التعليمية والإعلامية للدولة أو هو توظيف وسائل الإعلام في توثيق العلاقة بين مجالات العمل المدرسي من جهة والجهات التعليمية المعنية من جهة أخرى ولك بتقديم الخدمات الإعلامية والإنمائية لهذه المجالات." (الحق و و آخرون، 2020، صفحة 185)

ويعرفه "الملكي" بأنه: "الجهد المنظم التي تقوم به المؤسسات التربوية والتعليمية من خلال وسائل الإعلام التربوي بغرض توعية الناشئة في مختلف جوانب التنمية وتحسينهم من القيم والآراء التي تتنافى مع عقيدتنا وقيمنا الإسلامية" (الملكي، 2015، صفحة 30)

وهناك تعريف آخر ارتبط بفكرة استخدام المحتوى العلمي لبعض وسائل الإعلام استخداما مباشرا في خدمة جانب أو أكثر من جوانب العملية التربوية، يقول هذا التعريف الذي ينسب إلى "GRTER GOOD" "أن الإعلام التربوي: "بيانات صحيحة قابلة للاستخدام تتعلق بجميع أنواع فرص التدريب والمتطلبات التربوية الحالية والمستقبلية، ويمثل ذلك محتويات المنهج وظروف ومشكلات الحياة، وهذا يعني أن الإعلام التربوي يهتم بتوجيه وسائل الإعلام نحو واجباتها مما يفيد العملية التعليمية والتربوية ويثري البحث العلمي." (غزالي و بوطه، 2017، صفحة 230)

وهكذا يمكن القول بأن الإعلام التربوي نشاط متعلق بالنشر والأخبار وإذاعة المعلومات المسموعة والمرئية والمقروءة، وإبلاغ الجمهور بها وإشاعة الأفكار وتعميم الاتجاهات ذات المحتوى التربوي والمقاصد التربوية بأشكالها المختلفة، عبر قنوات الاتصال ووسائله المباشرة وغير المباشرة، وما يتصل بإشاعة هذه المعلومات والمواقف والاتجاهات بين الجمهور وحث الجمهور على تقبلها والتفاعل معها، ويمثل وفقا لهذا المفهوم جانب من جوانب العملية الاتصالية التربوية وهو الجانب الإعلامي (عبود و نرجس، 2009، صفحة 150).

1- أهداف الإعلام التربوي: يمكن تلخيص أهداف الإعلام التربوي في النقاط التالية :

- التعريف بالتطورات الحديثة في مجالات الفكر التربوي، والتقنيات التعليمية والمعلوماتية، وتشجيع البحوث في مجال الإعلام التربوي .

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

- التنسيق بين المؤسسات التربوية والإعلامية سعياً لتحقيق التكامل في الأهداف والبرامج والأنشطة.
- تلمس مشكلات المجتمع وتبني قضايا ومشكلات التربية والعمل في نشر الوعي التربوي على مستوى القطاعات التعليمية المختلفة، وعلى مستوى المجتمع بوجه عام والأسرة بوجه خاص (الخطيب و و آخرون، 2004، صفحة 14).
- التواصل مع المجتمع من خلال نشر الأخبار وتزويد الرأي العام بالمعلومات الصحيحة عن البرامج والمشروعات التعليمية والتربوية التي تحقق المسؤولية الجماعية للعمل التربوي. (أبو سمرة، 2009، صفحة 23)
- تطوير قدرة الطلب على الاستنتاج بشكل يسمح لهم باتخاذ القرارات التي تتلاءم مع المعايير الأخلاقية المتضمنة في المجتمع المدرسي، وذلك من خلال مضمون الرسائل الإعلامية المختلفة التي تقدم لهم عبر الأنشطة الإعلامية المدرسية. (زغلول، 2019، صفحة 468)
- دعم الأنشطة المدرسية بالمشاركة في إعدادها وإجرائها وتوجيهها، وتنمية الذوق الفني والشعور بالجمال ودعم الهويات وصقلها بالإثراء والممارسة.

2-3-1 وسائل الإعلام التربوي: يعتمد الإعلام التربوي على عدة وسائل نذكر منها:

- ✦ التلفزيون: يعتبر التلفزيون الوسيلة الإعلامية الأولى من حيث الفعالية والناشر والاتصال، فهو من أكثر وسائل الإعلام تأثيراً واستحوذاً على نفوس المشاهدين، بما يقدمه من برامج تعمل على تربية الفرد و تثقيفه بالمعلومات وتزويده بالخبرات الجديدة.
- ✦ الإذاعة: ان تأثير الإذاعة بالغ الأهمية في تشكيل العقول البشرية باستخدام وسائل الإقناع والتأثير من طريق أسلوب الحوار واللقاء والخيال والمؤثرات الصوتية خاصة وأن برامجها ترضي جميع المستويات في المجتمع، ونجد من بينها الإذاعة المدرسية التي أصبحت نشاطاً تعليمياً مكملاً للنشاط الصحفي غير منفصل عن العمل المدرسي حيث تعتبر من أكثر وسائل الإعلام التربوي والتربية الإعلامية أهمية والتي تستطيع أن تحقق الكثير من الأهداف التربوية التي تثرى العملية التعليمية.
- ✦ الصحف: تلعب الصحافة دوراً كبيراً في تنشئة وتربية النشء من خلال دورها في التربية فمثلاً الصحافة المدرسية سواء كانت صحيفة عامة للمدرس أو صحف الحائط كل هذه الصحف تؤدي إلى تنمية الطالب،

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

وكذلك تربيتهم من خلال الموضوعات التي تناولها كما أنها تشجع القراءة الحرة للطالب مما يشكل نوعاً من القدرة على التمييز بين الصحيح والخطأ.

✦ الكتاب: ويعد من أهم الوسائل الإعلامية لما له من فوائد وإمكانات كبيرة يستطيع بها أن يؤكد جدارته من وسائل الإعلام التربوي المختلفة.

✦ اللافتات: تستخدم في عمليات الإرشاد والتوجيه تشير إلى مكان مناسبة ما , منها للافتات التي توضع على أبواب المدارس التي توضح اسم المدرسة ومعلومات عنها تتضمن وتتميز بسهولة نقلها من مكان لآخر .

✦ الملصقات: تعتبر من أهم وسائل الإعلام التربوي تسعى إلى غرس المفاهيم والقيم والسلوك الإيجابي ومحاربة السلوك الغير المرغوب فيه

✦ الحاسب الآلي: يبرز دور الحاسوب: كأداة تعليمية في تأكيد الاتجاهات التربوية الحديثة على التعليم الاتي وزيادة مسؤولية الفرد عن تعلمه إضافة إلى تزايد الحاجة إلى تعزيز التعليم ليتماشى مع قدرات الفرد وحاجاته ومراعاة الفروق الفردية بين المتعلمين. (مبني و قامون، 2020، صفحة 62)

✦ المناسبات العامة: تكون على مستوى الوزارة والمناطق التعليمية وتقام في الأماكن العامة: كالملاعب الرياضية و الميادين العامة وتقدم فيها عروضاً مسرحية وفنية ومشاركات أخرى .

✦ المتاحف والمعارض: بأنواعها المختلفة الثقافية والاجتماعية والعلمية.

✦ المحاضرات والندوات والزيارات: وبرامج التنشيط الاجتماعي التي يقيمها الجهاز التعليمي سواء كانت الوزارة أو إدارة التعليم أو الكلية أو المدرسية. (أبو العلا القنديل، 2020، الصفحات 10-11)

✦ الانترنت: تعد الانترنت الآن المعارف الهامة عند أي موضوع يريد المتصفح البحث عنه ولهذه الشبكة عدد من الاستخدامات في كافة المجالات الرياضية والتعليمية والتربوية والطبية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها إذ أنها ساعدت القائمين على العملية التربوية التعليمية والطلاب إمكانية متابعة الجديد من المعلومات والمعارف العالمية في مختلف المجالات منها المجال التربوي وكل هذا عبر شبكة الانترنت أو عبر البرامج الاذاعية والتلفزيونية.

3-3-1 الفرق بين الإعلام التربوي والتربية الإعلامية:

يعد الإعلام التربوي من بين أكثر المفاهيم التباساً مع مفهوم التربية الإعلامية حيث أنه ما يزال هناك الكثير من الخلط والتداخل بينهما مع أنهما يختلفان في الغاية، فالإعلام التربوي يهدف إلى التربية بواسطة كوسائل للتعليم

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

التنشئة الاجتماعية، أما التربية الإعلامية تستهدف تربية وتعليم الأطفال على التعامل مع وسائل الإعلام. (بوخنوفة، 2005، صفحة 77)

فمن خلال الإعلام التربوي يتم التواصل والتواصل بتوظيف وسائل الإعلام وتقنياته الحديثة وتوظيفه إيجابيا لتحقيق الرسالة التربوية التي نطمح إليها والتي لا يمكن أن يحقق فاعلي بمعزل عن الإعلام ووسائله، فالإعلام التربوي مطالب بمتابعة سلوكيات الطلاب داخل المدرسة وفي المجتمع وان يؤكد لهم ضرورة الحفاظ على المدرسة بمبناها ومعناها، والمحافظة على سلوكيات طالب العلم بالتحلي بالأخلاق الكريمة، واحترام المعلم، وحب الوالدين والرغبة في العلم وحبه لزملائه وولائه لوطنه والحفاظ على النظام، والارتباط بالأسرة والمجتمع والانصاف بصفات المسلم الكريم والعربي الأصيل .

أما التربية الإعلامية فهي توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلي من أجل تحقيق الأهداف التربوية المرسومة في السياسة التعليمية والسياسية الإعلامية للدولة ولذا لا يقتصر تأثيرها على الطلبة في المدرسة وإنما يتعدى ذلك إلى التأثير في الآباء والأمهات والأخوة والأخوات داخل الأسرة والى التأثير في كافة أفراد المجتمع. (لقيقط و سلامي، 2020، صفحة 10).

ويرى "علي عبد الفتاح" أنه يمكن القول أن أية أفكار تتضمنها الرسالة الإعلامية المقروءة والمرئية والمسموعة والتي هدفها يكون تربوي أي تحقيق رسالة التربية من شأنه ان يساعد على بناء الإنسان فهو اذا يمثل جزء من التربية الإعلامية، أنه من الملاحظ إن الفاصل أن التربية الإعلامية هي أعم وأشمل حيث تمثل كل الجهود المبذولة التي تعمل على تحقيق أهداف التربية والإعلام التربوي وبين التربية الإعلامية يكاد يكون من الصعب تمييزه خاصة إذا كان الهدف المشترك و المساعدة على بناء الإنسان (عبد الفتاح، 2014) 39-40.

لايزال هناك الكثير من التداخل والخلط بينهما مع أنهما يختلفان في الغاية، فالتربية الإعلامية تستهدف تربية النشء على التعامل الواعي مع وسال الإعلام وأي محو الأمية الإعلامية في حين ان الإعلام التربوي يستهدف التربية بواسطة وسائل الإعلام كوسائل للتعليم والتنشئة الاجتماعية، فالإعلام التربوي يشمل جميع الأنشطة الإعلامية للمؤسسات التربوية وعلى رأسهم التعليم والإعلام، كما أنه يقوم نشر البيانات أو المعلومات عن النظام التربوي بجاني استخدام الوسائل الإعلامية في العملية التعليمية .

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

كما حاول الباحث والأستاذ المتخصص في التربية الإعلامية الروسي "FEDOROV" في عام 2002, عندما قام بعمل دراسة مسحية تركز على المناهج النظرية، التمييز بين التربية الإعلامية و الإعلام التربوي, وقد شملت الدراسة (62) خبيراً من خبراء التربية و الإعلام من (10) دول مختلفة, وتوصلت الدراسة إلى ما يلي :

❖ يركز الإعلام التربوي على الطلاب بينما نجد أن محو الأمية الإعلامية تركز على تنمية مهارات الإنتاج

الإعلامي للفرد وتزيد من قدرة الفرد بالتمتع والفهم والنقد لمضامين وسائل الإعلام الامر الذي يجعل الفرد فعالاً وليس سلبياً فيصبح المتلقي قادراً على فهم السياق الاجتماعي السياسي والحياة بمسئولية في المجتمع.

❖ ان محو الأمية الإعلامية هي الهدف المراد تحقيقه من الإعلام التربوي من منظور منظمة اليونسكو و

نتج عن تلك النتيجة ما يطلق عليه التربية الإعلامية النقدية، وهو مصطلح يستخدم للدلالة على المهارات

الصحيحة للتعامل مع وسائل الإعلام، بينما يعد الإعلام التربوي من الممارسات التربوية التي تهدف إلى تمكين

أفراد المجتمع للمشاركة في استخدام وسائل الإعلام المدرسية لتطوير وتحسين أنفسهم والمجتمع إضافة عن

زيادة الطابع الديمقراطي للعملية الاتصالية في المدرسة (محمد، التربية الإعلامية مفكر ناقد-متلقي راشد-

منتج فعال -، 2015، الصفحات 40-41).

❖ الإعلام التربوي يستخدم أساليب الإعلام ووسائله وفنونه في تناول التربية وهو اعلام عن جهود التربية

وأخبارها وقضاياها ومستجداتها وتوثيق بياناتها وفعاليتها، بينما تستخدم التربية الإعلامية أساليب التربية

ووسائلها ومنهجياتها في تناول الإعلام فهي تربية تدرس قضايا الإعلام ووسائله واتجاهاته وفق منطلقات فلسفة

التربية كما تدرس سبل مواجهة تأثيرات الإعلام على الحقل التربوي، حيث يوضح الشكل الاول معالم التربية

الإعلامية ويوضح الثاني معالم الإعلام التربوي:

الجدول رقم(6): يمثل معالم التربية الإعلامية ومعالم الإعلام التربوي

الإعلام التربوي	التربية الإعلامية	
الإعلام	التربية	الحقل المعرفي
أساليب النشر والبعث الخاصة بوسائل الإعلام	أساليب ومنهجيات التدريس	الأساليب والأدوات

مجال التناول والاستهداف	وسائل الإعلام ورسائله.	قضايا التربية وأساليبها
----------------------------	------------------------	-------------------------

1-4- المداخل الفلسفية للتربية الإعلامية:

للممكن من فهم التربية الإعلامية بشكل واسع وأعمق لابد أن نفهم الأساس الفلسفي الذي يتحدد في ضوءه كافة الجوانب المنهجية التي ستعرض لها الدراسة حيث أننا من خلاله يمكن تحديد كيف قامت المنظمات والجهات بالاهتمام بتطبيق التربية الإعلامية والهدف الأساسي من نشرها لتلك الثقافة , ومع التطور التاريخي للتربية الإعلامية , ووفقاً لرؤية القائمين عليها وأهدافهم من نشر هذا المفهوم , ظهرت عدد من المداخل التي تحكم طبيعة تنظيم عملية الوعي الإعلامي . حيث أن لكل مدخل فلسفته وأهدافه ورؤيته لدور التربية الإعلامية ومناهجها , ولعل من أبرز المداخل الفلسفية للتربية الإعلامية في تعاملها مع الإعلام مدخل الحماية ومدخل التناول الناقد للمضامين الإعلامية , ومدخل الدراسات الثقافية ومدخل اعتدال التأثير , وفيما يلي سوف نقدم تحليلاً موجزاً لهاته المداخل :

أولاً: مدخل الحماية :

يمثل هذا الأسلوب مناهج التربية الإعلامية المبكرة ويعد أحد المحاولات المبكرة للاعتراف بأهمية التربية الإعلامية ، حيث تلجأ إليه كافة المجتمعات الإنسانية بشكل كبير في معظم دول العالم . يستند هذا المدخل على فرضية أن ما يتم عرضه من مواد إعلامية سيجعل الأفراد يرغبون بتقليد ما يعرض ، لذلك فإن سياسة المنع والتجريم ستحمي المجتمع والأفراد من هذه الشرور ، كما أن منع مشاهدة ما يخالف الأخلاق والعقائد والثقافة السائدة مثل العنف أو الجنس سيحمي المجتمع من الشرور الناتجة عنها ، وتلجأ معظم المجتمعات الإنسانية لهذا المدخل حيث أنه ينتشر بشكل كبير في أغلب دول العالم (عبيدات، 2014 ، صفحة 64) وتتخذ في ذلك عدة طرق منها :

1- سن القوانين LEGISLATION: تتركز القوانين بالنشر والبعث الإذاعي ومنع صدور استقبال ما يبثه الإعلام عبر رسائله المختلفة وحضر تعاطبه عن طريق ممارسة الأجهزة الرقابية التابعة للحكومة ، وكذا دور الرقابة الأسرية في منع وتنظيم المشاهدة أو الاختيار أو البدائل (راشد، 2008)

2- التشفير ENCRYPTION: يتم من خلال برنامج يقوم بعملية تشفير الرسالة عن طريق خفاء الرسالة أو مزجها بحيث لا يستطيع احد قراءتها لا من يتلقاها ويفك رموزها (الخيري، 1430هـ، صفحة 112)

3- التقنية: FILTERING: تركز التقنية على قص المشاهد والمقاطع غير الملائمة، الأمر الذي محل نقاش وجدال بين تيارات فكرية وفلسفية متعددة حول مدى فعاليتها كأداة للحماية و النقاش اذ يعتبرها المربيين مكملة للقواعد التربوية وليست بديلة من خلال تعزيز ثقة الطفل وتحمله للمسئولية، تلبية احتياجاتهم الأساسية مما يساعد على بناء شخصية متوازنة وقادرة على اتخاذ القرارات السليمة. الا أن هذا الأسلوب وحده أصبح غير كافي في عصر الهيمنة الإعلامية التي لا يمكن فيها السيطرة على المحتوى بالوقاية والحماية والمنع و في ظل انعدام السيطرة عليها بالوقاية والحماية والمنع، لذلك فان المدخل الحديث اصبح غير قادر وحده في التعامل مع وسائل الأعلام الرقمي الجديدة منها مواقع التواصل الاجتماعي.. (النوبي، 2021) 144

ثانيا : مدخل التناول الناقد للمضامين الإعلامية :

يطلق على هذا المدخل بالمدخل الحديث للتربية الإعلامية في تعامله مع الإعلام ويستند أساسا على أن التناول الناقد للمحتوى الإعلامي يؤدي لإنتاج مواطن ناقد، وتعلم المواطن المتلقي التقنيات التي يستخدمها الإعلام لتوصيل رسالته يعين وعي المتلقي بهذه الوسائل وتشكيل الحساسية الناقدة اتجاه الرسائل التي يطرحها. (راشد، 2008، الصفحات 07-08)

برزت فكرة التربية الإعلامية في الاتجاهات المعاصرة وهي تستند على المدخل الناقد للمضامين الإعلامية بسبب تغييب التفكير الناقد في المضامين الإعلامية التي يتعرض لها الشباب حيث أن تلك المضامين يتم تشكيلها وفق أجندة القوى التي تصنع الإعلام من سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو عقائدي. (الخيرى، 1430هـ، صفحة 114)

وقد تبنت المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) هذا الاتجاه، عندما طرح "إعلان جران والدي" بألمانيا عددا المسلمات التي تستند إليها التربية الإعلامية والتي تلخص فيما يلي) (المنظمة الدولية للثقافة والتربية الإعلامية اليونسكو، 1982، صفحة 02)

- ❖ أغلب الأفراد يقضون أوقات كبيرة في قراءة الصحف والمجلات ومشاهدة التلفزيون وسماع الراديو
- ❖ كما يقضي الأطفال أوقتا أمام التلفزيون أكثر من تلك التي يقضونها في مدارسهم.
- ❖ لا ينبغي الاستهانة بدور الإعلام واعتباره كعنصر من عناصر الثقافة في المجتمع وتأثيره في الهوية ودوره في مشاركة المواطنين بشكل أكثر فاعلية .

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

❖ التربية الإعلامية تصبح أكثر تأثيرا عندما تتكامل الأدوار بين الآباء والمعلمين والمختصين في الإعلام وصانعي القرار لخلق وعي نقدي بين الأفراد بشكل أكبر.

❖ تحمل الأسرة والمدرسة مسئولية تعايش الأفراد بعالم مليء بالصور والانطباعات الذهنية والبصرية سديدة القوة التي تتضمنها وسائل الإعلام وكل هذا يتطلب إعادة لتقييم أولويات التعليم ويحتاج منها متكاملا لدراسة اللغة والاتصالات.

❖ العمل على تحفيز الأنظمة التعليمية والسياسية المواطنين على فهم المضامين الإعلامية فهما نقديا . وعليه يرى أنه يفرض على النظم التعليمية مسئولية جديدة تتمثل في تعليم الفرد وتدريبه على حسن استخدام وسائل الإعلام وأجهزته بشكل أكثر إيجابية، وتعريفهم بالمخاطر التي تنتج عن ما تقدمه هذه الوسائل من مضامين زائفة ونقل عادات ومفاهيم قد تختلف عن عاداتنا وتقاليدينا وتخالف شريعتنا الإسلامية , ومسئولية لذا يجب أن تكون التربية عمادها النقد، قدرة على أن تجعل الفرد أكثر وعيا في اختياره لمنتجات العملية الإعلامية وتقيه من الانهيار بالتكنولوجيا الحديثة، ويعد مدخل نقد المضامين الإعلامية من أبرز الاتجاهات الفكرية المعاصرة لمواجهة التحدي الإعلامي، والتعامل معه بشكل إيجابي ويعد هذا تأسيس لمناهج تربوية تساعد على تنمية التفكير الناقد الإبداعي وتأسيس الوعي الكافي بالإعلام (النوبي، 2021، صفحة 146).

ثالثا: مدخل اعتدال التأثير:

يعد هذا المدخل أحد المحاولات المبكرة للاعتراف بأهمية تدريس التربية الإعلامية في المدارس، وقد ساد هذا المدخل منذ الستينيات حتى ثمانينيات القرن الماضي ليغلب على مناهج التربية الإعلامية الموجودة في ذلك الوقت بالمدارس. اشتقت فكرته من البحوث التقليدية المتأثرة بدراسة تأثيرات وسائل الإعلام وما يصاحبها من قلق وإدانة لوسائل الإعلام، وإلقاء اللوم عليها في العديد من مظاهر الخلل الاجتماعي (سليمان 2013، ص72/73)، وأصبح هذا المدخل يمثل جزءا من برامج اليونسكو، ذلك عندما طالبت بضرورة إعادة توجيه النشء والشباب نتيجة قوة الرسائل المكتوبة والمسموعة والمصورة، وتحديد المهام التي يقوم بها التعليم حتى يستطيع أن يوفر الوسائل الضرورية لتحليل المعلومات وتفسيرها بطريقة ناقدة والتي تُبث من خلال وسائل الإعلام، وحتى تكون لدى الطالب دراية بجوانبه الثقافية لتكنولوجيا الاتصال. بهدف إعدادهم بفعالية للمشاركة في التثقيف الإعلامي عبر حماية

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الشباب لأنفسهم من خلال جعلهم أكثر وعيا ونقدا للتأثيرات السلبية للرسائل الإعلامية ويقوم على افتراضين أساسيين:

- ❖ أولهما؛ أن لوسائل الإعلام العديد من التأثيرات التي تكون في أغلبها ضارة بالتنشئة السليمة للأطفال
- ❖ وثانيتها؛ أن التدخل في نظام التعرض يمكن أن يقلل من درجة هذه التأثيرات (ابراهيم، 2014، صفحة 68).

اذ حدد الباحث " FERGUSON " دور المعلم في ضوء هذا المدخل في حماية الطلاب وتوعيتهم بمخاطر وسائل الإعلام ومحتوياتها باعتبار أن جمهور وسائل الإعلام ومن بينهم الأطفال أو الطلاب متلقون سلبيون لما يقدم لهم، وبالتالي فإن الحاجة الى حماية الطلاب في ظل تعرضهم للرسائل الإعلامية المختلفة تعد أمرا حيويا للمعلمين في عملية التعليم والتعلم ، فالتربويين يعترفون بما أن مدخل الحالي للحماية غير فعال في تعليم الطلاب حول مخاطر وسائل الإعلام خاصة عندما يتعلق الأمر بالمجالات التي تُعني بها التربية الإعلامية بشكل أساسي نتيجة التقدم والتطور الحاصل في التعليم، وبالتالي فهناك اعتراف لدى بعض التربويين نتيجة ما يحدث من تقدم وتطور في التعليم و لا يصلح في ممارسة العملية التعليمية ككل، ولذلك فإن الحاجة الى فهم خبرة الشباب ووعيمهم بمخاطر وسائل الإعلام يعتبر أمرا ضروريا قبل البدء في توجيه الأوامر. (Ferguson, 1999).

رابعا:مدخل الدراسات الثقافية :

يعرف هذا المدخل ب"مدخل الشهرة" نتيجة لتركيزه على النصوص الإعلامية الأكثر شهرة وشعبية لدى الطلاب كما يطلق عليه أحيانا "مدخل الصفوة أو النخبة" وفقا لما يراه الكثير من المعلمين الراضين له لارتباطه بكثير من المخاطر، وتركيزه على الجوانب الثقافية والوجدانية كونه يعد مدخلا غير منتج من وجهة نظر المتمسكين بالتعليم بشكله التقليدي، وقد مر هذا المدخل بعدة مراحل غيرت من الممارسات الخاطئة له واستقرت أسسه التي اعتمد عليها فيما بعد .حيث أن هذا المدخل يتفق مع التربية التقدمية ويتحدى الأوضاع التقليدية للتعليم التي تعمم على المعرفة الأكاديمية البحتة كمعرفة صحيحة يتلقاها المعلم لتلقينها لطلابها. فهو يؤكد على أن الطلاب يمتلكون خبرات مع وسائل الإعلام بما يمثله ذلك من جوانب ثقافية شائعة لديهم- (Master man, 1990, pp. 391-392).

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

وفي ذات السياق يشير الباحث "احمد محمد حسن جمال" أن هذا المدخل يركز على رؤية ما يتم تقديمه عبر وسائل الإعلام في إطار إيجابي بعيدا عن الحكم عليه فقط في حدود النص الإعلامي، وبالتالي تمتد النظرة إليه لمجال أوسع يرتبط بالتحليل الناقد له وفهم ما وراءه من قضايا، فهو يسعى لتمكين الطلاب من بناء معان مختارة منتقاة لحياتهم عبر استهلاكهم لمختلف الأشكال الإعلامية حتى السبى منها، يعني تمكينهم لكي يكونوا مشاهدين وقراء ومستمعين ناقدين واعيين لا يمكن خداعهم بسهولة (محمد، 2015، صفحة 49) بالإضافة أيضا إلى تنمية قدراتهم في استخدام أساليب الاستقصاء وتحليل النصوص الإعلامية بشكل ناقد لمساعدتهم في فهم المعاني الحقيقية لمضمون الرسالة الإعلامية وتمكينهم من الاستمتاع بمختلف جوانبها والتزود بالكثير من المعارف التي تجعلهم قادرين على انتاج معلوماتهم وأفكارهم الخاصة. (Ladislau, 2000). كما يرى أصحاب هذا المدخل حديثا ان مهمة التربية الإعلامية ليست حماية وانقاذ الطلاب من شرور وسائل الإعلام فهي ليست نقدا وإدانة بدون الفهم، حيث انه لا يمكن تطبيق التربية الإعلامية مع ذلك المعلم الذي لا يسمح لطلابه بالمشاركة ويفرض رأيه عليهم، هذه البرامج تحتاج معلم يقود الطلاب ويرشدهم ويدفعهم للأمام حتى يصبحوا متعلمين إعلاميا، ولكي يفهمون ما يتلقونه من رسائل إعلامية فهما سليما لا بد من اكتشاف ما لديهم من معرفة ومفاهيم، ويجب مساعدتهم لاستيعاب المفاهيم العلمية التي يتعرضون لها. يظهر الخلاف الفلسفي بين المدخلين في الهدف الأساسي لكل مدخل فمدخل اعتدال التأثير يركز على الجانب السلبي فقط، اذ يرى مؤيدوه أنهم يسعون لتحقيق هدف أخلاقي ذو مستوى عالي وهو حماية عقول الطلاب من التأثيرات السلبية للمحتويات الإعلامية وذلك عن طريق تقليل تعرضهم لوسائل الإعلام ومساعدتهم على التعرف على الجوانب غير المقبولة فيها، أما عن المدخل الذي يتبنى الدراسات الثقافية نجده يميل الرؤية إيجابية تكتمل في ربط الصغار والاستمتاع بما يتعرضون له في وسائل الإعلام مما يجعلهم أكثر وعيا وتميزا ونقدا للرسائل الإعلامية التي يتلقونها وبالتالي تنبع الحماية من داخل انفسهم (Ferguson, 1999)257/258.

مميزات التربية الإعلامية:

- تتميز التربية الإعلامية بسمة تعزيز "الدافعية للتعلم" حسب خصوصية موضوعها ومجالها فهي تبحث في شيء ملموس له علاقة بحياة المتعلم اليومية، فيكون ادعى للفت انتباهه لاكتشاف هذا المجال ومعرفة أسرارها.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

أ- واقعية التربية الإعلامية والحاجة إليها فالتعامل مع الإعلام يستغرق جزءا كبيرا من حياة الناس في العالم المعاصر ويرافقه طوال حياته وهذا يثير لدى المتعلم الشعور بأهمية امتلاكه لمهارة التعامل مع الإعلام من خلال التربية الإعلامية.

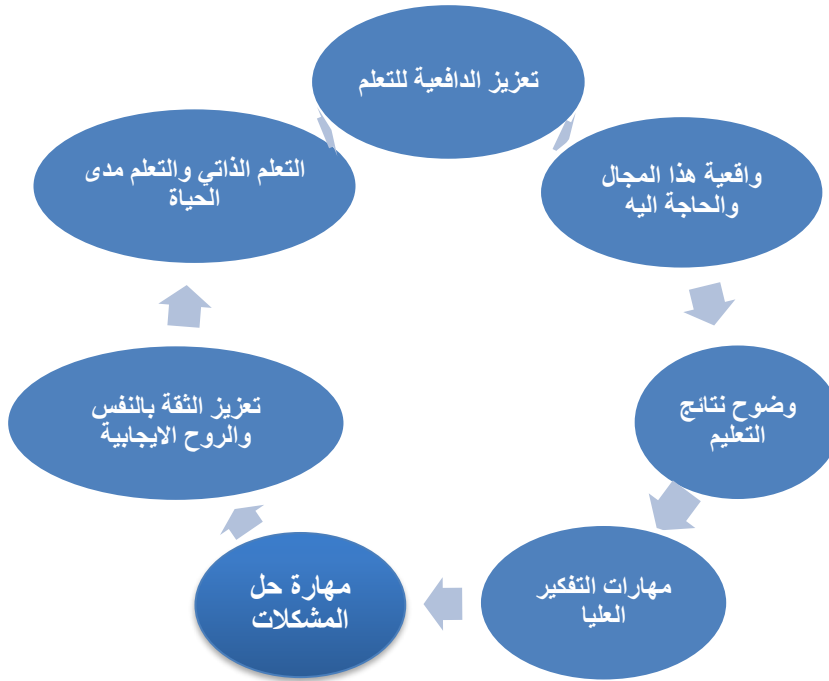
ب- تساعد التربية الإعلامية في وضوح نتائج التعلم بشكل بارز على شخصية المتعلم في الحياة اليومية تزيد الدافعية وبذل الجهد، لأن الوعي الإعلامي يمكن بسهولة أن يلاحظ على شخصية الإنسان في الحياة اليومية، بخلاف قدرته على حل أعقد مسائل الرياضيات على سبيل المثال. (محمد، التربية الإعلامية مفكر ناقد-متلقي راشد-منتج فعال -، 2015، صفحة 76)

ت- أن التربية الإعلامية تساعد المتعلم على اكتساب مهارات التفكير العليا أو على الأقل إحساسه وشعوره بأهميتها لأن الإعلام مجال خصب جدا لتفعيل مهارات التفكير وهو يستدعي تعلم المهارات الآتية:

- 1- مهارة التفكير الناقد: وهي مهارة أساسية في التربية الإعلامية.
- 2- مهارة التفكير الإبداعي: وهي تتعلق بأحد مخرجات التربية الإعلامية، وهو إنتاج المضامين الإعلامية.
- 3- مهارة اتخاذ القرار: تتعلق بأحد مخرجات التربية الإعلامية، وهو بشأن اتخاذ قرار التعرض للانتقالي.
- 4- مهارة حل المشكلات: وهي تتعلق بشكل عام بالعملية الإخراجية الإعلامية، لأنها تعاني من مشكلات كثيرة على مستوى العالم، وأسلوب التربية الإعلامية ويوفر حالات واقعية لتكون مجالا خصبا للاعتماد على هذه المهارة، بالإضافة إلى مشكلات التعامل مع الإعلام داخل الأسرة.

ويرى بعض الباحثين أن التربية الإعلامية تتميز بطابعها النقدي المقاوم إذ تعمل على تمكين المتعلمين من تفكيك رميزات النصوص الإعلامية والكشف عن الأساطير الزائفة التي تبثها وسائل الإعلام السائدة وهذا بدوره سيمكن المتعلمين من امتلاك حريتهم والانفلات من سيطرة استبداد الإعلام السائد وهيمنتته، واكتشف عن زيف الشفافية الإعلامية، والقدرة على تحديد الأهداف الأيديولوجية الكامنة في مضامين النصوص الإعلامية (وظفة، صفحة 109).

الشكل رقم (1) يمثل خصائص التربية الإعلامية



5-1- المبادئ الأساسية للتربية الإعلامية:

1. المواد التي تقدمها وسائل الإعلام يتم بناؤها؛ ويعني ذلك أن الجمهور المستهدف لوسائل الإعلام ينبغي أن يكون على وعي تام بأن ما يشاهده يقرأه ويسمعه عبر مختلف وسائل الإعلام ليس كله صحيح ولا يعبر عن الواقع الحقيقي في بعض الأحيان، وإنما هو إعادة بناء الواقع من خلال تصورات القائمين على هذه الوسائل الإعلامية.
2. المضامين الإعلامية يتم إنتاجها من خلال بيئة تجارية و اقتصادية؛ ينبغي أن نفهم أن المحتويات الإعلامية تصدرها مؤسسات لها سياسة تجارية وتحتاج إلى كسب أرباح من خلال الإشهارات لذلك فهي تعمل التأثير على أكبر قدر ممكن من الجمهور.
3. المضامين الإعلامية يتم إنتاجها من خلال بيئة سياسية؛ ويتعلق الأمر هنا بفهم أن المضامين الإعلامية تصنعها منظمات إعلامية تخضع لقرارات وقيود تضعها عليها الحكومة، الأمر الذي يؤثر على طريقة معالجة المواد الإعلامية.
4. المضامين الإعلامية تقدم بأشكال مختلفة عبر وسائل الإعلام؛ ينبغي هنا أن يدرك الجمهور الفروق بين كل وسيلة أخرى من وسائل الإعلام، أي طبيعتها، لأن المضامين الإعلامية التي تطرحها وسائل الإعلام تكون بأشكال متنوعة كالأخبار والإعلانات أو الدراما...

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

6. الجمهور متلقي ايجابي للمضامين الإعلامية: ويعني ذلك أن يكن الجمهور واعي وإيجابي أثناء تلقيه لمضامين وسائل الإعلام وعدم موافقته على كل ما يتلقاه على أنه أمر مسلم به دون تحليل ونقد ومقارنة مع الواقع المعاش.

7. شكل الرسالة الإعلامية ومحتواها يرتبطان ارتباطاً وثيقاً: لكل وسيلة إعلامية قواعدها الخاصة وطرقها وأساليبها في تصنيف الحقائق والأخبار والحقائق والأخبار والآراء وعرضها، وفي استخدام المعاني والألفاظ والأساليب والرموز فالوسائط الإعلامية المتنوعة تنقل الأحداث ذاتها لكنها تولد رسائل وانطباعات متنوعة من خلال استخدام مفردات مختلفة وتقنيات متعددة كالترار والتخويف والتشويه والترفيه لتنتج معاني خاصة، كما أن للرسائل الإعلامية سياق تدور في فلكه وأغراض فنية تسعى لتحقيقها أهمها الصوت والخلفيات والإضاءة والألوان والديكور وغيرها، وهذا الجانب يجب الإلمام به عند تحليل الرسائل الإعلامية. وتعتبر التربية الإعلامية في هذا المبدأ أحد المفاهيم الرئيسية التي يجب أن يتفهمها المثقف إعلامياً ويدرك تأثيرات ما تأتي به الوسيلة الإعلامية على شكل ومحتوى ما تقدمه، ويتفهم علاقة الارتباط بين شكل ومحتوى الرسالة الإعلامية (Jolls, T، 2004، صفحة 20)

8. الرسالة بطبيعتها معقدة: "ان الرسائل التي تنتجها وسائل الإعلام مؤلفة من مجموعة من المكونات التي تتأثر بالعديد من العوامل مثل اللغة والثقافة والسياق الاجتماعي والثقافي وعادة ما تكون الرسائل غير واضحة للمتلقين وخاصة تلك النصوص المفتوحة التي تحتل تعدد المعاني الأمر الذي يجعل مسألة الالتباس في الرسائل كثيرة، وبالتالي لابد من توعية الشباب إلى أن الرسائل ليست شفافة وصادقة على النحو الذي يعتقدده العامة وهذا ما يعرف بالتربية الاعلامية. ، كما يجب عليهم ان يدركوا دور "السيمولوجيا" في تفكيك شفرات الرسالة. وقد اوضح الباحث " فيسك " FISKE.J " إلى أن الدراسات الإعلامية تحولت من التركيز على الرسالة بما تحمله من معنى إلى التركيز على الرسالة كما يفهما المتلقي ليحقق فهما افضل للرسالة. (بولكعبيات و

بولكعبيات، 2021) 206

9. استخدام مهارة التفكير الناقد على وسائل الإعلام: يساهم استخدام مهارات التفكير الناقد في تحليل مضمون الرسالة الإعلامية وذلك بطرح مجموعة من الأسئلة على عناصر العملية الإعلامية والاتصالية – حسب نموذج لازويل الشهير – الذي اقترح خمسة أسئلة هي (من، يقول ماذا، بأية وسيلة، لمن، بأي تأثير) وعليه سوف نتناول عنصر "ماذا يقول؟ المتعلقة بتحليل وفك تشفير رموز الرسالة الإعلامية.

6-1- معايير التربية الإعلامية:

وهناك معايير وأسس تحدد التربية الإعلامية، تختلف هذه المعايير من باحث إلى آخر وقد حددها "جيمس بوتر" المعايير الأساسية للتربية الإعلامية تتمثل فيما يلي:

1- التربية الإعلامية سلسلة متصلة وليست فئة: لأنها لا تعتمد على معدلات واحدة ومتساوية بين الأفراد، إنما هي سلسلة متصلة متغيرة ومتباينة من شخص لآخر حسب قدرته على إدراك وفهم المضامين الإعلامية بشكل ناقد.

2- التربية الإعلامية عملية متعددة الأبعاد: فهي تقوم على تداخل وتكامل أبعاد متعددة في إدراك وتحليل الرسالة الإعلامية، وتتمثل هذه الأبعاد فيما يلي:

- ✦ المجال الأخلاقي: يتمثل في مدى قدرة الفرد على استنباط القيم الأخلاقية التي تحكم الرسائل الإعلامية.
- ✦ المجال الجمالي: يتمثل في مدى استطاعة المتلقي على إدراك النواحي الفنية في المضمون الإعلامي وقدرته على الاستمتاع والتذوق الفني للمضمون الإعلامي والقدرة على تحري الفرق الحقيقي والفن المتكلف.
- ✦ المجال العاطفي: يتمثل في مدى امتلاك الفرد لحس مرهف اثناء تعرضه للمضمون الإعلامي (حسن، 2019، صفحة 292).

✦ المجال المعرفي: يشير الى قدرة الفرد على إدراك المعنى والرموز والدلالات والأساليب الإقناعية التي تحتويها الرسائل الإعلامية.

3- التربية الإعلامية تهدف إلى إعطائنا سيطرة أكبر على تفسيراتنا: تُساعد التربية الإعلامية الأفراد على تحليل الرسائل الإعلامية بوعي حيث يدرك الأفراد نوايا القائمين بالاتصال مما يجعلهم يتحكمون في تأثيرات وسائل الإعلام.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

4- التربية الإعلامية تتطلب بناء معرفية قوية: فهي تتطلب مهارات ومعلومات كمقومات للحكم بوعي على ما

تُقدمة وسائل الإعلام

5- التربية الإعلامية تحتاج إلى تحسين الاستمرار في التطوير: حيث لا يمكن أن تتوقف عند نقطة معينة

ولكن يجب تحديثها باستمرار عن طريق تعزيز الوعي والنضج والتفاعل الايجابي مع المحتوى الاعلامي، إذ كله يساهم في رفع مستوى الجمهور ليصل الى مستويات أعلى من الوعي والفهم (محمد، 2015).

6- التفكير النقدي كمعيار تقوم عليه التربية الإعلامية: حيث يعد العقل من اهم النعم التي يجب الحفاظ

علمها و صونها، وذلك لأن العقل له قدرات لا بد من تنميتها وتدريبها كي لا تكون من اجل استخدامها بشكل فعال ولكي لا يصبح العقل اسيرا للاستخدام المحدود الذي يؤدي الى تعطيل وجودها، فالتفكير النقدي يتطلب مهارات معينة حددها الباحث " BEYER B.K. BEYER, 2002" وتشمل مايلي :

❖ تبيان الاختلاف بين الحقائق التي يمكن التحقق منها وبين الادعاءات او الأهواء الشخصية أو التحقق من صحتها.

❖ التفريق بين المعرف والعلل ذات العلاقة بالموضوع وبين الادعاءات غير المرتبطة بذلك.

❖ تحديد مدى مصداقية مصدر المعلومات وتحديد الدقة الحقيقية للخبر.

❖ الكشف على المغالطات والأكاذيب في الرسالة الإعلامية.

❖ التعرف على الأدلة أو البراهين الغامضة أو المزاعم في الرسالة الإعلامية (حسن، 2019، الصفحات 292-

293)-

1-7- أهداف التربية الإعلامية:

يتمحور الهدف الأسمى للتربية الإعلامية حول بناء جيل واع وقادر على تفكيك وتحليل وتقييم المضامين الإعلامية، اذ لا بد من ان يتمتع الفرد المستخدم لوسائل الاعلام والاتصال خاصة مواقع التواصل الاجتماعي بمستوى رفيع من التربية الإعلامية حيث يكون قادر على تحليل كل من المحتوى، الوسيلة، التأثيرات على المجتمع، المؤسسات الإعلامية ونمط الملكية بالإضافة إلى قدرته إنتاج المضمون الإعلامي الخاص به (سامي، 2019) 197 . وعليه تتضمن هذه الغاية الرئيسة عدة اهداف فرعية يشير اليها العديد من باحثي التربية الإعلامية كمخرجات مرغوبة للتعليم الإعلامي، والتي تتداخل وتتصل بطرية وثيقة محددة في وثيقة المعلومات الأساسية لليونسكو في :

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

- ❖ فهم دور ومهام وسائل الإعلام وظروفها
- ❖ التفسير والتحليل الناقد للمضامين الإعلامية وتقييمها .
- ❖ استخدام وسائل الإعلام والاتصال في التواصل والنقاش الديمقراطي والحوار بين الحضارات والثقافات .
- ❖ القدرة على إنتاج وإخراج المحتويات الإعلامية وتنشيط المشاركة الجماهيرية فيها (lee و joculous and othe ، 2013) .

كما حصر "فيدروف" في دراسته أهداف التربية الإعلامية كما رصدتها عينه من الخبراء كما يلي:

- 1 تطوير التفكير النقدي والاستقلال الذاتي للفرد.
- 2 تطوير تقدير وإدراك وفهم وتحليل النصوص الإعلامية.
- 3 إعداد الأفراد للحياة في المجتمع الديمقراطي.
- 4 تنمية الوعي الآثار الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية للنصوص الإعلامية.
- 5 فك تشفير الرسائل النصية / الرسائل.
- 6 تطوير القدرات التواصلية للشخص، تطوير التقدير والإدراك الجمالي وفهم النصوص الإعلامية، تقدير الجودة الجمالية للنصوص الإعلامية.
- 7 تعليم الفرد أن يعبر عن نفسه بمساعدة وسائل الإعلام.
- 8 تعليم الشخص كيفية تحدد وتفسير وتجربة مجموعة متنوعة من التقنيات المستخدمة لإنشاء المحتوى نصوص وسائط.
- 9 التعرف على نظرية الإعلام وثقافة الإعلام، والتعرف على تاريخ وسائل الإعلام والثقافة الإعلامية (Federov, 2003).

وعليه يرى "محمد عبد الحميد" أن التربية الإعلامية تهدف إلى المحافظة على الهوية الثقافية ودعم مقومات الثقافة الوطنية والمحلية، إضافة إلى ملاحقة التطورات السريعة في تكنولوجيا الاتصال وبناء الشبكات والمجتمعات الافتراضية والإفادة منها بشكل جيد بالنسبة للفرد والمجتمع (ضيف، 2017، صفحة 456).

وعليه فالتربية الإعلامية تهدف جوهريا إلى تنمية التفكير النقدي لدى المتعلمين كما تمكنهم من القدرة على تنوع قدرتهم على التفكير والتأمل المتبصر في المعلومات، واستخدام المنهجيات الفعالة للقيام بعملية التبصر

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

والقدح الذهني في مختلف مظاهر وعوامل ومضامين العملية الإعلامية، كما تهدف في الوقت نفسه إلى تمكين المتعلم من الاستقلال النقدي الذاتي الذي يسمح له أن يفكر بنفسه ولنفسه وأن يكون قادرا على التصرف واتخاذ القرار بصورة مستقلة وموضوعية بناء على قناعاته الذاتية وإحساسه العميق بالقدرة والاستقلال. وبالتالي يمكن القول إن التربية الإعلامية النقدية تعمل على بناء القدرات الضرورية والتأهيل المناسب للتفكير النقدي بدرجة أكبر من العمل على نقد وسائل الإعلام ذاتها، وهنا تبدو ضرورة التمييز بين نقد وسائل الإعلام وبين عملية بناء التفكير النقدي الذي يشكل هدفا تربويا في مجال التربية الإعلامية (وطفة، الصفحات 106-107) وتحقيقا لهذه الأهداف فإن التربية الإعلامية تقوم بالوظائف التالية والتي تتمثل في:

- تشكيل المعارف والمهارات الاتصالية وتنميتها التي تجعل النشء والمواطنين على وعي كامل بالعمليات الاتصالية بصفة عامة والعمليات الإعلامية وأطرافها وأهدافها وسياساتها ولغاتها وعلاقاتها وإنتاجها بصفة خاصة، إضافة إلى تنمية التفكير النقدي لديهم بحيث يتمكن الفرد الواحد من امتلاك مهارات الاختيار والتحليل والإدراك والتمييز بين الوسائل ومحتواها وأدواتها في التأثير على المتلقين وتجنب التأثيرات السلبية او الضارة والإفادة من التأثيرات الايجابية (عبد الحميد، 2012، صفحة 913)
- تعمل التربية الإعلامية على تأهيل الأفراد لمواجهة تحديات القرن الحاد والعشرين من خلال اتاحة فرص للتعلم الذاتي والمستمر الذي يمكنهم من المشاركة الفعالة في الحياة الديمقراطية من خلال تزويدهم بالمهارات اللازمة، منها مهارات تحليل الرسالة الإعلامية التي تساعد في التعامل الواعي والايجابي مع التدفق الكبير للمحتوى الإعلامي المتواصل، اضافة الى ذلك فهي تمنح الجمهور طريقة للتفكير الناقد وتجعله جزءا من طبيعتهم الداخلية لأن ذلك يساعد في التمييز بين الرسائل الإعلامية المختلفة وبالتالي يصبح الأفراد (الجمهور) قادرين على التعبير عن أفكارهم وآرائهم بواسطة وسائل الإعلام المختلفة أي يتحولون من مستهلكين سلبيين للرسائل الإعلامية إلى مستهلكين واعيين لوسائل الإعلام ومنجبن قادرين على التعبير عن أفكارهم عبر وسائل الإعلام المختلفة (محمد، التربية الإعلامية مفكر ناقد-متلقي راشد-منتج فعال -، 2015)، صفحة

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

• تسعى التربية الإعلامية إلى تنمية مهارات الفرد لفهم عمل وسائل الإعلام وتفسير ما تتضمنه من محتويات وتقديم آراء نقدية لهذه المحتويات سلباً أو إيجابياً حتى يصل في النهاية إلى القدرة على إنتاج المضامين الإعلامية وإيصالها للجمهور.*

• كما لا تخرج وظيفة التربية الإعلامية عن مهمتين رئيسيتين، والتي حددهما "سراج علي في مهمتين (عبد الله، 2012، الصفحات 18-19) :

❖ المهمة الأولى: تتمثل في مساعدة الجمهور في التعرف على وسائل الإعلام وخصائصها واستخدامها، بالإضافة على وظائفها وأدوارها في المجتمع من خلال تشكيل المعارف والمهارات الاتصالية التي تجعل أفراد المجتمع على وعي كامل بالعمليات الاتصالية بصفة عامة والعملية الإعلامية بمحتوياتها المختلفة.

❖ المهمة الثانية: التربية الإعلامية نشاط اتصالي يساعد على تجنب التأثيرات السلبية والضارة والإفادة من التأثيرات الإيجابية، أي التفرقة بين الإعلام الإيجابي والإعلام السلبي، وذلك عن طريق مساعدة الجمهور في تنمية مهارة الوصول واختيار الرسائل الإعلامية بالإضافة إلى مساعدتهم على تكوين الحس الناقد لديهم، فيصبح قادراً على نقد ما يقدم إليه من معلومات وأخبار من مختلف وسائل الإعلام .

8-1- أهمية التربية الإعلامية:

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

1-8-1- أهمية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية:

يهدف تنمية الوعي بالتربية الإعلامية إلى زرع فهم الدور الذي تقوم به التربية الإعلامية في المجتمع الواحد والعالم خاصة لدى الطلاب، إذ تتكون عملية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية من مستويين الأول نظري والثاني عملي. نجد في المستوى الأول اكتساب الطلاب المعرفة الكافية حول النظريات الخاصة بالاتصال الجماهيرية والاتصال متعدد-الثقافات والإعلام. أما على المستوى العملي يتم تنمية الوعي بالتربية الإعلامية عن طريق مهارات البحث عن المعلومات وتجميعها وتنظيمها، ومهارة التفكير الناقد والمرونة في تحليل المعلومات، ومهارات الكتابة و التحدث والاتصالات النشطة كل هذه المهارات تساهم التربية الاعلامية بتنميتها لدة أفراد المجتمع. (Selwyn، 2013،

صفحة 09) وتتلخص أهمية الوعي بالتربية الإعلامية في :

❖ تركيز التربية الإعلامية على التفكير الناقد والتأمل حيث نعيش في بيئة مزدحمة بالمواد الإعلامية وبالتالي يجب زيادة الوعي لدى الطلاب بأن وسائل الإعلام والاتصال لا تقدم عرض بسيط للواقع الخارجي، بل أيضا تراكيب منظمة بعناية، كما يساعد أيضا الوعي بالتربية الإعلامية على تحليل منتجات المواد الإعلامية وفهمها وفهم كيفية استخدامها.

❖ يمثل الوعي بالتربية الإعلامية جزء من تشكيل المنظومة التثقيفية للطلاب، فالطالب يحتل من خلال التربية الإعلامية على جزء جيد من التعليم والثقافة والاطلاع على الوسائل الإعلامية، بالإضافة إلى القدرة على استخدام أدوات الاتصال في التعبير عن الذات.

❖ يحفز الوعي بالتربية الإعلامية الطلاب على المشاركة الفعالة في المجتمع، فالتربية الإعلامية تمكن الطلاب من تحليل المضامين الإعلامية وبناء آراء واعية كمستهلكين ايجابيين ومنتجين للمضمون الإعلامي، ومن ثم تنمو قدراتهم الإبداعية الناقدة.

❖ تشمل الرسائل الإعلامية على مضامين تجارية واجتماعية وسياسية وتحمل قيما ورسائل إيديولوجية ووجهات نظر. (R. Roncagliolo & and auther, 2014)

❖ النسبة المتزايدة للاستهلاك الإعلامي في المجتمع ونمو صناعة الإعلام وأهمية المعلومات في العصر الحاضر. (بن عبد الله، هـ 1428).

1-8-2- أهمية التربية الإعلامية: تكمن أهمية التربية الإعلامية في:

1- تكتسي التربية الإعلامية أهمية كبيرة في سياق ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تعد الناقل الأساسي للثقافة فهي خطة الدفاع الأول عن الهوية العربية والإسلامية في مواجهة الثقافة الغربية ، فوسائل الاتصال هي أدوات ثقافية تساعد على دعم المواقف أو التأثير فيها وعلى حفز وتعزيز ونشر الأنماط السلوكية وتحقيق التكامل الاجتماعي كما تؤدي دوراً أساسياً في تطبيق السياسات الثقافية وهي تشكل بالنسبة لملايين الناس الوسيلة الأساسية في الحصول على الثقافة وجميع أشكال التعبير الأخلاقي، كما يستطيع الاتصال تنظيم الذاكرة الجماعية للمجتمع من خلال جمع المعلومات العلمية ومعالجتها واستخدامها وهو ما يمكنه من إعادة

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

صياغة قالب الثقافي للمجتمع ومما ساعده على ذلك التطور السريع للتكنولوجيا الجديدة ونمو البني

المصنعة التي تمتد سيطرتها على الثقافة والإعلام. (أبو عرجة، 2003، الصفحات 113-114)

2- تسهيل وصول الأفراد إلى المهارات والخبرات التي يحتاجونها لفهم الكيفية التي يشكل بها الإعلام إدراكهم،

وتهيئتهم للمشاركة كصانعي قرار ومشاركين في مجتمعات افتراضية ضمن أخلاقيات المجتمع وضوابط حرية الكلمة.

3- تمكين المتلقي من مناقشة معاني الرسالة الإعلامية طبقاً لعوامل فردية وحاجات شخصية وخلفية ثقافية

ومنظومة القيم التي توجه سلوكه وهذا يعني أن الرسالة الإعلامية الواحدة تتكون نحوها خبرات وانطباعات مختلفة من الأفراد. (سليمان، 2013، صفحة 71)

4- تساعد التربية الإعلامية على تكريس الوعي الإعلامي، وهو أحد الآليات الضرورية للتعامل مع وسائل الإعلام

ومضامينها، ومن ثم الخروج من مرحلة الثقة الكلية فيما ينقله الإعلام من مضامين، والتعامل الحذر مع التطور

التقني المتسارع. كما تعد التربية الإعلامية عاملاً فعالاً في نشر الثقافة الحوارية في المجتمع، وتساعد المتعلم على

أن يكون إيجابياً، يشارك بفعالية في تنمية مجتمعه وبنائه وتقدمه. (الشميمري، 2010، صفحة 25)

5- أن عدم وجود تربية إعلامية يؤدي على انتشار التضليل وتزييف الوعي وإخفاء الحقائق التي تساعد الأفراد

على اتخاذ القرار بشأن ما يمس مصالحهم إضافة إلى غياب الكثير من الأخلاقيات في المجتمع.

6- تبرز أهمية التربية الإعلامية أكثر بفضل التغييرات التي أحدثها الإعلام الجديد في المجال الاتصال تتيح

للأفراد المستخدمين القدرة على إنتاج مضامين إعلامية وبثها بما يعبر عن وطنيتهم وثقافتهم وحضاراتهم (الخيري،

1430هـ، صفحة 126)

وعليه يمكن القول أنه في العصر الحالي قد تزايدت الحاجة للتربية الإعلامية ومهاراتها في عصر الإعلام

الحاسوبي والحاجة الماسة لمهارات القراءة والكتابة، فالمناقشات عبر الانترنت وغرف التحادث والبريد الإلكتروني

والمدونات الإلكترونية و الويكي وغيرها من المنتديات الالكترونية التي تتطلب مهارات الكتابة و أهمية التركيز على

الدقة المعلوماتية، كما تتطلب التربية الإعلامية مهارة القراءة النقدية وهي مهارة التحليل والتقييم النقدي للمحتوى

الإعلامي القائم على فحص تقنيات محددة تشارك في بناء رسائل من خلال النظر داخل اطار وسائل الإعلام لتمثيل

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الواقع الاجتماعي والتقنيات المستخدمة لجب انتباه واستخدام الصورة والصوت نقل المعنى ومجموعة من التفسيرات التي من المحتمل أن تحمل معاني مختلفة عن الواقع المعاش.

9-1 مهارات التربية الإعلامية:

تعرف مهارات التربية الإعلامية على أنها تلك المهارات اللازمة للحصول على المادة الإعلامية وتوصيلها بدرجة كفاءة عالية ومتغيرة، ووفقا للتغيرات التي طرأت على عالم المعلومات كما أنها تعبر عن مهارات التعامل مع وسائل الإعلام وتمكين الأشخاص من اكتساب المهارات الإعلامية لتفاهم مع الآخرين. (عبود م.، 2013) لقد حددت الباحثة "زهام سامي" المهارات اللازمة للتربية الإعلامية الرقمية في خمس مهارات أساسية وهي:

التمكن من الاستخدام وهو القدرة على استخدام التكنولوجيا بمهارة ومشاركتها مع الآخرين. ثانيا التحليل والتقييم يكمن في القدرة على نقد المحتوى وتحليله والتأكد من مصداقيته وتوقع التأثيرات المحتملة والنتائج المتوقعة. الخلق: وهي القدرة على تكوين وخلق محتوى إعلامي و قدرة الشخص على التعبير مع الوعي بالهدف والجمهور وكيفية تكوين المحتوى لانعكاس أو تطبيق المسؤولية الاجتماعية وهو القدرة على تطبيق المسؤولية الاجتماعية والمبادئ الأخلاقية والخبرات الحياتية من خلال خلق المحتوى المقدم، وأخيرا السلوك أو اتخاذ المبادرات ويقصد به العمل بشكل فردي وجماعي لنشر المعلومات وحل المشكلات من خلال المشاركة في المجتمع والعمل التطوعي والمبادرات وغيرها (سامي، 2019، الصفحات 198-199). وهناك من صنف مهارات التربية الإعلامية الأكثر استجابة للإعلام الجديد إلى:

مهارات ترتبط بالتعامل مع المحتوى الإعلامي (البحث والتحليل والتفسير والتقييم للرسالة الإعلامية)، مهارات مرتبطة بالصناعة الإعلامية (خلق الرسائل الإعلامية باستخدام الأدوات والتقنيات المختلفة)، ومهارات مرتبطة بالتأثيرات الإعلامية (تجنب الرسائل الإعلامية السلبية وغرس القدرة على فهم تأثير الإعلام على المجتمع. وأخيرا مهارات معرفة العالم والذات (التفكير الناقد وبناء المعلومات حول العالم) (سالم، 2018، صفحة 313).

ان الوعي الإعلامي لا يقتصر على تحليل الرسائل والمضامين الإعلامية وتقويمها والقدرة على قراءة طبقاتها والوصول إلى نتائج تتعلق بالحقائق والمعلومات واستخدام مهارة التفكير الناقد بل هو أكثر من ذلك، إن الوعي

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الإعلامي يتضمن أيضاً مهارة حسن الاختيار والتواصل والمشاركة في صياغة الرسائل الإعلامية والتأثر فيها وكذلك أيضاً إنتاج المحتوى الإعلامي، وتمثل هذه المهارات في:

01- مهارة التواصل ورجع الصدى :

✦ رجع الصدى أو التغذية الراجعة هي أحد عناصر عملية الاتصال وهي المعلومات التي تعود من المتلقي إلى المرسل .

✦ قد يكون رجع الصدى إيجابياً ويشجع المرسل على الاستمرار في تقديم رسائل مشابهة ويقوي ويدعم سلوك المرسل بشكل مطرد. وقد يكون رجع الصدى سلبياً، وهو ال يشجع المرسل على توجيه رسائل مشابهة ويتطلب منه بل ويفرض عليه تعديل شكل أو محتوى الرسائل التالية التي يقوم بإرسالها

✦ من هذا المنطلق تأتي أهمية رجع الصدى في عملية الاتصال والدور الكبير المنوط بالمتلقي، لتعزيز الرسالة الإعلامية ودعمها أو كبحها وإيقافها.

✦ (عبر عن أريك) هكذا بكل اختصار يكون تجسيد سلوك المتلقي الواعي إعلامياً لكي تجعل القائمين على وسائل الإعلام والمعلنين أيضاً يعرفون مشاعرك حول الرسائل الإعلامية والمضمون والمحتوى الذي يقومون بإنتاجه وتوزيعه وبثه .

✦ أخبرهم بما ترغبه وما لا ترغبه، شجع من حولك على هذا السلوك ودع الأطفال يقومون أيضاً بذلك ✦ تواصل مع مالك وسائل الإعلام وقياديينها، عبر اتصال هاتفي أو رسالة الكترونية أو رسالة جوال أو رسالة عبر الفاكس أو رسالة بريدية... إلخ، فرسالة واحدة أو اتصال هاتفي واحد يمكن أن يغير الوضع إلى الأفضل .

✦ عندما لا يدعم محتوى الإعلام والإعلانات القيم التي تؤمن بها عبر صوتك بامتناعك عن اقتناء السلع والخدمات المعلن عنها وأخيراً المالك والشركات لماذا تفعل ذلك؟ (الشميمري ف،،

(2010)

02- مهارة المشاركة التفاعلية في الحوار:

✦ إن عامل المنافسة والتطور المتسارع لوسائل الإعلام يتيح أنماطاً مختلفة من تشجيع الحوار 1 والمشاركة بالرأي بين وسائل الإعلام والجمهور . (كافي، 2018، صفحة 51)

- ✦ من وسائل المشاركة بالرأي والحوار:
- ❖ التعقيب على ما ينشر في الصحف والمجالات من مقالات ومواد تحريرية، بإرسال مادة تحريرية للصحيفة أو المجلة، تعقيباً بالموافقة أو المخالفة حول ما نشر فيها، لكي ينشر في الصحيفة ذاتها .
- ❖ المداخلة الصوتية عبر الهاتف أو المداخلة المكتوبة عبر وسائل الاتصال في البرامج التلفزيونية والإذاعية المباشرة .
- ❖ السؤال عبر الهاتف أو وسائل الاتصال المخصصة للبرامج التلفزيونية والإذاعية التعليق المكتوب على الأخبار والمقالات والمحتوى في وسائل الإعلام الجديد، وهو من أوسع أنواع المشاركة وأكثرها انتشاراً .
- ❖ المشاركة بال رأي والسؤال والحوار والتعليق والتعقيب والمداخلة دليل على الوعي إن المتقدم، خصوصاً في القضايا التي تمثل أهمية بالنسبة إليك .
- ❖ من وسائل نجاح المشاركة التفاعلية الالتزام بالموضوع نفسه، التخلي عن المقدمات، تحديد الهدف، وضوح الفكرة، بساطة التعبير والإيجاز والاختصار.

03- مهارة حسن الاختيار: وتتمثل في:

- ✦ لا أحد يجبر أحد على متابعة وسيلة إعلامية بعينها مقروءة أم مسموعة أو مرئية.
- ✦ إن المستقبل هو الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية وليست الوسيلة التي تستخدم المتلقي.
- ✦ إن المتلقي هو الذي يختار ماذا يقرأ؟ وماذا يسمع؟ وماذا يشاهد؟
- ✦ إن الوعي الإعلامي بجوانبه المختلفة يبني لدى المتلقي مهارة حسن الاختيار ويساعده على اتخاذ قرار التعرض الانتقائي الناجح للمضمون الإعلامي الذي يناسبه وللوسيلة الإعلامية التي يتابعها ويتأثر بها ويتفاعل معه. (الشميمري، 2010، صفحة 165)

04- مهارة إنتاج المضامين الإعلامية (المدونات نموذجاً):

بسبب اندماج الوسائل الإعلامية في هيكل الإعلام الجديد والامتزاج الذي حدث بين النص المكتوب والصورة والصوت والفيديو فقد صار لإنتاج المضامين الإعلامية في الإعلام الجديد خصوصية فريدة تتجاوز الهياكل السابقة في وسائل الإعلام التقليدية ويمكننا أن نلمس هذه الروح الجديدة لإنتاج المضمون الإعلامي من قبل الأفراد وامتزاج

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الأدوات والوسائل، من خلال بعض التوجهات التي قدمها "ستيفن فرانكلين" من المركز الدولي للصحفيين، كدليل

مختصر للمدونين والصحفيين الإلكترونيين نذكر منها :

✦ إذا استطعت قم بنسخ الوثائق ثم تحميلها لتأكيد دقة ما تقول، صوتية رقمية، قم بذلك، فكلما رأينا وسمعنا نصدق أكثر .

✦ قد يكون لديك وجهة نظر أو رأي، ولكن إذا أردت أن يلتفت إليك الناس فيجب أن تعطهم فرصتهم اتخاذ وجهة نظر خاصة بهم

✦ يمكنك تقديم المعلومات التي ترى أنها هامة، ثم اشرح وجهة فعندما يشعر الناس بمصداقيتك سيعاودون الدخول على موقعك .

✦ تعلم كيفية استخدام الكاميرا بشكل جيد حيث تلتقط صوراً تعبر عن الحدث، ونفس الشيء إذا استطعت تسجيل الأصوات على المسجل الرقمي أو على كاميرات الهواتف المحمولة أيضاً لدعم قصتك.

✦ إذا استخدمت كلمات لتصوير مشهد أو وصف الأشخاص الذين تتحدث عنهم ستجعلها أكثر تشويقاً وتقرب الناس أكثر من الأحداث التي شاهدتها

✦ اعتمد على الكلمات القوية لجذب الناس أكثر من الأحداث التي شاهدتها.

✦ إذا كنت تورد قصة استخدم الدراما والتشويق.

✦ أخبر القراء في البداية ما أردتهم أن يعرفوه، فإذا كانوا غير مهتمين بالأمر يمكنهم الذهاب إلى مكان آخر في ثوان.

✦ لدينا جميعاً أخبار وقصص لنرويها والانترنت يتيح لنا فرصة أن نروي قصصنا للعالم .

✦ انا مدون يريد جميع الناس أن يصبحوا صحفيين شعبيين، ولكن البعض يريد ذلك .

✦ فكر أنك صوت لمجتمعك واجعل ما هو هام بالنسبة لك وهام بالنسبة للآخرين أيضاً.

✦ اجعل الأخبار التي تريد كتابتها واضحة وشرح سبب أهميتها.

✦ يجب تقديم أكثر ما تستطيع من التفاصيل وان أمكن أضف صوراً وفيديو لإظهار الحقيقة في تقريرك.

✦ احذر أن تسئ لنفسك بين زملائك بنشر معلومات غير دقيقة ولا تقل أشياء يمكن أن يكون لها تأثير قوي

على الآخرين إلا وأنت على ثقة من أن هذه المعلومات صحيحة، انتظر وفكر فيما كتبتة قبل أن ترسله

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

- ✦ الاعتماد على الآخرين لمساعدتك وعندما يأتونك بالمعلومات استخدم كلماتهم وعدد المصادر التي ذكرها وتأكد منها، ثم عليك أن تحرر وتجمع الكلمات والصور والتسجيلات الصوتية التي قدموها إليك.
- ✦ إعطاء الآخرين دور في عملك مهم جداً، فهذا يشجعهم وينقل لهم اهتمامك كما أنه يفتح الباب أمام آراء مختلفة وطرق مختلفة للكلام، فمن الجيد السعي وراء خلق محادثات حقيقية مستنيرة .
- ✦ في النهاية ضع خاتمة معتمدة على ما تعتقد أنه حقيقي، فهذا يؤكد للقراء أنك تريد أن يصنعوا قرارهم بأنفسهم .
- ✦ لماذا نحتاج إلى صوتك؟ عندما نعيش في صمت نعاني أيضاً في صمت، وعندما نعيش بمفردنا ولكن عندما نتكلم نكسر حاجز الصمت ولا نصبح بمفردنا هذا هو عملك.
- ✦ استخدم القوائم والعناوين الفرعية لإبقائهم مهتمين واستخدم الوصلات التي تؤدي إلى أماكن بها المزيد من المعلومات
- ✦ استخدم العديد من أساليب الكتابة مثل أسلوب السؤال والجواب أو تحرير الأخبار بأسلوب الصفحة الأولى بالجريدة أو الكتابة بصيغة المتكلم المستخدمة في كتابة اليوميات أو أن تبدأ بمشهد أو قصة شخصية ثم تنتقل إلى القصة الأكبر
- ✦ ابن قصتك كالبناء مستخدماً مجموعة متنوعة من العناصر: قصص، أسئلة وأجوبة، الصور الفيديو والتسجيلات الصوتية، فكلما استخدمت أشكال مختلفة من وسائل الإعلام لرواية قصة صحفية أو معلومة أو رأي ستكون أقوى.
- ✦ عندما يشعر آخرون أنك تقدم الصورة كاملة سيعتمدون عليك كمصدر للمعلومات .
- ✦ كن صريحاً وعادلاً وقدم وجهة نظر الآخرين ووضح أن هناك عدم اتفاق فيما تكتبه.
- ✦ لا تقل أكثر مما تعرفه واعترف بأن لديك هذا القدر فقط من المعلومات واستعن بالآخرين عندما يكون هناك معلومات لا تستطيع الحصول عليها .
- ✦ في المقابلات ابحث عن معلومات في خلفية الموضوع واطرح الأسئلة التي ستقدم تفاصيل وتحليل واستعملها كحجارة البناء ولكن اجعل عقلك متفتحاً ومرناً لتغيير البناء الذي تبنيه. (الشميمري ف.، 2010)

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

05- مهارة تقييم المضامين الإعلامية: وهي قدرة المستخدم على تقييم الرسالة الإعلامية

وتقويمها. والجدول التالي يبين مهارات تقييم الرسالة الإعلامية. (غلاب، 2018، صفحة 293).

الجدول رقم(7): يمثل مهارة تقييم الرسالة الإعلامية.

مهارات تقييم الرسالة الإعلامية				المهارة
استخلاص من المادة الإعلامية بعض المقترحات لعرض ثقافتنا في المجتمعات الأخرى .	يصحح بعض المفاهيم الخاطئة الواردة في المادة الإعلامية من مجتمعنا .	تبرير تقليد بعض الرسائل الإعلامية لثقافة المجتمعات الأخرى.	إبداء في بعض العادات والتقاليد السائدة في مجتمعه من خلال المادة الإعلامية المقدمة له (مدى التزام الشخصيات الواردة في المادة الإعلامية بأخلاقيات مجتمعنا .)	يقيم الرسالة الإعلامية في ضوء الإطار الثقافي والأخلاقي للمجتمع
إصدار الحكم على بعض الشخصيات الواردة في المادة الإعلامية تجاه بعض القضايا (بيئية- دينية- أخلاقية)	يصحح بعض المفاهيم الخاطئة الواردة بالمادة الإعلامية تجاه القضايا البيئية.	يستخلص من المادة الإعلامية أهمية الحوار والتعايش مع الآخرين.	يربط بين تقدم المجتمع والمشاركة المجتمعية من خلال مضامين المادة الإعلامية.	يقيم الرسالة الإعلامية في ضوء مدى مساهمتها في الوعي بالقضايا المحلية .

خلاصة:

بناء على ما تم عرضه يمكن القول أنه في ظل التحديات الناتجة عن ما تقدمه وسائل الإعلام والتكنولوجيات الحديثة للاتصال من رسائل إعلامية تعبر في كثير من الأحيان عن مجموعة من القرارات والمصالح المختلفة والتي قد تحمل في طياتها أفكار تخالف ما هو متعارف عليه في المجتمع، لذلك تبرز الحاجة إلى التفكير في الأسلوب الأمثل للحد من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام والاتصال وهو التربية الإعلامية التي تساهم بدورها في مساعدة الأفراد على التواصل بفعالية عبر مختلف وسائل الإعلام وفهم الجوانب المتعلقة بها وتقييم مضامينها بشكل نقدي بتنمية عادات الاستقصاء (طرح الأسئلة)، وكذا امتلاك المهارات اللازمة لإنتاج النصوص والرسائل الإعلامية.

2- مفهوم التفكير النقدي وأهميته.

تمهيد:

في ظل ما يتميز به العصر الحالي من الانفجار التكنولوجي والمعرفي، سواء كان على المواقع الإلكترونية أو منصات التواصل الاجتماعي المختلفة والتي أصبح بمقدور كل فرد التعامل و التفاعل معها، الأمر الذي يتطلب بالضرورة التعامل معها بحرية من خلال إتقان عملية التفكير الناقد الذي يعد الطريق لتحقيق النجاح والتقدم في القرن الحادي والعشرين في ظل التطور الكبير الذي نشهده، فهو يساعد على مواجهة تدفق الهائل المختلف المعلومات والثقافات من مختلف دول العالم، باعتبار ان الفرد لابد أن يكون قادرا على تفسير المضامين المعقدة أو نقد وتحليل الرسائل الإعلامية وتطوير قدراتهم على التعامل مع جميع أشكال الإعلام والمعلومات واكتساب مهارات التفاوض الجماعي وإيجاد الحلول للمشاكل والمهارات الاجتماعية والثقافية التي تؤهلهم للتواصل الفعال في مجتمعهم. وعليه سوف نتناول في هذا الجزء مدخل مفاهيمي للتفكير النقدي نتعرف فيه على تعريفه وكذا خصائصه، مهاراته وسمات المفكر الناقد الناجح.....

2-1- تعريف التفكير النقدي:

توجد العديد من التعريفات للتفكير النقدي بسبب وجود الكثير من وجهات النظر حول هذا المفهوم ومن

بين هذه التعاريف نجد ما يلي:

عرف التفكير النقدي من طرف هيئة المنظرين الأمريكيين والكنديين على انه: " عملية هادفة او ذات معنى وحكم منظم ذاتيا. كما اعتبروا التفكير الناقد بمثابة القاطرة المعرفية التي تقود عمليات حل المشكلة واتخاذ القرار (عجوة و البنا، 2000، صفحة 05). يعتبر هذا التعريف الذي قدمته "هيئة المنظرين الأمريكيين والكنديين" تعريف عام جدا بسبب عدم وضوح المصطلحات المستخدمة دون ان يعتمد في ذلك على الأسس الفلسفية التي يقوم عليها التفكير الناقد، إضافة الى عدم تحديد الأدوات والمهارات المطلوبة لممارسة عملية التفكير. فقد ركز على ان التفكير الناقد نشاط منظم يمارسه الإنسان لتقييم جل المعلومات والأفكار التي يتلقاها من العالم الخارجي بغية الوصول الى نتائج محددة. وتعرف أيضا "جمعية علم النفس الأمريكية التفكير النقدي على أنه: " عملية تؤدي الى انثدار أحكام شخصية بناء على مهارات الاستقراء والاستنتاج والتوجه والميل كالنزعة الى التساؤل والبحث عن المعرفة والأدلة والبراهين. (يوسف و و آخرون، 2007، صفحة 72)" ويورد فاشيون 1996 التعريف الذي اجمع عليه عدد

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

من الخبراء المختصين في هذا الموضوع، هذا التعريف يوضح بأن: "التفكير الناقد هو حكم منظم ذاتيا وهادف وأداة ضرورية للاستقصاء. والتفكير الناقد يؤدي على التفسير، التحليل والتقييم، الاستدلال والشرح وتنظيم الذات. وهذا النوع من التفكير لا يشكل عملية خطية بل هو عملية مترابطة ومتداخلة، فالمفكر الجيد يقيم الأدلة او المعايير ليتوصل على تحليل وتكون له القدرة على شرح والتحليل ويراقب ذاته و ما يحمله من أفكار مسبقة و تحيزات، وبالتالي يستطيع ان يصحح أفكاره" (جبر، 2004، صفحة 55). نستنبط من هذا التعريف الذي قدمه "فاشيون" ان التفكير النقدي هو عملية عميقة ممنهجة لتحليل وتفسير وتقييم المعلومات بشكل منطقي باعتماد الأدلة والبراهين للتأكد من صحتها وصدقيتها، ومدى توافقها مع الوقائع المتاحة.

كما تبين الباحثة "سعاد حبر سعيد" ان التفكير الناقد هو التريث في اعطاء الأحكام لحين التحقق من أمرها وأنه تتكون من عناصر تشتمل على صياغة تعميمات بحذر والنظر الحاذق في الاحتمالات والبدائل وتعليق الحكم لحين وجود ادلة كافية، كما أنه تفكير متصل بجملته من السلوكيات والمواقف أو الأحداث وله علاقة بمفاهيم أخرى كحل المشكلة والمنطق والتعلم وغيرها من المفاهيم الأخرى..... (سعيد، 2009، الصفحات 108-109). أي أن التفكير النقدي يسهم في تحرير الأفراد من التبعية للآخرين واستقلالية الرأي، و تمكنه من استخدام معمق لقدراته الفكرية، حيث يدخل في العلل والمسببات والمحكمة المنطقية وتقييم الموافق ومهارة التمييز بين الصواب والخطأ، فيتمكن من تقويم مسيرته باتجاه إتقان العمل والإبداع (سعيد س.، 2007، صفحة 78).

ويعرف أيضا "مور وآخرون" التفكير الناقد بأنه: 'القدرة على فحص الحلول المعروضة وتقييمها.' (يوسف و و آخرون، 2007، صفحة 71) كما وتنظر "ديانا هالبرن" الى التفكير النقدي بأنه: "تفكير يتبع المنهج العلمي في التعامل مع المعلومات والمواقف المختلفة التي تعرض على القائد المفكر الناجح." (الرافعي، 2012، صفحة 47) كما عرف "جراون" 1999 التفكير النقدي بأنه: "عملية ذهنية عقلية مركبة محكومة بقواعد الاستدلال ويقود ذلك الى نتائج يمكن التنبؤ بها، وغايته التحقق من الشيء وتقييمه بالاستناد الى معايير أو محكات مقبولة." (جراون، 1999، صفحة 56)

من خلال ما تم تقديمه من تعاريف متنوعة لمختلف الباحثين للتفكير الناقد نستنتج ما يلي:

✓ التفكير النقدي هو تمحيص وتقييم الحلول المطروحة.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

✓ تفكير تأملي يساهم في اكساب الأفراد القدرة على حل المشكلات والقضايا والقدرة على اتخاذ القرار فيما يفكرون فيه وما لذي يحب أن يفكروا فيه.

✓ هو عملية استخدام قوانين الاستدلال المنطقي في التعامل مع المتغيرات لتجنب الوقوع في المغالطات الشائعة عند الحكم.

✓ هو عملية تقويمية تقوم على التحليل والتمحيص والتفسير للمعارف والمعلومات التي يملكها الفرد بغرض التفريق بين ما هو صحيح وخاطئ.

✓ نشاط ذهني يهدف إلى التعرف على الافتراضات والتفسير والاستنباط والاستنتاج وتقويم الحجج وهناك من يراها بأنها التفسير والاستيعاب والتحليل والتقويم والاستدلال والشرح وتنظيم الذات.

✓ قدرة الفرد على التحقق من ظاهرة ما وتقويمها استنادا إلى أسس ومعايير محددة (سعيد س.، 2007، صفحة 78)

✓ يكمن التفكير الناقد في القدرة على حل المشكلات وتقييم الأمور بناء على معايير متفق عليها مسبقا .
يتشمل التفكير النقدي على محكمات تصحيحية ذاتية وعلى محكات في الوصول إلى الأحكام. (جراون، تعليم التفكير- مفاهيم وتطبيقات-، 2005).

2-2- سمات المفكر الناقد :

يتسم التفكير الناقد بالعديد من المهارات والتي بدورها تنعكس على المفكر الناقد اذا حاول تطبيقها، فهذه المهارات تساعد في اتخاذ قرارات و أحكام موضوعية تتوافق مع الوقائع ، وان يمتلك القدرة على مناقشتها علميا دون تحيز أو تأثيرات تعوق الدقة وتعرضه إلى تدخل محتمل للعوامل الذاتية، لذلك يجب ان يتمتع المفكر الناقد بشخصية محبة للمعرفة وذو مرونة واطلاع واسع، إضافة تحليه بالمنطق وحب الاستدلال كما يجب ان يكون واضح الرؤية للقضايا المطروحة عليه، بالالتزام بالنظام في معالجة مختلف الأحداث والقضايا المتنوعة، وعليه فإن عملية تعليم و ايجاد مفكرين نقديين يقتضي بالضرورة الاتجاه مباشرة نحو تطوير مهارات التفكير الناقد ومن ثم تغذية ذلك الميول التي تعد أساس المجتمع العقلاني والديمقراطي (نوفل و مرعي، 2007). ويمكن تحديد سمات المفكر الناقد التي حددها "هارنادك (1996) على النحو التالي :

• متفتح على الأفكار الحديثة.

- لا يناقش ولا يخاصم في أمر لا يملك فيه الكثير من المعرفة
- المفكر الناجح يعرف دائما الوقت المناسب والموضوع المناسب الذي يحتاج فيه يعرف معارف أكثر، وأن يمتلك القدرة على التمييز بين النتيجة الصحيحة وغير الصحيحة.
- يعي جيدا أن الأفراد المحيطين به لديهم معارفا وافكارا مختلفة حول معاني المفردات.
- يعمل دائما على تفادي الأخطاء المنتشرة في استدلال الأمور لنقل معارفه ووجهات نظره بوضوح تام، وأن يتساءل عن أي شيء يبدو معقول أو غير مفهوم له ليكون قادرا على فهم الآخرين، وأن يعمل أيضا على فصل التفكير العاطفي عن التفكير المنطقي.
- يبحث في الأسباب والبدائل ويتعامل مع مكونات الموقف المعقدة بطريقة منظمة، ويأخذ جميع جوانب الموقف بنفس القدر الأهمية.
- يستخدم مصادر علمية موثوقة ويشير إليها.
- يعرف المشكلة بوضوح يبقى على صلة بالنقطة الأساسية أو جوهر الموضوع (جراون، 1999، الصفحات 64-63).

3-2- المكونات الأساسية للتفكير النقدي:

يرى "محمود" ان للتفكير ثلاث مكونات هي :

- المعرفة: فالمجال المعرفي بالنسبة للمفكر الناقد يعد مرجعا أساسيا للممارسة اذ يجب أن يكون على دراية بمصادر المعلومات ذات الصلة بالمجال، فالتفكير النقدي لا يأتي من العدم بل يتطلب الإلمام بقواعد تطبيق مهارات التفكير النقدي، وذلك بتحديد الأهداف والأدلة المعرفية على الأداء والمعايير المحددة والواضحة للتفكير، كل ذلك يمكن المفكر الناقد من معرفة الإجراءات والخطوات والعمليات والمعايير التي ترشده وتوجهه خلال عملية التفكير الناقد.
- المهارات: وهي المهارات الذهنية ومهارات الملاحظة ومهارات التمييز والمقارنة والتفسير والتحليل... الخ كل ذلك يساد المفكر على صياغة المعلومات وتنظيمها -وتقويمها.
- الاتجاهات والقيم: وهذا المكون يركز على الاتجاهات والقيم تتضمن حب الاستطلاع المعرفة والمثابرة والدقة ويتضمن التفكير الناقد مشاعر وعواطف وأحكام شخصية تساعد على النقد (غانم، 2009، صفحة 170).

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

في حين ترى "العظمة" ان للتفكير الناقد خمس مكونات أخرى إذا افتقدت إحداهم لا تتم العملية إذ إن لكل منها علاقتها الوثيقة ببقية المكونات وهي كالآتي:

- 1- القاعدة المعرفية: وتعني كل المعارف والمفاهيم والأفكار التي يكتسبها الفرد من خلال تجاربه السابقة في الحياة، إذ يستند إليها في تحليل وتفسير واتخاذ القرارات بشأن ما يتلقاه من العالم الخارجي.
- 2- الأحداث الخارجية: وهي المثيرات التي تستثير الإحساس بالتناقض.
- 3- النظرية الشخصية: وهي الصبغة الشخصية التي استمدتها الفرد من القاعدة بحيث تكون طابعا مميز له (وجهة نظر شخصية) ثم عن النظرية الشخصية هي الإطار الذي تتم في ضوءه محاولة تفسير الأحداث الخارجية.
- 4- الاحساس بالتناقض أو التباعد: بمجرد الشعور بذلك يمثل عنصرا دافعا تترتب عليه كل خطوات التفكير النقدي.
- 5- حل الاختلاف والتناقض: يمثل هذا المكون بنية التفكير النقدي يسعى الفرد في هذه المرحلة الى التعامل مع التناقضات والاختلافات التي يواجهها والبحث عن الحلول بالاعتماد على آليات منهجية ومنطقية متعددة. (العظمة و رند، 2007، الصفحات 52-53).

قد حدد ' أيمن عيد بكري محمد, 1975, ص 11-43) مكونات التفكير الناقد وقام بشرحها كما يلي :

- أ- الدقة في فحص الوقائع: وتتمثل في القدرة على فحص البيانات التي يتضمنها موضوع ما بحيث أن يحدد الفرد ما اذا كانت نتيجة ما صحيحة او غير صحيحة تبعا لدقة فحصه للوقائع المعطاة.
- ب- إدراك الحقائق الموضوعية: تعتبر جزءا أساسيا من التفكير النقدي إذ تتمثل في قدرة الفرد على الوصول الى نتائج مبنية على الوقائع الموضوعية والمنطقية وحدها بمعزل عن التأثيرات العاطفية و الانحيازات و الميولات الشخصية من اجل الخروج بتقييمات أكثر صحة وموضوعية لمختلف القضايا والمواقف..
- ت- فهم سياق العلاقة الصحيح: يتيح هذا المكون الى ضمان فهم سياق العلاقة بين موضوع ما والظروف المحيطة به، فهي تشير إلى قدرة الفرد على فهم العلاقة السياقية التي تربط بين الموضوع و الظروف العلمية أو المجال الذي ينتمي اليه للتقييم والحكم على صحة المعلومات و النتائج والاستنتاجات تبعا لارتباطها بإطار العلاقة الصحيح .

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

ث- تقويم المناقشات: وتتمثل في القدرة على إدراك الجوانب الهامة التي تتصل مباشرة بموضوع معين، وتمييز نواحي القوة والضعف فيها.

ج- الاستدلال: وتتمثل في قدرة الفرد على معرفة العلاقات بين وقائع معينة تعطى اذ يتوصل من خلاله الى استنتاجات معقولة ومنطقية بناء على الوقائع المقدمة، بحيث يستطيع ان يقيم في ضوء هذه المعرفة تلك الاستنتاجات إذا كانت مشتقة تماما من الوقائع المعطاة أم انه غير مشتقة منها.

4-2- خطوات التفكير الناقد ومراحله:

- أ- خطواته: حتى يتمكن الفرد من ان يفكر تفكيراً ناقداً، يجب عليه القيام بالخطوات التالية:
 - ✓ صياغة الفكرة التي يطورها الطالب بعد مروره في الخطوات التمهيدية، ثم ملاحظة العناصر المختلفة في النص ومن ثم تحديد العناصر اللازمة وغير اللازمة وفق معايير معينة.
 - ✓ طرح الأسئلة التي تحاكم العناصر اللازمة وربط تلك العناصر بروابط وعلاقات بعدها تأتي مرحلة وضع الافكار المضمنة على صورة تعميمات في جمل خبرية وفي وحدات تضم الفروض والنتائج.
 - ✓ اقتراح بدائل ممكنة وموجودة، وتحديد معايير لفحص تلك البدائل.
 - ✓ بعد صياغة الاستنتاجات يتم التمييز بين الاستنتاجات الصحيحة والخاطئة لصياغة افتراضات عامة والتريث في قبول الأحكام والتسليم بها .
 - ✓ توليد معان جديدة اعتماداً على التعميمات وفي الأخير بناء توقعات جديدة تتجاوز الخبرة التي يتضمنها النص (ابراهيم م.، 2002، صفحة 378).

وجاء في 'عبد العزيز' أن خطوات التفكير الناقد التي يجب على الفرد المتعلم أن يطبقها يحقق مهارات

التفكير الناقد كالتالي:

1. العمل على تجميع كل المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة
2. استعراض وجهات النظر المختلفة والمرتبطة بالموضوع.
3. محاولة تحليل الافكار والمعلومات المختلفة لتبيان الصحيح من الخاطئ، وتبيان نقاط القون والضعف في الآراء المتخاصمة، ومن ثم تقييم وجهات النظر بطريقة ومختلف الآراء بألية موضوعية.

4. البرهنة على صحة الحجج والأدلة القوية والسليمة فان لم تكن هذه الحجج كافية يمكن الرجوع إلى البحث عن مزيد من المعارف والمعلومات للتأكيد.

5. يجب توفر القدرات والمهارات اللازمة للتفكير النقدي.

6. تقييم موضوعي ابتعادا عن العوامل الشخصية عند المقارنة مع الموضوعات الأخرى. (سعيد ع، 2009، صفحة 110).

ب- مراحل عملية التفكير النقدي:

لمراحل التفكير الناقد أهمية كبيرة في التأثير على الأفكار والمعلومات والأفعال، حيث تساعد هذه المراحل في تحديد ما هو مقبول وما هو مرفوض، وما هو منطقي وما هو غير منطقي بمعنى ألا تؤخذ الأفكار والأفعال والمعلومات كما هي بل يجب ان تعرض على ميزان العقل ليتم فحصه وتدقيقه. وقد حدد "بروكفيلد" BROCFELD، أربعة مراحل للتفكير الناقد وهي حسب التالي :

1- تحديد المسلمات: تعتبر هذه المرحلة من المراحل الأساسية لأن عملية تحديد المسلمات يؤدي بدوره الى تحديد المعتقدات والأفكار والأفعال التي نمارسها على انها مسلم بها، لذلك يقوم صاحب التفكير الناقد بتحديدتها وتفحصها وجعلها موضع تساؤل .

2- تحديد أهمية السياق (المضمون- الموضوع): بمعنى أن كل الممارسات والأعمال والأبنية المعرفية ليست متفردة او معزولة عن السياق الاجتماعي والثقافي والسياسي والاقتصادي الذي يعيش فيه الفرد، وهذا الوعي والمعرفة بمدى تأثير السياق على أفكارنا وأفعالنا لا يدركه الا اذا فكر الإنسان تفكيراً ناقداً جيداً..

3- تخيل واكتشاف البدائل: تعد عملية التخيل من العمليات الأساسية في نشاط التفكير الناقد فالعلم والفهم الجيد بالعلاقة الترابطية بين الافعال والأفكار التي يؤديها الإنسان وبين السياق الثقافي والاجتماعي الذي يعيش فيه الانسان يؤدي إلى اكتشاف معلومات ومعارف بديلة جديدة ووضعها في مكانها الصحيح..

4- تخيل واكتشاف البدائل يؤدي إلى الشك (الشك النقدي): يعني ذلك ان الأشخاص الذين يفكرون تفكيراً ناقداً هم اقل تقبلاً لمختلف الأفكار والمعارف، يتميزون بالشك ولا يأخذون بالأشياء كما هي دون مراجعة لحقيقة خبراتهم بها، فبالرغم من تمتع صاحب الفكرة او المعلومة في بعض الأحيان بالنفوذ والقوة فإن ذلك لا يمنع من إمكانية مراجعة هذه المعلومات وتصور مختلف البدائل والحلول. (جبر ح، 2018، صفحة 52)

كما قد حددت الباحثة "عنايات راجي" خمسة مراحل للتفكير النقدي تكمن فيما يلي :

- ✓ الحدث المثير: وهو حدث غير متوقع يفجر الموقف ويثير حالة من القلق والارتباك لدى الفرد.
- ✓ التقييم: هي قدرة تقييم الحالة بناء على الحدث المثير .
- ✓ الاستكشاف: وهي إدراك التناقض وابتداء اكتشاف أفكار أكثر انسجاما مع الاختلافات .
- ✓ تطوير منظور للبدائل: أي تنهي الرؤية البديلة وهي الفترة التي يبدأ فيها الفرد بتبني افتراضات ومعتقدات وسلوكيات حول الموقف أو المثير ، وتتكامل لديه التجربة والخبرات السابقة .
- ✓ التكامل: ويأتي التكامل بناء على الافتراضات السلوكيات واتزانها حيث يبدأ الفرد بتكويها وصولا لحالة التوازن. (الراجي، الصفحات 39-40)

2-5- معايير التفكير النقدي والعوامل المؤثرة فيه:

أ- معايير التفكير النقدي:

يقصد بمعايير التفكير الناقد تلك المواصفات العامة الشائعة التي يستخدمها الباحثون في مجال التفكير، لتقييم نوعية التفكير الاستدلالي أو التقييمي الذي يمارسه الفرد في معالجته للمشكلة أو الموضوع المطروح. إذ تعد هذه المعايير موجّهات للمعلمين والمتعلمين على حد سواء حيث ينبغي مراعاتها والالتزام بها عند تقييم عملية التفكير عموما والتفكير الزائد خصوصا (جراون، 1999، صفحة 78). ومن أبرز هذه المعايير ما أورده الباحثان "ايلدر وبول ELDER A PAUL وهي كالآتي :

- 1- الوضوح CLARITY : يعتبر معيار الوضوح من أهم معايير التفكير الناقد باعتباره مدخلا رئيسيا لباقي المعايير، إذ لا يمكن الجزم على طبيعة التفكير الناقد إذا لم تكن عبارات واضحة وقابلة للفهم الدقيق لا يمكن ان نفهم مقاصد مرسلها او مصدرها.
- 2- الصحة ACCURACY: ويقصد بها التأكد من صحة المعلومة إذا كانت صحيحة و موثوقة من خلال الأدلة والبراهين المدعمة، حيث في بعض الأحيان نجد العبارة واضحة ولكنها غير صحيحة وسليمة.
- 3- الدقة PRECISION: ويقصد بها معالجة الكافية للموضوع من كل الجوانب والتعبير عنه بدرجة عالية من التحديد والتفصيل دون إضافة أو نقصان.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

4- الربط RELEVANCE: ويعني مدى الارتباط بين السؤال و المشكلة المطروحة وكل ما يثار حولها من أفكار و أسئلة وملاحظات، وهنا حتى يمكن التفريق بين العناصر المرتبطة بالمشكلة والعناصر غير المرتبطة بها لا بد من تحديد طبيعة الموضوع أو الإشكال المطروح بكل دقة ووضوح .

5- العمق DEPTH: عند تعقد المشكل أو الموضوع المطروح وتشعبه تحتاج وتتطلب معالجته الفكرية في كثير من الأحيان إلى درجة كبيرة من العمق المطلوب في جوهر المشكلة وجوانبها وأبعادها وحيثياتها.

6- الاتساع BREADTH: من الصفات المهمة للتفكير الناقد هي الاتساع فالموضوع أو المشكل المطروح يمتاز بالتشعب كما ذكرنا سابقا لذلك فهو يحتاج إلى كثير من الاتساع و الشمولية في معالجة الموضوع التي لا تستثني أي بعد أو جانب من الموضوع من خلال الاطلاع على مختلف وجهات النظر التي تشبه موضوع أو الجهات التي لا ينطبق عليها الموضوع ، ومعرفة ما إذا كانت هناك طرق أخرى لمعالجة المشكل المطروح .

7- المنطق LOGIC: من الشروط المهمة في التفكير الناقد وجود الاستدلال أن يكون منطقيًا ، بطرح التساؤلات اذا كان معقولا منطقي ولا يوجد بين الأفكار او العبارات ، وهل المبررات أو المقدمات تؤدي على هذه النتيجة بالضرورة .

ب- العوامل المؤثرة في عملية التفكير النقدي:

هناك الكثير من العوامل الإيجابية في تسهيل عملية التفكير الناقد، بينما هناك عوامل عديدة تؤثر سلبيا على عملية التفكير الناقد وهي كالتالي:

1- المبالغة: وتعني التضخيم في إدراك الأشياء وإعطاء الأمور والمواقف حجما أكبر بكثير مما هي عليه في الواقع وتكون المبالغة غما: تكبيرا أو تصغيرا.

2- التعميم المطلق: قد تؤدي الخبرات السابقة على إصدار أحكام عامة ومشابهة للموقف الحالي وتبدو يقينا في البداية. ويعتبر علماء النفس المعرفي بأن التعميم يكون سببا في ظهور العديد من الأمراض الاجتماعية كالتطرف وسوء التكيف والتعصب , ويعني التعميم المطلق بذلك استخدام الأفكار والأحكام في العديد من المواقف والمناسبات أو إطلاق الأحكام على الآخرين بناء على معطيات متشابهة.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الثنائية والتطرف في التفكير "DUALISTIC THINKING": يفسر الأشخاص باتجاه واحد دون استخدام تفسيرات أخرى فالأمر غما اسود أو ابيض ,حسن أو قبيح وهو تفكير متطرف لا يسمع بالتفسيرات الوسيطة أن تظهر .

3- أخطاء الحكم والاستنتاج "ARBITRARY INFLENCE": يؤدي الاعتماد على مقدمات غير دقيقة,ونقص المعلومات والملاحظات السطحية على الوقوع في الخطأ او الاعتباطية عند تفسير حادثة ما كما يؤدي ذلك إلى إصدار أحكام واستنتاجات غير صحيحة .

4- الانحياز الانفعالي والعاطفي "THE EMOTIONAL AND SENTIMENTAL ALINMENT": ينتج في التفكير عن دوافع عاطفية انفعالية عادة أحاما ذاتية وتؤثر لارتباطات التفكير عن قصور في الرؤية بسبب الاعتبارات السابقة والتي توجه تفكير الإنسان إلى تحقيق مصالح شخصية أكثر من التفكير في الوصول إلى الحقيقة .

5- عادات التفكير الخاطئ "THE WRONG HABITS OF THINKING": يتمسك الأفراد بالكثير من الأفكار التي لا تملك مبرر منطقياً و ترسخ إلى درجة يصبح الفرد في حاجة غليها كلما وجد نفسه الوضعية , وهذا ما يعرف بعادات التفكير التي عادة ما تتأثر بالعاطفة وتصبح عبارة عن أنماط معتادة من السلوك المتأصل الذي يوفر علينا التفكير والجهد والوقت ويحد من اللجوء إلى التفكير الناقد (حيرش، 2014، صفحة 150).

6- الثقة المطلقة بآراء الآخرين من دون تفكير "THE ABSOLUTE CONFIDENCE OF OTHERS": يؤثر هذا العامل في البناء المعرفي للفرد، اذ يشير الى الاعتقاد والتصديق الجازم بآراء الآخرين دون تمحيص وتدقيق لصحتها أي ان كل ما يقرأه ويسمعه في مختلف المصادر هو حقيقة لا غبار عليها، لذلك يقول كثير من الباحثين انه يجب التحقق والتدبر في الآراء والمعارف التي يتلقاها الانسان قبل الثقة بها واعتمادها.

7- الجمود الفكري: DOGMATISM يعني التمسك والثبات بالآراء والأفكار و المعتقدات بصورة صارمة دون استكشاف حلول وتبني آراء ومعارف جديدة بحيث أن الإنسان لا يستطيع التخلي عن آرائه بعيدا بتغيير الحل أو تبديله، وهذا من شأنه ان يعيق عملية التفكير النقدي لأنه يحد من تطوير وابتكار حلول جديدة لمختلف المشكلات في المجتمع .

8- التعصب: يشير التعصب الى تشكيل الفرد أفكار مسبقة وإصدار أحكام مقدما حول موضوع ما دون الالتزام بالقواعد المنطقية أو احترام التقاليد والقيم الاجتماعية، الأمر الذي يؤدي الى تشويه الحقائق في مخيلتنا مما يجعلنا نرى الأشياء وفق ما نريد وليس وفقا للواقع.

9- المغالطات والأخطاء المنطقية THE LOGICAL ERRORS: ويقصد به أنه يجب دائما أن نتأكد من سلامة العبارات المشار إليها في المقدمات قبل أن نستنتج اي نتيجة معينة لأن الحجج لن تكون سليمة اذا كانت هناك أخطاء في المقدمات والنتائج المستخرجة منها، لذلك ينبغي أن نتيقن من صحة المقدمات حتى تكون النتيجة سليمة.

10- التوسيع ELABORATION: ويقصد بها توسيع رأي المحاور أو الخصم وهي حيلة تستخدم أثناء احتدام الجدل لتوسيع رأيه بنفسه أو أن يغير رأيه، فهي تعتبر من الأسباب التي تجعل الوصول إلى اتخاذ القرارات وإصدار الأحكام بشأن قضية ما صعب جدا (جبر ح.، 2018، صفحة 58).

6-2- مهارات التفكير النقدي:

يلخص "إنس" قائمة المهارات في ثلاث مجموعات رئيسية تتمثل في " تقديم تعريف دقيق للمشكلة ثم استدلال المعلومات، وأخيرا حل المشكلة واستخلاص استنتاجات معقولة (نصار، 2009، صفحة 29)..

كما يضيف الباحثان "أودل و دانيال" مهارات التفكير الناقد في ثلاث فئات على النحو التالي:

2-5-1- مهارات التفكير الاستقرائي:

التفكير الاستقرائي هو عملية استدلال عقلي تستهدف التوصل إلى استنتاجات أو تعميمات تتجاوز حدود الأدلة المتوافرة أو المعلومات التي تقدمها المشاهدات المسبقة، فلو شاهدت و أنت في طريقك إلى العمل سيارتي أجرة صغيرتين تقطعان إشارة ضوئية حمراء، ثم وصفت الحادث لصديق لك و أنهيت كلامك بالقول: جميع سائقي سيارات الأجرة الصغيرة مستهترون لا يراعون الإشارات الضوئية"، فإنك تكون قد تجاوزت حدود المعلومة التي انطبقت في حقيقة الأمر على سائقي فقط وعممتها على فئة سائقي السيارات الأجرة الصغيرة دون استثناء. وهكذا يتضح أن التفكير الاستقرائي يذهب دائما إلى ما هو أبعد من حدود المعلومات المعطاة أو الدليل المائل أمام المستقرئ وجل ما يطمح إليه هو اتخاذ الدليل أو المعلومات المتوافرة سندا مرجحا للاستنتاجات. ولإلقاء مزيد من الضوء حول طبيعة عملية التفكير الاستقرائي، نعرض في ما يلي لأهم مكوناتها من مهارات التفكير: (تحديد العلاقة

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

السببية أو ربط السبب بالمسبب تحليل المشكلات المفتوحة ، الاستدلال التمثيلي ، التوصل إلى استنتاجات ، تحديد المعلومات ذات العلاقة بالموضوع ، التعرف على العلاقات ويقصد بالتعرف على العلاقات إدراك عناصر المشكلة او الموقف وفهمها بصورة تؤدي إلى إعادة تركيبها أو صياغتها وحلها. (جراون، 2005، الصفحات 64-65) كما ان البعض يعتبر أن التفكير الناقد تفكيراً شاملاً معقولاً لا يعتقد به الفرد او يقوم بأدائه ويرى أن التفكير يتضمن العديد من المهارات منها ما يلي :

- 1- مهارة الاستقلال عن تفكير الآخرين.
- 2- البحث والتحليل في صحة ومصداقية مصادر المعلومات والأفكار التي يتم التعرض لها، بشرط التمكن من الامام بكافة الجوانب المتعلقة بموضوع أو موقف معين ومحاولة البحث عن بدائل وحلول عديدة للموضوع الواحد بكل مرونة وموضوعية.
- 3- القدرة على تطبيق قوانين الاستدلال المنطقي الذي يكمن في التمييز بين قوانين الادعاءات والمبررات والمعارف.
- 4- مهارة تنظيم الأدلة والحجج الغير الواضحة لتفادي الأخطاء الشائعة في هذا التفكير.
- 5- امتلاك حس الملاحظة المتعمقة الدقيقة في العبارات والألفاظ. (داورة ، 2016-2017، الصفحات 75-76) كما قد حدد "باير" في هذا السياق عددا من مهارات التفكير الناقد التي يمكن تنميتها بالدراسات الاجتماعية هي :
- التمييز بين الحقائق التي يمكن إثباتها والادعاءات القيمية، وكذا التمييز بين المعلومات المتصلة بالموضوع وغير المتصلة.
- تحديد دقة العبارات، تحديد مصداقية المصدر وتحديد الادعاءات والمناقشات الغامضة ثم تحديد الافتراضات الضعيفة.
- اكتشاف التحيز وتحديده، وتحديد المغالطات المنطقي وكذا تمييز التضارب وعدم الاتساق المنطقي.

(Barry k, 1985, p. 271).

ومن خلال العرض السابق لمهارات التفكير الناقد نجد ان معظمها يتكرر في هذه التصنيفات والتي يمكن

تلخيصها في الجدول التالي: (يوسف و و آخرون، 2007، صفحة 81)

الجدول رقم(8): يمثل تلخيص تصنيفات مهارات التفكير النقدي.

رقم المهارة	المهارة	صفة المهارة
01	الافتراضات	التعرف على درجة صدق المعلومات والحقائق والمغالطات، وصياغة الفرضيات التنبؤات .
02	التفسير والفهم	ويعني القدرة على تحديد المشكلة وفهمها وشرحه، والتعرف على التفسيرات المنطقية وممارسة التصنيف واستخراج المعنى من المعطيات وتحديد دقة المعلومات ومصادرها.
03	الاستناد إلى قواعد المنطق	ممارسة الاستنباط والاستنتاج والاستدلال بأشكالهما المختلفة.
04	التقويم	وتشمل تقويم الحجج والبراهين والأدلة والادعاءات وتحديد قوتها وتنفيذها والتمييز بين الحقائق والادعاءات.

7-2- أهمية التفكير الناقد:

أصبح يحظى التفكير النقدي في عصرنا الحالي باهتمام الكثير من قبل الباحثين من مختلف المشارب كعلم النفس والتربية وحتى في علوم الاعلام والاتصال باعتباره أهم المفاتيح لتحقيق التطور والتقدم المعرفي الفعال للمجتمعات اذ ساهم في تنمية القدرات العقلية للفرد إذ يتمكن من خلاله التعامل والتفاعل مع متغيرات محيطه وتحدياته بطريقة إيجابية لتحقيق النجاح والاستمرارية في الحياة.

فقد أورد عدد ممن تناولوا التفكير الناقد بالبحث والدراسة عددا من تلك العناصر , بحيث أشاروا الى أن التفكير الناقد يجعل المتعلم أكثر قدرة على تحصيل الاستفادة القصوى من التسهيلات التقنية الحديثة والتكنولوجيا المتقدمة من أجهزة والألات و أدوات اتصال حديثة ,ويحسن التفكير الناقد ايضا قدرة العاملين في مجال الإعلام على إنتاج منجزات إعلامية قيمة و مسؤولة ، بالإضافة للقدرة العالية على تتبع وتحليل تاريخ هذا المجال .وفي مجال التربية الوطنية أشاروا الى ان تدريب الطلاب على مهارة التفكير الناقد من الأهداف الرئيسية

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

للتربية والتعليم فمن خلالها يصبح الطالب قادر على ان يحلل المعلومات التي تصل اليه ,وحتى يستطيع أن يتخذ القرار المناسب في الوقت المناسب..

❖ تناولت أهمية التفكير الناقد الكثير من الأدبيات التربوية حيث أشار كل من (الخضراء 2005, MAYER

1996, HALPEM 1992) إلى أهمية التفكير الناقد في النقاط التالية :

- تحليل وفرز الآراء والمعلومات الجديدة لما لديه من آراء ومعلومات سابقة.
- مواجهة التغييرات العصرية السريعة والتوصل إلى حلول مناسبة للمشكلات الحياتية.
- التقييم السليم للمواقف والأحداث والقضايا المعقدة التي يتعرض لها في حياته بطريقة موضوعية بعيدا عن الأهواء الذاتية.
- التخلص من الآراء والمعتقدات البالية والتعصب الأعمى .
- التخلص من أساليب التفكير غير العملية.
- تحويل عملية اكتساب المعرفة من عملية خاملة ونشاط عقلي الى اتقان وفهم أفضل للمحتوى
- اكساب التلاميذ تعليقات صحيحة وتقليل التعليقات الخاطئة .
- زيادة رقابة الافراد على تفكيرهم ومساعدتهم في صنع القرار والبعد عن الانقياد العاطفي والآراء المتطرفة.
- يعتبر من أساسيات المواطنة الفاعلة في عصر المعلومات وانتشار الإعلام
- تمكين الفرد من الحكم على مصداقية المعلومات وتصنيفها وتمييز الصحيح منها. (عامر، 2017، صفحة 27)

- يساعد التفكير الناقد في طرد كل الأفكار الخاطئة والعادات والتقاليد و الأوهام و الأساطير والخرافات غير الصحيحة من جهة ,ومن جهة أخرى يسهم في التقليل من التطرف والتعصب وإصدار الأحكام الذاتية .
- يكشف التفكير الناقد عن استعدادات الأفراد وتطوير قدراتهم المختلفة من أجل التكيف مع المواقف الجديدة والمتباينة والتي تخلق عند الفرد القدرة على المواجهة والتحدي والميل لمعالجتها.
- يمكن للتفكير الناقد التحقق من صدق المعلومات ومصادرها مما يزيد من قدراتهم على التمييز بين الرأي والحقيقة.

- يعلمنا التفكير الناقد مناقشة البديهيات والمسلمات بل وتحديدها ومجابهتها من اجل تغيير طرق تفكيرنا وإنتاج معارف جديدة أكثر أهمية وفاعلية. كما يساعد في إصدار الأحكام الموضوعية الصحيحة واتخاذ القرارات المناسبة وذلك نتيجة فهم عميق للصعوبات والمشكلات والتحديات التي يعيشها الفرد مما يساهم في تراكم الخبرة وربط بعضها ببعض.

يمكن للتفكير الناقد أن يقطع الطريق أمام انتشار التعليم التلقيني وإلقائي ويخفف من التعسف في استعمال السلطة التربوية وبالمقابل يزيد من ايجابية المتعلم وتحفيزه وتنمية قدراته المعرفية. (حيرش، 2014، صفحة 145).

وتتضح الأهمية التربوية للتفكير النقدي في النقاط التالية:

أ- ان التفكير النقدي من اهم أنماط التفكير لأنه يساهم في اكساب الفرد مهارات التحليل والتفسير والنقد لمختلف المعلومات والمعارف الناتجة عن الانفجار المعرفي في مجالات متعددة، للوصول الأفكار والمعلومات الصحيحة والسليمة لاستخدامها في تحقيق أهدافه وأهداف المجتمع، كما انه يمثل ضرورة تربوية لإعداد الأشخاص الذين لديهم القدرة على نقد الأفكار الناتجة، وابتكار الحلول المقترحة للمشكلات و إخضاع هذه الأفكار للنطق ، لذلك كان أساس التفكير الناقد فلسفيا (داورة ، 2016-2017، صفحة 71) .

ب- تنمية التفكير النقدي ضرورة تربوية لتكوين الأفراد كي يتمكنوا من تفسير الموضوعات الخاصة بمناقشة ما، تحليلا مفضلا للوصول إلى استنتاج سليم.

ت- ان للتفكير الناقد ضرورة تربوية، لأنه يكسب افراد المجتمع النظرة العقلية التي تعتبر من المتطلبات اللازمة للحياة في عصر العولمة، الذي يتسم بكثرة التيارات الفكرية والاجتماعية المتناقضة، إضافة الى ما سبق نجد أيضا انه يحيي عقول الأشخاص من التأثيرات الضارة التي يتعرضون لها في حياتهم والمنتشرة في مختلف المجتمعات .

ث- تنمية التفكير النقدي ضرورة تربوية لتمكين الأفراد الذين لديهم مقدرة على التماشي او التكيف مع التقدم العلمي ومتابعته في جميع المجالات دون توقف. (أبو مهادي، 2001، الصفحات 29-30)

ونظرا لهذه الأهمية فقد أصبح تنمية مهارات التفكير النقدي لدى افراد المجتمع أحد الأهداف التربوية المهمة التي يجب على المؤسسات التربوية المختلف أن تعمل جاهدة على تحقيقه عن طريق أي مقرر دراسي يدر

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

للطلبة في كل مراحل التعليم (Banks، 2011، صفحة 290) وحتى تتمكن المناهج من الوفاء بهذه المسؤولية، يتطلب التركيز على المتطلبات الآتية:

1- تحويل الأهداف التربوية من مجرد شعارات الى أهداف واقعية مجسدة على أرض الواقع يمكن ملاحظتها وقياسها في المؤسسات التعليمية.

2- العمل على تغيير المناهج التلقينية القديمة وتحويلها الى مناهج قائمة على أساس التفاعل والتشارك الفعال للمتعلمين وتدريبهم على التفكير المنطقي السليم لديهم لاكتساب المعارف والمعلومات التي يحتاجونها في حياتهم.

3- استخدام طرائق التدريس التي تعتمد على مشاركة الطلبة في التوصل الى حلول للمشكلات التي تعترض طريقهم. (أبو مهادي، 2001، صفحة 30).

3- الشبكات الاجتماعية:

تمهيد:

شهد العالم في العقود الأخيرة رواجاً كبيراً في استخدام شبكة الانترنت التي أصبحت من ضروريات العصر الرقمي لاكتساب المعلومات والمعارف وتبادل الخبرات بين الأفراد والتواصل مع الآخرين وإنشاء علاقات جديدة، وقد تنوعت الوسائل والوسائط والتطبيقات المستخدمة في ذلك ومن أهم التطبيقات والأكثر استخداماً ومتابعة الشبكات الاجتماعية بكل أنواعها والتي جعلت العالم قرية صغيرة يمكن للأفراد التواصل عبرها بكل سهولة ويسر إذ انها كسرت جميع الحواجز بين الأفراد والدول والحضارات وساهمت في تسريع عملية الاتصال والتواصل وبات البعض من شبكاتهم الأكثر ريادة في العالم بما في ذلك "الفايسبوك"، بالتالي فقد أصبح أهم فاعل تكنولوجي في عصرنا الحالي فقد أصبحت الوسيط الاتصالي الأكثر أهمية والأكثر جدلاً بما أحدثته من تغيرات جذرية تمخض عنها واقع جديد بمفاهيم إنسانية جديدة تتعلق بالاتصال والتفاعل والعلاقات الإنسانية التي أصبحت افتراضية في بيئة رقمية تتميز بالحرية وعدم الرقابة لم ينشر فيها. ومن خلال هذا الفصل سنحاول التعرف أكثر على هذا الموضوع بالتطرق إلى ماهية هذه الشبكات الاجتماعية ومسار تطورها وخصائصها، بالإضافة إلى التعرف على أهم الشبكات الاجتماعية "الفايسبوك".

1-3- تعريف الشبكات الاجتماعية:

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

يعتبر تحديد مفهوم الشبكات الاجتماعية مثيرا للجدل نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته وقد عكس هذا المفهوم التطور التكنولوجي الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا وأطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة. (بلخيري، 2014، صفحة 37) كما أنه لم يتفق الخبراء والباحثين على مصطلح موحد وجامع يطق على هطا النوع من المواقع، فهي تسمى الشبكات الاجتماعية أو التشبيك الاجتماعي، ويقصد بها المواقع التي تقوم على انشاء شبكات اجتماعية من المترددين عليها من أنحاء العالم. (علال، 2021-2022، صفحة 75)

كما يطلق على هذه المواقع أيضا تسمية "شبكات التواصل الاجتماعي" والتي تعرف على انها مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 0.2 الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجتمعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة...الخ)؛ كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض (جرار، 2012، صفحة 37). كما انها عبارة تجمعات تظهر عبر شبكة الانترنت عندما يدخل عدد كاف من الناس في مناقلة بحيث يشكلون مواقع للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الالكتروني وعرفت أيضا على انها تلك المجتمعات الافتراضية وتجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنت وتشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة وتجمع بين ذوي الاهتمامات المشاركة بحيث يتواصلون فيما بينهم ويشعرون كأنهم في مجتمع حقيقي (محمود، 2019، صفحة 148)

وعلى الرغم من كل التعريفات المقدمة من قبل الباحثين نجد ان معظمهم اتفقوا على استخدام تسمية "الميديا الاجتماعية" المرادف لكلمة "SOCIAL MEDIA" بالإنجليزية بديلا عن تسمية "شبكات التواصل الاجتماعي" للحديث عن فئة مخصوصة من المواقع والتطبيقات دون أن يصبح نوعا مخصوصا من الاستخدامات (التواصل فحسب) كصفة لكل هذه التطبيقات (الحمامي، 2016، صفحة 56). ومن خلال ما تم عرضه من تعريفات لمواقع الشبكات التواصل الاجتماعية يمكن نستنتج أنها منصات تفاعلية توفر ميزة التواصل لمستخدميها في أي وقت أو مكان العالم يريدون وذلك للتعرف والتواصل الاجتماعي بينهم والتعبير عن الراي بحيث تعددت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية بعد ان كانت وسيلة تعبيرية واحتياجه ايجابية لتصبح وسيلة للتقاذف ونشر الإشاعات

والأكاذيب وانتهاك القيم و الأخلاق, و شتم الآخرين بما يؤثر سلبا على المجتمع ككل وعلى الفئة الشبانية خاصة المراهقين منها .

3-2- نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية:

يرجع الظهور الأول لشبكات الاجتماعية أو مواقع التواصل الاجتماعي إلى التطور الذي حصل على مستوى شبكة الانترنت والضبط سنة 1995 في الولايات المتحدة الأمريكية أول مواقع الويب الاجتماعي التي ظهرت في شكل تجمعات على النت مثل موقع THEGLOBAL.COM "سنة 1994 وموقع GEOATIERL في نفس السنة, وتلاهما موقع TREPOD بعد ذلك بسنة, حيث قامت هذه التجمعات بربط لقاءات بين الأشخاص والتفاعل من خلال صالونات الدردشة وتبادل المعلومات الشخصية حول مواضيع مختلفة, واستخدام وسائل شخصية عبر صفحات الموقع, في حين كانت بعد التجمعات ربط الأفراد من خلال عناوين بريدهم الإلكتروني (شقرة, 2014, صفحة 58) وأهم هذه المواقع CLASSMATE.COM. عام 1995 وهو موقع اجتماعي للربط بين زملاء الدراسة وبعد عامين أطلق مع DEGREES SIX.COM عام 1997 م, ويركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص, وكذا أتاح الموقع المواقع خدمة إرسال الرسائل للأصدقاء وإنشاء الملفات الشخصية وبالرغم من توفير هذه المواقع خدمات عديدة, إلا أنها لم تدم طويلا وذلك لعدم قدرتها على تقديم ربح مادي لملكها وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية بين 1999 و 2001 التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير (هاشمي, 2015, صفحة 78), حيث شهد عام 2002 الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية عندما ظهر موقع "FRIEUDSTER" في كاليفورنيا من قبل "ABRANJONTHAM" ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء, والتقنية المتعددة للأفراد على شبكات التواصل الاجتماعي خلال المجتمعات الافتراضية, ويسمى بالصدقات بسبب دوائر العرض من صور وملفان والأصدقاء والأفراد يستخدم على نطاق واسع في آسيا وهو متاح بعدة لغات وفيه رابط يوفر المستخدم اختيار اللغة. (الرعود, 2012, صفحة 33) وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع "سكاي روك SKYROK" كمنصة للتدوين ثم تحول شكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007 وقد استطاع موقع "سكاي روك" تحقيق انتشارا كبير ليصل في جانفي 2008 الى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين (جرار, 2012, صفحة 39).

ومع حلول سنة 2005 ظهر موقع "ماي سبايس" الأمريكي الشهير الذي أصبح من أشهر شبكات التواصل الاجتماعي في عام 2006 نظرا لما يوفره من تفضيلات الملفات الشخصية مما يسمح للمستخدمين بخلق خلفيات أصلية، وتضمن عرض الشرائح ومشغلات الصوت والصورة، إضافة إلى المدونات في أوقات كثيرة ويعتبر بمثابة موقع ويب للموسيقيين وبعده ظهر منافسه موقع "فايسبوك" في الانتشار الموازي في سنة 2007 بإتاحة تكوين تطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي "فايسبوك" بشكل كبير على مستوى العالم، ونجح في التفوق على منافسه "موقع ماي سبايس" عام كما ظهرت بعدهم موقع أخرى مثل تويتر و اليوتيوب لتستمر ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية في التنوع والظهور (العودة، 2012، صفحة 34).

3-3- حتمية استخدام الشبكات الاجتماعية:

تمثل تكنولوجيا الاتصالات وإنجازاتها المستمرة والسريعة وتكنولوجيا المعلومات ذات الصلة ثورة جديدة انطلقت مع الشعور المتزايد بأن الواقع التواصلي البشري الحالي لم يعد كافياً لتلبية احتياجات المجتمع الجديد للعيش أو الاستمرار دون اتصال بالآخرين، هذا الاتصال الذي أخذ منعطفاً آخر في العالم ، وخاصة المجتمع الجزائري ، في السنوات العشر الماضية ، من خلال تقنيات الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي ، التي أنشأتها الدول المتقدمة ، وما زلنا نحارب بقاياها حتى الآن لأننا لم نعرف كيف نستخدمه ، خاصة أنه أصاب فئة ضعيفة من المجتمع بالإدمان ، ألا وهي فئة المراهقين الذين ينجذبون إلى كل ما هو مشرق ولامع دون تمييز بين الأصلي والمخادع ، كإدمان على استخدام الإنترنت ، مما يؤدي إلى مظاهر الانسحاب من الحياة الاجتماعية الأمر الذي جعل الكثيرين يطلقون على الشباب "جيل الشباب" فهم أكثر ميلا لكل ما هو جديد وغريب. وبعيداً عن الضغط أو المسؤولية أو الخطوط الحمراء، نجد أيضاً أن مدمن الإنترنت ينسحب من واقعه ليعيش أحلام اليقظة والتخيلات التي دائماً ما تكون أجمل من الواقع، وقد يتعرف المراهق على الشخصيات المريضة التي لا يتقدم سوى الغث من المعلومات والمقاطع التي قد يكون ضررها أكبر من نفعها وهذا أحد المظاهر السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي التي يمتطيها الكثير من أجل الشهرة على حساب الإضرار بالناس بصورة متعددة ، وتشير الدكتورة هناء أبو بكر ، أستاذة علم الاجتماع بجامعة القاهرة ، إلى أن غالبية مدمني الإنترنت هم من المراهقين الذين يفضلون البقاء بالقرب من أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم بدلاً من المشاركة في الأنشطة المختلفة أو المناسبات الاجتماعية أو الاختلاط بالآخرين. مقابلتهم وجها لوجه."

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

فقد أجرت قناة CNN الأمريكية دراسة حول تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على فئة المراهقين ، تضمنت بحثا استقصائيا لنشاط وعادات وممارسات أكثر من 200 مراهق على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة بهدف الكشف عن أسرار عالم المراهقين مع السوشيال ميديا SOCIAL MEDIA حيث كشفت الدراسة أن المراهقين يمكنهم تفقد مواقع التواصل الاجتماعي، والبحث عن أي جديد فيها، والقيام بمتابعة ما ينشره الآخرون عليها لأكثر من 100 مرة في اليوم الواحد، وهو ما يشبه مقياسا فوريا لمستوى الشعبية والشهرة، ويقصد بهذا علامات الإعجاب (LIKE) (ورسوم القلوب التي يحصل عليها المراهق عندما ينشر شيئا ما على صفحته، وعدم وجود ذلك أو قلته يعني افتقار المراهق للشعبية مما يؤثر سلبا عليه. (العمري، 2018، صفحة 141)

لقد تغير النظام الفكري والثقافي والاجتماعي للمجتمع في عصر الإنترنت الشبكات الاجتماعية، ولا شك أن تأثير هذه المواقع قد وصل إلى كثير من جوانب حياتنا اليومية وأصبح جزءا لا يتجزأ من شخصيتنا الاجتماعية ومكونا من هويتنا الثقافية وخاصة بين جيل الشباب العربي وخاصة فئة المراهقين ذكورا وإناثا، لذلك أصبح استخدام الشبكات الاجتماعية الاجتماعي اليوم أمرا حتميا على شرائح مختلفة من المجتمع هذا لأن الثورة التكنولوجية الضخمة فرضت علينا واقعا جديدا يتطلب التعامل معه ومع متطلباته ، وبالتالي عملية الحجب أو التقييد القسري أو الحجب للشبكات الاجتماعية يكاد يكون الموضوع الاجتماعي الأخير مستحيلا ، ولا يمكن قبوله كفكرة لأن الواقع يفرض علينا عكس هذه الفكرة ، ونحن الآن مضطرون لمواكبة التطورات والتغيرات في اللوائح الاجتماعية لحياتنا اليومية ذلك ويرجع إلى تأثيره السلبي على المراهقين بشكل خاص، وكل هذا يشير إلى خطورة هذه الفوضى الثقافية التي تسود بناء المجتمع لدينا وتؤدي إلى اهتزاز ملحوظ في نظم القيم خاصة لدى المراهقون .

وعليه يمكن القول أن المراهق قد أصبح عبدا خاضعا لكل ما جاءت به من عادات وتقاليد وأنماط جديدة تحت شعار "الانفتاح على الآخر" أو "العصرية والتقدم" حيث صار الفرد المراهق يعيش في محيط مفتوح لا يدرك ما يحدث فيه ،معرضا لكل ما مفيد وغير مفيد في الوقت نفسه عبر ما يبث في هذه الوسائط الاتصالية، ما جعله يعيش في حالة من الاغتراب و العزلة داخل المجتمع وأسرته ،حيث أصبح لا يفرق بين الحياة الحقيقية التي يعيشها والعالم الافتراضي الذي تقدمه له هذه الوسائط . ومنه فالمتابع لواقعنا اليوم يدرك التهافت الكبير نحو مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب والمراهقين وحيث أصبح الشاب أو المراهق اليوم يشارك الآخريين حياته اليومية

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

ومختلف مشاكله ومختلف الأماكن المتواجد فيها عبر هذه المواقع، الأمر الذي يجعلهم فريسة سهلة للعابثين ولتكون سببا في انحرافهم واتباعهم للإغراءات التي تعرض في مواقع مختلفة حتى دون أن يبحث عن خلفياتها وتجعله بنجر ورائها لمعرفة الكثير من الأمور خاصة وهو فترة عمرية مفصلية و حساسة (دربال و حداد، 2019). 144.

4-3- خصائص الشبكات الاجتماعية:

توفر شبكات التواصل الاجتماعي المجال الكبير أمام مستخدميها للتعبير ميولته ومشاعره وأفكاره مع الآخرين، أثبتت أبحاث ودراسات أن الإنسان لا يستطيع إشباع حاجاته البيولوجية والنفسية والاجتماعية دون التواصل مع الآخرين فهو اجتماعي بطبعه وبفطرته يتواصل مع المحيط الاجتماعي الموجود فيه، فقد جعلت من المستخدم منتجا للمحتوى ومعدلا له، وعليه تتسم مواقع التواصل الاجتماعي بعدد من الخصائص التي جعلتها تتميز عن بقية التطبيقات والمواقع في شبكة الانترنت ورغم تنوع هذه الخصائص من نوع لآخر إلا أنها تشترك في عدد كبير من الخصائص نذكر منها ما يلي :

- أ- التفاعل والمشاركة: INTERACTION PARTICIPATION حيث انه بإمكان كل مستخدم تبادل الآراء والأفكار والمعلومات و إرسال واستقبال رسائل وكتابة تعليقات حول موضوع ما (معاش، 2017، صفحة 21) يسعى من خلاله لتحقيق التفاعلية من اجل ضمان الاستمرارية والتطور (يوسف، 2013، صفحة 35).
- ب- الترابط CONNECTEDNESS: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض وذلك عبر الروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع , والتي تربط بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي (يوسف، 2013، صفحة 27).
- ت- الملفات الشخصية أو الصفات الشخصية: وذلك من خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس وتاريخ الميلاد والبلد والاهتمامات والصور الشخصية وغيرها من المعلومات والبيانات (الشمالية و وآخرون، 2015، صفحة 201).
- ث- مجتمع المعلومات INFORMATION SOCIETY: وفرت مواقع التواصل الاجتماعي سبلا جديدة لاتصال الأشخاص فيما بينهم كخاصية الوسم HASH TAG, والتطبيقات المدمجة في مواقع الشبكات، إذ يعتبر هذا الأسلوب أساس العمل الجماعي على شبكات التواصل الاجتماعي (معاش، 2017، صفحة 22)

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

ج- الاصدقاء / العلاقات: وهم الأشخاص الذين يتم التعرف عليهم عبر هذه المواقع لغرض معين، حيث تطلق هذه المنصات الاجتماعية مسمى صديق على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء بينما تطبق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين.

ح- المحادثة: تتسم وسائل التواصل الاجتماعي عن الوسائل التقليدية في إتاحتها للمحادثة في اتجاهين أي التفاعل والمشاركة مع الأحداث والأخبار والمعلومات بين المستخدمين.

خ- التعريف بالذات: عند انشاء صفحة شخصية على الفايسبوك يتطلب التعريف بالنفس من خلال الاسم، النص الصور لموسيقى الهويات، مكان العمل أو الدراسة... وغيرها من الوظائف الأخرى بالطريقة التي يفضلها هو ويحبها أصدقائه رؤيتها هذه الصفحة الشخصية .

د- سهولة الاستخدام: من بين ايجابيات شبكات التواصل الاجتماعي التي ساعدت في انتشارها الكبير في العالم هو بساطتها في اللغة وفي الرموز والصور التي تسهل للفرد نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين بسهولة (الشاعر، 2015، صفحة 67) لذا فأى شخص يملك مهارات بسيطة في الانترنت يستطيع خلق وتسيير شبكة اجتماعية.

ذ- الكونية: حيث انها تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.

3-5- أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

يوجد العديد من أنواع مواقع التواصل الاجتماعي نصنفها كالاتي:

01- يختص هذا النوع بالاتصالات وإيجاد تبادل المعلومات من الأمثلة على هذا النوع من التواصل الاجتماعي نجد المدونات BLOGS التي تشبه المدونة الشخصية تهتم بتناقل المعلومات عن الأخبار بكل أنواعها، وكذا مواقع الارتباط الشبكي الاجتماعي التي تساهم في التواصل المباشر ومشاركة الاهتمامات والفعاليات ومن أشهر هذه المواقع نجد موقع الفايسبوك. إضافة الى مواقع الفعاليات EVENT التي تختص هذه المواقع في تنظيم التجمعات وضبط عدد الافراد المدعوين وتحديد المواقع الجغرافية LBS لتحديد موقع التجمع، كما يتيح للداعي امكانية تغيير الموقع والزمان وتلقائيا يعرف المدعوين بهذه التغيير مباشرة دون ابلاغ كل واحد على حدى .

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

02- مواقع التعاون وبناء فرق العمل كموقع الويكي WIKI والموسوعة العلمية وهي مواقع تمكن العديد من

الناس الاشتراك في تكوين معلومات مترابطة بشكل منطقي عن طريق روابط الكترونية.

03- هي مواقع الوسائط المتعددة ووسائل التصوير والفن "PHOTO SHARING" يمكن الاشتراك في العديد

من مواقع تخزين وبث الفيديو باستخدام هذه النوعية من المواقع يمكنك مشاركة الآخرين المقاطع الصوتية

والموسيقى، كما يمكن الموسيقيين من نشر إبداعاتهم الموسيقية والتعرف على رأي الجمهور فيها، كما يمكن

تمنحهم فرصة استكشافها من قبل شركات الإنتاج الفني.

04- مواقع الراي والاستعراض "REVIEWS AND OPINIONS" كالترويج للسلع والمنتجات. وكذا المواقع

الترفيهية الاجتماعية مواقع العوالم الافتراضية.

6-3- أهم مواقع التواصل الاجتماعي:

سوف نتحدث عن أهم الشبكات الاجتماعية في الوقت الحالي وكذا النظر الى اختلاف تخصص كل موقع

حيث تصدر القائمة من الشبكات وهي:

3-6-1- موقع الفيس بوك FACEBOOK:

يعتبر الفيس بوك من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي شعبية على الانترنت , كان أول ظهور له سنة 2004

في جامعة هارفارد في الولايات المتحدة الأمريكية من قبل "مارك زوكربيرنج" حيث عرف رواجاً كبيراً وإعجاباً شديداً

من مستخدمي الفيسبوك مما شجعه على توسيع قاعدته لتشمل جامعات أخرى في الولايات المتحدة مقتصرة

على أعداد من الزوار لغاية 2007, وبإمكان المستخدمين الانضمام لمختلف الشبكات المنظمة من طرف المدينة او

جهة العمل او الدارسة او الإقليم وذلك من اجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم (شعبان و صبطي، 2011،

صفحة 108) يقدم خدمات تفاعلية لمستخدميه مثل المحادثة الفورية و الرسائل الخاصة بالبريد الإلكتروني

وتبادل الفيديو والصور ومشاركة الملفات ,وهو موقع مفتوح لكل من يرغب بالتسجيل من جميع انحاء العالم بشكل

مجاني.

3-6-2- اليوتيوب YOUTUBE:

يعتبر تطبيق اليوتيوب احد أشهر المواقع الالكترونية على مستوى الانترنت , تأسس كموقع مستقل في 14

فيفري 2005 بواسطة ثلاثة موظفين هو الأمريكي " تشادهيرلي , التيواني وتشبن جاود كريم " الذين يعملون في

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

شركة PAY PAL المتخصصة في التجارة الالكترونية ,و ما يبدو أن "جاود كريم" ترك رفقاءه للحصول على درجة علمية من كلية "ستانفورد" ليصبح الفضل الحقيقي في ظهور اليوتيوب الذي نراه اليوم للثنائي الآخر اللذان نجحا في تكوين احد الكيانات في عالم الويب في الوقت الحالي، (نورمار، 2012) وهو موقع ويب يقوم على مشاركة مقاطع الفيديو متنوعة بين مقاطع الأفلام التلفزيون والموسيقى والفيديوهات المنتجة من قبل الهواة بدون مقابل مالي ليراها ملايين الأشخاص حول العالم ، حيث يتمكن المتابعين من ادارة حوار جماعي حول الفيديو عن طريق ميزة التعليقات فضلا عن تقييم الفيديو وإعطائه قيم نسبية مكونة من خمسة درجات تعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدم الموقع (امين، 2009، صفحة 20)

3-6-3- تويتر TWITTER:

هو عبارة عن موقع من مواقع التواصل الاجتماعي التي انتشرت في الآونة الأخيرة يمثل هذا الموقع شبكة معلومات أنية مدعومة من الناس تسمح بمشاركة واكتشاف ما يجري الآن حيث يطرح الموقع في واجهته السؤال "ماذا يحدث الآن"، يسمح للمستخدمين بالتعبير عن حالتهم بكتابة ما يشاء عن طريق ارسال رسالة نصية قصيرة لا تتجاوز 140 حرف ورافقها بوسائط مختلف أو عن طريق برامج المحادثة الفورية وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للمتابعين قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي ويتفاعلون معه بالرد عليه. (دربال و حداد، 2019، صفحة 140)

3-6-4- موقع لينكدان "LINKDIN":

أسس هذا الموقع على يد "جيف وينر" في الفترة بين 2002 و2033 يستخدم أساسا لإقامة الشبكات المهنية وتشير التقارير المتعلقة بالموقع الى أنه تتم زيادة الموقع شهريا من قبل أكثر من 21 مليون زائر من داخل الوم.أ وأكثر من مليون زائر من باقي دول العالم (قندليجي، 2015، صفحة 333).

3-6-5- موقع ماي سبيس MAY SPACE:

هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي انشئ سنة 2003 على يد "توماس أندرسون" يمكن من نشر كل ما يتعلق بشخصية المستخدم و يتيح إرسال تعليقات شخصية ومدونات أو ترك رسائل والتواصل مع الأصدقاء كما يحتوي محرك بحث داخلي ونظام بريد الكتروني (عبد الله، 2014، صفحة 240) . إضافة الى تقديم خدمات تفاعلية أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى وأفلام الفيديو ,ويعتبر سادس اكبر موقع على الويب المكتوبة بأية

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

لغة شعبية في العالم، وثالث موقع شعبية في الوم. أ فطبقا لموقع "أليكسا انترنت" يعد موقع " ما سبيس " هو الترتيب 24 على مستوى العالم و144 على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية، كما أنه فقد الكثير من زواره منذ إنشاء الموقع المنافس "الفايسبوك" (كران، 2015، صفحة 35)، كما أن التسجيل في شبكة " ماي سبيس " مجاني ومتاح لكل شخص جاوز عمره (15) سنة وعملية فتح حساب في الشبكة سهل ولا تتطلب أكثر من ملئ بعض الخانات مثل: البريد الالكتروني والاسم وتاريخ الولادة . (قنديلجي، 2015، صفحة 329)

3-6-6- INSTAGRAM:"

هو شبكة لتبادل الصور وشبكة اجتماعية، أطلق في أكتوبر 2010 مما يتيح للمستخدمين التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي لها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات المواقع الاجتماعية، ومن التطورات المهمة في "الانستغرام" استحواذ شركة "الفايسبوك" على التطبيق في أبريل 2012 بصفقة بلغت مليار دولار كما يتميز هذا التطبيق بميزة تسمى انستغرام "ديراكت" تتيح للمستخدمين إرسال الصور ومقاطع الفيديو مباشرة إلى صديق معين أو مجموعة من الأصدقاء بدلا من أن تكون معروضة للبيع .

3-7-7- ماهية شبكة "الفايسبوك"

تمهيد:

حظيت في الآونة الأخيرة الشبكات الاجتماعية بانتشار كبير على الصعيد العالمي، حيث قدمت نوعا من التواصل بين الناس سمي بالتواصل الاجتماعي عبر الشبكات، ربطت به أجزاء هذا العالم المترامية ورسمت الطريق لكل الأفراد للتواصل والتعارف وتبادل الأفكار وبات البعض من شبكاتهم الأكثر ريادة في العالم بما في ذلك "الفايسبوك"، بالتالي فقد أصبح أهم فاعل تكنولوجي في عصرنا الحالي فقد أصبحت الوسيط الاتصالي الأكثر أهمية والأكثر جدلا بما أحدثته من تغيرات جذرية تمخض عنها واقع جديد بمفاهيم إنسانية جديدة تتعلق بالاتصال والتفاعل والعلاقات الإنسانية التي أصبحت افتراضية في بيئة رقمية تتميز بالحرية وعدم الرقابة لم ينشر فيها ، وبما أن دراستنا تستهدف بالتحديد نموذج من هذه الشبكات وهو "الفايسبوك" فإننا سنحاول التفصيل أكثر فيه من خلال تعريفه وكيف كانت نشأته وأهم تطبيقاته وكذلك نماذج لتصفح هذا الموقع.

3-7-1- تعريف الفايسبوك FACEBOOK:

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

لقد جاءت تسمية الموقع من مصطلح الفيسبوك (FACEBOOK) والذي يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لطلبة الجامعات، فهذه الطريقة تعتبر شائعة في الجامعات الأجنبية لتعرف الطلبة ببعضهم البعض اذ يعرف قاموس "الإعلام والاتصال" فيس بوك على انه: "موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة، وقد وضع في بداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص." (بن غالب، 2013، صفحة 347).

ويعرف بأنه: موقع ويب للتواصل الاجتماعي، وهو عبارة عن مدونة شخصية أو صفحة شخصية على الإنترنت بحيث يكون لكل فرد مسجل على الموقع الاجتماعي صفحة واحدة، يتواصل مع جميع الأفراد المشتركين من جميع أنحاء العالم المسجلين بالموقع، ليمنح الأفراد المشتركين في الموقع القدرة على تبادل آراءهم ومقترحاتهم والمناقشة فيها ويمكنهم تنزيل الصور ومقاطع الفيديو وغيرها من الخدمات المتوفرة في الموقع (الهواري، 20115، صفحة 2013)

و يقصد به أيضا : " هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية ،أي أنه يتيح عبره للأشخاص الماديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزز مكانته عبر أدوات مواقع التواصل الاجتماعي مع أشخاص آخرين ضمن مساحة الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى لإنشاء روابط وتواصل مع الآخرين (الشمالية و و آخرون، 2015، صفحة 203) كما انه شبكة تواصل اجتماعي مجانية من منتشرة على الأنترنت ،تسمح للمستخدمين المسجلين بإنشاء متصفحات أو صفحات شخصية وتحميل الصور والفيديو ،وارسال الرسائل الى العائلة والزملاء بهدف التواصل. كما يهدف الى إعطاء الناس القدرة على المشاركة في جعل عالمهم أكثر انفتاحا، ويتيح لهم الفرصة لتواصل أكبر فيما بينهم. يصبح الناس عند استخدامهم للفيسبوك، قادرين على اتصال المستمر مع أصدقائهم وعائلاتهم ،ويقيمهم على اطلاع دائم بما يجري في العالم من حولهم ويمكنهم من تبادل مشاعرهم وهمومهم الحياتية ،ولكنه في الوقت نفسه ،يجعل بعضهم يراقب بعضهم الآخر (قمحية، 2017، صفحة 24).

2-7-3- التطور التاريخي لشبكة الفاييسبوك:

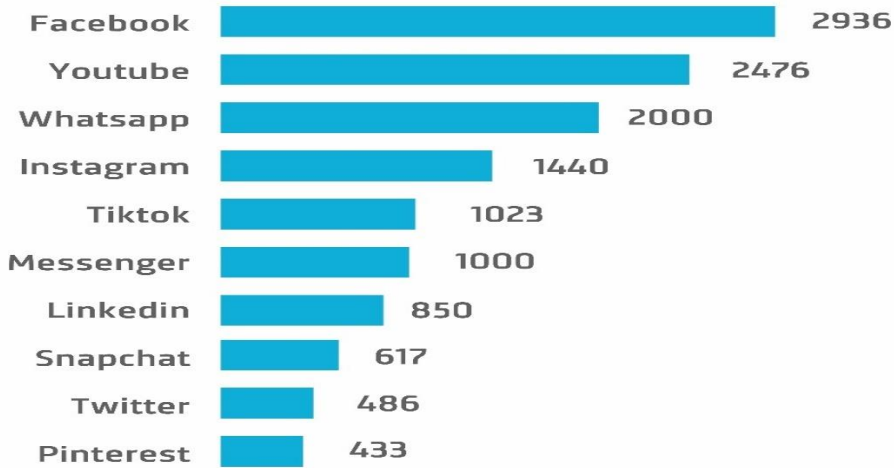
اطلق الفاييسبوك في 28 أكتوبر من علم 2003 عندما قام "مارك زوكربيرج" وهو طالب ف السنة الثانية بجامعة هارفارد الأمريكية بابتكار "الفايس ماش" مع زميله في غرفة السكن "موسكو فينتر" و"هيوز" حيث تم

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

استخدام ور لطلبة المدينة الجامعية، عن طريق وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة الطلبة المستخدمين الى اختيار الشخص "الأكثر جاذبية" (جرار، 2012، صفحة 52).

تم تأسيس الفيس بوك في 4 فبراير 2004 على يد «ZUCKERBERG MARK» حين كان طالبا بجامعة « HARVARD الأمريكية، تحت مسمى "THE FACBOOK.COM" كان هدفه إقامة شبكات تضم طلبة الجامعة في موقع واحد، ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا و بريطانيا و كندا، ثم تحول من مجرد مكان أو مدونة شخصية لعرض الصور الشخصية و التواصل مع الأصدقاء و العائلة إلى قناة تواصل بين المجتمعات الإلكترونية و منبر لعرض الأفكار (سعداوي و عطية، 2020، صفحة 732)، ويعتبر إنشاء لهذا الموقع من إحدى المشاريع التي قام بها أثناء دراسته، و قد قام طالبان من أصدقاءه في مساعدته في بعض النواحي الحسابية أثناء إنشاءه لهذا الموقع وهما "أندرو و إدوارد" وفي البداية كان يقتصر مشركي الفيس بوك على طلاب جامعة " HARVARD" فقط وبعد سنوات قليلة جدا قام بتوسيع الموقع ليضم كليات ثم مدارس الثانوية، ليشمل فيما بعد الأشخاص العاديين والذين أصبح لديهم عضوية على الفيس بوك، وبداية من /11/ 09 /2006 أتيح لأي فرد في العالم لديه بريد الكتروني أن يقوم بعمل عضو به (حلاوة و العشماوي، 2011، الصفحات 113-114). ولذلك أصبح الفيس بوك موضعا للتنافس من قبل المؤسسات التكنولوجية الكبرى مثل: MICROSOFT و GOOGLE بحيث تمكنت ما ميكروسوفت عملاقة البرمجيات الأمريكية من شراء نسبة "1.4% من الفيس بوك بمبلغ يقدر ب 240 دولار عام 2007، فقد يعتبر البعض موقع الفيس بوك أساس مكونات الشبكة العنكبوتية العامة لما له من آثار على الواقع الحقيقي للمجتمعات، فهو مجتمع افتراضي أو مكان يلتقي فيه الأفراد يتعارفون من خلال عرض معلوماتهم الشخصية على صفحاتهم وتشر أفكارهم وتوجهاتهم ويتواصلون عن طريق الدردشة ويتفاعلون فيما بينهم في المجموعات حسب اهتمامهم في الواقع من خلال إنتاج الصور والمعلومات ومقاطع الفيديو والتسجيلات الصوتية والقيام بمشاركتها مع الأصدقاء بالإضافة الى انه يمثل بوابة لمشركيه لأنه يمكنهم من الانخراط و الانتماء الى المجتمع الافتراضي اكثر سهولة وراحة من المجتمع الحقيقي.. (دريم، 2020-2021، صفحة 106)، حيث كشف التقرير الصادر عن موقع " ميديا نت.MEDIANET " أن الفيس بوك حافظ على مرتبته الأولى مع 2.936 مليار حساب نشط في العالم .

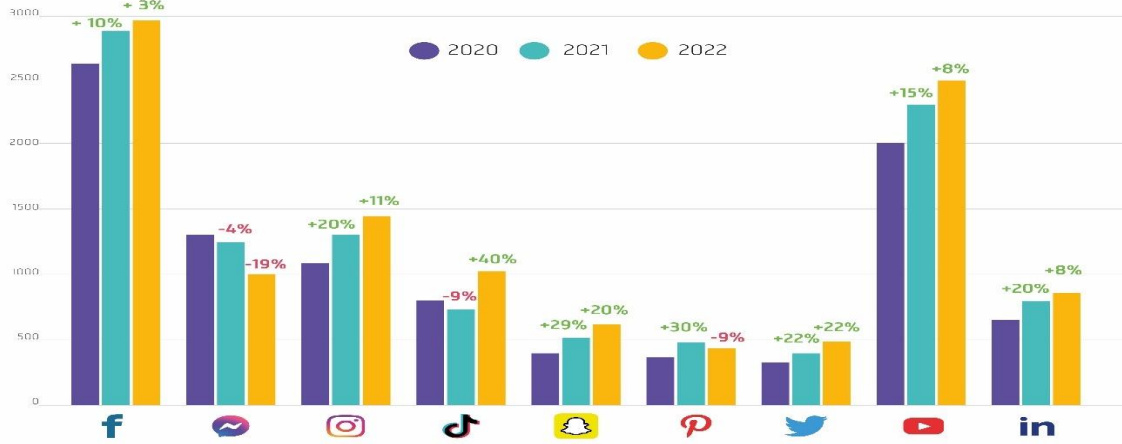
الشكل رقم (2) يمثل عدد المستخدمين النشطين لكل منصات التواصل الاجتماعي



المصدر: [HTTPS://WWW.MEDIANET.TN](https://www.medianet.tn)

الشكل رقم (3) يمثل تطورات عدد المستخدمين النشطين لكل منصات التواصل الاجتماعي لسنوات الثلاث

الأخيرة 2022/2021/2020



المصدر: [HTTPS://WWW.MEDIANET.TN](https://www.medianet.tn)

3-7-3- الفايسبوك بالأرقام في الجزائر:

لقد كشف تقرير رقمي جديد، صدر مؤخرا، عن موقع "DATA REPORTAL" 2021 وبحسب التقرير فقد بلغ عدد خطوط الهاتف النقال 46.57 مليون خط هاتفي، بينما بلغ عدد مستعملي الإنترنت 26.35 مليون مستخدم للإنترنت في الجزائر. حيث زاد عدد مستخدمي الإنترنت بمقدار 3.6 مليون في عام واحد، بزيادة 16% عن

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

عام 2020. اذ سجلت الشبكات الاجتماعية زيادة قدرها 3 ملايين مستخدم، متجاوزة علامة 25 مليون، بزيادة 15٪ عن عام 2020. وصلت الى حوالي 56.6٪ ومشيرا أن عدد مستخدمي فيسبوك وحدهم بلغ حوالي 25.43 مليون. (https://www.whitelineservices.dz, 2021)

3-7-4- خصائص موقع الفاسبوك:

يتميز الفيسبوك كغيره من الشبكات الاجتماعية بعدة خصائص واستخدامات أهمها:

- خاصية WALL أو لوحة الحائط: وهي عبارة عن مكان مخصص في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم للفيس بوك بحيث تمكن الأصدقاء من إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم، أو الكتابة على الحائط المخصص له.
- خاصية PAKES أو غمزة: و تتسم هذه الميزة بإرسال غمزة افتراضية للفت انتباهه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن تنبيه يعلم المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
- خاصية PHOTOS أو الصور: حيث يتيح الموقع للمستخدمين إنشاء عدد كبير من الألبومات ورفع مئات الصور من أجهزتهم إلى الموقع.
- خاصية NOTES أو التعليقات: وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها.
- خاصية FEED NEWS التغذية الإخبارية: تظهر هذه الميزة على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، تم الإعلان عنها في 06 سبتمبر 2006 و حيث تعمل بعض المعلومات مثل: التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، كذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.
- خاصية GIPTS أو الهدايا: تتيح هذه الخاصية للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية وانطلقت هذه الخدمة في 08 فيفري من عام 2007م.
- خاصية MARKETPLACE أو التسويق: تتيح هذه الخدمة للمستخدمين نشر إعلانات مبنوية مجانية وقد أطلق الفيسبوك هذه الخدمة في 14 ماي 2007.
- إرسال رسائل فورية أو الدردشة: بدأ تطبيق هذه الخدمة في 7 أبريل 2008 باستخدام برنامج (COL) أطلق عليه اسم CHAT. ويوفر هذا التطبيق للمستخدمين إمكانية التواصل مع أصدقائهم.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

- FACEBOOK BET: وهو عبارة عن إعادة تصميم مبتكر لواجهات الاستخدام الخاصة بالمستخدمين على شبكات محددة و في نسخة تجريبية من الفيسبوك قدمها في 20 جويلية عام 2008.
- خاصية التواصل عبر الصوت: أطلق موقع التواصل الاجتماعي الشهير بالفيسبوك خاصية جديدة تسمح بالتواصل عبر الصوت للمستخدمين الموجدين على الموقع حين الدخول على الحساب الشخصي بدلاً من الاكتفاء بالردشة وتبادل الرسائل النصية.
- الإعجاب LIKE: خاصية معجب أيضاً متاحة بنفس آلية التعليقات فهي متاحة بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات المنظمين لها وذلك يعتمد أيضاً على الصلاحيات الممنوحة كما يمكن للمستخدم أن يقوم بالعمل معجب لأي نص أو صورة أو فيديو لأصدقائه.

3-7-5- مستخدم الفيسبوك:

لقد طرحت الكثير من التساؤلات من هم مستخدمي "الفيسبوك"؟ من هم مرادي هذه الشبكة المثيرة للجدل (الفيس بوك)، وإلى أي نوع من المستخدمين ينتمون؟ كل هذه الأسئلة دفعت بالباحثة الألمانية " ايلينا زنغر" إلى أن تتوقف أما نموذج من مستخدمي موقع الفيسبوك والمستخدمين فيه وصنفت مجموعة من المستخدمين الى نماذج كالتالي:

- 1- النموذج الأول: المتخفي: ترى الباحثة في هذا النموذج أن العديد من المستخدمين ممن يفتحون صفحات شخصية عبر موقع الفيسبوك لا يقدمون معلومات الأصلية كالصورة أو أية معلومات شخصية عنهم للأصدقاء الذين يدعونهم عبر طلبات الصداقة، وهنا تقول أن " هؤلاء لا يفصحون عن هويتهم ويكتفون بالملاحظة وبالاطلاع على الصفحات الشخصية للمستخدمين الآخرين "
- 2- النموذج الثاني: رفيق المدرسة (لم نلتقي منذ وقت طويل) يتلقى هذه الرسالة المستخدم من أشخاص فقدت أخبارهم منذ فترة منية طويلة، وغالبا ما يكونون زملاء من أيام الدراسة ، رسالة تثير فضولا كبيرا كما أصبحت عليه أحوال الآخر، لكن في أغلب الأحيان يختفي ، و يبقى سوى اسمه في قائمة الأصدقاء عبر موقع الفيسبوك.

3- النموذج الثالث: الخطيب السابق أو الخطيبة السابقة: وهم الذين يتجسسون على صفحات المسجلين عبر موقع الفيسبوك، ويثيرون بعض المشاكل لصاحب الصفحة كتشويه صفحته والتأثير على علاقته الجديدة وبالتالي هم أصدقاء غير مريحين بالنسبة للمستخدم . (الديهي، 2015، الصفحات 462-463)

4- النموذج الرابع: الأبوين: يقوم هذا النموذج على فكرة أن الآباء والأمهات بسبب حرصهم الزائد على أولادهم يجعلهم يتطفلون على اهتماماتهم بهذا الفضاء والدخول إلى حسابات أبنائهم عبر موقع الفيسبوك وإلى طلبات صداقة أبنائهم الذين يقومون بتكوين صداقات وعلاقات تحد من تدخل الآباء في شؤونهم

5- النموذج الخامس: المدير: يتميز هذا النموذج بطابع تجسسي، فالمدير يفتح صفحة شخصية له على "الفيسبوك"، ويدعوا العاملين عنده بالتسجيل في "الفيسبوك" والدخول إلى صفحته الخاصة، ومن هنا يحقق نرجسيته باعتباره يتحكم فيهم حتى وهم في العالم الافتراضي، ويصبحون تحت أنظاره، ومن جهة أخرى نموذج المدير يستغل الشبكة أيضا حين يدعو رؤساءه ليظهر لهم مدى إدراكه لوسائل الاتصال الحديثة، وأنه عامل دؤوب لأنه ينشر اهتمامه بعمله على الحائط في أوقات الفراغ.

6- النموذج السادس: القريب: ترى الكاتبة في هذا النموذج أنه يقوم على مبدأ "لا داعي لمكالمة القريب البعيد لمعرفة كيف حاله، فأحواله يمكن الاطمئنان عليها عبر موقع الفيسبوك". فالفيسبوك "يمنح إمكانية البقاء على اتصال بهؤلاء الأقارب دون الحاجة للاتصال بهم. (عفيفي، 2015، الصفحات 169-170)

7- الحقيقيون هم أصدقاء بصرف النظر إن أضيفوا إلى العالم الافتراضي أو لا ، و يقولون " الصديق الحقيقي هو الصديق الذي تعرفه منذ وقت طويل ، في هذه الحالة ال يحتاج المرء "لفيسبوك" للحفاظ على الصداقة.

ونظرا لما سبق ذكره نرى بما الكاتبة قد أغفلت نسبيا في أن تتحدث عن جبهة واسعة من مرتادي شبكة الفيس بوك التي تصنف تحت النماذج السابقة والتي تتمثل في العلماء والخبراء والباحثين والكتاب والأدباء والفنانين وأساتذة وطلبة الجامعات وعموم المثقفين الذين دائما بأفكارهم وانجازاتهم العلمية والثقافية ليست بالقللة من الحضارة الانسانية، ويسهمون بثقافة التعايش والتسامح والحوار، ويقدمون خلاصة أفكارهم وجهدهم وإبداعاتهم لخدمة البشرية.

3-7-6- خدمات التي يقدمها الفيسبوك:

يقدم الفاييسبوك مجموعة من الخدمات لزواره، تتمثل بالدرجة الأولى في :

- الرسائل: ميزة يوفرها FACEBOOK بطريقة بسيطة جدًا وسهلة لجميع الأصدقاء. أيضًا، يمكن لأي شخص لديه صفحة شخصية على فيسبوك أن يثبت أن الأحداث المهمة التي تخصه ولعائلته ويرغبون في حضورها أو مشاركة الأصدقاء معه، وغالبًا ما يتم طرح سؤال الأصدقاء الجيدين وكذلك السيئين الذين يشغلون الصفحة. المستخدم ولا يستحق الإثارة، يمكن لصاحب الصفحة إضافة من يشاء وحذف ما يريد من القائمة، لذلك لن تكون هناك مشكلة.

- استخدام التطبيقات لممارسة الألعاب مع الأصدقاء حول العالم، وتبادل الهدايا، وكذلك نشر الأخبار في مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، والحث على نشر أفلام وصور حول هذه الموضوعات لعرضها.

- مشاركة المعلومات مع الأصدقاء عن طريق نشر الملاحظات والروابط والصور ومقاطع الفيديو.
- إنشاء مجموعات وصفحات للاتصال بالآخرين الذين لديهم اهتمامات مشابهة، ونشر الأخبار عن مشاريع إبداعية .

3-7-7- ايجابيات وسلبيات موقع الفاييسبوك:

أ- فوائد وإيجابيات موقع الفاييسبوك: يؤدي هذا الموقع خدمات إلى مستخدميه تسهل عليهم الكثير من أعمالهم وتواصلهم، ومن هذه الخدمات ما يلي:

- إتاحة فرصة للمصداقة والتواصل بين الأعضاء المشاركين في هذا الموقع وإضافة الأشخاص الذين يرغبون في إضافتهم كأصدقاء للتواصل معهم بعد الحصول على موافقتهم. فالخيار والحرية متاحة لمن يريد أن يضيف صديق له على الموقع، وتتاح لهذا الصديق أن يقبل أو يرفض هذه الصداقة.

- يخدم الشركات وأصحاب العمل عن طريق الإعلان عن الوظائف الشاغرة واختيار الموظفين على حساباتهم الشخصية بناءً على البيانات الشخصية لهؤلاء الموظفين. يمكن أن يوفر FACEBOOK أيضًا خدمات تسويق وترويج ممتازة للمنتجات.

- يوفر إمكانية تنزيل ألبومات الصور حيث يساعد على نشر مليار صورة وعشرات الملايين من مقاطع الفيديو على FACEBOOK كل شهر.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

• الانخراط وتوسيع الخبرات مع المجتمعات الافتراضية التي تتخصص في قيود الأعضاء في تعليم وتدريب هذه المجتمعات.

• متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات كالشخصيات السياسية والاقتصادية والفنية وغيرها، لأن معظم هؤلاء لديهم حسابات على الفاييسبوك يمكن لمن يتواصل معهم أن يطلع على أخبارهم وأفكارهم وخواطرهم ووجهات نظرهم حول مختلف المواضيع (شقرة، 2014، الصفحات 66-69).

• يتجاوز موقع الفاييسبوك الحدود الجغرافية والضرائب المالية ليجعل العالم كله بين يديك وليجعلك تتعرف على حياة الشعوب وما يفعلونه يومياً، أو بالأحرى لحظة بلحظة من دون أن يكتثروا بالعادات والتقاليد.

• متابعة أخبار المشاهير في السياسة والأعمال والفن وجميع المجالات الأخرى، حيث أن معظمهم لديهم حسابات على FACEBOOK، ويمكن لمن يتواصل معهم مشاركة أخبارهم وأفكارهم ووجهات نظرهم حول مواضيع مختلفة. لتتمكن من الرؤية.

ب- سلبيات وأضرار موقع الفاييسبوك:

تعتبر حالة "فيسبوك" مثل العديد من الاختراعات والتقنيات التي أثرت على حياة البشر. يجب أن يكون لها إيجابيات وسلبيات، وهذه الإيجابيات والسلبيات قد تختلف باختلاف متغيرات كثيرة، مثل الوقت والظروف وغيرها. فما هو إيجابي في زمان أو مكان أو ظرف، قد يتحول إلى سالب بتغيير أي من هذه المتغيرات. من بين الجوانب السلبية للفيسبوك نجد ما يلي:

- الإدمان وضعف مهارات الاتصال. قضاء الكثير من الوقت أمام شاشة الكمبيوتر أو الهاتف وتصفح المواقع الإلكترونية يعزلهم عن واقع عائلاتهم وتفاعلمهم مع الأنشطة المجتمعية، مما يؤدي إلى العزلة الاجتماعية وفقدان مهارات الاتصال والتواصل المباشر مع المجتمع. (فضل الله، 2010، صفحة 20).

- انتهاك خصوصية المشتركين، حيث أن المعلومات التي ينشرها المشتركون لاستبعادهم الشخصي أو الصور أو الفيديوهات تفقد خصوصيتها بمجرد نشرها، حتى لو اتخذ المشترك كافة الإجراءات اللازمة لسلامته، فمن الممكن أن يتحقق ذلك دائرة أكبر بكثير من الدائرة المقصودة أصلاً بعدة طرق. يصبح من المستحيل إزالته لاحقاً، وكذلك أي تعليقات أو منشورات قد تصل إلى الشخص الخطأ بطريقة أو بأخرى، على سبيل المثال من خلال

أصدقاء الأصدقاء أو القرصنة. لذا فإن الأمان الحقيقي ليكن في عدم نشر ما لا تريد أن يراه الجميع (شقرة، 2014، صفحة 70).

- التعرض للجرائم الالكترونية حيث تم الإعلان سنة 2008 رصد أكثر من 43 ألف فيروس خبيث ثم نشرها عبر الشبكات الاجتماعية مثل الفايسبوك .

- انتشار العديد من الصفحات والمجموعات على موقع فيسبوك التي تحتوي على الرذائل والمحرمات سواء كانت متعلقة بشرب الكحول والمخدرات والزنا والأفلام الجنسية وما شابه، وكل ذلك له آثار سلبية على الشباب والمراهقين.

- إضاعة الوقت، حيث يقضي الشباب الكثير من وقتهم على مواقع التواصل هذه دون أن يهتموا بالوقت الذي يقضونه فيها، إذ قد يشغلهم ببعض الأشياء التافهة التي تشغل عقولهم وتستغرق وقتهم.

- يمكّن FACEBOOK الأشخاص من وضع اسم مستعار من اختيارهم أو إضافة أسماء عائلية بهدف تشويه صورة هذه العائلات عن طريق إضافة معلومات أو صور مخلة بالآداب وغيرها من أعمال العار، مثل استفزاز بعض الأشخاص للأفراد بتهديدهم بالتشهير بنشر صورهم أو اختراق حساباتهم. (بكر، 2015، الصفحات 173-174)

- نقلت "ليلي جرار" في هذا السياق بعبارة "د. ليلي 2009"، أستاذة علم الاجتماع بكلية الآداب جامعة عين شمس، وتشير إلى أن تفاعل الشباب مع الفيسبوك يؤدي إلى العديد من التأثيرات الاجتماعية الإيجابية والسلبية، الناتجة عن إتاحة فرصة والانفتاح التواصل مع الآخرين الذي يمكن أن يكون له نتائج إيجابية و سلبية، ومن النتائج الإيجابية التي أكدتها الأبحاث هي أن موقع الفيسبوك يساعد الشباب على الانفتاح على الآخرين والهروب من الوحدة التي يشعرون بها في ظروفهم الحقيقية، كما أنه يساعدهم على التخلص من ضغوط الحياة، و على إقامة علاقات اجتماعية، مما يساعدهم على التواصل مع أصدقائهم من خلال الموقع كبديل للتواصل الحقيقي، كما يساعدهم في التحقق من قدرات التكيف لدى المراهقين. هناك بعض الآثار الاجتماعية السلبية التي يساهم بها فيسبوك في ذلك، مثل الملل أو الاكتئاب من التفاعل مع الآخرين عبر الموقع لفترة طويلة، مما يجعل الشاب أكثر قلقاً لأنه يمر بمشاكلهم، والتفاعلات المتعبة ذات الطابع الاجتماعي مثل تحدث في منطقة الأسرة. التفاعل مع الآخرين الذين سيؤثرون على التفاعلات المجتمعية واللامبالاة بالمشاكل والظواهر. وشدت الدكتور ليلي على

أن "فيسبوك" يلعب دورًا أساسيًا في تكوين الكتلة الشبابية، لتأسيس ما يمكن تسميته بمدينة "فيسبوك"، حيث تم إنشاء مجموعة إلكترونية فيها شباب ينتمون إلى مجتمعات مختلفة، ومن أعمار مختلفة نسبيًا، شاركوا، ضمن الحدود الافتراضية لموقع الفيسبوك (جرار، 2012، صفحة 78).

3-7-8- المراهقين ووسائل الاتصال المتعددة (الشبكات الاجتماعية) :

إن الاستعمال الواسع لوسائل الاتصال الجديدة خاصة الشبكات الاجتماعية من قبل العديد من الأفراد خاصة فئة المراهقين والشباب أصبح من الظواهر التي يرى الإنسان العادي انعكاساتها مع كل من يتعامل مع هذه الشرائح، فاستخدام الانترنت أصبح بديلا للتفاعل الاجتماعي الصحي مع الرفاق والأقارب وأصبح هم الفرد قضاء ساعات طويلة في استكشاف مواقع الانترنت المتعددة مما يعني تغييرا في منظومة القيم الاجتماعية وقيم العمل الجماعي المشترك الذي يمثل عنصرا مهما في ثقافتنا ، فقد أصبح المراهقين يعيشون في بيئة افتراضية جديدة تزخر بمتغيرات جديدة تختلف عما هو موجود في الواقع ، مما نتج عنه العديد من السلوكيات الجديدة التي جاءت بها الوسائل الجديدة. فالمتابع للتطورات الحاصلة في مجال استخدام الوسائل المتعددة يدرك أن هذه الأخيرة لا تكترث بانتقادنا وتفنيدينا لسلبياتها ومخاطرها، ولا تراعي لما هو موجود من قيم وعادات وتقاليد وثقافات سائدة في المجتمعات، فقد أصبح المراهق يعيش في عالم مفتوح بدون رقيب ولا حسيب لما يحدث فيه، معرضا لكل ما هو مفيد وغير مفيد يبث عبر هذه الوسائل الاتصالية الإعلامية الجديدة مما يجعله يعيش في حالة من الاغتراب والعزلة داخل مجتمعه وأسرته ولا يفرق بين العالم الذي يعيشه وبين العالم الذي تصوره له هذه التكنولوجيات . فالفضاء المفتوح والقنوات الفضائية وما يُبث من أفكار وثقافات تكون في كثير من الأحيان تستهدف الفئات الهشة في المجتمع خاصة طبقة الأطفال والمراهقين التي تفتقد النضج والرشد أحيانا ، والإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وما توفره لكل من يلج فضائها من قدرة على التواصل مع الآخرين والتفاعل معهم، وتكوين صداقات قد تكون افتراضية ولكن لها أثر بالغ في تكوين شخصية الأفراد خاصة المراهقين منهم، حيث تتميز شخصية المراهق بالهشاشة نظرا لكونها في طريق التشكل وأي انحراف في أسلوب التنشئة قد تنجر عنه عواقب وخيمة، ومشكلات نفسية واجتماعية وتربوية تزداد تعقيدا مع تطور وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتي أصبح من الصعب مراقبتها وتوجيهها. (هياق، 2017، صفحة 104)

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

ونتيجة هذه المتغيرات الحديثة للمجتمع التي تكاد تنحصر في ثورة الإعلام والتكنولوجيا الاتصال والمعلومات وما تبثه من برامج ومواد إعلامية ساهمت في تغير ثقافة المراهق ومفاهيمه التي تكاد تكون واضحة على سلوكياته، من خلال اجتماع عنصري الفضول وحب الاستكشاف الذي قد يلبي ما تحتويه خدماته الجديدة من تطور والخوض فيها غير محدود وقد يوصله هذا الفضول للابتعاد عن المعايير الأخلاقية للمجتمع التي ضبطها الدين والعرف وحتى ظواهر غير صحية تؤثر على صحة العقل والجسم من خلال كل ما يراه ويشاهد من صور وفيديوهات فتخزن في عقله ويحاول تقليدها مما يشكل عالم خاص به يكون بعيد عن أسرته والدخول في نسيج اجتماعي افتراضي بعيدا عن الواقع يقدم له كل ما يلبي فضوله دون قيد أو شرط في مرحلة يمكن وصفها بأكثر المراحل توترا (بلغول، 2022/2019، صفحة 28).

تعيش المجتمعات الانسانية في العقود الأخيرة تغييرات جذرية وتطورات جديدة نتيجة لما يشهده العالم من ثورة في مجال التكنولوجيا والشبكات تمثلت بظهور الإنترنت وانتشاره وتزايد أعداد مستخدميه وهو ما أدى إلى خلق نوع من التطور الاجتماعي المتسارع وذلك بتقارب المجتمعات مع بعضها وإحداث تغيير في الروابط الاجتماعية والقيم والعادات، والتواصلات السياسية والاقتصادية الاجتماعية حول العالم الأمر الذي أفرز العديد من المصطلحات والمفاهيم الجديدة، منها مصطلح المجتمعات الافتراضية (VIRTUAL COMMUNITY)، أو الجماعات الرقمية أو كما سماه علماء الاجتماع بالكيانات على الإنترنت "COMMUNITIES ONLINE" تتشابه هذه المجتمعات الافتراضية مع المجتمعات الواقعية أطلق عليها الحياة الثانية SECOND LIFE، في وجود المستخدمين على الخط (ONLINE) يتواصلون ويتفاعلون بتبادل الأفكار والمعلومات والآراء والمشاعر بشكل افتراضي في فضاء الإنترنت لا يرتبط بمكان ولا زمان معين، فالمجتمع الافتراضي يعتبر تمثيل شبه واقعي للأشياء والأجسام والأشخاص وبيئات تواجدها، مضافا لها فكرة التفاعلية الدائمة بين المستخدم وما تحتويه المضامين التي يتم التعامل معها في البيئة الرقمية، (بودهان، 2012، صفحة 12) وفي ذات السياق يؤكد قول العالم "مارشال مالكوهن" بفكرة القرية العالمية الكونية عن زوال المكان والزمان، كما يفتح المجال للفئات المهمة والفئات العمرية الصغيرة كالشباب والمراهقين في المجتمع للتعبير عن رأسها وهوياتها في هذا الفضاء الجديد محققة بذلك نوعا من الاشباع للحاجات الاجتماعية والنفسية. العلمية والفكرية فظهرت مجتمعات افتراضية للأطفال والأصدقاء ومنتديات للتعلم والدراسة ومجتمعات البث الالكتروني، ومجتمعات الشراء الالكتروني وأخرى للعب وقضاء أوقات الفراغ وذلك

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

حسب الاهتمامات والحاجات والمواضيع المشتركة بين هؤلاء الأفراد على شبكة الانترنت وعلى الشبكات الاجتماعية التي تعتبر المعزز الاساسي في انشاء المجموعات الافتراضية أبرزها شبكة الفايسبوك التي تمكن المستخدم من انشاء مجموعة أو الانضمام الى المجموعات في مختلف المجالات.

ان أهم ما يميز المجموعات الافتراضية التي أسماها "البرتا روبرت ALBERTA ROBERT" و " ميشيل جينكنسون JENKINSON MICHAEL " المدن التي لا تنام أي يتفاعل فيها الأفراد في كل وقت هو مساعدة مستخدميها من تجاوز العلاقات ضمن النسق الواحد الذي يشكله المجتمع الى الانفتاح عن الثقافات والمجتمعات الأخرى وهذا ما يتم ضمن سياق ملائم يشكل فضاء عان اجتماعي جديد، (Dahlgren, 2016, p. 149) ينيح للمستخدمين العديد من المزايا من التعبير بحرية عن أفكارهم وآرائهم ومشاركتها وإنتاج المحتوى الإعلامي بأشكال متنوعة وجديدة، الا أنها في المقابل الآخر تؤدي الى اضعاف التفاعل الاجتماعي وتوتر في العلاقات الواقعية وكذا خلق العزلة بين الأفراد، اضافة الى أنها خلقت تجمعات افتراضية خطيرة قائمة على أساس المصلحة لإشباع الحاجات والغايات منها تلك التي المتطرفة التي تنشر أفكارا وثقافات وقيما ومعتقدات متطرفة تخالف ما هو متعارف عليه احيانا في المجتمعات التي يوجد بها هؤلاء المستخدمين ساهمت في نشر خطاب الكراهية ودفعت بالكثير من المستخدمين خاصة فئة الشباب والمراهقين إلى ارتكاب أفعال غير أخلاقية، و بالتالي أصبح ذلك الفضاء مجالاً جاذباً تتنافس فيه العديد من الأطراف والجماعات لتسويق أفكار ورؤى ذات أهداف متعددة ومحددة.

فقط رصدت العديد من الدراسات والأبحاث أن أبناء هذا الجيل يعانون من الهوس بالجلوس امام الشاشات طويلاً والإدمان على الألعاب ومواقع التواصل الاجتماعي ، منها الدراسة التي أجرتها قناة CNN الأمريكية تتعلق بتأثير مواقع الشبكات الاجتماعية على فئة المراهقين بهدف الكشف عن أسرار عالم المراهقين في عالم SOCIAL MEDIA حيث توصلت الى أن المراهقين يمكنهم تفقد مواقع التواصل الاجتماعي، والبحث عن أي جديد فيها، والقيام بمتابعة ما ينشره الآخرون عليها لأكثر من 100 مرة في اليوم الواحد، وهو ما يشبه مقياسا فوريا للمستوى الشعبية والشهرة، ويقصد بهذا علامات الإعجاب (LIKE) ورسوم القلوب التي يحصل عليها المراهق عندما ينشر شيئاً ما على صفحته، وعدم وجود ذلك أو قلته يعني افتقار المراهق للشعبية مما يؤثر سلبا عليه (العمرى، 2018، صفحة 141). كما قد نوه الباحثين إلى أن هذه الفضاءات الافتراضية أصبحت تشكل مجالا خصبا يتم ضمنه انتهاك لخصوصيات المستخدمين ، فقد خلقت سلوكيات تقليدية واضحة لدى الأفراد وخاصة

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

المراهقين من خلال كثافة البرامج أو المواقع الاجتماعية التي تبث برامج هابطة بعيدة كل البعد عن القيم المعتدلة داخل المجتمع وهذا من شأنه أن يؤدي الى اهتزاز القيم لديهم وهذا بدوره يؤدي الى اهتزاز تركيبة المجتمع والعلاقات الاجتماعية بداخله، فقد أصبح يلاحظ وجود افلاسا أخلاقيا ومشكلات سلوكية وثقافية جديدة تساهم في احداث فوضى ثقافية تؤثر على النسق القيمي في المجتمع خصوصا لدى المراهقين.

وبالتالي فالمسألة تطرح نفسه هنا في كيفية التعامل مع هذه البرامج والمواقع التي تبث في الفضاءات الافتراضية والتلفزيونية وكيف يتم الاستفادة من أفكارها وخدماتها لتجنب كل ما هو سلبي ومضر من مختلف المضامين الاعلامية، خاصة اذا كان المتلقي ينتمي لفئة مهمة وحساسة وشديدة التأثير بكل ما يحيط بها في المجتمع كفئة المراهقين كونهم يفتقدون للخبرة الكافية للتعاطي السليم مع المستجدات التي تطرأ عليه في كل حين بفضل التطور الكبير في شبكات المعلومات والاتصال فقد اصبح منفححا على العلم بكل ثقافته وعاداته الأمر الذي اثر على شخصياتهم وأفكارهم وسلوكياتهم داخل الاشارة والمجتمع ككل..

3-7-9- التآثيرات السلبية والإيجابية للشبكات الاجتماعية على المراهقين :

مما لاشك فيه أن استخدام للشبكات الاجتماعية قد شمل كافة شرائح المجتمع خاصة فئة الشباب والمراهقين ، فقد وصل أثرها إلى كل مناحي حياتنا اليومية وصارت جزءا لا يتجزأ من شخصيتنا الاجتماعية ومكونا رئيسيا من هويتنا الثقافية وفقد أصبح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أمرا مفروضا علينا جميعا اليوم لمواكبة التطورات والتغيرات الحاصلة في العالم ، لذلك فان عملية المنع أو حجب مواقع التواصل الاجتماعي يكاد مستحيلا نهائيا ، لذا يجب تعليم المراهقين كيفية الاستفادة من مختلف الشبكات الاجتماعية في ظل حتمية استخدامها وصعوبة حجها وذلك نظرا لما تحتويه من سلبيات تجعل المراهق فريسة سهلة للعابثين لتكون سببا في انحرافهم و إتباعهم للمغريات التي تعرض على مختلف المواقع حتى دون البحث عنها وتجعله ينجر ورائها لمعرفة الكثير من الأمور خاصة وهو في مرحلة عمرية مفصلية وحرجة .

3-7-9-1- التآثيرات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على المراهقين:

يرى أغلب الباحثين أنه من أهم سلبيات الشبكات الاجتماعية، محاولة أشخاص لسبب أو لآخر ما يراودتهم أو مدفوعين من جهات خارجية أو استخباراتية، بث الأفكار الهدامة، وزرع بدور الفتنة والتفرقة في المجتمع، وجمع الشباب حول ما يهدم ولا يفيد، كما أنها قد تكون مربعا خصبا للإشاعة و المعلومات المضللة، و من ثم بث الوعي

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الموهوم اضافة إلى ذلك فانه ال شيء يمنع الحكومات التي يطرد إعلامها من الباب، أن تعود من شاك التواصل الاجتماعي كي تروج لسياستها بطرق شتى وغير مباشرة. (فتلوني، 2014، الصفحات 100-101)ومن بين سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي التي تؤثر على أفكار ونفسية والمراهقين و سلوكياتهم من أهمها ما يلي :

- لقد اشار المختص الباحث الأمريكي "لاي روزين" كثرة استخدام وسائل الإعلام خاصة مواقع التواصل الاجتماعي له تأثير سلبي على صحة جميع النشء والشباب والمراهقين ، تجعلهم أكثر عرضة للإصابة بالتوتر والاكتئاب و يظهرون أحيانا أكثر ميلا للرجسية و الإصابة بالاضطرابات النفسية الأخرى ،فضلا اهتم يصبحون أكثر عرضة للمعاناة من مشكلات في المستقبل .

- إضاعة الوقت للمراهقين وذلك في التنقل عبر صفحات هذه المواقع والتحدث في أمور ليس لها قيمة، وهذا ما يأتي بالسلب على المجتمع كله وتقدمه وليس على المراهق نفسه فقط .

- الإساءة للآخرين ونشر الإشاعات والأكاذيب، فأغلب المعلومات التي تبتث عبر تلك المواقع هي مواقع غير محققة.

- إن استخدام الشبكات الاجتماعية خاصة" الفاييسبوك و تويتر" يسببان ضغط عصبي شديد على مختلف الفئات العمرية، فقدو أشار الباحثون على موقع جامعة (كامبردج) على شبكة الانترنت انه كان من المعتقد ان كبار السن فقط هم من يشعرون بضغط وسائل الاتصال الحديثة على أعصابهم إلا أن الدراسة أكدت أن هذا الأمر يحدث في كل الشرائح العمرية حتى بين المراهقين الذين يعتقد أنهم الأكثر قدرة على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة و الأكثر صبرا عليه (بورني، 2018، صفحة 320).

- شعور المراهقين بالتوتر والقلق الشديد عند فقدان الاتصال بشبكة الانترنت قد تصل في بعض الأحيان إلى الاكتئاب إذا طالت فترة الابتعاد عن الدخول لهذه المواقع و الإصابة بأمراض نفسية أخرى ،وهذا إن دل على شيء دل على الإدمان على مواقع التواصل الاجتماعي ، فقد توصل بعض الباحثين ان البقاء لساعات طويلة على هذه الشبكات أو المواقع قد يؤدي إلى الرجسية(حب النفس)، و أن الاضطراب الاجتماعي هو ابرز ملامح الرجسية للعينة التي تم وضعها تحت الفحص المكثف من مستخدمي "الفييس بوك"، بالإضافة لقائمة أخرى تشمل الغرور و الشعور بالتفوق، و اضطراب الشخصية (ياسر، 2014، صفحة 411).

- وفي دراسة قامت بها " 2017 LA ROYAL SOCIETY FOR PUBLIC HEALTH " توصلت إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر بالسلب على تقدير الذات، فوفقا لهذه الدراسة فإن الوسائط الاجتماعية مثل "أنستغرام و سناب شات" تجعلنا نشك في أنفسنا وصورتنا، وهي في الواقع تزودنا بنظرة مظلمة وخاطئة عن الآخرين، فعندما يقوم أصدقاؤك بنشر صورهم أو أشخاص مشهورين بتقديم صورة مثالية عن أنفسهم وعظمتهم، فإن ذلك يشعرهم بالوحدة، فالحياة اليومية المثالي التي ينشرها الآخرون تدفع المراهقين للتشكيك في مظهرهم أو بشكل عام في حيتهم الخاصة، ويرجع ذلك إلى ظاهرة المقارنة الاجتماعية التي نجعل ما نلاحظه في الآخرين يبدو دائما جميلا وأكثر جاذبية (مراكشي، 2020-2021)

- تعمل بعض الجهات على استغلال مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض خبيثة و غثة، حيث أن كثير من المراهقين يقوم بنشر معلومات و أفكار وصور و فيديوهات ويسجلون الاعجاب بجهات معينة تتريص بوطنهم تحاول أن تزعزع الاستقرار والأمن والسلم الداخليين للوطن دون وعي منهم، نظرا لغياب قدرة التفكير الناقد للمضامين التي يتلقونها من مواقع التواصل الاجتماعي، فقد أكد تقرير نشرته مجلة "لوما غازين و برايبيل" ملفا واسعا عن موقع الفيس بوك أكدت فيه أنه موقع استخباري صهيوني مهمته تجنيد العملاء والجواسيس للمخابرات الإسرائيلية (علي، 2014، صفحة 72).

- عرض المواد الإباحية فهناك مواقع تدعو إلى الرذيلة وإفساد الأخلاق والقيم والدين، والتي تستهوي المستخدم وتدخله في متهاتات تتنافى مع المبادئ العامة للمجتمع.

- تمكن مواقع التواصل الاجتماعي من التواصل المفتوح مع أعداد كبيرة وأجناس متنوعة من البشر في شتى بقاع العالم، من شأنه هذا أن يؤدي إلى انتشار أفكار وثقافات مختلفة تدعو إلى التطرف الفكري والتي لها آثار خطيرة على عقيدة المجتمع مسلم خاصة أن كثيرا من المراهقين التي لا يملكون رصيد معرفي كافي حول اصالة هويته الثقافية و مع وجود قلة الوعي لديهم بالدين الإسلامي، إلى جانب قلة الوعي بالطريقة الصحيحة التي يجب على الفرد المسلم إتباعها عند استخدامه لهذه المواقع والتعامل مع ما تحتويه من أفكار وثقافات سلوكية مخالفة للهوية الإسلامية، إضافة لنشر الأحاديث والروايات والتعاليم الخاطئة والمحرفة من أجل التضليل وتشتت الأفراد خاصة بالنسبة للفئة الناشئة التي أصبحت تمتلك مواقع وصفحات ومدونات خاصة دون وجود رقيب أسري (الحدادي، 2016) 95-99

- أسفرت نتائج معظم الدراسات أن الإفراط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر بالسلب على الأفراد طور التعليم أي الطلاب خاصة الفئة التي تتراوح أعمارهم بين 12-17 سنة ، كما يؤدي إلى الإدمان و الانعزال انطلاقا من إضاعة الوقت في الولوج إلى هذه المواقع التي أصبحت تقدم الكم الهائل من الخدمات الترفيهية الجذابة التي تظهر الصورة النمطية للمنفعة من استخدامها (أونيس و قراد، 2021، صفحة 172).

- انتشار مقاطع الفيديو التي لا حصر لها لتسويق ظاهرة العنف والعدوان والقسوة التي تؤدي على المدى الطويل إلى تبدل الإحساس بالخطر وقبول العنف كوسيلة لمواجهة بعض المواقف والمشاكل بين الأفراد خاصة الشباب. فقد نشرت صحيفة تلغراف" البريطانية عام 2015 تقريرا عن الجرائم المرتبطة بمواقع التواصل الاجتماعي خاصة "الفايسبوك" جاء فيه أن: "بريطانيا وحدها شهدت في عام 2011 حدوث حوالي 12.300 جريمة وفقا لبيانات الشرطة البريطانية بمعدل جريمة واحدة كل 40 دقيقة، من بينها جرائم قتل و اغتصاب وانتهاك أطفال جنسيا، واعتداء وخطف وتهديد بالقتل وتخويف واحتيال، وتفرض هذه الجرائم التي يلعب الضحايا دورا في تسهيل وقوعها تحديات كبيرة على الأجهزة الأمنية المعنية، وتزيد من مخاوف المجتمع وشعوره بافتقاد الأمن والأمان حيث يتواصل الضحايا مع الجناة على الفيسبوك بالدرجة الاولى (أونيس و قراد، 2021).

173-172

- إن تركيز استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الترفيه والتسلية في معظم البلدان العربية يزيد من تأثيراتها السلبية ، فأغلب المستخدمين ينظرون لها على أنها وسيلة للتسلية والترفيه والدرشة لا أكثر ، متجاهلين استخداماتها الإيجابية في مجال البحث والتوعية ، والحصول على المعرفة خاصة وأن العديد من الدراسات وجدت أن السبب الرئيسي في ذلك الاستخدام السيء كان وراؤه الملل والفرغ ، فانعدام المساهمات الاجتماعية والتضييق على الشباب بلا هدف في الحياة سوى التسلية عبر شبكات التواصل التي تعد النافذة الوحيدة الرخيصة نسبيا للترفيه. (ضيف، 2017)

- نجاح الصناعة الثقافية الغربية في تشويه وتنفير الفرد العربي المسلم خاصة المراهقين من ثقافته ولغته وهويته وذلك بانتشار لغات جديدة بين الشباب والمراهقين من شأنها أن إضعاف اللغة العربية (الشاعر، 2015، صفحة 69)، حيث جاءت دراسة للباحثة "ظافري الأحمري" بعنوان: "اللغة العربية وأثرها وتأثيرها في وسائل التواصل الاجتماعي " وطبقتها على عينة من مستخدمي وسائل التواصل الحديثة تراوحت أعمارهم ما

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

بين 16-45 سنة، توصلت الى أن الإهمال في الكتابة باللغة العربية الصحيحة في هذه الوسائل حتى من قبل الذين تلقوا تعليما جيدا وأكدت أن أهم ما يقع فيه المستخدمون من أخطاء هو الاختصارات غير المفيدة للكلمات فمثلا كلمة محمد تكتب " MO7AMED " وكلمة "أخبار AKBAR" وكلمة " الحمد لله HAMDL " الأمر الذي أثر على استخدام اللغة العربية والتي أصبحت لغة غير مضبوطة النحو والقواعد والصرف وبالتالي ترسخ هذه اللغة بين الاجيال الجديدة مما يزيد من الهوة بين الأجيال السابقة و الناشئة .

- الاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب بصفة عامة و المراهقين بصفة خاصة أدى إلى ظهور صور جديدة من الجرائم التي تمس الأخلاق و الحياة الخاصة لديهم، حيث أصبحت الخصوصية مهددة لنشرهم لكل ما يتعلق بهم من معلومات شخصية و صور وفيديوهات على هذه المواقع مما يسبب الكثير من الاضرار المعنوية والنفسية للشباب و المراهقين فعلى سبيل المثال الفتاة " بسنت " صاحبة 18 عاما بنت كفر الزيات في مصر التي تعرضت لانتهاك خصوصيتها و استغلالها بصورة سيئة مما أدى إلى انتحارها (محمد، 2022، الصفحات 6-7).

- يرى الباحثين ان مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك تمثل مجتمعا سلبيا يفقد المراهق القدرة على التفاعل والتعامل مع واقع الحياة الاجتماعية مع الناس من حوله، مما يؤدي إلى تدني مستويات التوافق الاجتماعي لدى المراهق. فالمراهق يحتاج إلى التوافق مع جميع مراحل حياته وتعد المراهقة من أهم المراحل التي يمر بها الإنسان، فهي مرحلة التحديات المثيرة، والتي تتطلب التوافق النفسي والاجتماعي مع التغيرات التي تحدث للفرد مع الذات والأسرة والمجتمع.

وعليه ففي ظل غياب الآليات الفاعلة لمواجهة تدفق ما يجري تمريره عبر هذه المواقع من معاول هدم أخلاقي وفكري في كثير من الأحيان إلى جانب ما يجري ضخه من حرب نفسية يراد من خلالها بناء قناعات، وتكريس صور سلبية تؤدي في نهاية المطاف إلى إحداث شرخ وخلل في فكر المتلقي، لذلك لا بد من إعادة رسم سياسة استخدام وسائل وتطبيقات التواصل الاجتماعي بمزيد من التثقيف والتحصين مع تطوير استخدامها من لغة المواجهة والدفاع على أسلوب الوقوف أمام من يريد غزو مجتمعنا فكرا وتحريضا ولا يتحقق ذلك ما لم يكن لدى شبابنا ومستخدمي هذه الوسائل الإمام بمدلولات وأهداف تلك الرسائل الموجهة وكيفية مواجهتها من خلال

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

المشاركة الإيجابية القادرة على خلق رؤية تدحض تلك الأكاذيب وما تحمله من أهداف رؤية تدحض تلك الأكاذيب وما تحمله من أهداف رؤية تدحض تلك الأكاذيب
وما تحمله من أهداف ومضامين سلبية (قمحية، 2017)30.

3-7-9-2- التأثيرات الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي على المراهقين:

- استخدام المراهق لشبكات التواصل الاجتماعي يزيده من فرص الاتصال و التواصل التعليمي كما يمكن الشباب الخجول من التمرد على الخجل و الانطواء للتواصل و الدردشة و تفرغ الشحن العاطفي و من ثم أصبحوا يتبادلون وجهات النظر الثقافية و الأدبية و السياسية مع كسب مهارات أخرى .
- تساعد شبكات التواصل الاجتماعي على التعلم عن طريق تبادل المعلومات مع أشخاص مثقفين و من بيئات مختلفة مما يؤدي الى تشجيع إبداء الرأي دون خوف و عقاب أو تسلط و يعتبر هذا محفزا على التفكير الإبداعي بأنماط وطرق مختلفة و الانفتاح ، الاجتهاد ، التجديد و تعلم مهارات التواصل الفعال.
- تتيح شبكات التواصل الاجتماعي خاصة "الفايسبوك" للمراهقين ذوي المهارات الاجتماعية الضعيفة على إقامة علاقات صداقة جديدة التي لم يتمكنوا من تحقيقها على أرض الواقع وجها لوجه نتيجة لضعف مهاراتهم الاتصالية والتواصلية مع الآخرين.
- تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي اليوم من السباب التي تبعد المراهقين عن تعاطي المخدرات وعن الانحراف وغيرها من الجرائم، لأن فيها جذب للمراهق مما يبعده عن الكثير من المشاكل (دربال و حداد، 2019، صفحة 149).
- في مجتمعاتنا العربية يقبع المراهقون تحت سيطرة أهاليهم و يتبعونهم في تصرفاتهم وعاداتهم وثقافتهم لذا فإن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر فرصة لتمير ذوات المراهقين وخلق كيان مستقل بهم عند التسجيل وتهيئة البيانات الشخصية فيها.
- تؤثر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة "الفايسبوك" تأثيرا بالغا على المراهقين وتهدف أكثر شيء هويتهم فهو فتح المجال أمام المراهقين لنشر ثقافتهم و حضاراتهم والتعرف على حضارة وثقافة الشعوب الأخرى وذلك من خلال تعزيز التقارب الثقافي والحضاري بين الدول، كما يساهم في تنظيم أسلوب حياتهم وطريقة تفكيرهم وقد عزز "الفايسبوك" هوية المراهقين من خلال نشر قيمهم والتعريف بلغتهم ودينهم ونشر حضارتهم، ومحاولة ترسيخ عاداتهم وتقاليدهم وتاريخهم النضالي الذي يعتبر الذاكرة المشتركة بين مراهقين الوطن الواحد، كما

يساعد " الفيسبوك " المراهقين على دعم تراثهم الثقافي والإنساني، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة الحوار الاجتماعي بين الشعوب، ومن تم تكوين صداقات جديدة مع مجموعات ذات اهتمام مشترك يسهل معهم عمليات التواصل والتعامل عبر المسافات بين الأفراد (بسيسو، د.س، الصفحات 5-7)

4- الممارسات العالمية في التربية الإعلامية.

1-4 نماذج رائدة في مجال التربية الإعلامية:

1-1-4 التربية الإعلامية في الدول الغربية:

لقد حدد التقرير الأوروبي للتربية الإعلامية ثلاث طرق لتدريس التربية الإعلامية في كل المستويات التعليمية تكمن في التدريس عبر المناهج الدراسية، والتدريس بطريقة تكاملية وذلك بتخصيص جزء من مادة علمية معينة للتربية الإعلامية مثل توفير لها فصل أو فصلين من مادة معينة من المواد الدراسية، كأنه تقريبا مادة في داخل مادة، التدريس من خلال مادة مستقلة بتخصيص مادة للتربية الإعلامية وفيما يلي نستعرض بعض الخبرات في الدول الأوروبية في مجال التربية الإعلامية والتي اعتمدت على أحد ثلاث طرق التدريس المذكورة سابقا:

أ- فنلندا:

عملت دولة فنلندا كبقية الدول الأوروبية على محاولة دمج التربية الإعلامية كجزء من المناهج الدراسية منذ نهاية عام 2004 بعد المراحل التطورية التي مر فيها التعليم الفنلندي، ففي الخمسينيات من القرن الماضي طرحت بعنوان "التربية السمعية البصرية"، بعدها تحولت تسمية بانتشار مصطلح التربية بشأن وسائل الاعلام الجماهيرية بذلك أصبح مصطلح التعليم الإعلامي أو التربية الإعلامية حاضرا في المناهج المدرسية الا أنه لم تكن كمادة مستقلة بذاتها وانما تم دمجها في المناهج التعليمية المختلفة في اطار مبدأ المناهج البنينة كمواد المواطنة واللغة الوطنية والأدب، أي بالطريقة التكاملية، (العتيبي، 2020، صفحة 570). ويهدف محتوى التربية الإعلامية الفنلندية على أن يتعلم التلميذ أو الطالب كيف يقرأ المحتويات الإعلامية المتعلقة بوقائع معينة ويتابع النقاش العام حيالها بالتركيز على ما يجري في وسائل الاعلام لفهم الأحداث واكتساب المقدرة على التمييز بين الحقائق ومختلف الآراء لفهم الآثار الاجتماعية للوسائل الإعلامية ومحتوياتها وتحديد موفقه منها، إضافة أنه يهدف الى أن يستجمع ثقافته الإعلامية بما يساعده على تحليل وتفسير والتقييم الناقد للنصوص الإعلامية المختلفة بالتعرف على خلفيتها والهدف المراد وكيف تؤثر غي الأفراد والمجتمع ككل. وكذا التعرف على أنشطة وسائل التواصل الإعلامي بالنظر من زاوية الرؤية

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

التي ينظر بها الكتاب والمقررين، وتعرف على تقنيات وآليات التواصل وعقد اللقاءات الإعلامية..... (الجابري، 2020، صفحة 65)، ومن المضامين التي ركزت عليها التربية الإعلامية الفنلندية تكمن في تحديد التأثير المباشر وغير المباشر مثل الاقناع والتوجيه والاستغلال، السخرية، التهكم، التعرف على أنواع النصوص المؤثرة والصور والرسائل النصية (سواء أكانت صفحات رأي أو أعمدة، أعمدة فكاهية، أو مراجعات و آراء تحريرية، تعليقات وإعلانات)، النصوص ذات الطابع الفكري مع نقد المصدر ونقد وسائل التواصل الإعلامي التي تنقلها.. (الجابري، 2020، الصفحات 65-66).

ب- الولايات المتحدة الأمريكية:

لا يخفى علينا جميعا ان الولايات المتحدة الأمريكية من أولى الدول المتفوقة في مجال الإنتاج الإعلامي في العالم، الا انها تأخرت نوعا ما مقارنة مع العديد من البلدان في بإدخال التربية الإعلامية في مناهجها التربوية بمدراسها ظهر الاهتمام بها منذ السبعينيات القرن الماضي بالموازاة مع أقره تقرير وزير الصحة سنة 1972 الذي أوضح فيه الأضرار الصحية التي يسببها التلفزيون على الأطفال والمراهقين لذلك عملت الولايات المتحدة الأمريكية على بتخصيص الموارد المالية و البشرية المختصة لإيجاد آليات وحلول للحد من تأثيرات التلفزيون من جهة، وتطوير مناهج ومهارات الرؤية النقدية التي صممت لحماية الأطفال من الصور والمشاهد النمطية للتلفزيون من جهة أخرى. (I.Yates, 2001, pp. 13-14) وعليه بدأت التربية الإعلامية تضمن كجزء من المناهج المقررة والمقدمة للطلبة في اللغة الإنجليزية والتربية المدنية والصحية والعلوم والرياضيات والفنون والعلوم الاجتماعية والتاريخ والتعليم المدني والدراسات البيئية، فعلى سبيل المثال في ولاية فلوريدا يطلب من الطلاب في التعليم الابتدائي والمرحلة المتوسطة متابعة أحد البرامج وملاحظة ما يرتبط بالصحة والتغذية وتسجيله ثم الدخول في نقاش لتحدد قيمته ومدى صحته فيعلمهم المعلم عبر هذا الاستفادة مما يتعرضون له فتتغير العادات ويتعلمون الصحي منها وبالتالي يحدث التكامل بين التربية الإعلامية مع مناهج العلوم عبر التحليل الكيميائي واستنتاج النتائج حول المواد والسلع التي تروج لها وسائل الاعلام والاتصال..... (عبد الرسول، 2015، صفحة 28)، وبالإضافة الى الجهود الرسمية التي تقدمها بعض المعاهد العليا للتربية الإعلامية منه "معهد هارفارد للتربية الإعلامية" الذي قدم أول البرامج لتدريب المعلمين في مجال التربية الإعلامية وكيفية تقديمها للطلاب، تم قيام مؤسسات المجتمع المدني كالجمعيات الأكاديمية والمنظمات التطوعية والجماعات الضاغطة والمشروعات الداعمة للتربية الإعلامية مثل:

- ALLIANCE FOR MEDIA LITERATE AMERIC (AMLA).
- ACTION COALITION FOR MEDIA EDUCATION (ACME).
- THE CULTURAL ENVIRONMENT (TCE).
- THE CENTER FOR MEDIA LITERACY (CML). (صفحة 72، 2020، قوجيل و سيدهم)

كما و تقوم التربية الإعلامية في الولايات المتحدة الأمريكية على تحقيق جملة من الأهداف منها أن تدريس التربية الإعلامية يتطلب الاستعلام والبحث الفعال والتفكير النقدي، و استخدام وسائل الاعلام كوسيلة تعليمية مساعدة لتنمية المهارات الفردية والأفكار والخبرات عند تفسير المضامين الإعلامية التي يتلقونها من مختلف وسائل الاعلام والاتصال، إضافة الى أنها تعمل على دعم المشاركة الهامة والضرورية لبناء المجتمع الديمقراطي، و على بناء وتطور مهارات الطلاب في مختلف الأعمار وهي المهارات التي يجب التدريب عليها بصورة متكاملة وتفاعلية، كما لا ننسى تعليم الطلاب وسائل الاعلام للتعبير عن آرائهم وحثهم على أحداث التغيير الإيجابي. (عبد الرسول، 2015، صفحة 30).وعليه نستنتج أن النموذج الأمريكي للتربية الإعلامية مزج بين ثلاثة مداخل تكمن في مدخل الحماية، مدخل الاعداد (ويتضمن التدريب على معالجة الرسائل الإعلامية وانتاجها) ومدخل الاستمتاع بوسائل الاعلام والاتصال. (العتيبي، 2020، صفحة 572)

ت- التربية الإعلامية في دولة كندا:

تعتبر كندا من بين دول العالم سبقا في مجال التربية الإعلامية حيث انها تعد أولى الدول التي قامت بتصميم وتطبيق عدة مشاريع منها اصدار دليل خاص بالاطار المفاهيمي للتربية الإعلامية من قبل 'وزارة التعليم بأونتاريو' الذي ساعد بإدخالها في كل مواد المنهج الدراسي، بالرغم من التقسيم الذي تعاني منه كندا الممثل في عشر محافظات وثلاثة أقاليم ولكل لديه نظام تعليمي خاص به الا انه استطاعت تطوير أطر منهجية مشتركة في المواد الرئيسة في مرحلة التعليم الأساسي من مرحلة رياض الأطفال حتى الصف الثاني عشر من سن 05-15 سنة، وقد كانت اونتاريو " ONTARAUO " أول مقاطعة كندية تقوم بتدريس التربية الإعلامية في المناهج الدراسية عام 1987م، و بقيت لفترة زمنية طويلة هي المقاطعة الوحيدة التي تقوم ببرامج رسمية في التربية الإعلامية ضمن المحتويات الدراسية لمناهج اللغات خاصة فيما يتعلق بمعايير الاتصال اللفظي والمرئي، وفي عام 2006 قامت مقاطعة "كيبيك" بإعداد منهاج جديد للصفوف من 1-11 ويلق عليه PROGRAM OF PROGRAMS الذي يحتوي

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

على ثمانية مجالات واسعة للتعليم، ويشمل كل مجال من ذلك المجالات مخرجات ذات علاقة بالتربية الإعلامية وتطور في أغلبها حول مفهوم التربية الإعلامية، والتربية الإعلامية في منهج فنون اللغة خاصة تجمع بين التحليل والإنتاج من خلال جزئين: الرؤية وهي عملية ادخال حيث المشاهدة والاستماع والقراءة بتطبيق مجموعة معقدة من مهارات فك الرموز وفهمها وتفسيرها، والتمثيل هي مخرجات تتضمن الاستجابة وأيضاً مهارات الإنتاج للعديد من الأشكال الإعلامية والقدرة على معالجة الأشكال الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والتعامل معها فهي تستهدف مساعدة الطلاب على الفهم الملعب والنقدي لبيعة الاعلام وتكتيكاته والإنتاج لرسائلهم. ومن أجل انجاح برامج التربية الإعلامية بالمدرس الكندية تم تزويد المعلمين بطرق واستراتيجيات تدريس التربية الإعلامية وبخاصة في مجال تدريس فنون اللغة الإنجليزية بالإضافة الى تعزيز برامج التربية الإعلامية بكليات التربية.

ث- التربية الاعلامية في بريطانيا:

تعتبر المملكة المتحدة من الدول الرائدة في العالم في مجال التربية الإعلامية، بدأ الاهتمام بهذا المجال منذ ستينيات القرن الماضي بتزايد أعداد المهتمين بها بظهور مجموعة من الكفاءات التي قدمت الكثير في هذا المجال منها مؤلف الباحثان "ليفز وتومسون" الموسوم بـ "الثقافة والبيئة: تدريب الوعي الناقد"، فقد أدخلت التعليم الإعلامي أو التربية الإعلامية كمادة مستقلة بصفة رسمية في نظامها التعليمي مدمجة في المناهج الدراسية في الصفوف الابتدائية والثانوية من سن 5-16 سنة باسم "الدراسات الإعلامية GCSE MEDIA STUDIES"، ومتضمنة الأطر النظرية التي تتكون من أربعة مجالات هي اللغة الإعلامية التي تتمثل في كيفية فهم المعاني التي يوصلها الإعلام باستعمال الصيغ والرموز والأعراف الإعلامية التمثيل المتمثل في معرفة كيف يصف الإعلام الأحداث والقضايا والأفراد والجماعات، وأخيراً المتلقين بدراسة وفهم كيف يفسرون ويحللون المحتوى الإعلامي وكيف يصلهم المحتوى بالطريقة المناسبة.

2-1-4 التربية الإعلامية في الدول العربية (منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا):

نعرف جميعاً أن الاهتمام بالتربية الإعلامية في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا ضعيف جداً ولا يزال موضوع التربية الإعلامية موضوعاً هامشياً في غالبية الدول العربية مقارنة مع دول العالم بسبب عدم وضوح المفهوم بحد ذاته والخلط بينه وبين الاعلام التربوي وغيره من المفاهيم، وبسبب الأوضاع التي تعيشها هذه المنطقة من عدم الاستقرار في بعض الدول العربية وبسبب الاهتمام بقضايا وأحداث أخرى.....، وخير دليل ما قدمه الباحث

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

" A GRIZZLE ، TORRENT،ABU-FADIL " في تصنيف اولي لاعتماد التربية الإعلامية والمعلوماتية في العالم العربي

والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم(9): يمثل تصنيف التربية الإعلامية في العالم العربي .Source spécifiée non valide.

التربية الإعلامية غير معروفة وغير مفهومة.	التربية الإعلامية حديثة العهد	التربية الإعلامية مدمجة نوعا ما ضمن البرامج والمؤسسات المتخصصة.	توجد برامج التربية الإعلامية على نطاق واسع ومتوفرة للمواطنين.
العراق، البحرين، الصومال، الكويت، ليبيا، السودان، سوريا، موريتانيا، اليمن، فلسطين، جزر القمر.	الامارات العربية المتحدة، الجزائر، جيبوتي.	المملكة العربية السعودية، تونس، لبنان مصر، الأردن، قطر.	لا يوجد

من البيانات الواردة في الجدول(09)، نرى أن فكرة التربية الإعلامية والمعلوماتية جديدة في جل بلدان الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وجديدة نسبياً كجمال للدراسة كما ان تطبيق البرامج التي تتناسب مع سياقها تتراوح من غير موجودة إلى نشطة بشكل محدود فهي تتجسد بخطوات ضئيلة جدا في المؤسسات التربوية وخير دليل على ذلك هو عدم تضمينها كمادة منفصلة في المناهج الدراسية ونادراً ما نجد موضوع التربية الإعلامية يتم ذكره في المدارس، وهذا ان دل على شيء دل على عدم وجود استراتيجيات مخصصة لكيفية ادراج التربية الإعلامية وتعليمها للتلاميذ في مختلف المراحل التعليمية، بل نجدها تقتصر على حلقات العمل والمؤتمرات وورش عمل فقط. ومن بين ما خرجت به هذه الورس هو تأسيس الفرع العربي للتحالف الدولي للإعلام وثقافة الإعلام، تتألف من فريق من الخبراء العرب من فلسطين ومصر، الأردن والإمارات العربية المتحدة والبحرين والسودان والكويت والمملكة العربية السعودية واليمن، لإقناع صانعي السياسات بأهمية الإعلام وثقافة المعلومات وتبادل الخبرات العربية في هذا المجال وإنشاء آلية للتعاون بين مركز من المرصد العربي والاوروبي في بشأن قضايا الإعلام العربي والأوروبي.

(torrenta, 2016, p. 21)

• تجربة التربية الإعلامية في الأردن:

كما نعلم جميعاً انه قد صارت ثقافة التربية الإعلامية والمعلوماتية، أسلوب حياة، يجب العمل على نشرها في المجتمع، لاسيما بعد التطور التكنولوجي الهائل والثورة التكنولوجية، التي أفرزت جيلاً مدمناً على استخدام الهواتف الذكية، وما يترتب على ذلك من الاستخدام السلبي لها دون رقابة على المحتوى الذي يتم نشره عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ما ساهم في نشر خطاب الكراهية والعنصرية، والتسلط عبر الإنترنت، والأخبار المضللة، إضافة إلى التعقب الإلكتروني من قبل الحكومات والشركات المزودة لخدمات الإنترنت، وذلك لتحقيق هدف ربحي، أو خدمة لأجندات ومصالح معينة.

وفي ذات السياق قدمت الأردن مثل باقي الدول العربية مشروعاً وطنياً يتمثل في تدريس التربية الإعلامية في المناهج الدراسية سواء في التعليم العام "قبل الجامعي" أو التعليم الجامعي ذاته بالشراكة مع منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) وبدعم من الاتحاد الأوروبي، وهو أحد مشاريع صندوق الملك عبد الله الثاني لتنمية في دورته الثالثة، إذ صرح "الدكتور عزمي محافظة" رئيس المجلس الأعلى بالمركز الوطني لتطوير المناهج بالأردن "مركز متخصص من أجل تطوير المشروع الوطني لتدريس التربية الإعلامية والمعلوماتية في التعليم الأردني" في تصريح خاص لمراسل وكالة أنباء الشرق الأوسط بعمان- إن المشروع الوطني يهتم بنشر مفاهيم ومهارات التعااطي الإيجابي والسليم مع وسائل الإعلام والحد من أضرارها. وأوضح "عزمي"، أن مركز التربية الإعلامية يقوم بالعمل على عدة مجالات وهي تطوير المناهج والأدلة التعليمية والتدريبية في مجالات التربية الإعلامية والمعلوماتية، وتنظيم البرامج التدريبية للشباب في مجالات التربية الإعلامية والمعلوماتية ومكافحة التطرف، وعليه فإن هذا المشروع يهدف إلى:

- تطوير رؤية وطنية أردنية في سياسات المناهج التعليمية حول "التربية الإعلامية والمعلوماتية" ودعم صانع القرار بالخبرات في هذا المجال.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

▪ تعزيز قيم المواطنة الرقمية، ومحاربة الإشاعة والتزييف، والتصدي لخطاب الكراهية، خصوصاً على منصات التواصل الاجتماعي، من خلال امتلاك المهارات اللازمة والقدرة على نقد وتقييم الأخبار والحد من انتشار المغلوط منها.

▪ تعزيز قدرات الشباب في المشاركة بإنتاج محتوى إعلامياً يخدم قيم التسامح والتعددية ويرتكز على الهوية الوطنية الجامعة وقيم الدولة الأردنية.

▪ تمكين أفراد المجتمع الأردني وتحديد الشباب من حرية التعبير والتفكير النقدي والإبداع والريادة.

▪ تعزيز مفاهيم حقوق الإنسان والحريات وسط المجتمع الأردني وتمكينه من التعبير عن نفسه والمشاركة الديمقراطية الفاعلة وتعزيز مفهوم المواطنة الرقمية.

▪ المساهمة في تحسين قدرات المجتمع الأردني على المزيد من الاندماج الاجتماعي والمشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية (الطويسى، 2016).

ويعمل مركز "مشروع" التربية الإعلامية في المجالات التالية: تطوير المناهج والأدلة التعليمية والتدريبية في مجالات التربية الإعلامية والمعلوماتية.

- تنظيم البرامج التدريبية للشباب في مجالات التربية الإعلامية والمعلوماتية ومكافحة التطرف.
- إجراء دراسات لاستطلاع الرأي العام والمسح الدوري لحالة التربية الإعلامية.
- العمل على نشر مفاهيم ومهارات التربية الإعلامية والمعلوماتية في المؤسسات التعليمية والشبابية.
- أما على مستوى المحتوى المعرفي التطبيقي فيقسم إلى ثلاثة مجالات: فهم الإعلام والاتصال الحديث. محو الأمية الإخبارية. التربية الإعلامية الرقمية.

آليات تجسيد التربية الإعلامية والمعلوماتية في الأردن:

وحول الطرق الدراسية والعملية لتدريس التربية الإعلامية في المناهج الدراسية في كافة المراحل التعليمية.. صرح نفس المصدر أن المركز يعمل على تنظيم دورات تدريبية متنوعة في هذا المجال يخضع فيها "الطلاب من كافة المستويات" لبرنامج تدريبي لمدة 5 أسبوع يتم فيه إجراء امتحان حول محو الأمية الإعلامية الهدف منه التعرف على مدى إدراك الطلبة المشاركين أساسيات التربية الإعلامية. كما يعمل المدرسين في هذه الدورات والبرامج بالتعريف بمبادئ التربية الإعلامية ومفاهيمها الأساسية من خلال التمارين ومحاكاة الوقائع لفهم عالم المعلومات وعالم

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الأخبار مقابل عالم التضليل والشائعات، من خلال التعرف على أدوات التضليل وصناعة الأخبار الكاذبة من خلال الأمثلة والتماثيل الواقعية، ومعرفة القوى المؤثرة في المحتوى الإعلامي.

وأشار إلى أن المشاركين يتدربون على شبكة الإنترنت وكيف تعمل وعلى دور الخوارزميات في التحكم في المحتوى وعلى آلية عمل شبكات التواصل الاجتماعي، ومن خلال نماذج المحاكاة يتدرب المشاركون على أدوات وأسس التحقق من المحتوى على الإنترنت والتحقق من الصور والفيديوهات ثم حماية الخصوصية الرقمية وتمييز خطاب الكراهية.

ولفت إلى أنه عقب لك ينتقل المشاركون إلى التعرف على المشاركة الإعلامية من خلال التدريب على أسس كتابة الأخبار البسيطة والتصوير وإنتاج الفيديوهات ومشاركة الصور والفيديوهات على مواقع التواصل الاجتماعي بالاعتماد على القواعد الأخلاقية، ويقسم المشاركون إلى مجموعات صغيرة لمحاكاة غرف الأخبار وتقديم نشرات مبسطة في أستوديوهات الإذاعة والتلفزيون. التربية الإعلامية في السعودية:

لم تكن المملكة العربية السعودية بمعزل عن هذا التوجه العالمي الجديد فقد أخذت -ممثلة في وزارة التعليم- على أخذ زمام المبادرة في نشر مفهوم التربية الإعلامية على مستوى دول الخليج العربي وذلك باحتضانها المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية 2007 في الرياض 2007/02/4 تحت رعاية خادم الحرمين الشريفين الملك عبد الله، تحت إشراف وتنظيم وزارة التربية والتعليم. من خلال مجموعة التوصيات التي خرج بها المؤتمر بدأت التربية الإعلامية تدخل المناهج الدراسية بعد العملية الإصلاحية التربوية التي قام بها الملك عبد الله من خلال مشروع " الإطار الوطني لمعايير مناهج التعليم العام" من أجل تحقيق التحول إلى مجتمع المعرفة في المملكة العربية السعودية، ويهدف المشروع إلى تطوير المناهج التعليمية بمفهومها الشامل لتستجيب للتطورات العلمية، والتقنية الحديثة، وتلبي الحاجات القيمية، والمعرفية والمهنية والنفسية والبدنية والعقلية والمعيشية لدى الطلبة وتحسين البيئة التعليمية وتأهيلها وتثبيتها لإدماج التقنية والنموذج الرقمي للمنهج لتكون بيئة محفزة للتعلم من أجل تحقيق مستوى أعلى من التحصيل (القرني، 2019، صفحة 128) إضافة إلى تحقيق الرؤية على أن يكون الفرد منتجا ومبدعا من خلال اجادة الثقافة التقنية والرقمية والوسائط الإعلامية الأساسية الرقمية والمعلوماتية. وبالتالي تكاملت موضوعات التربية الإعلامية مع مناهج اللغة العربية في جميع المراحل الدراسية بصورة جيدة، ففي المرحلة

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الابتدائية مثلا قدمت التربية الإعلامية عبر موضوعات متفرقة في مقرر "لغتي الخالد" للصف الثاني والثالث

والسادس الابتدائي، بهدف التعريف بوسائل الإعلام وتاريخ تطورها واستخداماتها المفيدة على الفرد والمجتمع:

- الصف الثاني الابتدائي: تم تناول درس المواصلات والاتصالات في مقرر "لغتي الجميلة" لتعريف الالب
بكيفية التعامل الإيجابي مع تقنيات الاتصال الحديثة.

- الصف الثالث الابتدائي: تم تدريس أجهزة الاتصال الحديثة، ويهدف إلى التوجيه نحو استخدام
التقنيات الحديثة في الاتصال، والتعرف على كل جديد في مجال في مجال استخدامها، وتقدير جهود المخترعين
والميل إلى البحث والابتكار والسعي إلى طلب العلم وتطوير الذات والمجتمع من خلال وسائل الاتصال الحديثة.

- الصف السادس الابتدائي: مقرر "لغتي الجميلة" درس تقنية الاتصال وتهدف إلى التعريف بتقنية
الاتصال وما تقدمه للإنسان من خدمات وأضرار سوء استخدامها وتوضيح بعض تلك التقنيات مثل: الهاتف
المحمول التلفزة الرقمية، البريد الإلكتروني (القرني، 2019، الصفحات 128-129)

أما في المرحلة الثانوية مثلا وجد أن التربية الإعلامية قدمت بكل واضح وفقا للمدخل التكاملية مع مادة
القراءة والتواصل ومادة المهارات التطبيقية- النظام الفصلي- من خلال الوحدات، وتوجد تربية إعلامية في وحدة
الإعلام الجديد ووحدة التصميم الإلكتروني وفيما يلي توضيح لهما:

أ- وحدة الإعلام الجديد: تم التطرق فيها للمفاهيم الأساسية المتعلقة بالتربية الإعلامية والإعلام الجديد
منها ما يلي:

• استكشاف مواقع الإعلام الجديد التي تخدم الدعوة إلى القيم النبيلة والأخلاق والسلوك السليم والتعليم
الذاتي المستمر.

• التعرف على مخاطر الاستخدام السلبي لوسائل الاتصال الحديثة.

• ممارسة الطلاب بعض المهارات الإعلامية لبعض الفعاليات والمناسبات المدرسية أو الاجتماعية الرسمية.

• إعداد برامج إعلامية وتقديمها وإخراجها.

• تنمية قيما واتجاهات إيجابية نحو الوظيف الإيجابي لوسائل الاتصال الحديثة كشبكات التواصل
الاجتماعي والإعلام الجديد بما يعزز انتماءه الوطني وقيمه الاجتماعية الإيجابية.

• تنفيذ مشروعا إعلاميا يساهم في تنمية قيمه ومهاراته وممارساته الإعلامية التربوية.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

ب- وحدة التصميم الإلكتروني: وتشمل على ثلاثة مواضيع تخص التربية الإعلامية وهي (صناعة الأفلام وكتابة السيناريو، صميم المشاهد المتحركة وتصميم المطبوعات الإعلانية) (القرني، 2019، صفحة 130). والشكل الآتي يوضح الإطار الوطني لمعايير المناهج بالتعليم العام بالمملكة العربية السعودية: الشكل رقم (4)

يمثل التربية الإعلامية في الإطار الوطني لمعايير المناهج بالتعليم العام السعودي. Source spécifiée non valide.

المهارات							
التفكير الإبداعي	التفكير الناقد وحل المشكلات	التواصل	التعاون والمشاركة المجتمعية	استخدام التقنية	التعلم الذاتي		
<p>التربية الإعلامية:</p> <ul style="list-style-type: none"> - بالنسبة لمجالات التعلم: تدرس الثقافة الإعلامية بالطريقة التكاملية، كما تدرس عبر المناهج ومن خلال الأنشطة غير الصفية. - يمكن تكامل التربية الإعلامية مع مجالات: اللغة العربية، الدراسات الاجتماعية والتقنية الرقمية والتربية الفنية. - بالنسبة للمهارات: تعزز الثقافة الإعلامية مهارات: التفكير الناقد، التفكير الإبداعي والتواصل، استخدام التقنية. 						التربية الإسلامية	مجالات التعلم
						اللغة العربية	
						الرياضيات	
						العلوم الطبيعية	
						الدراسات الاجتماعية	
						اللغة الإنجليزية	
						التقنية الرقمية	
						التربية الفنية	
						التربية الصحية	
						المجال الاختياري	
الأنشطة غير الصفية							
تقوى الله	الوسطية والاعتدال	تقدير الذات	الشغف المعرفي	تقدير العمل واثقانه	المسؤولية		
القيم							

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

ومن خلال هذا يمكن القول أن التربية الإعلامية في التعليم العام السعودي تقدم وفقاً للمدخل الوقائي في مستويات التعلم البسيطة دون الوصول إلى مستوى الأعلى من التفكير الناقد، مقارنة مع يمارس في دول العالم حيث تخصص مادة اللغة الأم لمدة فصل دراسي كامل للتربية الإعلامية (الجابري، 2020). 71

التربية الإعلامية في لبنان:

كانت لبنان رائدة في الترويج للتربية الإعلامية على مستوى الجامعات والمجتمع المدني بفضل حرية الإعلام النسبية وارتفاع درجة الحريات الأكاديمية إلى جانب توفر عدد من البرامج الإعلامية ومجموعة واسعة من المناهج الدراسية فد سعت العديد منظمات المجتمع المدني إلى تقديم تدريب إعلامي وتربية اعلامية منذ 2008 يستهدف بعضها الشباب في مختلف المجتمعات الريفية والأقليات في لبنان مثل منظمة "حبر لبناني" التي قدمت ورش عمل تضمن توازن التربية الإعلامية والتربية الرقمية ومهارات الكتابة والانتاج المرئي والمسموع، الا الانطلاق الفعلي لدورة التربية الإعلامية المتكاملة الاولى كان في جامعة لبنان في خريف عام 2009، ارتكزت على منهاج أعدته أكاديمية "سالزبورغ" للتغيير الإعلامي والعالمي، استقطبت الدورة العديد من طلاب الجامعة الأمريكية في بيروت بسبب دمج كفاءة التربية الإعلامية النقدية من جهة مع مهارات التربية الرقمية من جهة أخرى تناولت فيها أمثلة ذات صلة بالواقع المحلي مثل الطائفية الدينية والدعم السياسي للمؤسسات الإعلامية، وفي اطار الجهود الرامية إلى تعزيز التربية الإعلامية في لبنان وفي المنطقة عقدت الجامعة الأمريكية في بيروت مؤتمراً دولياً بعنوان التربية الإعلامية الرقمية توجهات جديدة" بدعم من مؤسسات المجتمع المفتوح تزامن عقد هذا المؤتمر مع الثورات العربية وساهم في تحقيق النجاح بالترويج للحاجة إلى التربية الإعلامي في المنطقة. عبر المشاركين عن اهتمامهم في تدريس التربية الإعلامية في مؤسساتهم ولكن اشتكوا من التحديات التي يواجهونها لا سيما شح المواد المنهاج باللغة العربية او ضعف مهارات التدريس الدورة.

بالتالي أوصى تقرير المؤتمر بعقد أكاديمية سنوية تدرب أساتذة الإعلام العرب على التربية الرقمية والإعلامية وتضع مواد منهاج في اللغة العربية. وبدعم من منظمات المجتمع المفتوح، انطلقت الأكاديمية في صيف 2013. إلى ذلك، ونزولاً عند طلب مجموعة من المدارس والجامعات اللبنانية، عرض أساتذة الجامعة الأمريكية في بيروت منهاج التربية الإعلامية الذي يعتمدونه في محاضرات في مختلف أنحاء الدولة. ضمت جامعتان جزءاً من المنهاج في دورات الاتصالات الخاصة بها، وعبرت عدة جامعات أخرى عن اهتمامها في تطوير دورات تربية إعلامية

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

شاملة بعد المشاركة في الأكاديمية في الصيف. إلى ذلك، أظهرت العديد من المدارس اعتمادها في تضمين التربية الإعلامية في تدريسها، إلا أن قلة منها اتخذت خطوات ملموسة لتنفيذها.

التربية الإعلامية في الجزائر:

من خلال قراءتنا لواقع التربية الإعلامية في الجزائر نلاحظ أنه قد تأخر الاهتمام بها مقارنة مع بعض الدول العربية التي كانت سباقة في ادراج التربية الإعلامية ضمن مناهجها التربوية كالأردن ولبنان، فقد بدأ الاهتمام بالتربية الإعلامية علميا وتربويا واعلاميا في سنة 2017 بظهور اللعبة الالكترونية " الحوت الأزرق " التي خلفت آثار سلبية على مستخدميها حيث أدت الى انتحار ما يقارب 20 طفلا ومراهق ، الأمر الذي شغل الراي العام الجزائري بضرورة البحث عن حلول عملية سريعة لحماية الأطفال والمراهقين من أخطار هذه اللعبة ومن تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة عامة، هذا الاهتمام كان أكاديميا فقط خلال السنوات الخمس الأخيرة من خلال العديد من المقالات العلمية من قبل الباحثين المهتمين بالمجال بتناول الموضوع من زوايا مختلفة ، بالإضافة الى المنتقيات والأيام الدراسية في الجامعات الجزائرية التي جعلت موضوع التربية الإعلامية عنوانها منها المؤتمر العالمي المعنون " بالتربية الإعلامية في ظل عالم متغير " الذي انعقد في جامعة " العربي التبسي " بولاية تبسة في أفريل 2018 الذي شهد مشاركة كبيرة من قبل باحثين من داخل وخارج الجزائر، ثم جاء بعده الملتقى الدولي الموسوم ب" الدراسة الإعلامية والمعلوماتية في العصر الرقمي " الطي نظمته جامعة ورقلة في شهر مارس 2022 ، وقد خرجت هه الجهود العلمية كلها الى ضرورة إدماج التربية الإعلامية في المناهج التربوية في كل المراحل التعليمية اضافة الى ضرورة وضع استراتيجية وطنية للتربية الإعلامية تشارك فيها أغلب ومؤسسات التنشئة الاجتماعية بدءا من وزارة التربية الوطنية ووزارة الشباب والرياضة ، الجامعات خاصة الباحثين في علوم التربية وعلوم الإعلام والاتصال وكذا المؤسسات الإعلامية وكافة مؤسسات المجتمع المدني.

لكن لحد الآن لم تحظى هذه الجهود الأكاديمية والعلمية باهتمام المؤسسات الرسمية كوزارة التربية والتعليم التي لا زالت تتخبط في العديد من المشاكل والمطبات وتبحث عن نظم واضحة الملامح والأهداف لترقية وعصرنة أساليب التدريس وإعادة النظر في المواد الدراسية ولتفادي كافة الإشكالات المتعلقة بالقطاع ككل كالسرب المدرسي، التأطير، الاكتظاظ.... وغيرها هذا كله يحول دون التمكن من العمل في بيئة مستقرة لنجاح مشروع التربية الإعلامية باعتبار أن النظم التعليمية الحاضن الأول الذي يضمن له تجسيدها أكاديميا و ممنهجا

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

نظرا لأنها من أهم البرامج التي تسمح بتنشئة الأفراد وفق معايير سليمة تمكنهم من فهم حقيقة الصناعات الإعلامية عبر العالم. (أمقران و بوعيفي، 2018، صفحة 18).

ومن خلال ما تم طرحه أعلاه فيما يتعلق بالممارسات العالمية في التربية الإعلامية نستنتج وجود اهتمام متزايد و كبير بتضمين التربية الإعلامية في المناهج الدراسية في مختلف دول العالم، فهناك دول كانت رائدة وسباقه بإدخالها ضمن مناهجها التعليمية ووضعت لها البرامج القوية و المعايير والآليات اللازمة لتجسيدها على أرض الواقع وأصبحت تشكل قاعدة تربوية وعنصرأ أساسيا والزاميا في العديد من برامجها الدراسية في كل المراحل التعليمية ككندا و بريطانيا، كما وجدنا هناك دول حديثة في تطبيقها لاكتشافها المتأخر مدى قيمتها وأهميتها في تعليم الأطفال كيفية التعامل الايجابي مع تكنولوجيات الاعلام والاتصال وبذلك أصبحت تدرس بصفة رسمية في مختلف المراحل التعليمية كالولايات المتحدة الأمريكية، وفي الجانب الآخر من خلال قراءتنا التحليلية وجدنا غياب شبه تام و رسمي لهذه المادة في دولنا العربية الا أنه توجد بعض المبادرات والمحاولات الهادفة المدعومة من طرف منظمة اليونيسكو بشأن التعليم الإعلامي في منطقة الشر الأوسط والبحر المتوسط، و خير دليل على ذلك ما قامت به لبنان والمملكة السعودية في مؤتمر الدولي للتربية الإعلامية المنعقد في الرياض الذي خلص الى ضرورة الاهتمام والعناية بمناهج التربية الإعلامية في مراحل التعليم بتضمين التربية الإعلامية كجزء داخل بعض المواد الدراسية اذا عملت السعودية في تضمينها في المرحلة الابتدائية درس المواصلات والاتصالات في مقرر "لغتي الجميلة" وفي المرحلة الثانوية قدمت التربية الإعلامية بشكل واضح وفقا للمدخل التكامل مع مادة القراءة والتواصل ومادة المهارات التطبيقية- النظام الفصلي- من خلال الوحدات، وتوجد تربية إعلامية في وحدة الإعلام الجديد ووحدة التصميم الإلكتروني.

كما نستنتج أيضا أن معظم الدول اعتمدت على المنهج التكامل في دمج التربية الإعلامية في المناهج والبرامج التعليمية والذي يستدعي دمج التربية الإعلامية بالتكامل مع مواد معينة والتي تكون في كثير من الأحيان مع اللغة الأم في الدولة، وكذا المنهج المستقل الذي يفرض وجود مادة مستقلة منفصلة خاصة بالتربية الاعلامية تعالج مفاهيم ذات العلاقة كالمواطنة الفعالة والتربية البيئية والاعلام والتفكر النقدي وغيرها كما هو معمول به في دولة فنلندا. وعليه فلكل منهج من هذه المناهج إيجابيات وسلبيات، فالمدخل الأول سيلقى المزيد من الأعباء على كاهل المعلم الذي يتعب من كثرة المناهج الدراسية وتعدد فروع بعض المناهج، وكذلك نفس الشيء بالنسبة للمدخل الخاص

بتضمين وحدات مستقلة ضمن المنهج، إضافة الى صعوبة تخصيص وحدات خاصة بها في بعض المناهج ولكن قد يكون الأمر أكثر مناسبة إذا ما تلعبنا المدخل الثاني (المدخل التكاملي) والأمر يحتاج إلى المزيد من البحث لتحديد المدخل الأمثل. (القرني، 2019، صفحة 128)

4-2- مؤسسات التنشئة الاجتماعية والتربية الإعلامية.

4-2-1 دور الأسرة في التربية الإعلامية:

تعتبر الأسرة البناء الاجتماعي الأول الذي تتولى فيه الإشراف على رعاية وتوجيه الطفل وتوفير حاجياته المادية والنفسية والاجتماعية بما يتناسب مع نموه الزمني والعقلي، فهي النموذج الأول الذي يقابله الطفل في حياته ويقتدي بتصرفاتها وعن طريقها يكتسب لغة الأسرة والمجتمع وقيمه ومعاييره واتجاهاته فتتشكل بذلك أنماط سلوكه، فالأسرة تتسم بسمات وخصائص جعلت منها أداة ذات فاعلية وتأثير على أفعال وتصرفات أفرادها فهي بمثابة قاطرة للوعي الاجتماعي في المجتمع.

فالأسرة هي الوحدة الأولى للمجتمع، وأولى مؤسساته التي تكون فيها العلاقات -في الغالب الأعم- من نوع العلاقات المباشرة التي ينشأ فيها الفرد ويتم في إطارها المراحل الأولى من تنشئته الاجتماعية أو تطبيعته الاجتماعي، والتي يقع على عاتقها بناء شخصيات الأجيال المتعاقبة وتعزيز هويتهم، ويكتسب عن طريق التفاعل معها الكثير من معارفه ومهاراته وميوله وقيمه وعواطفه واتجاهاته في الحياة، كما تعد الجماعة التي يرتبط فيها بأوثق العلاقات، وتقوم بتشكيل سلوك الفرد في جميع مراحل حياته ويجد فيها أمنه وسكينته. (الخيون، 2018، صفحة 07)

مما لا شك فيه أننا نعيش اليوم في عصر تلاشت فيه كل الحدود الثقافية والتواصلية بين مختلف المجتمعات عبر العالم وهذا بفضل وسائل الإعلام التي احتلت مكانة كبيرة في الحياة اليومية للأفراد الصغار منهم والكبار، إذ باتت مساهما أساسيا في بلورة تفكير الأطفال، والسؤال هنا يطرح نفسه كيف يمكن التعامل هذه الوسائل للاستفادة من تأثيراتها الإيجابية وابعاد سلبياتها عن محيط الأسرة؟ فبرغم من أنها ليست مسألة سهلة إلا أنها في الوقت ذاته ليست مسألة مستحيلة فالكيفية التي يمكن ان نعالج بها هذه المشكلة وضبط ما يعرض للطفل عبر مختلف الوسائل الاتصالية والإعلامية أهمها مواقع التواصل الاجتماعي، ويمكن الفكاك منها متى أدركنا خطورتها البالغة، ومتى تعاونت المؤسسات الاجتماعية المختلفة كالأسرة والمدرسة.... والمعنية بضبط أوقات متابعة الأطفال لهاته المواقع أو الوسائل وتوجيههم وإيجاد البدائل مثل: كتوجيه الأطفال والمراهقين نحو عمل أمور أخرى:

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

كلعب الرياضة أو مطالعة بعض الكتب وغيرها من الأمور، إضافة الى أنه لا بد أن تعمل الأسرة على تسيير أوقات الأطفال بشكل ايجابي عندما يكونوا في فترات الفراغ كالعطل، كما لا ننسى أيضا الى أهمية التركيز على نشر الوعي اللازم الذي بين مخاطر ومضار ومساوئ المكوث الطويل امام شاشات الفضائيات صحيا وفكريا واجتماعيا. وبناء عليه، يبرز الدور التربوي للأسرة من خلال تثقيف الأطفال مبنيا على تقييم ناقد وتعليمهم مجموعة القيم والمبادئ بما يجعلهم يكتسبون موقفًا لوسائل الاعلام من وجهة نظر علمية وواقعية، فإذا قدم الآباء قواعد السلوك المنضبط، وأوضحوا للأطفال أن الجرائم والعنف والحياة الخيالية أمور غير مرغوب فيها، فإن الأطفال يكبرون وهم يحملون مواقف إيجابية، ويتحلون بنفسية تحمهم من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام والاتصال.

4-2-2 مبادئ التربية الإعلامية داخل الأسرة: هناك مجموعة من النصائح والتوجيهات لتي تقدمها التربية الإعلامية للأسر بغرض مساعدتهم في التحكم في أنماط تعرض أولادهم لمختلف وسائل الإعلام منها بما يلي:

- محاولة عدم ترك الطفل مدة طويلة أمام التلفزيون وأحسن وسيلة لمنع استمرار المشاهدة هو طلب المساعدة منه لتأدية أعمال صغيرة ورمزية في المنزل أو حثه على اللعب أو أي أشياء تنمي خياله، فالتحدث واللعب والقراءة مع الأطفال يحدث تأثيرا تربويا أفضل. فمعظم الأبحاث توصلت الى أن كثرة مشاهدة التلفزيون تحد من نمو التفكير النقدي في عقل الطفل.

- العمل على وضع قوانين عادلة ومنطقية بشأن استخدام وسائل الإعلام المتوفرة في المنزل بهدف ترتيب المنزل وتهيئته ليكون بيئة إعلامية اتصالية إيجابية.

- العمل على تحفيز النقاش الأسري من خلال أشراك الأطفال والمراهقين في الحلقة النقاشية حول مختلف المضامين الإعلامية وتأثيراتها المتنوعة المتعرض لها. (درويش، 2006، صفحة 207) فمناقشة المحتويات الإعلامية بين الآباء والأبناء تساعدهم من توضيح الواقع الحقيقي للأطفال من خلال تقديم لهم (الأطفال) تعليق أو توضيح وتفسير لهاته المضامين كالإشارة بأن السلوك المشاهد غير صحيح وغير مقبول، الأمر الذي من شأنه ان يساهم في توليد تفكير وسلوك يرتكز على مهارات التفكير النقدي بطرح العديد من الأسئلة حول ما يتلقونه من مضامين مختلفة، لذلك فمناقشة الأسرة لأبنائها أثناء وبعد التعرض لوسائل الإعلام حول ما تقدمه من مضامين ومحتويات متنوعة هو لب عملية التربية الإعلامية الأسرية.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

- إن منع الأطفال من التعرض لوسائل الإعلام ليس الأسلوب الصحيح لحمايتهم من أخطارها، وانما الأسلوب البديل والأفضل لذلك هو منح الطفل الحرية في التعبير عن فكرته وابداء وجهات نظره حول ما يراه لإخراج مخاوفه وانشغالاته وعدم ربط المنع من مشاهدة البرامج التلفزيونية بالعقوبة.

- الحد من استهلاك الأبناء لوسائل الإعلام من خلال تحديد أوقات التعرض بحيث لا يجب أن يتعدى وقت المشاهدة ساعة أو ساعتين في اليوم، بهذه الطريقة يتعود الطفل لا اراديا على غلق الجهاز والتجكم بساعات المشاهدة بدون مراقبة ونفس الشيء بالنسبة للأجهزة الالكترونية كالكمبيوتر المتصل بشبكة الانترنت، وبذلك نستطيع التقليل من التعرض للبرامج والمضامين الإعلامية التي تهدف الى خلق نوع من التنميط في شخصيات الأطفال وسلوكياتهم الأمر يحد من إمكانيات الأطفال ويجرهم إلى القيام بأفعال خطيرة من خلال تقليد المشاهد المليئة بالإثارة و بالعنف.

- التخطيط بحرص ومناقشة الاختيارات الإعلامية مع الأبناء ومساعدتهم على ممارسة مهارات التحليل والتفسير والنقد في كل ما يتعرضون له من مضامين إعلامية ولفت انتباههم للبرامج الجيدة والأكثر افادة مما يؤهله تدريجيا ليضع بنفس أولوياته ويختار ما يريده من برامج ومحتويات (حدادي و أعراب، 2017، الصفحات 172-173).

- العمل على التقويم المستمر لتفاعل الاطفال مع الوسائل الاعلامية والمواقع الالكترونية وإرشادهم الى عدم الاطالة أمام هذه الوسائل والمواقع.

- الجلوس مع الاطفال عند مشاهدة البرامج الإعلامية، ومعرفة ما اذا كانت هذه البرامج وما تحتويه من مضامين قيم تخالف القيم والمعتقدات الدينية في المجتمع أو كانت تحتوي على مشاهد ايحاءات جنسية أو مشاهد العنف وغير لك من المحتويات التي تؤثر على التنشئة الاجتماعية السليمة للأطفال والمراهقين، اذ يرى بعض من علم النفس والاجتماع بأن البرامج الإعلامية ساعدت على إضعاف التنشئة الأسرية للأطفال نتيجة للنماذج الخاطئة والسلبية التي تقدمها تلك البرامج على أنها نماذج يحتذى بها، كما أن التناقض الذي يشعر به الطفل جزءا ما يتلقاه من أساليب التنشئة الأسرية وما يبثه التلفزيون من هذه البرامج الخاطئة يأتي مناقضا لمضمون هذه الأساليب مما عمل على توسيع دائرة الخلاف بين الأطفال وأبائهم. (كتاف و بونهاك، 2019، صفحة 06)

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

من خلال قراءة بعض الدراسات المتعلقة بتجارب الدول المتقدمة خاصة كندا والمملكة المتحدة في التربية الإعلامية أن هناك خطوات أساسية يجب ان تتبعها الأسرة من أجل تحقيق تربية إعلامية صحيحة يمكن ايجازها في النقاط التالية:

- يجب على الوالدين أن يكونا نماذج جيدة وقدوة حسنة للتعامل معه مختلف أجهزة وسائل الإعلام وذلك خلال عدم وضع الكمبيوتر والهواتف والتلفزيون في أماكن النوم الأطفال حتى لا تزيد ساعات المشاهدة عندهم.
 - مكافأة الأطفال عند الابتعاد عن استعمال وسائل الإعلام.
 - وضع أعراف اتصالية عامة تؤطر طرق حصول الأطفال على المعلومات من وسائل الإعلام خاصة مواقع التواصل الاجتماعي في العصر الحالي.
 - المناقشة النشطة لمضمون وسائل الإعلام والتي تسمى بالتدخل النشط في مشاهدة الأطفال للمضامين الإعلامية عبر مختلف وسائل الاعلام كمواقع التواصل الاجتماعي (حميدة، 2016/2015، الصفحات 147-148)
- 4-2-3 دور المدرسة في التربية الإعلامية:

تعتبر المدرسة مؤسسة اجتماعية ذات مهمة نبيلة وهي أساس بناء الفرد والمجتمع وتكوين شخصيته وتزويده بالقيم الإسلامية والمثل العليا، حيث يؤكد الكثير من التربويين أهمية المدرسة في اكساب الطفل المعارف والمهارات التي تساعده على الإسهام في بناء مجتمعه وتنميته وتطويره عليما وثقافيا واقتصاديا وحضاريا وسلوكيا، فالمدرسة هي عنصر مكمل لدور الأسرة فلها الدور الأكبر في تنشئة الطفل الاجتماعية بعد الأسرة، فهي أهم مرحلة في حياة الطفل في تكوين شخصيته وتنميته.

ويعرفها ناصر بأنها "مؤسسة اجتماعية أنشأها المجتمع عن قصد لتتولى الأجيال الجديدة بما يجعل أعضاء صالحين في المجتمع الذي تعدهم له، كما تعمل على تنمية متكاملة ليصبحوا أعضاء ايجابيين في المجتمع (ابراهيم، 2016، الصفحات 01-2). إذا فالمدرسة وحدة وبيئة اجتماعية متميزة لا تكتفي بمجرد نقل المعلومات ودور التلقين بل تجاوزات ذلك الى تزويد الفرد بتربية جسمية وعقلية، روحية، ووجدانية شاملة لبناء شخصية متزنة.

وتعتبر أيضا المدرسة المؤسسة الاجتماعية بعد الأسرة التي يقضي فيها الطالب فترة طويلة نسبيا، والتي تسهم في عملية التنشئة الاجتماعية وفي نقل وتزويد الطالب بالخبرات والمهارات اللازمة التي تمكنه من مواجهة مطالب

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الحياة كما توفر الظروف المناسبة للنمو الجسدي والعقلي والاجتماعي والخلقي فضلا عن تأثيرها في سلوك وشخصية الطالب (مرعي، 2019، صفحة 811).

4-2-4 مزايا وجود التربية الإعلامية داخل المدرسة:

وتكمن أهمية التربية الإعلامية بالنسبة للطلبة في اكسابهم المعارف والمهارات وتحقيق التواصل بين المدرسة والأسرة، كما أنها تلعب دورا بارزا في مساعدة الطلبة على تفسير الأمور واستيعابها والمشاركة في حل المشكلات وعلى امتلاك المهارات والقدرات التحليلية في إدراك وفهم القضايا المحلية والإقليمية الدولية، بينما للتربية الإعلامية العديد من المزايا للطلبة منها إعداد الطلبة للتعايش مع الآخرين، والتفاهم مع الغير وكذا مساعدتهم على إدراك واقعه عند الآخرين سواء كان هؤلاء الآخرين في الداخل أو الخارج فتكون التربية الإعلامية المدرسية بذلك وسيلة جوهرية في لتصحيح المفاهيم التي تكتنز بعوامل التفرقة والاختلاف المذموم والصور الانطباعية والصورة المضادة للآخر وتدريبهم أيضا على التفكير العلمي من خلال تعزيز مفاهيم الإصغاء والموضوعية واسقاط المواد الدراسية بالأحداث. والوقائع الحقيقية، إضافة الى انها تساعد في فهم الطلبة للثقافة المجتمعية والعالمية والقضاء على مشكلة الأمية الحضارية والامية التكنولوجية وغيرها وأخيرا تسهم في تعزيز الانتقاء الصحيح من البرامج الإعلامية الثقافية والتعليمية والترفيهية (أبو الحسن، 2019، الصفحات 107-).

4-2-5 الأنشطة الإعلامية المدرسية:

لقد كانت الدول المتقدمة أمثال فرنسا وكندا والولايات المتحدة الأمريكية، سباقة إلى حتمية ادخال وسائل الإعلام إلى المدرسة فقد أشار تقرير CHRISTINE BOUTIN في السبعينيات إلى ذلك عندما قدم اقتراحاته إلى لجنة الشؤون الثقافية والأسرية والاجتماعية بالبرلمان الفرنسي، حيث جاء فيه أن "التربية الإعلامية يجب أن تكون أجدى أولويات بناء الصرح التعليمي." من بين هذه الوسائل نجد ما يلي:

أ- الإذاعة المدرسية:

تعتبر الإذاعة المدرسية ملمحا مهما من ملامح الحياة المدرسية، فهي وسيلة مهمة في بناء شخصية الطالب وصلها، وجعلها أكثر اجتماعية من خلال التواصل الجماعي مع الطلاب والمعلمين في بيئة مدرسية، وتعي في نفس الطالب القدرة على الحديث في جموع المستمعين بجرأة ولباقة بعيدا عن الارتباك والخوف، وتقضي على كل نوازع الخجل والانطواء، وتساعد في تدريب الطلاب على الإلقاء الجيد والقراءة السليم وحسن الاستماع والإنصات

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

واكتشاف وقتل المواهب والقدرات وتعويد الطلاب على التعبير عن آرائهم والقدرة على النقا وإدارة الحوار. فهي تهدف الى صقل مواهب التلاميذ وتعودهم الجرأة والوقوف أمام الجماهير كما انها تدعم ثقافتهم وتجعلهم أحرص على الثقافة، كما تقوم بخدمة المناهج الدراسية باعتبارها احدى المصادر الهامة لزيادة المعرفة وتحقيق وتعميق القيم الدينية والخلقية والتي تعدل من سلوكيات الطلاب ومحاولة التوعية بمشكلات البيئة، ويقوم تلاميذ المرحلة الإعدادية بإعداد برامج إذاعية تتضمن برامج دينية(القرآن والأحاديث) ومقابلات شخصية(مقابلات مع المسؤولين بالمدرسة) وبرامج ترفهية لك مما يدعو لضرورة الاهتمام بها حيث انها تعد فرة جيدة لاكتشاف المواهب التي تمكن اطلاب من أن يصبحوا إعلاميين ناجحون. (محمد، 2019، صفحة 143) ولذلك يكمن تحديد دور الإذاعة

المدرسية في تحقيق التربية الإعلامية في النقاط التالية:

- تسهيل اتصال إدارة المدرسة بالمعلمين وكذلك التلاميذ.
- تعد وسيلة أساسية في تنظيم فقرات اليوم الدراسي وخدمة الحياة المدرسية ونشر الوعي الديني والثقافي بين الطلاب.
- تساعد الطلاب على حسن الاستماع وتنمية القدرة على الإلقاء والقراءة السليمة من خلال ما تقدمه من مقالات إذاعية أو أحاديث أو حوارات يعدها الطاب ويقدمونها مما يساعد وبصورة كبيرة في أهداف التربية الإعلامية (محمد، 2019، صفحة 143).

ب- الصحافة المدرسية:

تمثل الصحافة المدرسية أهم الأنشطة الإعلامية داخل المدرسة وخارجها بوصفها النواة الأولى للممارسة العمل الإعلامي، كما أنها نوع من أعرق النشاط المدرسي الذي يلقي إقبالا واهتماما متزايدا من الطلاب فهي نشاط مدرسي يمارس عن طري فنون الإعلام المبسطة السهلة الجذابة والشيقة والتي تجعله محبوبا لدى الطلاب (مرعي، 2019، صفحة 823). تأخذ الصحافة المدرسية أشكالا متعددة منها: صحف الحائط وهي أكثر أنواع الصحف المدرسية انتشارا نظرا لقلّة تكاليفها، وأيضا هناك سبورة الأخبار وهي سبورة تتوسط فناء المدرسة تحتوي على حكمة اليوم وقول مأثور وأخبار خفيفة إضافة إلى التعليمات المدرسية، يقوم الطلاب بإخراجها وتحريرها بأنفسهم تحت إشراف إخصائي الإعلام التربوي في بعض الدول العربية (مخيمر، 2017، صفحة 481)، كل هذه الصحف تؤدي الى تنمية الطلاب وتربيتهم من خلال الموضوعات التي يتم تناولها في هذه الصحف بهدف غرس القيم التربوية

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

النبيلة بطريقة غير مباشرة حيث تبني الأخلاق الفاضلة و السلوكيات الحميدة.، كما أنها أيضا تشجع على القراءة الحرة للطلاب مما يشكل نوعا من القدرة على التمييز بين الادعاءات الحقائق الأمر الذي ينعكس على بناء شخصية الطالب بناءا تربويا سليما. وعليه فقد أصبحت الصحافة المدرسية وسيلة تربوية إعلامية والتي استطاعت أن تحتل مكانة سامية بين الأنشطة الاجتماعية والثقافية والفنية والعلمية، كما أنها أصبحت أداة من أدوات التربية الإعلامية فهي تقوم بدور فعال ومثمر في تحقيق الأهداف التربوية للطلاب من حيث تنمية مهاراتهم ومفاهيمهم العلمية باعتبارها:

- مصدرا متجددا ومتطورا للمعلومات المتنوعة والشاملة لبناء الشخصية الإنسانية المتكاملة، إضافة ترسيخ القيم الروحية والاجتماعية والعلمية في نفوس الطلاب واكسابهم الاتجاهات والقيم والمثل التي تساعدهم تعديل السلوك السليم طبا للمعايير الاجتماعية.

- تدريب الطلاب على العمل الصحفي بالتمسك بالصدق في نقل الخبر والأمانة والدقة في صياغته، وكذا تنمية قدرة الطالب على التعبير الذاتي الخلاق والفني والمبدع عن خبرته وأفكاره وآرائه حول مختلف المواضيع المتعلقة المجتمع.

- تدريب الطلاب على التعاون من خلال جمع المعلومات وتحريرها وكتابتها وتصميمها ورسم ما يلزم من الرسومات والصور من أجل عملية التنفيذ بأكملها.

- الربط بين محتوى الصحافة المدرسية والمقررات الدراسية وهي أن ترتبط بين ما تحتوي عليه الصحافة المدرسية من معلومات من ناحية وبين المحتوى الدراسي للمقررات الدراسية من ناحية أخرى، ويمكن أن تقوم الصحافة المدرسية بتحقيق هذا الهدف باستخدام المعلومات المستوحاة من كتب الجغرافيا لإثراء معلومات الطالب حول المدن.

وبالتالي نستنتج أن الصحافة المدرسية تؤدي دورا عظيما في تدريب الطلاب على القراءة النقدية الواعية ومهارة تفسير المعلومات والمعارف داخل الحرم المدرسي بصفة خاصة ووسائل الإعلام بصفة عامة.

ج- التلفزيون في المؤسسة المدرسية:

ليس هناك اختلاف بين المهتمين بوسائل الإعلام في مجال التربية والتعليم أو بين الإعلاميين والتربويين في كون التلفزيون أداة وطريقة تربوية يمكن أن تجلب الكثير للمسؤولين على قطاعي التربية والتعليم المدرسي، فلقد

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

أكدت العديد من الدراسات و الأبحاث أن المدرسة لا يمكنها في أي حال من الأحوال تجاهل نشاط و أثر التلفزيون على أساس ان البرامج والمعلومات المعروضة في التلفزيون هوي في الغالب أحد الموضوعات الرئيسية للمناقشات التي يشهدها الوسط التربوي وفي مقدمته التلاميذ، ذلك أن العديد من البرامج التلفزيونية هي مرجع اساسي للعديد من الدروس التي يتعرضون إليها في الفصل الدراسي. ثم أن إمكانية استغلال الصورة التلفزيونية كأداة تربوية قوية في مجال الشرح والتفسير من قبل المعلمين في البيئة المدرسية، وأخيرا أدى النمو المتزايد لظاهرة التمدد وامتداد سنواتها الإلزامية الى جعل المسؤولين على التعليم يفكرون في ضرورة إعادة النظر في أساليب التعليم بطريقة تسمح بتحديد التكاليف وتقليصها، واستخدام وسائل جديدة تحقق هذه الغاية (شطاح، صفحة 06) في هذا السياق يجب التأكيد على استخدام التلفزيون في المدرسة أو التلفزيون التعليمي تجربة عملت عليها العديد من الدول في أواخر الستينيات، بدا نشأت في بريطانيا من خلال تجربة "الجامعة المفتوحة" أحد أكثر التجارب نجاحًا في استخدام وسائل الإعلام في التعليم الابتدائي. ليتم بعدها مباشرة نقل الخبرة الى دول العالم الثالث ليستخدم التلفاز في المدارس في دولة السلفادور وساحل العاج، و منذ عام 1967 اتخذت هذه الأخيرة سلسلة من التدابير التي تهدف إلى تحويل التعليم الابتدائي تدريجيا إلى تعليم قائم على التلقين والتوجيه المتلفز يقدم تعليمًا تعليميًا متلفرًا إلا أن الشيء المتفق عليه انها كانت تجارب فاشلة لأسباب منها عدم ملائمة التلفزيون لبيئة تعليمية يسيطر عليها الكتاب المطبوع اضافة الى أن التلفزيون ظل لفترة طويلة يستخدم في مجال التعليم بطابعه السلبي كوسيلة إعلام أحادية الاتجاه بعيدا عن كل أشكال التفاعلية التي باتت تميز التلفزيون في الوقت الراهن، ثم لا ننسى اتساع الفجوة بين الإعلاميين والتربويين بسبب عدم تدريب التربويين على استخدام الوسائل السمعية البصرية في العملية التعليمية. (شطاح، صفحة 06) ولذلك وجب إعادة النظر في هذه الأسباب ومحاولة إيجاد حلول لها للاستفادة أكثر من وسائل الإعلام منها التلفزيون لتحقيق أهداف التربية الإعلامية لأنه يمكن تسخيره كأداة تربوية في الوسط المدرسي ويمكن استخدامه كوسيلة إعلامية تبث برامج تلفزيونية مختلفة تكون محل مشاهدة ومتابعة من جماهير متنوعة منها جمهور المؤسسات التعليمية والتربوية.

1- أهمية التربية الإعلامية داخل المدرسة: تأتي أهمية التربية الإعلامية بالنسبة للطلاب أو التلاميذ في المدارس الآتي:

- تمكين الطالب من يصبح مستهلكا حكيما للرسائل الإعلامية.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

- بناء مهارات المواطنة المطلوبة للمشاركة في الحوار العام.
- تثقيف النشء بأساليب التعايش مع الآخرين وفهم الأمور وتقديرها.
- تساعد الطلاب على فهم حقوقهم وواجباتهم وتقدير قيم الانتماء وحب الوطن واحترام الآخرين والحرية المسئولة.
- تساهم في مساعدة الطلاب مواجهة الأخبار والمعلومات الزائفة ومحاربة التضليل - ومحاربة الانحرافات الفكرية وفق المنهج المناسب لذلك.
- تعطي للطلاب فرص كثيرة لمعالجة المشكلات النفسية والاجتماعية التي يعاني منها الطلاب خاصة في فترة المراهقة باعتبارها مرحلة حساسة في عمر الإنسان.
- تساعد في تكوين نموذج القدوة الحسنة لدى الطلاب في المدرسة، وامتلاك الطلاب مهارات الخطبة والعرض والحوار الحسن وحسن تقدير الإنجازات والتحمل والصبر وتعزيز مفاهيم اجتماعية وصحية بالغة الأهمية لديهم (عبد الرسول، 2015، صفحة 17)
- تساهم التربية الإعلامية في صقل مهارات الطلاب فيما يتعلق بالعمل الصحفي وذلك بهدف انشاء جيل جديد من الصحفيين المصقلين بالخبرة والممارسة العملية نتيجة خبراتهم السابقة في مجال الصحافة المدرسية الثانوية.
- تمثل التربية الإعلامية وسيلة مهمة في تحسين مهارات الكتابة الإبداعية للطلاب من خلال التركيز على دقة ووضوح استخدام اللغة وكيفية بناء الجمل، كل هذا يتعلمه من خلال ممارسة الصحافة المدرسية كيفية الكتابة الجيدة التي تتسم بالمباشرة والوضوح والبساطة والسلاسة. (المر، صفحة 260)
- من خلال العنصرين السابقين نرى أن الإعلام بات يشكل أحد أهم التحديات التي تواجه النمو العقلي السليم لدى الطلبة، لذلك فهو يعد اليوم من الضروريات الملحة بأن يكون منهجاً أو مادة تدريسية تدرس في المؤسسات التربوية تؤسس لفتح أبعاد جديدة وتنمي الوعي الإعلامي لديهم، لأن وعي و مستويات التلاميذ والطلبة في مسألة الإعلام وخطورته محدودة جداً، فمن غير المعقول في عصر الزخم المعلوماتي والإعلامي أن تحدد للتلاميذ في كل مرة ما هو مقبول وصحيح و ما هو غير مقبول فيما يتلقونه من رسائل إعلامية مستمرة و متواصلة ، وبالتالي فإن من الضروري أن تقوم المدرسة بدور فعال من خلال توفير منهج دراسي لتزويد التلاميذ بالمهارات اللازمة التي تمكنهم من تحليل المضامين الإعلامية منها تنمية مهارة التفكير النقدي التي تساعدهم على اتخاذ قرارات مستنيرة

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

وواعية بشأن التعامل مع وسائل الإعلام خاصة مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال ما يسمى بمحو الأمية الإعلامية أو التربية الإعلامية التي تنتقل بدورها بالطالب أو التلميذ من مستهلك سلبي إلى مستهلك إيجابي من خلال مساعدتهم على اكتساب المهارات اللازمة للحصول على الرسائل الإعلامية وتفسيرها ونقدها، تقييمها والتعبير عنها بأشكال متعددة، كما تهتم بتزويدهم بالخبرات الفعالة للتعامل مع وسائل الإعلام التقليدية والرقمية وفهم محتوياتها والإيديولوجيات المتضمنة فيها، وكذا المشاركة الفعالة في ابتكار أو انشاء مضامين إعلامية جديدة وإنتاجها بحيث يصبح المراهقين متلقين إيجابيين قادرين للتصدي للطوفان الإعلامي الذي يحاصرهم من كل مكان. لذلك لا نرى أن هناك مشكلة إذا تم صياغة كتاب خاص بالتربية الإعلامية يكون مضافاً لأحد المواد الدراسية مثل مادة التربية الإسلامية أو اللغة العربية.... التي يدرسها التلاميذ في مختلف المراحل التعليمية. لذا يستوجب على المؤسسات التربوية (المدرسة) محاولة دعم التربية الإعلامية وإدراجها كمنهج أساسي ضمن المناهج الدراسية للطلبة. وفي نفس الإطار يعرض "لوك شارب" "LOO K SHARP" أسس رئيسية لإدماج التربية الإعلامية بالتفكير النقدي في مختلف المناهج في التعليم المدرسي وهي:

- استخدام وسائل الإعلام لممارسة بنا مهارات كالملاحظة العامة والتفكير النقدي والتحليل لتطبيقها عند التعرض لرسائلها وإنتاجها.

- حدد طرقاً يمكن للطلاب أن يكونوا بها معرفة عن موضوع ما تم عرضه في وسائل الإعلام، ثم ملاحظة هل يتمكن الطلاب ما هو الصحيح وما هو الخطأ في تلك الرسالة الإعلامية الاتصالية.

- استخدام وسائل الإعلام كأداة تعليمية منهجية تمد الطلاب بمعلومات عن بعض الموضوعات.

فهناك عدد قليل من البلدان الرائدة في هذا المجال أمثال كندا و بريطانيا وبلجيكا التي أقرت التربية الإعلامية كمادة تدريس قائمة بذاتها، إلى جانب إدراجها ضمن التعليمات الأفقية التي تؤمنها جل المواد أما أغلب البلدان الجديدة التي بدأت في السير في طريق ادماج التربية الإعلامية في المناهج الدراسية نجد أنها أدرجتها ضمن الأنشطة المدرسية التي يمارسها الطلاب في إطار النوادي والتي ترمي إلى صقل المواهب في المجالات الثقافية والإبداعية (كالموسيقى أدب، فنون تشكيلية) أو في المجال الصحافة والإعلام حيث يتدرب هؤلاء الشبان على التحرير والنشر الصحفي وعلى تنشيط برامج إذاعية وتلفزيونية مدرسية.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

وبغض النظر عن اختلاف التجارب في تدريس التربية الإعلامية يبقى الهدف نفسه ألا وهو تكوين التلميذ وتدريبه لأن يصير مستهلكا إيجابيا ومشاهدا ناشطا وطرفا فاعلا في تعامله مع وسائل الإعلام، فيجب على المدرسة اليوم أن تعمل على أن تجعل الأطفال والمراهقين افرادا قادرين على قراءة معلومة أو معرفة متعددة الوسائط ممتلكا لمهارات التعبير والتحليل والتواصل مع الآخر، وأن يستطيع ان يفكروا في تأثيراتها الضارة على المجتمع وفي جميع الأحوال لابد من ادخال قواد التربية الإعلامية في المقررات الدراسية للتلاميذ.

4-2-6 دور المؤسسات الإعلامية في دعم التربية الإعلامية:

مع تعقد الحياة الاجتماعية وظهور وظائف جديدة تفوق قدرة الأسرة والمدرسة، أدى إلى انتقال مركز الاهتمام في التنشئة الاجتماعية إلى مؤسسات حديثة أخرى تؤدي وظائفها بشكل متميز أي انها تشارك مع الاسرة والمدرسة في أدوار مختلفة وأكثر تخصصا ، فبفضل الانفجار المعلوماتي الذي عرفه العالم والتطور الكبير الحاصل على مستوى وسائل الاعلام والاتصال " اذاعة وتلفزيون وصحافة و شبكة الانترنت وما افرزته من وسائط اتصالية جديدة كمواقع التواصل الاجتماعي ... " خاصة مع الخصائص التي تتميز بها هذه الوسائل من القدرة على الانتشار والجدبية والإثارة ومخاطبة جميع حواس الإنسان وغيرها اصبح الإعلام من اهم المؤسسات الاجتماعية الحديثة التي تسهم بشكل كبير في التنشئة الاجتماعية فهي تعتبر مصدرا رئيسيا من مصادر بناء ثقافة الجمهور خاصة شريحة الأطفال والمراهقين اذ تعتبر هذه لفئة من أكثر الفئات الحساسة في حياة الإنسان تتميز بالمرونة وسرعة التأثير وكثرة الميل للتقليد، الأمر الذي جعل الباحث " ما - MACكلوهان LUHAN M " يقول عنها أنها: "تمكنت من تغير الأوضاع الثقافية والاجتماعية والخلقية والسياسية تغييرا شاملا لا مجال للشك فيه" (أبيش، 2021) إن هذا التأثير الكبير الذي أصبحت تمارسه وسائل الإعلام على مختلف ميادين الحياة الاجتماعية، ترك العديد من العلماء والباحثين يرون أنها تعد بحق أهم مؤسسة اجتماعية مهمة للتنشئة الاجتماعية والتطبيع الاجتماعي للشباب حنبا إلى جنب مع الأسرة والمدرسة والمؤسسات الدينية وغيرها، الوسيلة القادرة على بناء الهوية الوطنية ومواجهة التحديات التي تواجهها المجتمعات المعاصرة أمام العولمة الثقافية والاختراق والغزو الثقافي الذي أصبح يهدد الكيان الثقافي لكثير من الشعوب والمجتمعات (الشمساس، 2005، صفحة 19). لذا فإن لوسائل الإعلام والاتصال قدرة على تبني مفهوم التربية الإعلامية كمفهوم جديد ونشره ودعمه وإقناع الجمهور به. (طراد و صادق، 2018، صفحة

(132)

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

وسائل الإعلام كوسائل للتنشئة الاجتماعية: تقوم وسائل الإعلام بدور بارز في عملية التنشئة الاجتماعية ، وهذا الدور تدعم من خلال انتشار وسائل الإعلام والاتصال وتطورها التقني واختراقها لجهات الحياة المختلفة ، وقبولها بين أفراد المجتمع. لذا ينبغي على وسائل الإعلام والاتصال لدعم تطبيق التربية الإعلامية اتباع الطرق التالية:

• ينبغي تسخير وسائل الاعلام في إطار الرسالة التربوية التي تعين أفراد المجتمع عامة والأطفال خاصة من نواحي ثقافية واجتماعية وروحية ووجدانية وتثري حياتهم وتزيد من تغيير طبائعهم، لأن البرامج والحصص التلفزيونية والألعاب الترفيهية كالرسومات المتحركة اذا تم اعدادها بشكل جيد ومتلائم مع واقعهم الحقيقي من شأنها أن تساعد في تنشئتهم وتربيتهم إعلاميا في التعامل مع وسائل الاعلام، فعلى سبيل المثال لا الحصر تلك البرامج الإعلامية التعليمية الموجهة للأطفال في الولايات المتحدة الأمريكية كبرنامج "افتح يا سمسم" التي حاول القائمون على استخدام الأساليب التربوية في تعليم الأطفال بعض المهارات الحياتية كغرس قيم المواطنة والانتماء الاجتماعي للمجتمع الأصلي (كتاف و بونهاك، صفحة 62).

• يجب على وسائل الإعلام والاتصال الترويج للتربية الإعلامية وتأثيرها الإيجابي على الجمهور بمختلف فئاته الامر الذي يشجع على استخدام المهارات الإعلامية واستخدامها بشكل فعال

• على الصحفيين والإعلاميين تحري الدقة والمصداقية والبعد عن الاعتماد على الاعتماد على المعلومات الزائفة في صياغة الرسالة الإعلامية، ليكون بذلك المحتوى الإعلامي ذو رسالة تربوية حتى وان كان ترفيهيا.

• عمل حملات إعلامية في وسائل الإعلام السمعية البصرية ترشد الجمهور على التعامل الواعي والايجابي والنقدي مع ما يتلقاه من مضامين إعلامية.

ومن هنا تظهر ضرورة تكاتف جهود مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأ أسرة والمدرسة والمسجد ومنظمات المجتمع المدني ووسائل الإعلام لخلق ديل واع ومدرك للمضامين الإعلامية سواء تلك التي تنشر أو تبث أو تعرض في الوسائل الإعلامية التقليدية والحديثة، والعمل على إيجاد الطرق والآليات التي تمكنهم من ترسيخ مهارات التربية الإعلامية للناشئة من أجل حماية منظومة القيم التربوية والأخلاقية للأطفال والمراهقين من تأثيرات المشهد الإعلامي الجديد.

3-4-معوقات تطبيق التربية الإعلامية:

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

إن العصر الذي نمر به اليوم يتميز بالانتشار الواسع لوسائل الإعلام والمختلف لتقنيات الرقمية، أصبحت تشكل جزءاً لا يتجزأ من أنشطتنا وتفاعلاتنا اليومية في الأسرة والمدرسة وأماكن العمل والترفيه، وغير ذلك من السياقات الاجتماعية الأخرى وتشكيل الفرص العديدة التي توفرها الوسائط الرقمية، ليس فقط من حيث الوصول إلى المعلومات، ولكن أيضاً من حيث خلق فضاءات جديدة للتواصل و أدوات جديدة للاتصال، تشكل تحدياً كبيراً على التعليم لا سيما فيما يتعلق بالتربية الإعلامية التي تهدف إلى تحسين معرفة المواطنين بوسائل الإعلام وأساليب التعامل معها. ولذلك نجد أنه تختلف المعوقات التي تواجه التربية الإعلامية وتحول دون تحقيق أهدافها المرسومة في نقاط صغيرة نتيجة اختلاف بعض آراء الباحثين والخبراء، لكن أغلب آرائهم تتفق جميعاً على أن هذه التحديات تشكل خطورة كبيرة على تجسيد أهداف وبرامج التربية الإعلامية في المستقبل، وعياله تكمن هذه المعوقات في العناصر التالية:

- 1-عدم اهتمام إدارة المؤسسات التربوية بمفهوم التعاون والعمل مع المؤسسات الإعلامية.
- 2-أن أغلب المؤسسات الإعلامية لا تكترث بما تنشره المؤسسات التربوية وباتت تهمل المضامين التربوية مقارنة بموادها الإعلامية الأخرى
- 3-عدم اقبال الجمهور على المضامين التربوية بسبب غياب التحفيز التي تستقطب ميولهم.
- 4-الفجوة في مواكبة المستحدثات الخاصة بالتطورات التي تطرأ على المضامين التربوية.
- 5-البيئة المحيطة بالشباب والأطفال كالفقر والتفكك الأسري والتشرد، وانتشار المخدرات والتثقيف لها كلها عوامل أسهمت في صعوبة تقبل الرسالة التربوية بالنسبة للفئات المستهدفة (كشكول، 2021، صفحة 75)
- 6-قلة التمويل المالي للمؤسسات التربوية خاصة اذا قارناها بالمؤسسات الإعلامية الأخرى بالإضافة الى اختلاف المضامين بين المؤسسات التربوية والإعلامية (الحمداني، 2014، صفحة 128).
- 7-عدم معرفة عدد كبير من الأساتذة والمعلمين بماهية التربية الإعلامية وأسسها، وعدم اقتناع بعضهم بإدماجها ضمن المقررات الدراسية بسبب اعتقادهم انها تمثل تسلية وترفيه ولا تفيد الطلاب بأي شيء واصرارهم على المناهج الدراسية القديمة وعدم تحفيزهم للطلبة على التفكير الناقد داخل الصف.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

8-عدم التسليم الحقيقي بقيمة وأهمية التربية الإعلامية سواء داخل المدرسة أو الأسرة، وعدم مقدرة المعلمين على تنظيمها تنظيماً منهجياً يؤدي إلى تحقيق أهدافها، والتباين الشديد بين الثقافة المدرسية والثقافة التي تروجها وسائل الإعلام.

9-غياب متابعة سياسة تنمية الوعي بالتربية الإعلامية من جانب الدول.

10- غياب الوعي التام للطلبة بالتربية الإعلامية ومبادئها واعتبارها غير أساسية وغير مهمة، لذلك وجب على كل من الأسرة والمدرسة تنمية الوعي الإعلامي للشباب والمراهقين بالأهمية البالغة للتربية الإعلامية وتشجيعهم على ممارسة التفكير النقدي عند تلقيهم لأي رسالة إعلامية.

11- وجود الكثير من النقاط المهمة المتعلقة بتضمين التربية الإعلامية في المناهج الدراسية، تتمثل في: هل تخصص مادة مستقلة بمادة التربية الإعلامية، أم يتم تضمينها بشكل تكاملي مع المناهج القائمة؟ أم تخصص وحدات ضمن المناهج يتم فيها تناول مبادئ التربية الإعلامية؟ لذلك لا بد إجراء المزيد من الأبحاث العلمية لتحديد المدخل المناسب إضافة إلى إعادة النظر في البرامج الدراسية في المؤسسات التعليمية (محمد، التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة) (رسالة ماجستير) 9، 2015، صفحة 52).

12- كما حدد الباحث "جوستين" جملة من التحديات والمعوقات التي تواجه تنمية الوعي بالتربية الإعلامية فيما يلي:

-عدم وجود الخطة الشاملة لتنمية الوعي بالتربية الإعلامية، وكذا تخصيص مبالغ مالية لتنفيذ برامج تنمية الوعي بالتربية الإعلامية على أرض الواقع.

-عدم توفر نظام جامع لكافة الأجهزة في نظام موحد متناسق. (علي، 2020، صفحة 3935) مثل صعوبة تنسيق الجهود بين التربويين والإعلاميين من أجل بث برامج مخطط لها جيداً لتنمية قدرات الشباب وقيمه في تعزيز ثوابت الهوية العربية الإسلامية.

-عدم مقدرة المعلمين على تنظيم النشاطات المدرسية تنظيماً منهجياً يؤدي إلى تحقيق أهدافه نتيجة لعدة عوامل، إضافة إلى افتقار المعلمين إلى القدرة على استثمار وتوظيف تكنولوجيا الإعلام والاتصال لأغراض تربوية (بن عيسى، 2021، صفحة 160).

4-4- التفكير الناقد ووسائل الإعلام والاتصال (الشبكات الاجتماعية):

إن هيمنة تكنولوجيا الإعلام والاتصال وازدياد تأثيراتها على حياة الأفراد في مختلف مجالات الحياة، لاسيما في ظل الانفجار الاعلامي و المعلوماتي الكبير وافتقار الافراد المستخدمين بمختلف فئاتهم العمرية ومستوياتهم التعليمية والاجتماعية و الثقافية ابسط مقومات التعامل معها عبر استخدام الآليات المنطقية في فحص وتقصي المعلومات والأحداث والقيام بمقارنات ومقاربات صحيحة بين مكونات الأحداث، يستدعي العمل على خلق وعي لدى الافراد حول كيفية التعامل مع وسائل الإعلام، وهذا يحتاج الى اتقان بعض مهارات القرن الواحد والعشرين، ومن أبرزها مهارة التفكير الناقد التي وجب تنميتها في العصر الحالي كي لا تكون حبيسة الاستخدام الضيق الذي يؤدي إلى تعطيلها فاكتساب الفرد لهذه المهارة يساهم في أن الاستقلالية في التفكير والقدرة على اتخاذ قرارات صائبة حول مختلف القضايا والاحداث الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي تواجهه خاصة ما يبث من وسائل الاعلام من مضامين إعلامية مضللة وأخبار غير صحيحة.....فالتفكير الناقد يعتبر من أكثر الأشياء التي تؤثر على شخصية وسلوك الفرد فهو تفكير منطقي أو عملية تفكيرية عقلانية يتم فيها إخضاع فكرة أو معلومة (قد تكون قضية، أو خبر، أو رواية، أو ادعاء، أو إجراء، أو حدث) أو أكثر للتحقق والتقصي، وجمع وإقامة الأدلة والشواهد بموضوعية وتجرد على مدى صحتها، ومن ثم إصدار حكم بقبولها من عدمها، اعتماداً على قيم أو معايير معينة، إذ أنه يتطلب القدرة على: التمييز بين الحقائق والمعلومات المتعلقة بالأحداث، والتمييز بين الافتراضات الخاطئة والصحيحة..... لذلك فمنظمة "اليونسكو" كان اهتمامها الأول في اكساب الأفراد مهارة التفكير النقدي التي تتطلب استخدام المتلقي لقواعد المنطق للأشياء، وبمعنى آخر هو القدرة على دراسة وتحليل الأفكار و المعلومات لفهم وتقييم المعنى الدقيق الذي تمثله، و الافتراضات التي تتبناها وليس فقط مجرد معالجة معناها الظاهري. فمهارة التفكير النقدي تجمع بين عمليتين أساسيتين هما: الفهم والاختبار من جهة، ومهارة إنشاء المحتوى حول الموضوع المطروح في الوسيلة الإعلامية. وبالتالي فإن الأفراد الذين يمكنهم البحث والتحليل والتقييم والنقد يعتبرون أفراد حاملين لمؤهلات تخولهم للعيش في العالم الرقمي الجديد، لأنه بفضل هذه المؤهلات سوف يجمعون أنفسهم من الانتهاكات المتكررة لأخلاقيات المهنة لمختلف وسائل الإعلام التقليدية والرقمية. وعليه فإنه تزداد أهمية التفكير النقدي في عصرنا الحالي الذي يتميز بالزخم المعلوماتي الكبير عبر مختلف وسائل الإعلام والاتصال

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

خاصة الشبكات الاجتماعية فهو يساعد في: تساعد مهارة التفكير الناقد المتلقي في عملية فرز المواد الإعلامية

وغيرلتها واختيار الدقيق منها ورفض تلك التي يغلب عليها الغموض.

- يساهم في تكوين القدرة على انتقاء المضامين الإعلامية وتحليلها وتقويمها وفهم إطاراتها، وتصويب صياغاتها.
- يساعد المتلقي ان يكون متلقيا إيجابيا قادرا على انتقاء المضمون الإعلامي وتحليله وتقويمه بالتالي يتجنب فخ التضليل الإعلامي وكل التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة خاصة في ظل الصراعات والأزمات.

- تزداد أهمية التفكير الناقد في التعامل مع وسائل الإعلام وضرورة تفعيل هذه المهارة واستخدامها في حالة الحروب والصراعات والازمات، فهو يرشد التعامل الناقد في التعامل مع المضامين الإعلامية التي يقدمها الإعلام الجديد مما يجعل المتلقي لا يتقبل أي شيء وإنما يفكر قبل الانسياق وراء الأفكار الخاطئة والمهدمة للأخلاق والقيم، وينتقي ما يناسب الواقع المحلي، فالتفكير الناقد ينمي في المتلقي ملكة النقد والتفكير مع القدرة على التحليل والبناء من أجل اختيار الأصلح.

- تساعد المتلقي في ان يكون متلقيا إيجابيا قادرا على المضمون الإعلامي وتحليله وتقويمه ولا يكتفي بعملية الاستهلاك السلبي ومساعدته على تكوين شخصية مستقلة قادرة على التقييم والاختيار. وعليه يتطلب فالتفكير الناقد على وسائل الإعلام والاتصال عموما والشبكات الاجتماعية القدرة على تحليل وتقييم المعلومات التي توفرها هذه الشبكات أو المنصات، والتأكد من مصداقيتها وموثوقيتها وفهم الأفكار والرسائل التي تحملها وذلك باتباع الخطوات التالية:

1- البحث عن مصادر المعلومات: وذلك من خلال التأكد من صحة المعلومات وموثوقيتها والتحقق من مصدرها بهدف تجنب الوقوع في فخ الشائعات والمعلومات المضللة.

2- تحليل الرسائل الإعلامية: اذ يجب فهم الرسائل التي تحملها هذه المنصات وتحليل الطريقة التي تقدم بها المعلومات والتأكد من مصداقيتها.

3- التحقق من الحقائق والأرقام التي تقدمها وسائل الإعلام والاتصال.

4- الاستماع للأراء والأفكار المختلفة حتى يكون للفرد شخصية مفتوحة ويستمتع الى وجهة نظر وأراء مختلفة حتى يتم تحليل وتقييم المعلومات بشكل أفضل.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

وفي ذات السياق قد أكد "باكنغهام" أن الرؤية النقدية للتربية الإعلامية تعمل وفق مصفوفة متناسقة، وتتشكل من تطابق خمسة عناصر أساسية:

- الاعتراف ببنية وسائل الإعلام والاتصال كعملية اجتماعية تحمل دلالات ومقاصد بدلاً من قبول النصوص الإعلامية كناقل منعزل ومحايد أو شفاف للمعلومات.
- إجراء نوع من التحليل النصي السيميائي الذي يستكشف اللغات والرموز والمصطلحات الخاصة بالنص.
- ممارسة نوع من « التفاوض » لفهم المعاني و مضامين النصوص الإعلامية ، وعدم التسليم بتلقي المضامين كما هي.
- محاولة الكشف عن قضايا الإيديولوجيا والتوجهات القيمية و الثقافية و السياسية المتضمنة في النصوص الإعلامية.
- فحص المضامين الإعلامية ذات التوجهات التجارية و كشفها، و عدم الوقوع فريسة سهلة للشركات التجارية التي تولي أهمية للجانب الربحي على حساب الجانب القيمي و الأخلاقي لمضامين الإعلام. (بودهان، بلا تاريخ)

4-5- العلاقة بين التفكير الناقد والإعلام:

توجد علاقة وثيقة تربط بين التفكير الناقد والإعلام وتوضح مدى أهمية التفكير الناقد في الإعلام، حيث يمكن لمتلقي المضامين الإعلامية تحليلها بتوظيف مهارة التفكير النقدي عن طريق طرح عدد من الأسئلة التي يتم توجيهها لكل عنصر من عناصر عملية الإعلامية والاتصالية - حسب نموذج لا زويل الشهير - الذي اقترح خمسة أسئلة لتعبير عن الاتصال، هي (من، يقول ماذا، بأية وسيلة، لمن، بأي تأثير) وهي:

جدول يوضح الأسئلة الخمس لوسائل الاعلام حسب نموذج "لا زويل" (الشميمري ف.، 2010)

أولاً: 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؟

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

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 ويملك 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- وأخيراً... ما هي درجة الثقة بالمرسل وصانع المحتوى؟
ثانياً: 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 خبراً - مع معتقدات مسلمة وقطعية لدى المتلقي؟
6. هل تتعارض الرسالة والمحتوى - ما لم يكن خبراً - مع قيم المجتمع؟
7. كيف أميز بين الحقائق التي يمكن إثباتها أو التحقق من صحتها وبين الادعاءات أو المزاعم الذاتية؟
8. ما وجهة النظر التي عرضت من خلالها الرسالة والمحتوى؟
9. هل كان المحتوى شاملاً، وعرض جميع الآراء ووجهات النظر؟
10. هل هناك تحيز وتحامل في الرسالة؟
11. هل هناك مضامين مضمرة غير ظاهرة في الرسالة؟
12. ما 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؟

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

15. هل الرسالة جزء من حملة للدعاية أو البروباغندا؟
16. هل عرض هذا المضمون في وسيلة أخرى وكان مختلفاً؟
17. هل تتضمن الرسالة إعلان وترويج تجاري مضمر وغير ظاهر؟
19- إذا كان المحتوى إعلان تجاري.. هل هناك قيم وسلوك مضمّنة في الإعلان، بخلاف الشكل الظاهر للترويج للسلعة أو الخدمة؟
ثالثاً: بأية وسيلة؟ وهي الأسئلة المرتبطة بنوعية (الوسيلة وتقنياتها)
1- ما 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 معروضاً باستخدام مؤثرات أخرى؟ ما الذي سيتغير؟
4- هل للوسيلة بذاتها دور في التأثير على المحتوى؟
5- ماذا لو كان المحتوى معروضاً في وسيلة أخرى؟ ما الذي سيتغير؟
6- هل مستوى الجاذبية في الوسيلة وتقنياتها وإبهارها هو الذي يدعوني للتعرض لمحتواها؟ بغض النظر عن جودة المحتوى؟
7- هل تقنيات الوسيلة وجاذبيتها مبرر كافٍ لكي أتعرض لمحتواها؟ هل اختياري وقراري كان صائباً؟
رابعاً: لمن؟ وهي الأسئلة التي تخص (المستقبل- المتلقي - الجمهور)
1- من 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؟
هل توجه هذه الرسالة والمحتوى إلى مجتمعات أخرى وجماهير أخرى؟

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

5- عندما أقرر أن أكون من الجمهور الذي يتعرض لهذه الرسالة والمحتوى فهل هذا له تبعات قيمية أو أخلاقية أو معرفية؟
6- هل أفراد الجمهور الذين لا يتعرضون لهذه الرسالة والمحتوى يتحملون تبعات قيمية أو أخلاقية أو معرفية مثلما تحملتها؟
خامساً: 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 مختلفاً؟
3. هل استفدت 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 وتشغيت انتباهي عن قضية أو حدث آخر؟
6. من المستفيد من هذه الرسالة؟
7. ما الهدف الذي كان يتوقعه مصدر الرسالة وصانع المحتوى؟ وهل تحقق؟
8. هل أدت هذه الرسالة إلى استثارتي أو انفعالي بها؟
9. هل هذه الاستثارة أو الانفعال أمر إيجابي؟
10. هل هذا الأثر الانفعالي أو الاستثارة 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؟

خلاصة:

وختاماً لما سبق يمكن القول أن التفكير الناقد أصبح مهماً في العر الرقمي ، حيث يجب علينا ان نفهم العالم الرقمي المتغير بسرعة وان نتعرف على المصادر الفيديو والموثوقة ونتفادى الاعتماد على المعلومات الخاطئة والغير الدقيقة المنشورة عبر الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، وبالإضافة لذلك فهو يشجع على التساؤل والبحث عن المعلومات وفهم الطريقة التي يتم من خلالها تصميم وتوجيه المعلومات للجمهور بالإضافة الى تقييم مصداقية المصدر الذي ينشر الخبر وجودته، كما يساعد أيضا على فهم كيفية تأثير الوسائل الإعلامية على الرأي العام بشكل دقيق وتجنب الوقوع في فخ التلاعب الإعلامي وبالتالي يمكن للأفراد ان يكونوا أكثر وعياً وحذراً وقادرين على التفريق بين المضمون الإعلامي السلبي والإيجابي في محتوى وسائط الاتصال الجديدة. وبالتالي وجب علينا تحديث أساليب التعلم والتدريس وتعلم أدوات التحري والتحليل الأكثر فعالية في الحوسبة والذكاء الاصطناعي ونساعد المجتمعات على التحول الى العالم الرقمي بأسلوب صحيح ودقيق.

الإطار
التطبيقي

للدراصة.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

تمهيد:

يتناول هذا الفصل توظيفاً كاملاً للإجراءات المنهجية التي قامت بها الباحثة لتحقيق أهداف الدراسة، وذلك من خلال عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية بعد تطبيق الأدوات المعتمد عليها في الدراسة.

1- عرض ومناقشة نتائج الدراسة:

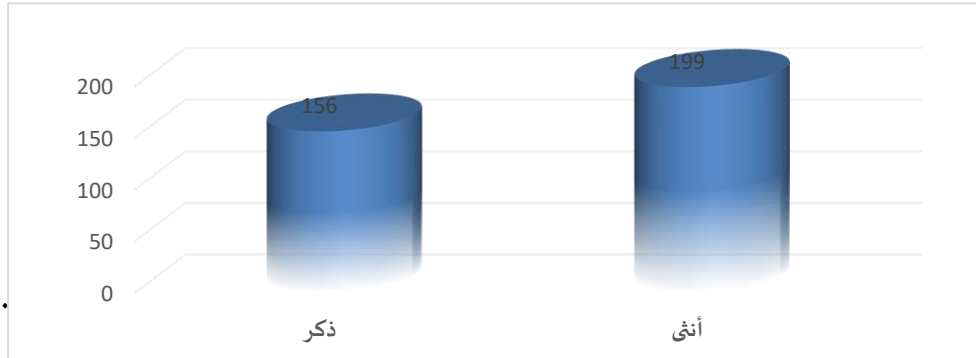
1-1- عرض ومناقشة وتحليل نتائج التساؤل الأول:

المحور الأول: البيانات الشخصية.

الجدول رقم (10): يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	156	%43.9
أنثى	199	%56.1
الإجمالي	355	%100

الشكل رقم (5) يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.



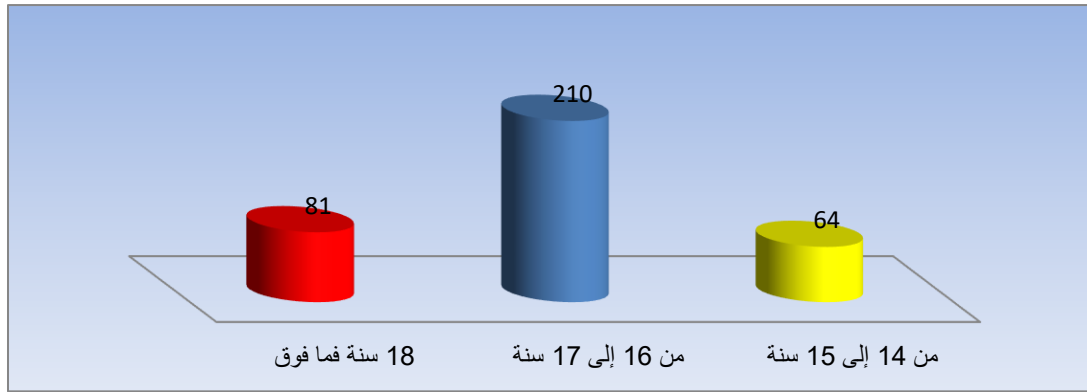
من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 355 فرد، نلاحظ أن عدد الذكور قدر بـ 156 فرد بنسبة 43.9 %، في حين نلاحظ أن عدد الإناث قدر بـ 199 فرد أي ما نسبته 56.1 % وهم الأعلى نسبة، ويبرر فارق هذه النسبة إلى العدد المرتفع للإناث المتمدرسين مقارنة بعدد الذكور المتمدرسين في المدارس الثانوية، إضافة إلى قدرتنا على التواصل مع الإناث أكثر بسبب تفاعلهم معنا بدرجة كبيرة وابداء اهتمامهم بالإجابة على أسئلة الاستبيان، عكس الذكور الذين لمسنا منهم عدم تجاوب وصعوبة في التواصل.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الجدول رقم(11): يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرارات	السن
%18	64	من 14 إلى 15 سنة
%59.2	210	من 16 إلى 17 سنة
%22.8	81	18 سنة فما فوق
%100	355	الإجمالي

الشكل رقم (6) يمثل النسبي لأفراد عينة الدراسة حسب متغير السن



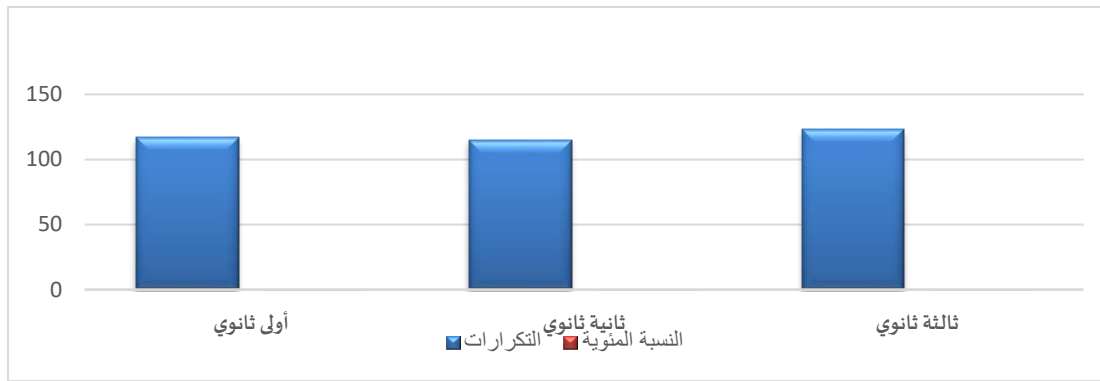
من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 355 فرد، نلاحظ أن عدد الأفراد الذين سنهم من 14 إلى 15 سنة قدر بـ 64 فرد بنسبة 18%، في حين قدر عدد الأفراد الذين سنهم من 16 إلى 17 سنة بـ 210 فرد بنسبة 59.2% وهم الأعلى نسبة، أما الأفراد الذين سنهم 18 سنة فما فوق فقد قدر عددهم بـ 81 فرد بنسبة 22.8%.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الجدول رقم(12): يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرارات	المستوى التعليمي
%32.9	117	أولى ثانوي
%32.7	115	ثانية ثانوي
%34.6	123	ثالثة ثانوي
%100	355	الإجمالي

الشكل رقم (7) يمثل التمثيل النسبي لأفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي



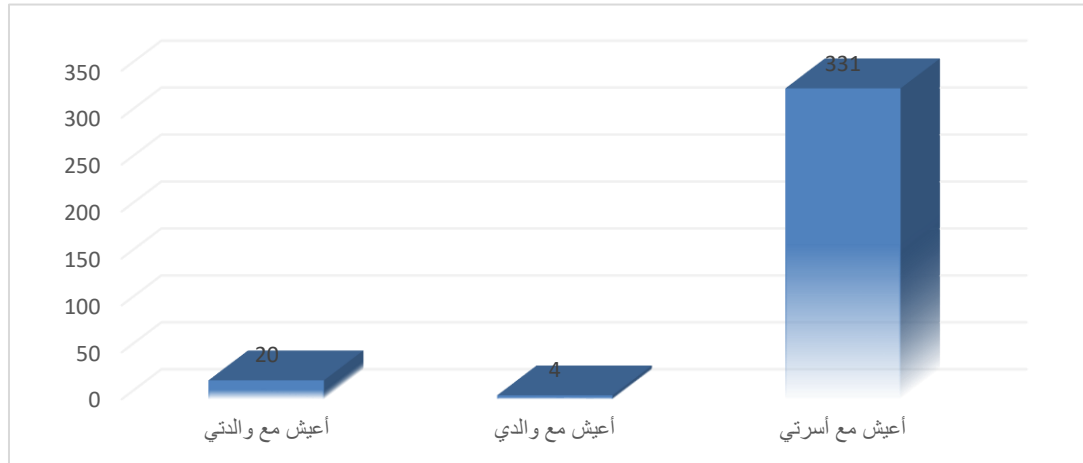
من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 355 فرد، نلاحظ أن عدد الأفراد الذين مستواهم التعليمي أولى ثانوي قدر بـ 132 فرد بنسبة 37.2% وهم الأعلى نسبة، في حين قدر عدد الأفراد الذين مستواهم التعليمي ثانية ثانوي بـ 116 فرد بنسبة 32.7%، أما الأفراد الذين مستواهم التعليمي ثالثة ثانوي فقد قدر عددهم بـ 107 فرد بنسبة 30.1%. وما يمكن ملاحظته من خلال هذه الاحصائيات ان النسب متقاربة فيما بينها بنسب طفيفة في مستوى الثالثة الثانوي.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الجدول رقم (13): يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرارات	الحالة الاجتماعية
5.6%	20	أعيش مع أبي
1.1%	4	أعيش مع أمي
93.2%	331	أعيش مع كلاهما
100%	355	الإجمالي

الشكل رقم (8) يمثل توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية



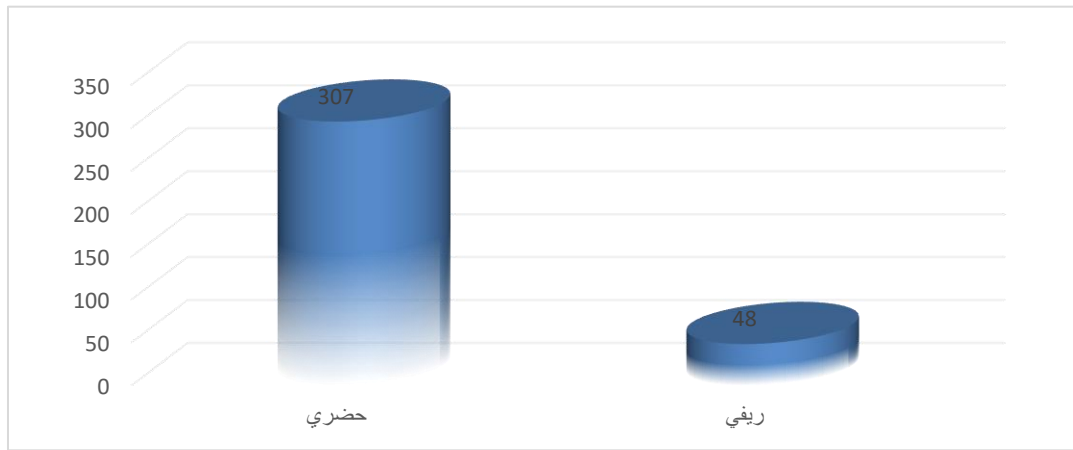
من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 355 فرد، نلاحظ عدد المراهقين الذين يعيشون مع والديهم قدر بـ 20 فرد بنسبة 5.6%، في حين نلاحظ أن عدد المراهقين الذين يعيشون مع والديهم قدر بـ 4 أفراد أي ما نسبته 1.1% فقط، أما بالنسبة للمراهقين الذين يعيشون مع أسرهم فقد قدر عددهم بـ 331 فرد بنسبة 93.2% وهم الأعلى نسبة.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الجدول رقم(14): يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مكان الإقامة.

النسبة المئوية	التكرارات	مكان الإقامة
%86.5	307	حضري
%13.5	48	ريفي
%100	355	الإجمالي

الشكل رقم (9) يمثل توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير مكان الإقامة



من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً

355 فرد، نلاحظ أن عدد الأفراد الذين محيطهم الاجتماعي حضري قدر بـ 307 فرد بنسبة %86.5

وهم الأعلى نسبة، في حين نلاحظ أن عدد الأفراد الذين محيطهم الاجتماعي ريفي قدر بـ 48 فرد أي

ما نسبته %13.5.

المحور الثاني: الشبكات الاجتماعية " الفيسبوك " واستخداماتها لدى المراهقين
المتدرسين بمدينة المسيلة.

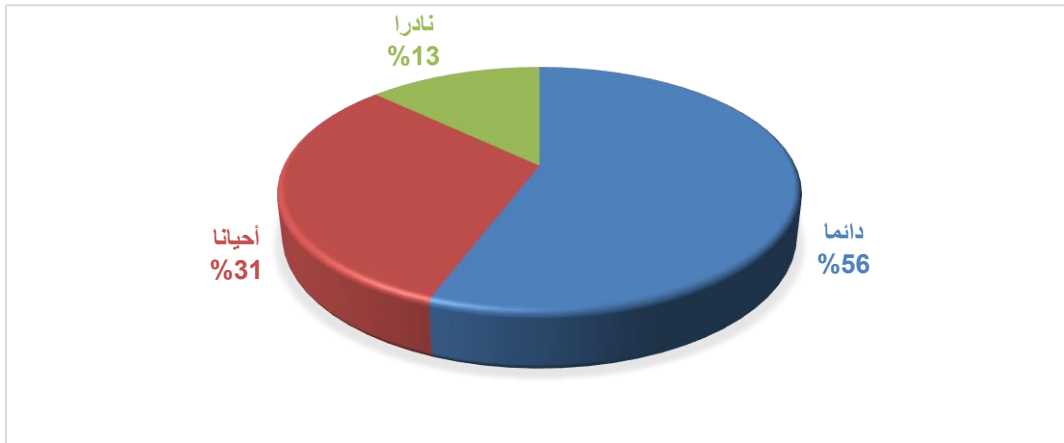
عرض ومناقشة وتحليل نتائج التساؤل الأول:

السؤال 01: هل تشتركون (تتصلون) في خدمة الانترنت؟

الجدول رقم (15): يمثل إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01)

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 01
55.8%	198	دائما
31.3%	111	أحيانا
13%	46	نادرا
100%	355	الإجمالي

الشكل رقم (10) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01)



من خلال الجدول رقم (15) والشكل رقم (10) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها إجمالا (355) فرد قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (01) بالبديل "دائما" وقد بلغت نسبتهم 55.8% وهم الأعلى نسبة، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" بنسبة قدرت بـ 31.3%، في حين تمثل المجموعة الثالثة الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال السابق بالبديل "نادرا" بنسبة قدرت بـ 13%. مما سبق نستنتج أن أغلب

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

أفراد عينة الدراسة يشتركون في خدمة الانترنت بوتيرة دائمة ويمكن ان نبرر ذلك الى زياد الوعي التكنولوجي للمجتمع الجزائري بأهمية خدمات الإنترنت وفوائدها في التعاملات اليومية كظهور تطبيقات وخدمات جديدة عبر الإنترنت مثل منصات التواصل الاجتماعي والتطبيقات المصرفية عبر الإنترنت والتسوق الإلكتروني وخدمات البث المباشر كل هذه الابتكارات حفزت الأفراد الاشتراك في الانترنت للاستفادة من هذه الخدمات ، ففي العشر السنوات الأخيرة شهد تناميا ملحوظا بمعدلات النفاذ التكنولوجي والرقمي للأدوات والشاشات الرقمية عبر الوسائط المحمولة والذكية والمتصلة بالإنترنت والذي بلغ حسب التقرير السنوي الصادر في سنة 2021 عبر منصة الإحصاءات العالمية "HOOTSUITE" أن عدد مستخدمي مواقع الانترنت والتطبيقات الرقمية في الجزائر 26.35 مليون مستخدم بزيادة قدرت بنسبة 16 بالمائة مقارنة بالعام 2020 لتصل معدلات انتشار الانترنت بالجزائر بداية العام 2021 بنسبة 59.6 بالمائة، وذلك بفضل الاجتهادات الحكومية للدولة الجزائرية في تعزيز فرص الوصول التكنولوجي والشبكي بدافع مساهمة التطور التكنولوجي الحاصل وتحسين التنمية المجتمعية المستدامة ككل وتحقيق فرص الاستخدام الأمثل بين الأفراد كل هذه الاحصائيات تعكس أن هذه الأخيرة(الانترنت)قد أصبحت جزء لا يتجزأ من محيط الأفراد الجزائريين في الحياة اليومية وفي مقدمتها فئة المراهقين، و في تقرير نُشر في فبراير 2021، يكشف "DATA REPORAL" عن جميع الإحصائيات والأرقام المتعلقة بعالم الإنترنت واستخدامه في الجزائر. أظهرت الدراسة أن هناك زيادة حادة في الاستخدام الرقمي والويب خلال جائحة كوفيد19 بمقدار 3.6 مليون في عام واحد، بزيادة 16٪ عن عام 2020.

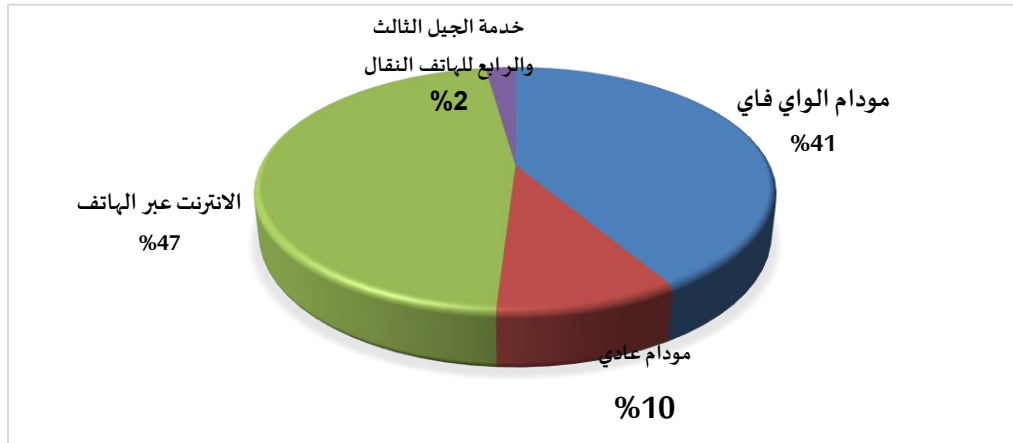
[HTTPS://WWW.WHITELINESERVICES.DZ/CHIFFRES-UTILISATION-INTERNET-ALGERIE](https://www.whitelineservices.dz/chiffres-utilisation-internet-algerie)

السؤال 02: كيف تستخدمون الانترنت داخل المنزل؟

الجدول رقم (16): يمثل إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02)

النسبة المئوية	التكرارالمشاهد	بدائل الإجابة على السؤال رقم 02
41.4%	147	مودام الوأي فأي
9.6%	34	مودام عادي
46.8%	166	الانترنت عبر الهاتف
2.3%	8	خدمة الجيل الثالث والرابع للهاتف النقال.
100%	355	الإجمالي

الشكل رقم (11) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02)



من خلال الجدول رقم (16) والشكل رقم (11) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها إجمالاً (355) فرد قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (02) بالبديل " مودما الوأي فأي " وقد بلغت نسبتهم 41.4% ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " مودما عادي " بنسبة قدرت بـ 9.6%، والمجموعة الثالثة والتي تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال السابق بالبديل " الانترنت عبر الهاتف " بنسبة قدرت بـ 46.8% وهم الأعلى نسبة، في حين تمثل المجموعة الرابعة الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال السابق بالبديل " خدمة الجيل الثالث والرابع للهاتف النقال " بنسبة قدرت بـ 2.3%. مما سبق نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

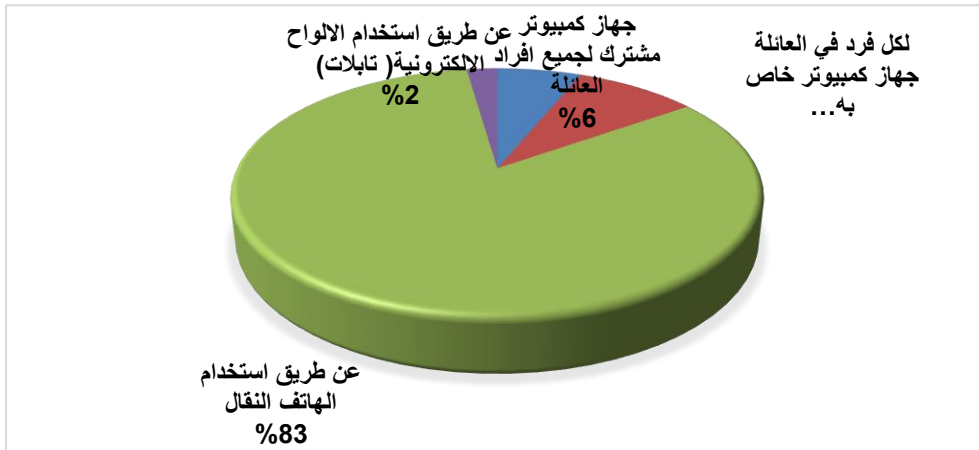
الانترنت داخل المنزل عن طريق خدمات الجيل الثالث والرابع في الهاتف النقال، وذلك راجع الى التطور التكنولوجي الكبير الذي عرفته الجزائر من حيث انتشار الهواتف الذكية ذات الوسائط المتعددة وتوفرها لدى الجميع بفضل العروض المغرية التي تقدمها للجمهور المستهلك كتقديم شريحة مجانية ومعبئة لمدة شهرين انترنت وفايسبوك ذو تدفق عالي عند شراء هاتف ذكي، إضافة الى تقنية 4G التي سهلت على المستخدمين الولوج لمختلف المواقع عبر الانترنت من هواتفهم الذكية فقط.

السؤال 03: اتصالاتكم بالانترنت يكون عن طريق:

الجدول رقم (17): يمثل إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03)

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 03
6.2%	22	جهاز كمبيوتر مشترك لجميع افراد العائلة
9%	32	لكل فرد في العائلة جهاز كمبيوتر خاص به
82.5%	293	عن طريق استخدام الهاتف النقال
2.3%	8	عن طريق استخدام الالواح الالكترونية(تالآت)
100%	355	الإجمالي

الشكل رقم (12) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03)



من خلال الجدول رقم (17) والشكل رقم (12) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها إجمالاً (355) فرد قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (03) بالبديل " جهاز كمبيوتر مشترك لجميع أفراد العائلة " وقد بلغت نسبتهم 6.2% ، أما المجموعة

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " لكل فرد في العائلة جهاز كمبيوتر خاص به " بنسبة قدرت بـ 9%، والمجموعة الثالثة والتي تمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على السؤال السابق بالبديل " عن طريق استخدام الهاتف النقال " بنسبة قدرت بـ 82.5% وهم الأعلى نسبة، في حين تمثل المجموعة الرابعة الأفراد الذين كانت إجابتهم على السؤال السابق بالبديل " عن طريق استخدام الالواح الالكترونية(تالات) " بنسبة قدرت بـ 2.3% مما سبق نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة اتصالاتهم بالانترنت يكون عن طريق استخدام الهاتف الذكي، ويمكن أن نفسر ذلك الة مجموعة من الأسباب المتمثلة أساسا وهذا راجع الى التطور الذي عرفه في الآونة الأخيرة من البسيط الى الهاتف الذكي الذي أصبحت خدماته تعادل خدمات الكمبيوتر المحمول حيث يمكن للأفراد المستخدمين الوصول السريع لمصادر المعلومات والاطلاع على الأخبار الحصرية والمقالات ومختلف المدونات والمحتويات التعليمية والترفيهية كالألعاب ومشاهدة الأفلام وغيرها في أوقات الفراغ أو اثناء التنقل والبحث عن أي شيء قريبًا من خلال متصفح الويب أو تطبيقات البحث المنبته على الهواتف، ناهيك عن حجمه الصغير الذي يجعل منه أداة متنقلة وملازمة لمستخدمه في كل زمان ومكان عكس الحاسوب....

ويمكن من خلاله أيضا تصفح تطبيقات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك، تويتر، إنستغرام.. والتفاعل مع الأصدقاء والعائلة والمجتمع بشكل عام، ومن ناحية أخرى نجد في بعض الأحيان الكثير من الاولياء يجتهدون في اقتناء الوسائط التكنولوجية الحديثة خاصة الهواتف الذكية واللوحات اللمسية والالكترونية كهدايا تحفيزية للأبناء من اجل التفوق الدراسي خلال مساهمهم التعليمي وكذا عامل الخصوصية الذي كان السبب الرئيسي في استخدامهم لهذا -الجهاز بكثرة ما يعني أن هذه التقنية بالنسبة للشباب والمراهقين هي تلبية لرغباتهم واشباع حاجاتهم الأمر الذي جعلهم دائمي الالتصاق بهذه الوسيلة، فقد أكدت دراسة استرالية أن الوسيلة الأكثر شعبية بين الوسائل التكنولوجية الحديثة في استراليا هي الهاتف المحمول وتطبيقاته هي الأكثر شيوعا واستخداما، وفي بريطانيا بينت الاحصائيات أن نسبة 50 ممن هم في سن 16-24 سنة يمتلكون هواتف ذكية مزودة بخاصية تصفح الانترنت. (طفياي، 2019-2020، صفحة 273) وهذا أيضا يتفق مع جاء في تقرير " ميديا نت " لسنة 2020 حيث كشف أن 84% من المستخدمين الجزائريين يستخدمون الهواتف الذكية في الاتصال بالانترنت وفي تصفح شبكة

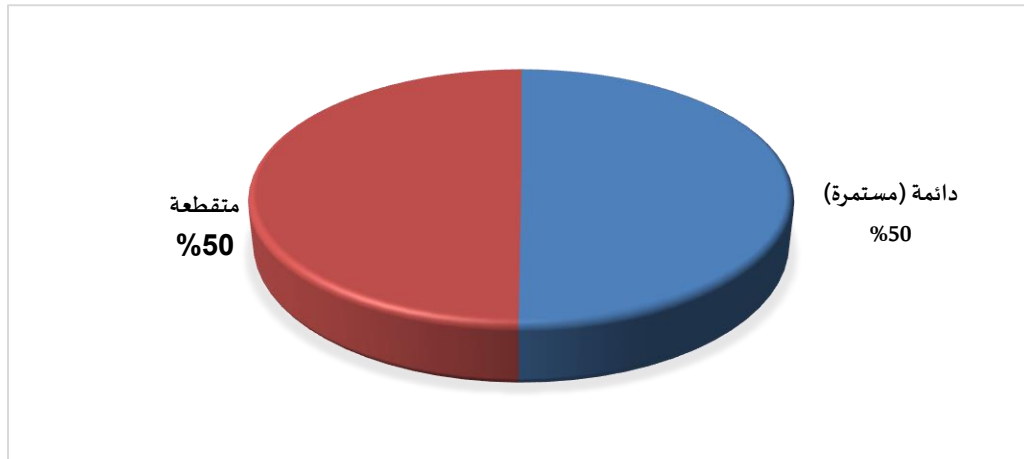
الفيسبوك. - [HTTPS://WWW.MEDIANET.TN](https://www.medianet.tn)

السؤال 04: هل تدفع رسوم الاشتراك عبر الانترنت بمنزلكم بطريقة:

الجدول رقم (18): يمثل إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04).

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 04
50.1%	178	دائمة (مستمرة)
49.9%	177	متقطعة
100%	355	الإجمالي

الشكل رقم (13) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04)



من خلال الجدول رقم (18) والشكل رقم (13) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها إجمالاً (355) فرد قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (04) بالبديل "دائمة" وقد بلغت نسبتهم 50.1% وهم الأعلى نسبة، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "متقطعة" بنسبة قدرت بـ 49.9%. مما سبق نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة أدلوا بأن رسوم الاشتراك عبر الانترنت بمنزلهم تدفع بطريقة مستمرة دائماً، وذلك يمكن ان يعود بالدرجة الأولى التطور الحاصل في العالم والتي أصبحت فيه الانترنت من ضروريات الحياة كالتعليم عن بعد والاتصال والتواصل عبرها مع مختلف الأفراد في كل بقاع العالم، إضافة الى الحاح الأبناء لإنجاز الواجبات المدرسية وهذا ما توصلت اليه دراسة "تقية فرحي" في دراستها الموسومة بـ "التربية الإعلامية داخل الأسرة في مواجهة مضامين الإباحية على مواقع التواصل الاجتماعي-دراسة ميدانية على عينة من الأسر الجزائرية- حيث استنتجت

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

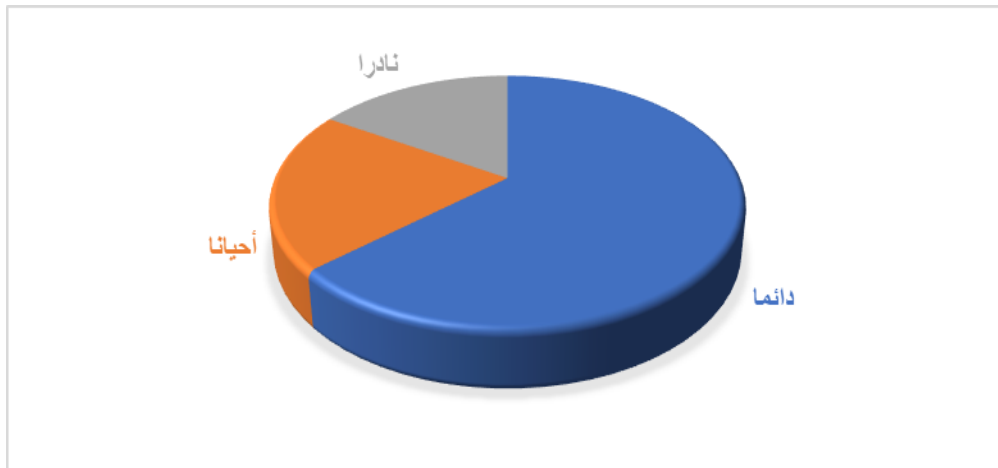
أن الدافع الأول وراء الاتصال بالإنترنت بصفة دائمة داخل المنزل من قبل الأولياء هو من أجل الواجبات المدرسية لأبنائهم وبالتالي نستنتج أن فكرة الإنترنت والشبكات الاجتماعية احتلت مكانة مهمة في حياة الجزائريين.

السؤال 05: هل تستخدم شبكة " الفيسبوك "؟

الجدول رقم(19): يمثل إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 05
63.3%	225	دائما
20.5%	73	أحيانا
16.2%	57	نادرا
100%	355	الإجمالي

الشكل رقم (14) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)



من خلال الجدول رقم (19) والشكل رقم (14) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها إجمالا (355) فرد قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (05) بالبديل "دائما" وقد بلغت نسبتهم 34.9%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" بنسبة قدرت بـ 36.3% وهم الأعلى نسبة، في حين تمثل المجموعة الثالثة الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال السابق بالبديل "نادرا" بنسبة قدرت بـ 28.7%. بدا واضحا لنا من خلال نتائج الجدول أن أغلب الباحثين دائما يستخدمون موقع الفيسبوك وهو ما يبين ارتباط الباحثين بالشبكات الاجتماعية خاصة الفيسبوك الى درجة انها أصبحت تمثل جزءا من حياتهم اليومية رغم انشغالهم بالدراسة الان

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

هذه الأخيرة لم تمنعهم من التفاعل عبر هذا الفضاء الأزرق، وهذا ان دل على شيء انما يدل على ان الفيسبوك يعد أكثر شعبية واستحوادا بين الشبكات الاجتماعية الأخرى المتاحة على شبكة الانترنت التي يفضلها المراهقين، لأنه يوفر مساحة واسعة للتفاعل مع الآخرين من خلال التعبير عن مشاعرهم وأفكارهم وآرائهم دون اية قيود قد تواجههم في مختلف وسائل الإعلام الأخرى لما يعرضونه من قضايا سواء كانت اجتماعية او شخصية او سياسية، وبالتالي فهو الملاذ الذي يوفر لمستخدميه حياة افتراضية تتميز بالمرح، والجد والتسلية والترفيه وغيرها من الخصائص، كما يعتبر كذلك استخدام "الفيسبوك" أوساط المراهقين أحد اشكال العدوى أو التقليد الاجتماعي في مرحلة المراهقة يتميز الفرد المراهق بالميل للجماعات الاجتماعية من الأسرة و الأصدقاء والأقران فهو يخضع فيها لأساليبه ومسالكهم وقيمهم ونظمهم لمسايرة الجماعة التي ينتمي اليها كنوع من "الاذعان المجتمعي". وبالتالي أصبح "الفيسبوك" متنفسا طبيعيا لفئة المراهقين لتحقي كافة رغباتهم وإشباعاتهم في هذه البيئة الافتراضية. إضافة الى التطور التكنولوجي الكبير للإنترنت في الجزائر في الآونة الأخيرة اذ شهدت الانترنت في المنازل والهواتف الذكية التي تتوفر على خدمات الجيل الثالث والرابع أدى الى ارتفاع كبير سهل التفاعل والنشاط عبر هذه المواقع.....

وهذه النتيجة تتفق مع ما توصلت اليه دراسة الباحثة" العلاقة بين إدراك الشباب لمبادئ التربية الإعلامية والرقمية وبين سلوكهم الاتصالي على مواقع التواصل الاجتماعي"2018 أن النسبة الأكبر من المبحوثين يستخدمون الفيسبوك على أنه منصة اجتماعية ناجحة تساعدهم على التواصل مع الأصدقاء والتواصل مع الآخرين وإمدادهم بالأخبار، وتنطبق أيضا مع دراسة الباحثة " علياء عبد الفتاح رمضان" اتجاهات طلاب المرحلة الثانوية نحو الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتطبيق مهارات التربية الإعلامية والتي أسفرت على أن نسبة 84% من أفراد العينة يفضلوا تصفح " الفيسبوك"

وتتفق أيضا مع دراسة" د. نرمين نصر محمد": استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بإدراكهم لانتهاكات خصوصيتهم-دراسة ميدانية" التي استنتجت أن نسبة 61.78% من أفراد العينة البحثية يستخدمون الشبكات بشكل يومي، كما يشير في ذات السياق تقرير بحثي بريطاني لشركة " YOUGOV " الى ان الفيسبوك استطاع ان يتفوق على وسائل الاعلام الأخرى كمصدر أساسي للأخبار بين الشباب والمراهقين لدرجة

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

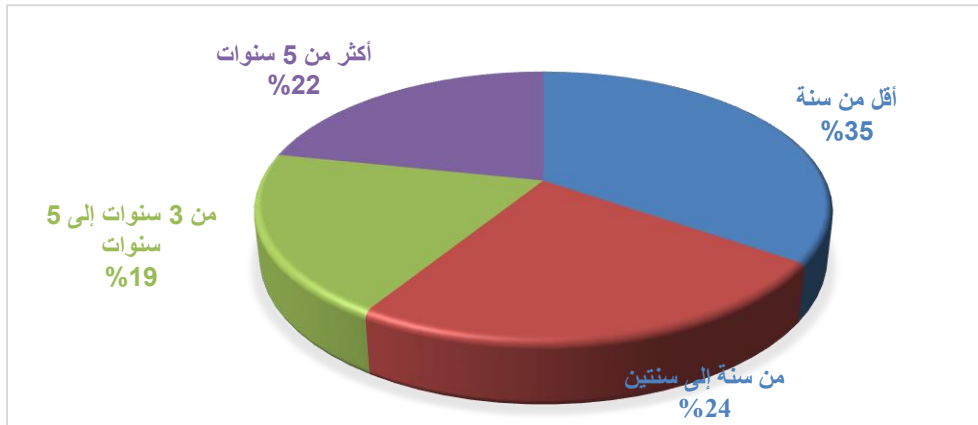
انه اصبح يشكل مصدر لنشر الاخبار والمعلومات المضللة لعدم وجود رقابة ولا ضوابط محددة لفترة تلك المعلومات، وهذا من الممكن ان يؤدي الى افتعال أزمات سياسية واقتصادية واجتماعية....

السؤال 06: منذ متى وأنت تستخدم الفيسبوك؟

الجدول رقم(20): يمثل إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 06
19.4%	69	أقل من سنة
24.2%	86	من سنة إلى سنتين
34.6%	123	من 3 سنوات إلى 5 سنوات
21.7%	77	أكثر من 5 سنوات
100%	355	الإجمالي

الشكل رقم (15) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)



من خلال الجدول رقم (20) والشكل رقم (15) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها إجمالاً (355) فرد قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (06) بالبديل "أقل من سنة" وقد بلغت نسبتهم 19.4% وهم الأدنى نسبة، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "من سنة إلى سنتين" بنسبة قدرت بـ 24.2%، والمجموعة الثالثة والتي تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال السابق بالبديل "من 3 سنوات إلى 5 سنوات" بنسبة قدرت بـ 34.6%، في حين تمثل المجموعة الرابعة الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال السابق بالبديل "أكثر من

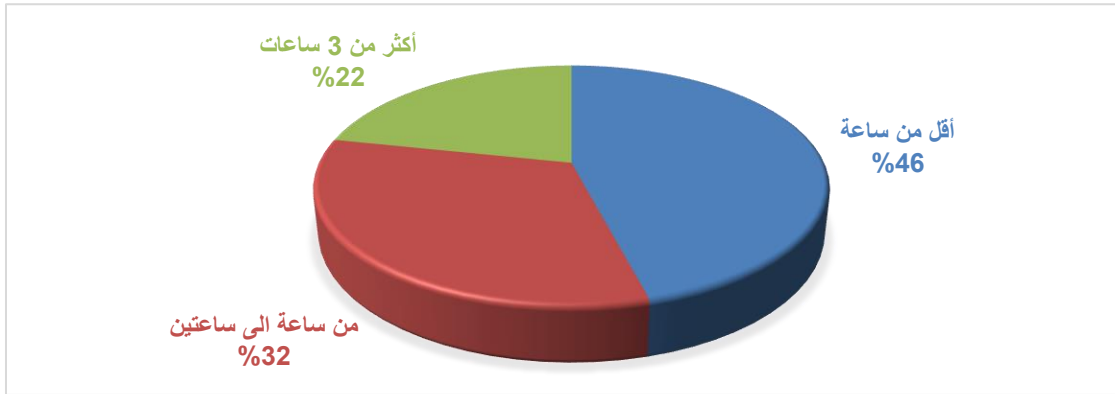
الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

5 سنوات " بنسبة قدرت بـ 21.7%، مما سبق نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون الفيسبوك من 3 إلى 4 سنوات وهذا يدل على أن أفراد العينة (المراهقين المتدرسين) يستخدمون "موقع الفيسبوك" في سن أكثر حساسية وخطورة عليهم مما قد يؤثر على سلوكياتهم وحياتهم بشكل كبير.

السؤال 07: ما هو متوسط ساعات استخدامك لموقع "الفيسبوك" يوميا؟
الجدول رقم (21): يمثل إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 07
21.7%	77	أقل من ساعة
32.4%	115	من ساعة إلى ساعتين
45.9%	163	أكثر من 3 ساعات
100%	355	الإجمالي

الشكل رقم (16) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)



من خلال الجدول رقم (21) والشكل رقم (16) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها إجمالاً (355) فرد قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (07) بالبديل "أقل من ساعة" وقد بلغت نسبتهم 21.7% وهم الأعلى نسبة، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "من ساعة إلى ساعتين" بنسبة قدرت بـ 32.4%، في حين تمثل المجموعة الثالثة الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال السابق بالبديل "أكثر من 3 ساعات" بنسبة قدرت بـ 45.9%. وعليه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة متوسط استخدامهم لموقع الفيسبوك يوميا هو أكثر من 3 ساعات وهذا ان دل على شيء انما يدل على ان هناك استخدام مفرط قد يصل الى حد الإدمان من قبل أفراد

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

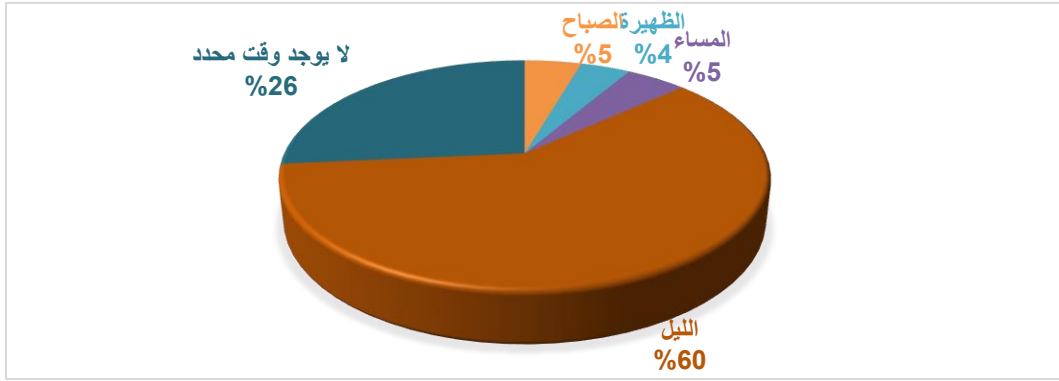
العينة (المراهقين المتمدرسين) بمدينة المسيلة بسبب ما ي تزخر به شبكة "الفيسبوك" من الميزات و الخدمات التي تتلاءم مع كافة اهتماماتهم، وكذا قدرته اللامتناهية في تقديم وظائف متنوعة تلي لهم من حاجاتهم المعرفية وال نفسية والاجتماعية تجعلهم اكثر ارتباطا به، إضافة انتشار الهواتف الذكية المتوفرة على خدمات الانترنت أوساط المراهقين من جهة و العروض التي تقدمها شركات الاتصال من خلال الاشتراك في خدمة الانترنت بسعر رمزي بسيط في متناول جميع الشرائح الاجتماعية منها شريحة المراهقين على سبيل المثال الخدمات التي تقدمها شركة "موبليس" التي توفر اشتراك لمدة 24 ساعة ب 30 دج لتصفح (فيسبوك، واتساب، فيبر) من جهة أخرى، الامر الذي يجعلهم لا يعيرون أهمية للوقت في التصفح مما ينتج عنه الكثير من الآثار السلبية كإهمال الواجبات المدرسية وفرائضهم الدينية والكثير من الأنشطة اليومية المعتاد القيام بها، لذلك فإن قضية الاستخدام المفرط للشبكات الاجتماعية كانت ولا زالت قيد الأبحاث والدراسات لما لها من آثار على الصحة العقلية وال نفسية وحتى الجسمية ففي دراسة نشرها الموقع الرسمي BBC التي استنتجت أنه لا يمكن القول عن فرد أنه مدمن الا اذا توافرت فيه مؤشرات منها زيادة طول فترة الاستخدام تتمثل في التقلب المزاجي والانطواء والعزلة الاجتماعية...

السؤال 08: ما هي الفترات المفضلة لتصفح موقع " الفيسبوك"؟

الجدول رقم(22): يمثل إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08).

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 08
4.5%	16	الصباح
3.9%	14	الظهيرة
4.8%	17	المساء
60.3%	214	الليل
26.5%	94	لا يوجد وقت محدد
100%	355	الإجمالي

الشكل رقم (17) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08)



من خلال الجدول رقم (22) والشكل رقم (17) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها إجمالاً (355) فرد قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (08) بالبديل "صباحاً" وقد بلغت نسبتهم 4.5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الظهرية" بنسبة قدرت بـ 3.9%، والمجموعة الثالثة والتي تمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على السؤال السابق بالبديل "المساء" بنسبة قدرت بـ 4.8%، في حين تمثل المجموعة الرابعة الأفراد الذين كانت إجابتهم على السؤال السابق بالبديل "الليل" بنسبة قدرت بـ 60.3%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الذين كانت إجابتهم على السؤال السابق بالبديل "لا يوجد وقت محدد" بنسبة قدرت بـ 26.5% وهم الأعلى نسبة. مما سبق نجد أن أغلب أفراد عينة الدراسة (المراهقين المتمدرسين) يفضلون تصفح موقع "الفايسبوك" ليلاً على اعتبار أنها فترة راحة لأن المراهقين المتمدرسين منشغلين في الأوقات الأخرى بالدراسة مما يخلق عندهم نوع من الراحة للتصفح بحرية دون ازعاج في الليل، كما تشكل فترة مناسبة لوجود أغلب الأصدقاء الافتراضيين يتصفحون الموقع وهذا ما تؤكد عليه "البرتا روبرت ALBERTA ROPERT" بأن المجتمع الافتراضي مدينة افتراضية لا تنام فهناك دائماً أفراد مشتركون في التفاعلات الافتراضية حتى منتصف الليل ولا غرابة في ذلك فلقد أصبح الانترنت جزء من حياة الناس. (مراكشي، 2020-2021، صفحة 268).

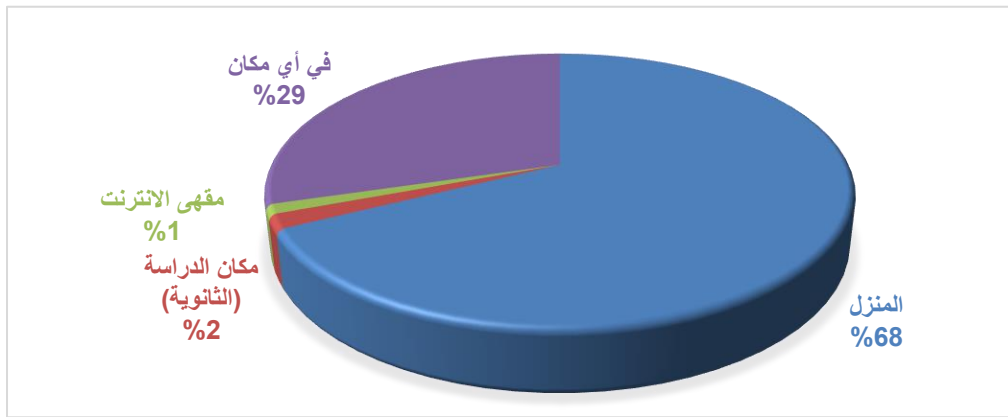
الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

السؤال 09: ما هو المكان المفضل الذي تتصفح فيه " موقع الفيسبوك؟

الجدول رقم (23): يمثل إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08).

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 09
67.6%	240	المنزل
1.7%	06	مكان الدراسة (الثانوية)
1.1%	04	مقهى الانترنت
29.6%	105	في أي مكان
100%	355	الإجمالي

الشكل رقم (18) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (09)



من خلال الجدول رقم (23) والشكل رقم (18) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها إجمالاً (355) فرد قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (09) بالبديل "المنزل" وقد بلغت نسبتهم 67.6% وهم الأعلى نسبة، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "مكان الدراسة" بنسبة قدرت بـ 1.7%، والمجموعة الثالثة والتي تمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على السؤال السابق بالبديل "مقهى الانترنت" بنسبة قدرت بـ 1.1%، في حين تمثل المجموعة الرابعة الأفراد الذين كانت إجابتهم على السؤال السابق بالبديل "في أي مكان" بنسبة قدرت بـ 29.6%. مما سبق نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يفضلون تصفح موقع الفيسبوك في المنزل، وربما ذلك

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

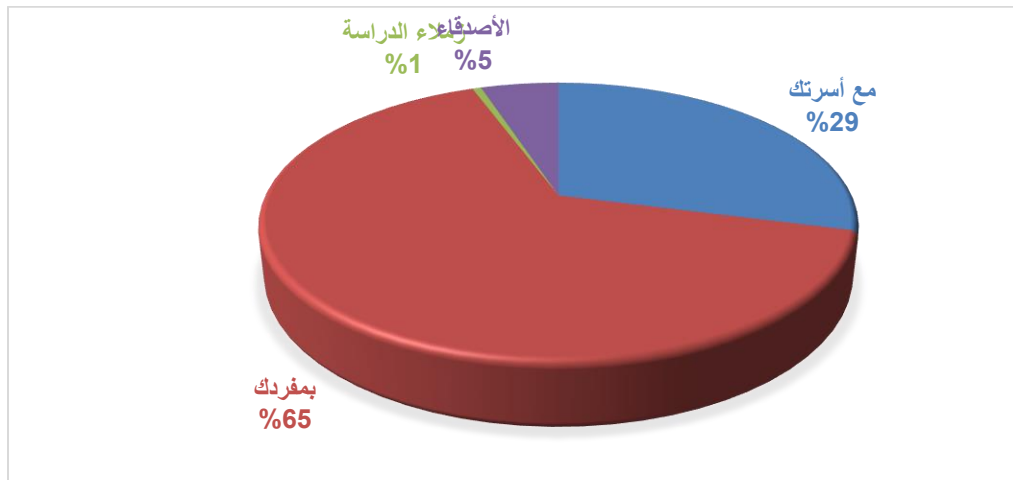
يعود توفر الراحة وعدم الانزعاج أثناء التصفح إضافة الى تفرغ من الأعباء والانشغالات المهنية والدراسية الأمر الي يجعلهم يستخدمون الشبكات الاجتماعية في وقت راحتهم.

السؤال 10: حين تستخدم موقع الفيسبوك تكون مع:

الجدول رقم (24): يمثل إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10).

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 10
29%	103	مع أسرتك
65.4%	232	بمفردك
0.6%	2	زملاء الدراسة
5.1%	18	الأصدقاء
100%	355	الإجمالي

الشكل رقم (19) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)



من خلال الجدول رقم (24) والشكل رقم (19) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها إجمالاً (355) فرد قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (10) بالبديل "مع أسرتك" وقد بلغت نسبتهم 29%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "بمفردك" بنسبة قدرت بـ 65.4% وهم الأعلى نسبة، والمجموعة الثالثة والتي تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال السابق بالبديل "زملاء الدراسة" بنسبة قدرت بـ 0.6%.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

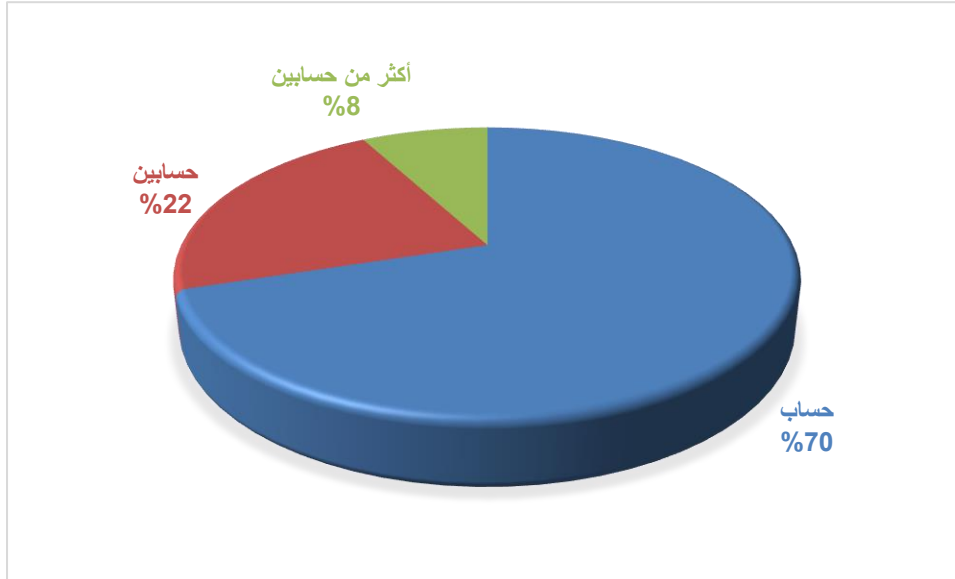
في حين تمثل المجموعة الرابعة الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال السابق بالبديل "الأصدقاء" بنسبة قدرت بـ 5.1%. ومما سبق نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون موقع الفيسبوك حينما يكونون بمفردهم وهذا يعود حتما إلى أن الهاتف الذكي والكمبيوتر هما وسيلتان شخصيتان حتى أن الدخول إلى الحسابات عبر الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك" يكون بشكل سري لذلك يحبذ المستخدمين التعامل مع هذه المواقع بشكل شخصي ومنفرد قصد التجول بكل حرية .

السؤال 11: كم تمتلك من حساب على موقع "الفيسبوك"؟

الجدول رقم (25): يمثل إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11)-

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 11
70.1%	249	حساب
22%	78	حسابين
7.9%	28	أكثر من حسابين
100%	355	الإجمالي

الشكل رقم (20) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11)



من خلال الجدول رقم (25) والشكل رقم (20) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ

عددها إجمالا (355) فرد قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

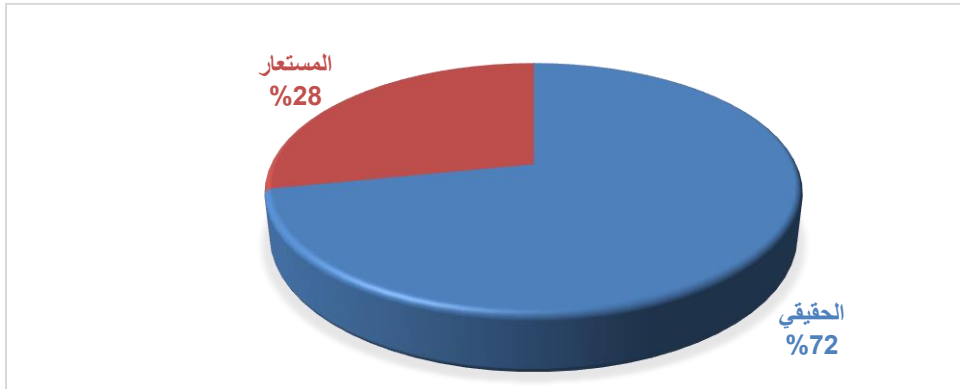
إجاباتهم على السؤال رقم (11) بالبديل "حساب" وقد بلغت نسبتهم 70.1% وهم الأعلى نسبة، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "حسابين" بنسبة قدرت بـ 22%، في حين تمثل المجموعة الثالثة الأفراد الذين كانت إجابتهم على السؤال السابق بالبديل "أكثر من حسابين" بنسبة قدرت بـ 7.9%. مما سبق نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يمتلكون حساب واحد فقط على موقع الفيسبوك.

السؤال 12: هل تدخل إلى حسابك عبر موقع "الفيسبوك" باسمك؟

الجدول رقم (26): يمثل إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12)

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 12.
28.2%	100	الحقيقي
71.8%	255	المستعار
100%	355	الإجمالي

الشكل رقم (21) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12)



من خلال الجدول رقم (26) والشكل رقم (21) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها إجمالاً (355) فرد قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (12) بالبديل "الحقيقي" وقد بلغت نسبتهم 28.2%. وهم الأعلى نسبة، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "المستعار" بنسبة قدرت بـ 71.85% ويمكن تبرير ذلك إلى أن أغلب أفراد عينة الدراسة يدخلون إلى حسابهم عبر شبكة الفيسبوك بأسمائهم المستعار بدل أسمائهم الحقيقية للولوج والابحار بحرية تامة عبر الفيسبوك دون أن يتعرف عليهم أحد أو ربما الرغبة منهم في أن يتقمصوا شخصيات غير

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

شخصياتهم الحقيقية وذلك للتعبير عن بعض الأفكار التي يصعب القيام بها وجها لوجه بكل أريحية على كل ما يجول بخاطرهم دون ان يتعرف عليهم احد لذلك يتستر المراهقين خلف أسماء وصور غير حقيقية، ناهيك عن الشعور المراهق في كثير من الأحيان بالخجل من الاندماج مع الجماعة والتعبير عن أفكاره وآرائه ومشاركة الآخرين كل ما يمثل هوياتهم النفسية والسلوكية والجسدية والاجتماعية، كما قد يكون نفس المراهق يفتقد للتقدير الذاتي أو الاجتماعي في البيئة التي يعيش فيها فيحاول جاهدا في العالم الافتراضي من خلال الفايبريوك تجاوز تلك العقبة الداخلية عنده، وفي هذا السياق تشير الباحثة "كريمة سنوسي" في تفسيرها للهوية الافتراضية بمقولتها المشهورة "قلي كيف تستخدم أقول لك من أنت" حيث أن الهوية الافتراضية قد تختلف أو تتناقض مع الهوية الحقيقية تباعا لأحكام الحشد الإلكتروني وأعرافه، الأمر الذي من شأنه تطوير الذات الحقيقية من خلال تحديث إعادة تشكيل أسسها و ثوابتها وفقا للمجتمع الذي تريد الانتماء اليه. وبالتالي فانهم يغيرون من هوياتهم الافتراضية باستمرار لمحاولة الوصول للرضا عن الذات واشباع كافة رغباتهم والوصول للصورة المثالية التي يرغبون أن يكونوا عليها.

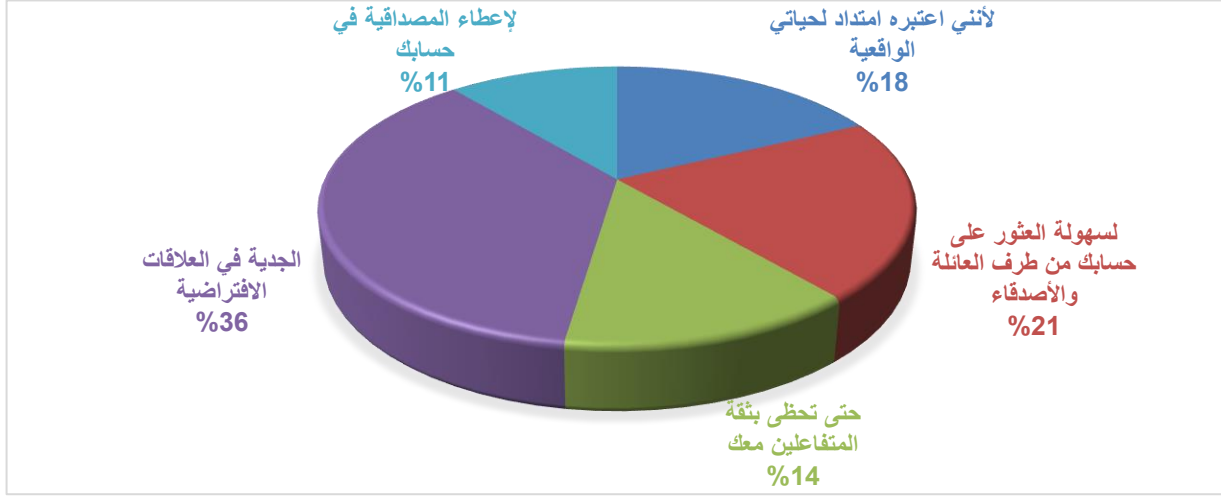
- إذا كنت تستخدم اسمك الحقيقي. هل ذلك راجع إلى:

الجدول رقم(27): يمثل إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (تابع 12).

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال التابع للسؤال 12
17.81%	98	لأنني اعتبره امتداد لحياتي الواقعية
20.90%	115	لسهولة العثور على حسابك من طرف العائلة والأصدقاء
13.63%	75	حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك
36.54%	201	الجديدة في العلاقات الافتراضية
11.09%	61	لإعطاء المصدقية في حسابك
100%	550	الإجمالي

الشكل رقم (22) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال التابع للسؤال

(12)



من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها إجمالاً (550) إجابة قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال التابع للسؤال (12) بالبديل "لأنني اعتبره امتداد لحياتي الواقعية" وقد بلغت نسبتهم 17.81%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "لسهولة العثور على حسابك من طرف العائلة والأصدقاء" بنسبة قدرت بـ 20.90%، والمجموعة الثالثة والتي تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال السابق بالبديل "حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك" بنسبة قدرت بـ 13.63%، في حين تمثل المجموعة الرابعة الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال السابق بالبديل "الجدية في العلاقات الافتراضية" بنسبة قدرت بـ 36.54% وهم الأعلى نسبة، أما المجموعة الخامسة فتمثل الذين كانت إجاباتهم على السؤال السابق بالبديل "لإعطاء المصداقية في حسابك" بنسبة قدرت بـ 11.09% في حين أنه لن نسجل أي أسباب أخرى غير هذه الأسباب.

مما سبق نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة الذين يستخدمون اسمهم الحقيقي عند الدخول لموقع الفيسبوك من أجل الجدية في العلاقات الافتراضية ويمكن تفسير ذلك بأن معظم المراهقين لديهم رغبة قوية في الثقة والصدق في التعامل مع الآخرين لأن الإنسان بطبعه يثق في كل ما هو مكشوف ومعروف ويتعد عن كل ما هو مزيف. إضافة إلى ذلك يمكن أن نربط الاعتماد على الاسم الحقيقي أو الاسم المستعار بغايات استخدام الشبكات الاجتماعية في حد ذاته فمن كان هدفه الاتصال والتواصل مع الأصدقاء والأقارب وزملاء العمل يكون اعتماده على

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

المعلومات الحقيقية من الاسم واللقب والصورة....، أما من كان هدفه التجوال بحرية في فضاء شبكات التواصل الاجتماعي دون الانصياع للرقابة العائلية والاجتماعية فنجده يعتمد على الاسم المستعار، وهذا يقودنا الى استنتاج ان اختيار الفرد المستخدم للهوية التي يريد أن يظهر به على الشبكات الاجتماعية يمكن ان يعكس مدى امتلاكه لثقافة إعلامية جيدة وهذا ما يؤكد عليه الباحث " JEAMES BOTTER " أن الأفراد المثقفين إعلاميا يجب أن يدركوا أهمية وسائل الإعلام ودورها في حياتهم حتى يمكنهم تحديد أهدافهم الرئيسية من استخدامها.

- أما إذا كنت تستخدم اسم مستعار. هل ذلك راجع إلى:

الجدول رقم(28): يمثل إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (تابع 12)

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال التابع للسؤال 12.
26.92%	35	الخوف من أن يتعرف الآخرون على هويتك الحقيقية
8.46%	11	رغبة منك في تقمص شخصية غير شخصيتك
56.92%	74	للحرية في إبداء رأيك دون رقابة
7.69%	10	لإقامة علاقات عاطفية
100%	130	الإجمالي

الشكل رقم (23) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال التابع للسؤال

(12)



من خلال الجدول رقم (28) والشكل رقم (23) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ

عددها إجمالاً (130) إجابة قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت

إجاباتهم على السؤال التابع للسؤال (12) بالبديل " الخوف من أن يتعرف الآخرون على هويتك الحقيقية " وقد

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

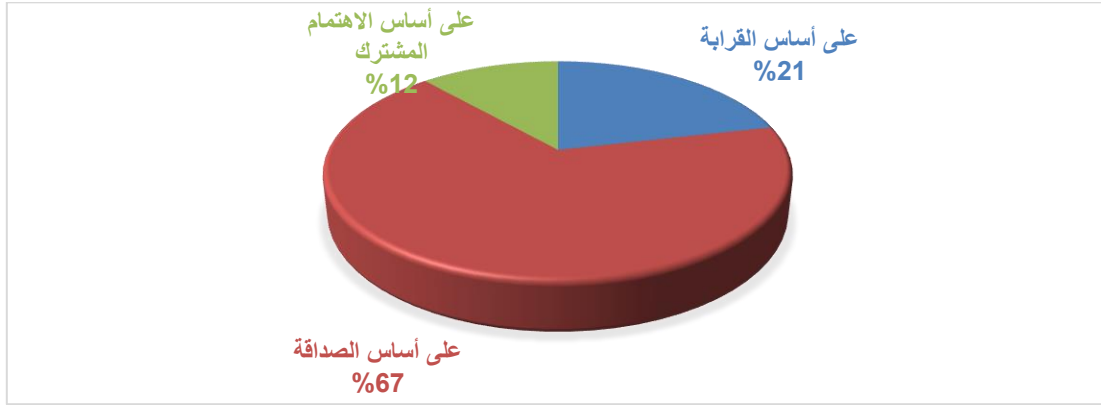
بلغت نسبتهم 26.92% ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " رغبة منك في تقمص شخصية غير شخصيتك " بنسبة قدرت بـ 8.46%، والمجموعة الثالثة والتي تمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على السؤال السابق بالبديل " في إبداء رأيك دون رقابة " بنسبة قدرت بـ 56.92% وهم الأعلى نسبة، في حين تمثل المجموعة الرابعة للأفراد للحرية الذين كانت إجابتهم على السؤال السابق بالبديل " لإقامة علاقات عاطفية " بنسبة قدرت بـ 7.69%. مما سبق نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة الذين يستخدمون اسم مستعار عند الدخول لموقع الفيسبوك يستخدمون الاسم المستعار "للحرية في إبداء رأيك دون رقابة" ويمكن ارجاع ذلك الى ان اغلبية المبحوثين يخافون ان تنكشف هويتهم الحقيقية الأمر الذي يمنعهم من التعبير بكل حرية تامة عما يجول بخاطرهم، وكذلك للحفاظ على سلامتهم وعدم تعرضهم للمضايقات او الاستغلال هذا من جهة، ومن جهة أخرى نجد أن المبحوثين يعيشون في منطقة محافظة فالهوية الافتراضية المستعارة قد لا تسبب لهم مشاكل مع أسرهم أو المحيط الذين يعيشون فيه..

السؤال 13: على أي أساس تختار من تتفاعل معهم عبر موقع " الفيسبوك"؟

الجدول رقم (29): يمثل إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13).

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 14
21.4%	76	على أساس القرابة
67%	238	على أساس الصداقة
11.5%	41	على أساس الاهتمام المشترك
100%	355	الإجمالي

الشكل رقم (24) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13)

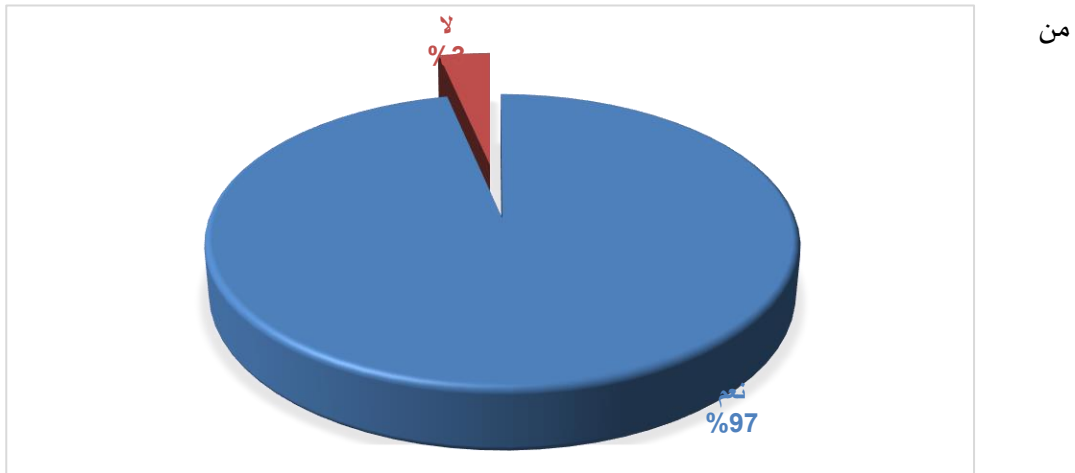


من خلال الجدول رقم (29). والسؤال رقم (13) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها إجمالاً (355) فرد قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (14) بالبديل "على أساس القرابة" وقد بلغت نسبتهم 21.4% ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "على أساس الصداقة" بنسبة قدرت بـ 67% وهم الأعلى نسبة، في حين تمثل المجموعة الثالثة الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال السابق بالبديل "على أساس الاهتمام المشترك" بنسبة قدرت بـ 11.5%.. مما سبق نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يختارون من يتفاعلون معهم عبر موقع الفيسبوك على الصداقة. وتعزى الباحثة هذه النتيجة إلى أن الإنسان اجتماعي بطبعه ميال إلى التعرف والاحتكاك بالأشخاص وإقامة صداقات مع من يتشابهون معهم في التفكير والاتجاه وهذا ما يدعم العلاقات بينهم ويجعلها أكثر ثقة، ولعل الشبكات الاجتماعية قد ساهمت في تدعيم ذلك وساعدت الفرد المراهق على إيجاد أصدقاء لهم اهتمامات مشتركة يتبادل معهم الإعجاب والتعليق على الصور والحالات ومشاركة المنشورات ومناقشتها عبر الفضاء الأزرق وهذا ما يولد لدى المراهقين المتمدرسين الشعور بالأهمية وبالانتماء الاجتماعي للجماعات الافتراضية التي كونها من خلال الفيسبوك.

السؤال 14: هل يعلم والديك أنك تمتلك حساب على شبكة الفيسبوك؟
الجدول رقم (30): يمثل إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14).

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 15
96.6%	343	نعم
3.4%	12	لا
100%	355	الإجمالي

الشكل رقم (25) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14)



خلال الجدول رقم (30) والشكل رقم (25) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها إجمالاً (355) فرد قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (15) بالبديل "نعم" وقد بلغت نسبتهم 96.6% وهم الأعلى نسبة، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" بنسبة قدرت بـ 3.46%. مما سبق نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة والديهيم على دراية بأنهم يمتلكون حساب على موقع الفيسبوك. وتفسر الباحثة هذه النتيجة على أنها راجعة الى وجود نوع من الوعي والثقافة الاعلامية من قبل أسر المبحوثين (المراهقين المتمدسين) أي هناك نوع من الرقابة الأبوية على ما يستخدمه ويتابعه أبناءهم، فالوساطة الأبوية يمكن أن تساهم في مساعدة الأبناء في التعامل الناقد مع المحتويات الإعلامية بشكل إيجابي، فالأسرة تلعب دوراً مهماً وفعالاً في عملية التدخل والمتابعة في المشاهدة حيث حددت الدراسات الأكاديمية الجادة ثلاث أساليب لذلك تتمثل في التدخل المانع بوضع قواعد لمشاهدة أو متابعة مضمون اعلامي معين، والتدخل الإرشادي (التقويبي أو النشط) من خلال مناقشة الأبناء جوانب معينة من المضامين الإعلامية المبتوثة بتبيان والتمييز بين المعلومات والأفكار الحقيقية و بين الخاطئة، وأخيراً التدخل بالمشاركة وفي هذا الصدد نجد ان دراسة "NIKKEN ET.AL.2011" قد أضاف أسلوباً جديداً من أساليب تدخل الوالدين في استخدام الأبناء للإنترنت غير التدخل التقديدي والتدخل التقويبي أو النشط والتدخل بالمشاركة وتم اطلاق عليه تسمية التدخل الإشرافي أو التدخل بالمراقبة أي مراقبة ما يفعله الأبناء من بعد و ابان استخدام الانترنت ووسائل الإعلام بصفة عامة ويشمل ما يطلق عليه التدخل التكنولوجي او التدخل الفني من

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

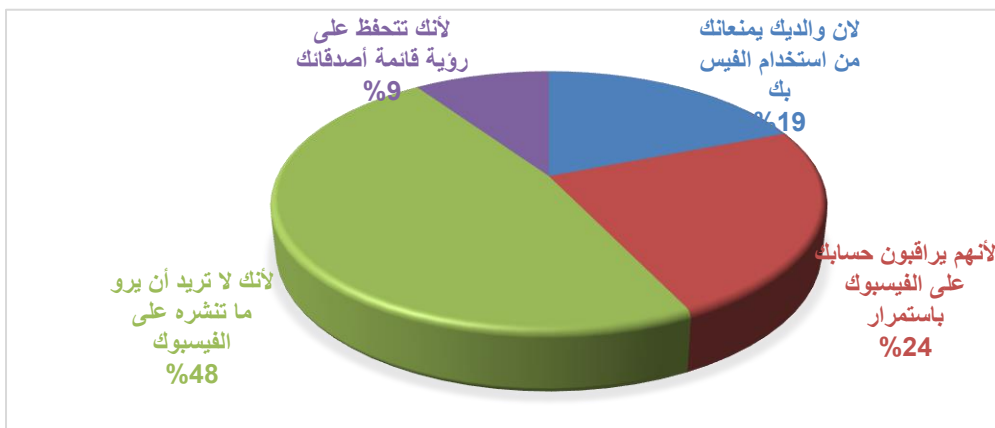
اجل مراقبة الأبناء وذلك عن طريق تركيب فلاتر لمنع التعرض لمواقع معينة او تركيب برامج على جهاز الكمبيوتر الخاص بالأطفال لمعرفة ما يتم زيارته من مواقع. وعليه فإن وعي الأسرة واهتماماتهم بمتابعة استخدام أبنائهم مختلف الوسائط الاتصالية والإعلامية يعد من الأمور المهمة والتي يمكن أن تسهم في فهم الأبناء واستيعابهم لما يعرض عليهم سواء عن طريق الانترنت ومختلف البرمجيات المعدة لهم وهذا ما يتطل ان يكون الوالدين على وعي وفهم وقدرة على ما يستخدمه أبنائهم من خلال هذه الوسائل لتزداد قدرتهم على متابعتهم ومشاركتهم أيضا وبالتالي يمكن أن يحقق هذا جوانب إيجابية في شخصية الأبناء (أحمد، 2014، الصفحات 252-255).

السؤال التابع للسؤال 15: إذا كانت الإجابة "لا" فلماذا؟

الجدول رقم (31): يمثل إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال التابع للسؤال (15)

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال التابع للسؤال 15
19.04%	4	لان والديك يمنعانك من استخدام الفيس بك
23.80%	5	لأنهم يراقبون حسابك على الفيسبوك باستمرار
47.61%	10	لأنك لا تريد أن يرو ما تنشره على الفيسبوك
9.52%	2	لأنك تتحفظ على رؤية قائمة أصدقائك
100%	21	الإجمالي

الشكل رقم (26) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال التابع للسؤال (15)



من خلال الجدول رقم (31) والشكل رقم (26) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها

إجمالاً (21) إجابة قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

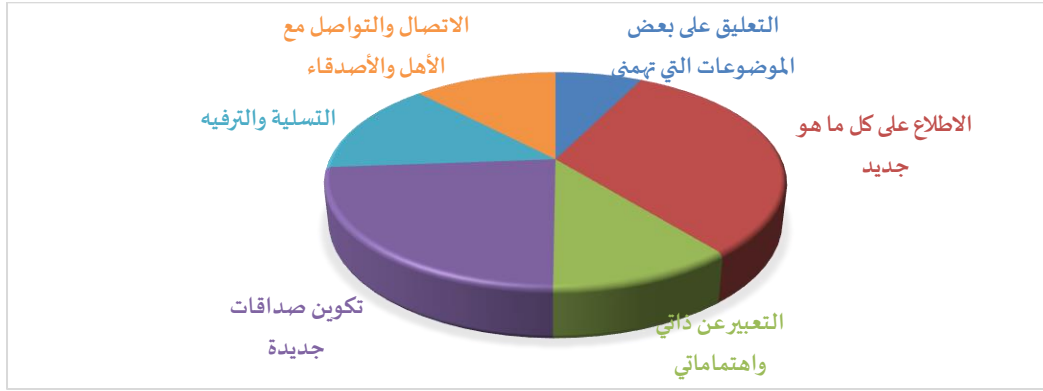
السؤال التابع للسؤال (15) بالبديل " لان والديك يمنعانك من استخدام الفيس بوك " وقد بلغت نسبتهم 19.04% ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " لأنهم يراقبون حسابك على الفيسبوك باستمرار " بنسبة قدرت بـ 23.80%، والمجموعة الثالثة والتي تمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على السؤال السابق بالبديل " لأنك لا تريد أن يرو ما تنشره على الفيسبوك " بنسبة قدرت بـ 47.61% وهم الأعلى نسبة، في حين تمثل المجموعة الرابعة الأفراد الذين كانت إجابتهم على السؤال السابق بالبديل " لأنك تتحفظ على رؤية قائمة أصدقائك " بنسبة قدرت بـ 9.52%. مما سبق نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة الذين لا يعلمون والديهم بأن لديهم حساب على موقع الفيسبوك، السبب في ذلك يعود الى أنهم لا يريدون أن يرى آباءهم ما ينشره على ا لفيسبوك.

السؤال 16: تتصفح الشبكات الاجتماعية " الفيسبوك " ل:

الجدول رقم(32): يمثل إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 18
7.3%	26	التعليق على بعض الموضوعات التي تهمني
31.8%	113	الاطلاع على كل ما هو جديد
10.9%	39	التعبير عن ذاتي واهتماماتي
23.6%	84	تكوين صداقات جديدة
14.1%	50	التسلية والترفيه
12.1%	43	الاتصال والتواصل مع الأهل والأصدقاء
100%	355	الإجمالي

الشكل رقم (27) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)



من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها إجمالاً (355) فرد قد انقسمت إلى ست مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (18) بالبديل " التعليق على بعض الموضوعات التي تهمني " وقد بلغت نسبتهم 7.3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الاطلاع على كل ما هو جديد " بنسبة قدرت بـ 31.8% وهم الأعلى نسبة، والمجموعة الثالثة والتي تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال السابق بالبديل " التعبير عن ذاتي واهتماماتي " بنسبة قدرت بـ 10.9%، في حين تمثل المجموعة الرابعة الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال السابق بالبديل " تكوين صداقات جديدة " بنسبة قدرت بـ 23.6%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الذين كانت إجاباتهم على السؤال السابق بالبديل " التسلية والترفيه " بنسبة قدرت بـ 14.1% والمجموعة الأخيرة السابقة تمثل الأفراد الذين اختاروا البديل " الاتصال والتواصل مع الأهل والأصدقاء "، في حين تمثل المجموعة السادسة الأفراد الذين اختاروا البديل " مجموعات دينية " بنسبة قدرت بـ 12.1%. من خلال البيانات الموضحة أعلاه نستنتج أن أفراد عينة الدراسة يستخدمون الشبكات الاجتماعية "الفيديوك" للاطلاع على كل ما هو جديد عبر الشبكات الاجتماعية بفضل الخاصية الرئيسية التي تتصف بها وهي الانتشار والتشاركية التي تساهم في الانتشار الواسع ولكن الهائل من الأخبار والمعلومات ومختلف القصص الإخبارية كل يوم أو في كل ثانية ودقيقة من خلال عدد من التقنيات كالتفضيلات والاشعارات التي تسمح بوصول كل المستجدات الجديدة المتداولة بين متصفح شبكات التواصل الاجتماعي وصناع المحتوى وغيرهم من خلال عرض المواضيع المشابهة وذات الصلة باهتمامات المستخدم، هذا كله من شأنه أن يساهم في زيادة ترابط المستخدمين بالشبكات الاجتماعية.

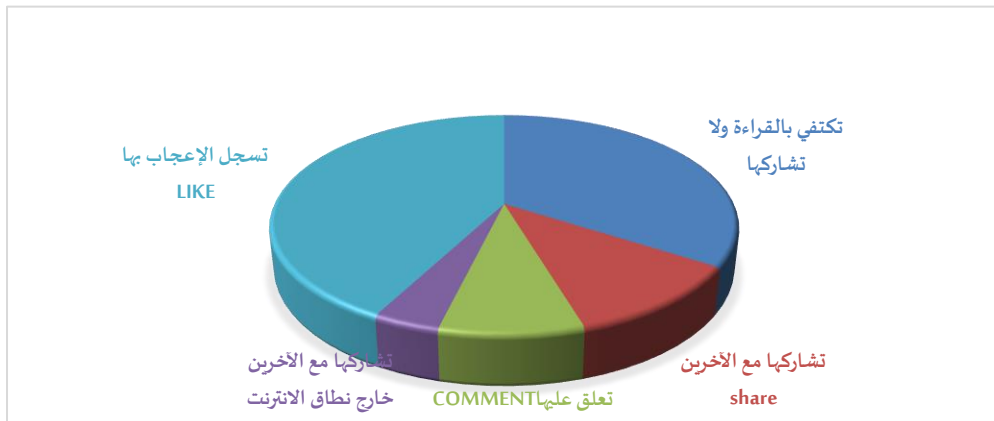
الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

السؤال 17: كيف تتعامل مع المنشورات التي تتلقاها عند تصفحك لشبكة " الفيسبوك؟

الجدول رقم (33): يمثل إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17).

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 17
34.1%	121	تكتفي بالقراءة ولا تشاركها
11.3%	40	تشاركها مع الآخرين SHARE
8.5%	30	تعلق عليها COMMENT
3.9%	14	تشاركها مع الآخرين خارج نطاق الانترنت
42.2%	150	تسجل الإعجاب بها LIKE
100%	355	الإجمالي

الشكل رقم (28) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17)



من خلال الجدول رقم (33) والشكل رقم (28) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها إجمالاً (355) فرد قد انقسمت إلى ست مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (17) بالبديل " تسجل الإعجاب بها LIKE " وقد بلغت نسبتهم 42.2% وهم الأعلى نسبة، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " تكتفي بالقراءة ولا تشاركها " بنسبة قدرت بـ 34.1%، والمجموعة الثالثة والتي تمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على السؤال السابق بالبديل " تشاركها مع الآخرين SHARE " بنسبة قدرت بـ 11.3%، في حين تمثل المجموعة الرابعة الأفراد الذين كانت إجابتهم على السؤال السابق بالبديل " تعلق عليها COMMENT " بنسبة قدرت بـ 8.5% ، أما المجموعة الخامسة فتمثل الذين كانت إجابتهم على السؤال السابق بالبديل " تشاركها مع الآخرين خارج نطاق الانترنت " بنسبة قدرت بـ 3.9%، مما سبق

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

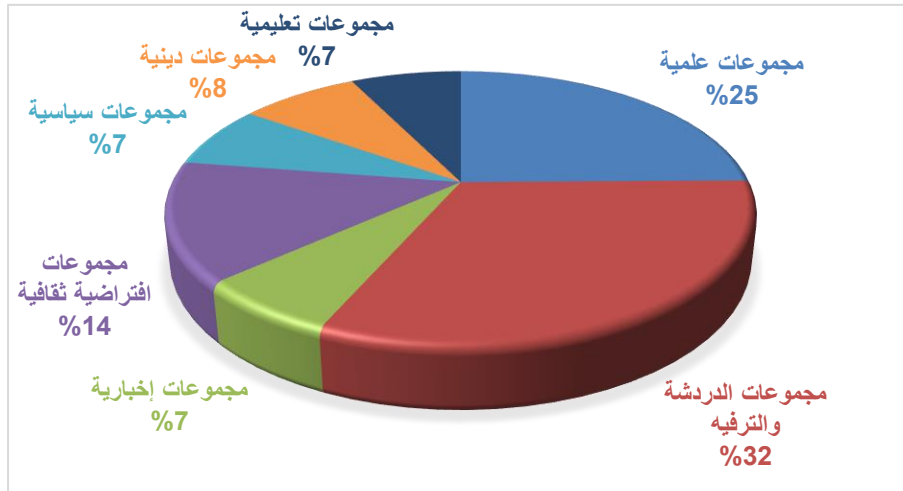
نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يميلون الى تسجيل الاعجاب بالمنشورات التي يتلقونها عند تصفحهم شبكة " الفيسبوك" اذ يعتبر هذا النوع من اصغر وابسط التفاعلات غير شبكات التواصل الاجتماعي التي لا تكلف المستخدم الا ضغطة زر التي بدورها تتحكم في طبيعة المنشورات والمضامين التي سيتعرض لها الفرد المستخدم بفضل خوارزميات الشبكات الاجتماعية التي تقترح على المستخدم نفس المضامين التي ابدى لها اهتماما في مرات سابقة، ومن جهة أخرى يمثل زر الاعجاب لكثير من صانعي المحتوى الإعلامي مقياسا للتعرف على ميولات واهتمامات المستخدمين ومعيارا لانتقاء المضامين التي يشاركونها. وهذا ما يعكس لنا مهارة الاختيار والانتقاء المناسب للمضامين الإعلامية عبر وسائل الإعلام والاتصال التي ركز عليها الاتجاه الجديد للتربية الإعلامية الذي يرى أن التعامل مع وسائل الاعلام وتكنولوجيات الاتصال الحديثة (شبكات التواصل الاجتماعي) لا يتطلب فقط مهارة الإنتاج ومهارة التفكير الناقد وانما يتطلب القدرة على الاختيار المناسب منها.

السؤال 18: ما هي المجموعات والصفحات الافتراضية التي تفضل الولوج فيها؟

الجدول رقم (34): يمثل إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (18).

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 18
24.8%	88	مجموعات علمية
31.8%	113	مجموعات الدردشة والترفيه
6.8%	24	مجموعات إخبارية
14.1%	50	مجموعات افتراضية ثقافية
7.3%	26	مجموعات سياسية
7.9%	28	مجموعات دينية
7.3%	26	مجموعات تعليمية
100%	355	الإجمالي

الشكل رقم (29) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (18)



نلاحظ من خلال الجدول رقم (34) والشكل رقم (29) أعلاه أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها إجمالاً (355) فرد قد انقسمت إلى سبع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (18) بالبديل "مجموعات علمية" وقد بلغت نسبتهم 24.8%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "مجموعات الدردشة والترفيه" بنسبة قدرت بـ 31.8%، وهم الأعلى نسبة، والمجموعة الثالثة والتي تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال السابق بالبديل "مجموعات إخبارية" بنسبة قدرت بـ 6.8%، في حين تمثل المجموعة الرابعة الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال السابق بالبديل "مجموعات افتراضية ثقافية" بنسبة قدرت بـ 14.1%، أما المجموعة الخامسة فتمثل الذين كانت إجاباتهم على السؤال السابق بالبديل "مجموعات سياسية" بنسبة قدرت بـ 7.3% نفس النسبة السابقة تمثل أفراد المجموعة السابعة الذين اختاروا البديل "مجموعات تعليمية"، في حين تمثل المجموعة السادسة الأفراد الذين اختاروا البديل "مجموعات دينية" بنسبة قدرت بـ 7.9%. مما سبق نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة انتمت إلى المجموعات والصفحات الافتراضية التي يحبون التواجد فيها هي مجموعات الدردشة والترفيه وذلك تخفيفاً من الضغط والتوتر بسبب الواجبات والمسؤوليات المدرسية المختلفة، لأن هذه الأخيرة تقدم الكثير من الأنشطة الترفيهية الجذابة للمراهقين مثل الألعاب والتحديات والمنافسات والمغامرات التي تجعلهم يستمتعون ويحسنون من مزاجهم، وذلك يساعدهم على الشعور بالراحة والاسترخاء عند تصفحهم هذا النوع من المجموعات. وهذا كله من شأنه أن يتيح لهم الفرصة لتوسيع آفاقهم وتعلم مهارات جديدة وتطوير شخصيتهم. ومن جهة أخرى نجد أن ما استنتجناه من هذه الدراسة أن المراهقين في هذه الفترة صاروا لا يعيرون اهتماماً كبيراً بالجانب التعليمي والثقافي بسبب طغيان

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

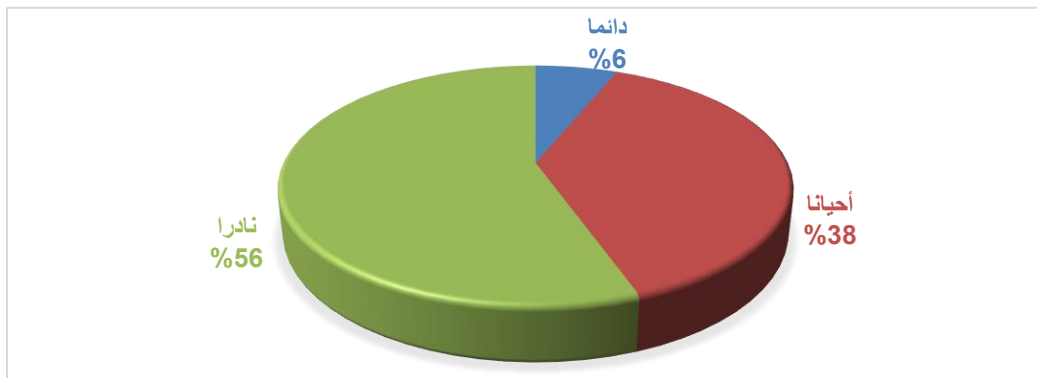
برامج الغناء والأفلام والمسلسلات الغربية وغيرها والتي تحتوي على مختلف القيم والثقافات الغربية المخالفة تماما لثقافتنا العربية هذا ما جعل المراهقون يتأثرون بها و أصبحت موجودة بالفعل في واقعنا حيث صرنا نلاحظها بشكل متكرر في حياتنا اليومية من خلال طريقة اللباس وتسريحات الشعر وفي العلاقات الغير شرعية بين الجنسين في الواقع وفي الهاتف وعبر الشبكات الاجتماعية المختلفة، فالمراهق أصبح محاصرا بكم هائل من المضامين الاعلامية من كل النواحي فقد أصبح هذا الأخير فريسة سهلة تستقطبها اغلب وسائل الاعلام للتأثير عليه بمختلف الطرق، كما أنه صار ضحية اجتماعية و اعلامية بسبب التناقضات التي يعيشها بين ما يشاهده في مختلف وسائل الاعلام خاصة الشبكات الاجتماعية وبين ما يلقن له من معارف وقيم في المدرسة، اضافة الى غياب شبه تام للبرامج الثقافية والعلمية على المستوى المحلي لمختلف الجهات المسؤولة كوسائل الاعلام المحلية ودور الشباب والرياضة التي من شأنها أن تساعد في تنمية الوعي الاعلامي للمراهقين والشباب.

السؤال 19: هل تساهم في نشر الأخبار والمعلومات ومشاركتها عبر شبكة " الفيسبوك؟

الجدول رقم (35): يمثل إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (19).

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 19
6.2%	22	دائما
38.3%	136	أحيانا
55.5%	197	نادرا
100%	355	الإجمالي

الشكل رقم (30) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (19)



الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

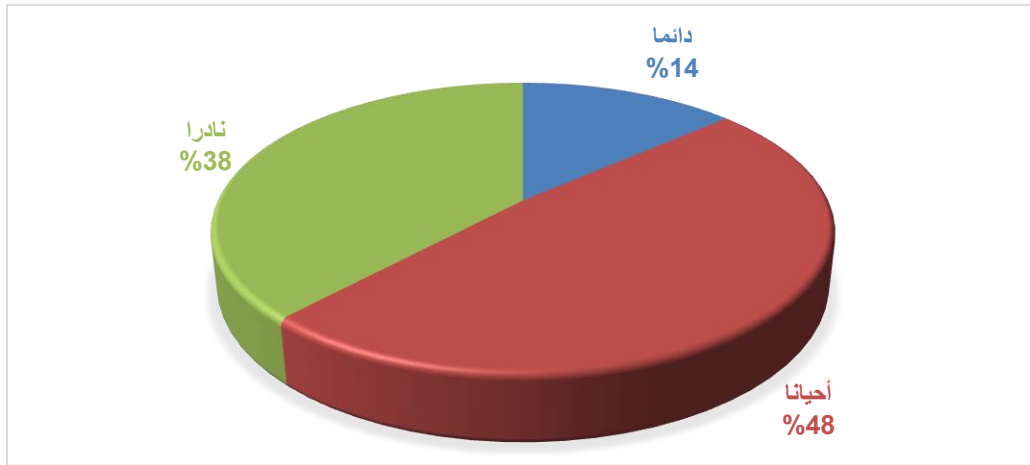
من خلال الجدول رقم (35) والشكل رقم (30) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها إجمالاً (355) فرد قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (19) بالبديل "دائماً" وقد بلغت نسبتهم 6.2%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحياناً" بنسبة قدرت بـ 38.3%، والمجموعة الثالثة والتي تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال السابق بالبديل "نادراً" بنسبة قدرت بـ 55.5% وهم الأعلى نسبة. مما سبق نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة نادراً ما يساهمون في نشر الأخبار والمعلومات عبر موقع "الفيسبوك" ويعود ذلك إلى انشغالهم الدراسية وأنشطتهم التعليمية والترفيهية والتي لا يجدون وقتاً بينها للنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"، إضافة إلى عدم اهتمامهم بالمواضيع الإعلامية بشكل كبير وبالتالي لا يشعرون بالحاجة إلى نشرها من جهة أو خوفاً من تعريض أنفسهم للاحتيال ولانتقادات والتعليقات السلبية والسخرية حول ما ينشرونه من معلومات من جهة أخرى، إضافة إلى الوصول المحدود إلى الإنترنت مما قد يؤثر على قدرتهم على نشر الأخبار والمعلومات على هذه الشبكات.

السؤال 20: هل سبق وتأثرت بالمضامين التي تحتويها شبكة "الفيسبوك"؟

الجدول رقم (36): يمثل إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (20).

النسبة المئوية	التكرار	بدائل الإجابة على السؤال رقم 20
13.5%	48	دائماً
48.5%	172	أحياناً
38%	135	نادراً
100%	355	الإجمالي

الشكل رقم (31) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (20)



من خلال الجدول رقم (36) والشكل رقم (31) أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددها إجمالا (355) فرد قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (20) بالبديل "دائما" وقد بلغت نسبتهم 13.5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" بنسبة قدرت بـ 48.5% وهم الأعلى نسبة، والمجموعة الثالثة والتي تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على السؤال السابق بالبديل "نادرا" بنسبة قدرت بـ 38% مما سبق نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة أحيانا ما يتأثرون بالمضامين التي يحتويها شبكة "الفيسبوك".

المحور الثاني: مدى وعي المراهقين المتمدرسين بالمرحلة الثانوية بمدينة المسيلة بمفهوم التربية الإعلامية.

2-1- عرض ومناقشة نتائج الفرضية الأولى: نصت الفرضية الأولى لهذه الدراسة على انه: "يتمتع المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيسبوك" بمدينة المسيلة بمستوى متوسط من التربية الإعلامية"، ولتحقق من صحة الفرضية تم الاعتماد على اختبار الدلالة الإحصائية (T. TEST) للعينة الواحدة، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة التالية:

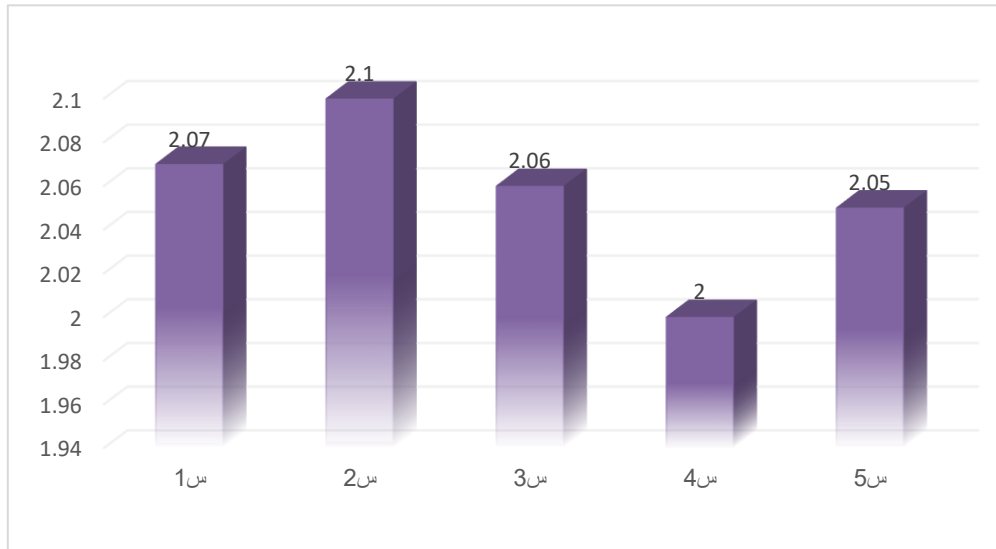
الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الجدول رقم (37): يمثل تحليل عبارات بعد مفهوم التربية الإعلامية:

القرار	مستوى الدلالة	قيمة T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	البعد الأول
غير دالة	.11	1.6	.82	2.07	التربية الإعلامية هي انتاج مضامين إعلامية هادفة.	مفهوم التربية الإعلامية
دالة	.04	2.04	.93	2.10	التعامل الواعي والرشيد مع وسائل الإعلام	
غير دالة	.13	1.5	.84	2.06	التعريف بأساليب التأثير الإعلامي.	
غير دالة	.95	.05	.95	2.00	تمكين الأفراد من فهم وسائل الإعلام.	
غير دالة	.29	1.05	.95	2.05	الاستفادة من إيجابيات وتفادي المحتويات السلبية لوسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي.	

الشكل رقم (32) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على بعد مفهوم التربية

الإعلامية.



من خلال النتائج المبينة بالجدول رقم (37) والشكل رقم (32) أعلاه نلاحظ وبناء على المتوسطات الحسابية

لأفراد عينة الدراسة على عبارات بعد "مفهوم التربية الإعلامية" نلاحظ أن معظم المتوسطات جاءت بدرجة

متوسطة وهذا ما أكدته قيم اختبار الدلالة "T" بالنسبة للعينة الواحدة والتي جاءت معظمها غير دالة إحصائياً

عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) باستثناء العبارة "التعامل الواعي والرشيد مع وسائل الإعلام الحديثة" والتي بلغ

متوسطها 2.10 وهو أعلى من المتوسط الفرضي والمقدر بـ 2 وقيمة "ت" دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

($\alpha=0.05$). ومنه نستنتج أن نسبة كبيرة من المبحوثين تتفق على أن التربية الإعلامية تمثل "التعامل الواعي والرشيد

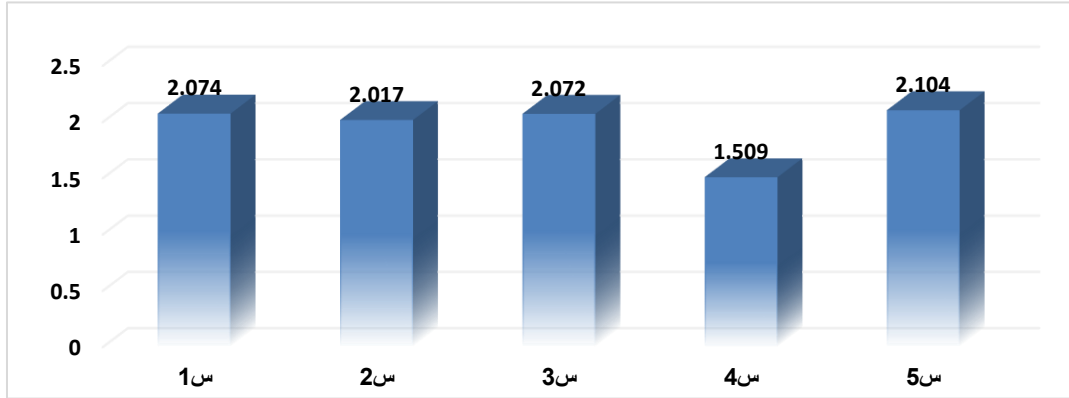
مع وسائل الاعلام الحديثة"،

وهذا ان دل فانه يدل على الدور الكبير الذي تلعبه هاته الأخيرة في عصر يتميز بالتطور الهائل في وسائل الاعلام وتكنولوجيات الوسائط الرقمية والانتشار الواسع للشبكات الاجتماعية الرقمية التي تتمتع بقدرة عالية على التأثير القوي والفعال، بسبب تنوع موضوعاتها وجاذبيتها وقدرتها على احداث التفاعلية مع المتلقي، كما توفر له حالة من الخصوصية اثناء التعامل معها ودرجة سهولة من التواصل الأمر الذي يجعل من التربية الإعلامية ضرورية في البيئة المشبعة بالمواد الإعلامية المختلفة لما لها من دور في تزويد الصغار والكبار على حد سواء بالمهارات اللازمة لفهم الثقافة الإعلامية المحيطة بهم وحسن التعامل معها بطريقة مدروسة ومسؤولة بوصفهم مستهلكين لها، كما تمكنهم أيضا من اكتساب الروح النقدية في مواجهة مختلف المضامين الإعلامية، واتخاذ القرارات الصحيحة بأن الاستخدام والتفاعل مع هذه الوسائل والوسائط .

الجدول رقم (38): يمثل تحليل عبارات بعد أهداف التربية الإعلامية.

القرار	مستوى الدلالة	قيمة T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	البعد الثاني
غير دالة	.106	1.621	.8184	2.074	مساعدة الأفراد في التعرف على كيف تؤثر الرسالة الإعلامية في متلقيها.	أهداف التربية الإعلامية
غير دالة	.640	.468	.7934	2.017	تمكين الأفراد من التعاطي الإيجابي مع الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام.	
غير دالة	.097	1.662	.8308	2.072	تنمية الوعي الإعلامي لمواجهة تدفق المعلومات وانتشارها.	
غير دالة	.077	1.77	.8365	950.1	تكوين مواطن مستنير وواعي بما يجري في محيطه الاجتماعي.	
دالة	.024	2.27	.8405	2.104	تعليم الأفراد تحليل المعلومات وتصنيفها والربط بينها وبين الواقع.	

الشكل رقم (33) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على بعد أهداف التربية الإعلامية.

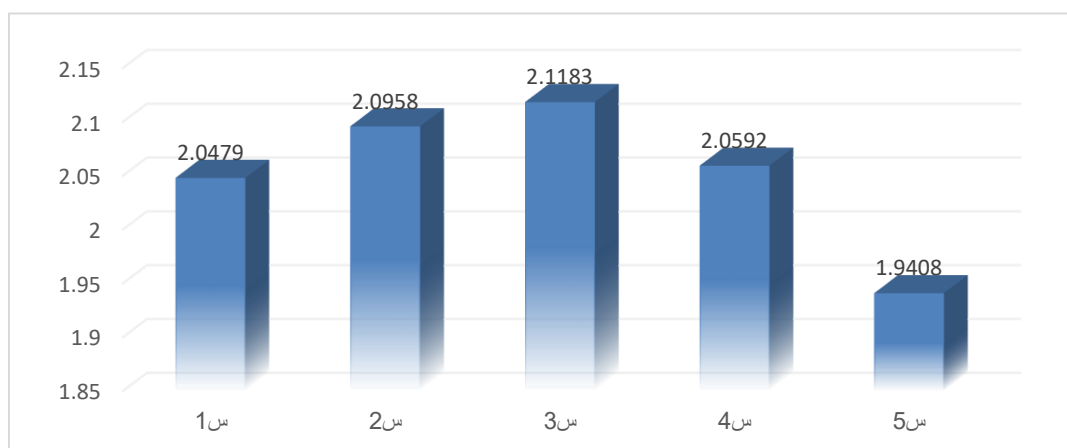


من خلال النتائج المبينة بالجدول رقم (38) والشكل رقم (33) أعلاه نلاحظ وبناء على المتوسطات الحسابية لأفراد عينة الدراسة على عبارات بعد أهداف التربية الإعلامية نلاحظ أن معظم المتوسطات جاءت بدرجة متوسطة وهذا ما أكدته قيم اختبار الدلالة "ت" بالنسبة للعينة الواحدة والتي جاءت معظمها غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) باستثناء العبارة "تعليم الأفراد تحليل المعلومات وتصنيفها والربط بينها وبين الواقع" والتي بلغ متوسطها 2.10 وهو أعلى من المتوسط الفرضي والمقدر بـ 2 وقيمة "ت" دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$). وهذا ما يتفق مع التوصيات والمؤتمرات والندوات التي أقامتها منظمة اليونسكو في مجال التربية الإعلامية والتي أكدت أنها من سبل مواجهة تحديات القرن الحادي والعشرين تكون في الاعتماد على منهج التربية الإعلامية الذي يهدف إلى تنشئة الأفراد خاصة فئة الأطفال والمراهقين وتمكينهم من غريزة وتمحيص المعلومات التي يتعرضون إليها من مختلف وسائل الإعلام والاتصال التي تستخدم في مجتمعهم وفهم الطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل.

الجدول رقم(39): يمثل تحليل عبارات بعد أهمية التربية الإعلامية.

القرار	مستوى الدلالة	قيمة T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	البعد الثالث
غير دالة	.304	1.09	.876	2.0479	فهم أعمق لعمل وسائل الإعلام التقليدية والحديثة خاصة الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك".	أهمية التربية الإعلامية
دالة	.044	2.09	.891	2.0958	" تنمية مهارة اتخاذ القرار المناسب بشأن الرسائل الإعلامية.	
دالة	.013	2.52	.890	2.1183	اكتساب مهارات التعبير عن آرائهم وأفكارهم حول الرسائل الإعلامية.	
غير دالة	.201	1.22	.860	2.0592	تكوين القدرة على تحليل الرسائل الإعلامية المختلفة وفهم معانها.	
غير دالة	.199	-1.2	.865	1.9408	تكوين القدرة على المشاركة في النقاشات حول المضامين الإعلامية والتعليق عليها.	

الشكل رقم (34) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على بعد أهمية التربية الإعلامية.



من خلال النتائج الميينة بالجدول رقم (39) والشكل رقم (34) أعلاه نلاحظ وبناء على المتوسطات الحسابية لأفراد عينة الدراسة على عبارات بعد أهمية التربية الإعلامية نلاحظ أن أغلب المتوسطات جاءت بدرجة متوسطة وهذا ما أكدته قيم اختبار الدلالة "ت" بالنسبة للعينة الواحدة والتي جاءت معظمها غير دالة إحصائيا

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

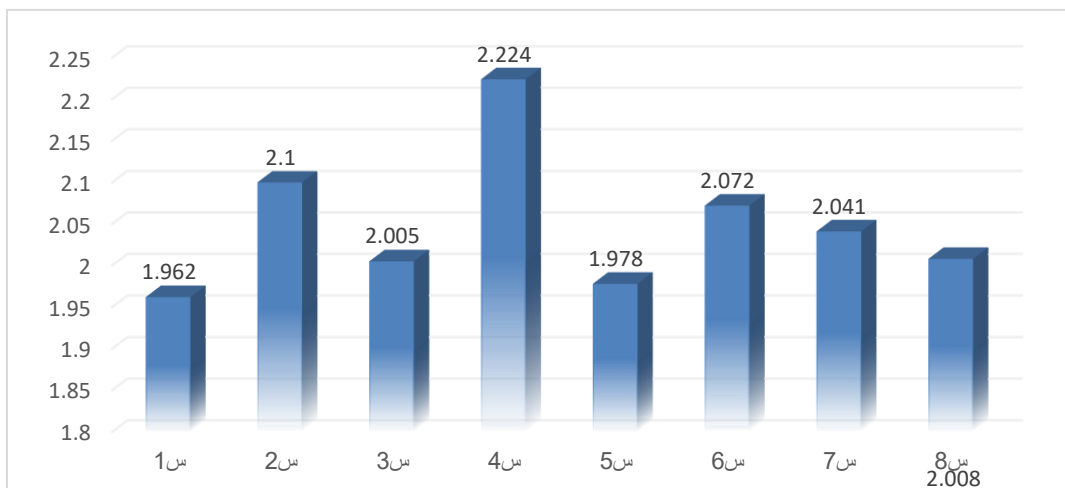
عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) باستثناء العبارة " تنمية مهارة اتخاذ القرار المناسب بشأن الرسائل الإعلامية " التي بلغ متوسطها 2.09 والعبارة " اكساب مهارات التعبير عن آرائهم وأفكارهم حول الرسائل الإعلامية.." التي بلغ متوسطها 2.11 وهو أعلى من المتوسط الفرضي والمقدر بـ 2 وقيمة "ت" دالة احصائيا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$). و عليه يمكن القول أن أفراد عينة الدراسة أقرروا أن أهمية التربية الإعلامية تكمن في تنمية مهارة اتخاذ القرار المناسب بشأن الرسائل الإعلامية واكساب مهارات التعبير عن آرائهم وأفكارهم حول الرسائل الإعلامية، فلتربية الإعلامية أهمية كبيرة في خلق بيئة إعلامية مناسبة مهينة لمواجهة الأخطار الناجمة عن السيل الجارف للمحتويات الإعلامية التي تصل الجماهير يوميا خاصة أن بعض فئات الجمهور كفتة الأطفال والمراهقين لسيت لهم القدرة على التمييز بين ما ينفعهم وما يضرهم لغياب ثقافة القراءة الناقدة والتحليل لديهم من جهة، فهي تساهم في تدريبهم على الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام المتنوعة والاستفادة منها بصورة إيجابية و المشاركة الفعالة على إنتاج مضامين إعلامية واعية وهادفة، لذلك فهي مهارة مستمرة مدى الحياة ليست فقط بين الصغار بل بين الكبار أيضا سواء كانوا آباء أو معلمين أو ممارسين بالوسائل الإعلامية المختلفة، وأول مؤشر على أهمية التربية الإعلامية هو اعتمادها(مادة) للتدريس التي أوصى بها المؤتمر الدولي الأول الذي انعقد في الرياض بالسعودية، إضافة الى اعتبارها جزء من الحقوق الأساسية لكل مواطن في العالم حسب منظمة اليونسكو.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الجدول رقم (40): يمثل تحليل عبارات بعد التربية الإعلامية داخل المؤسسة التربوية (الثانوية).

القرار	مستوى الدلالة	قيمة T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	البعد الرابع
غير دالة	.463	.73-	.8668	1.962	توجد وسائل إعلامية داخل مؤسستكم كالمصققات الحائطية، الكتاب المدرسي..... إذاعة مدرسية، حاسوب	التربية الإعلامية داخل المؤسسة التربوية (الثانوية).
غير دالة	.002	3.12	.6464	2.100	يسمحون لكم بالمشاركة إعلاميا في الدورات العلمية.	
غير دالة	.813	.23	.6744	2.005	تقوم مؤسستكم بإقامة دورات علمية عبر الوسائل الإعلامية.	
دالة	.000	6.12	.6923	2.224	التحسيس بمخاطر الانترنت منها الشبكات الاجتماعية "الفيديوك" داخل المؤسسة.	
غير دالة	.482	-.7	.7547	1.978	مراقبة محتويات الهواتف النقالة واللوحات الالكترونية بشكل دوري من طرف المؤسسة.	
غير دالة	.053	1.94	.7099	2.072	يتم استخدام الدعائم البصرية السمعية (تلفزيون، أشرطة فيديو، لوحات رقمية..) في شرح الدروس لكم.	
غير دالة	.223	1.22	.6959	2.041	يفتح الأستاذ نقاش حول بعض مضمين الشبكات الاجتماعية "الفيديوك" داخل القسم.	
غير دالة	.940	.07	.7070	2.008	تم تدريسكم التربية الإعلامية ضمن المنهاج الدراسي.	

الشكل رقم (35) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على بعد التربية الإعلامية داخل المدرسة.



الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

من خلال النتائج المبينة بالجدول رقم (40) والشكل رقم (35) أعلاه نلاحظ وبناء على المتوسطات الحسابية لأفراد عينة الدراسة على عبارات بعد التربية الإعلامية داخل المؤسسة التربوية نلاحظ أن معظم المتوسطات جاءت بدرجة متوسطة وهذا ما أكدته قيم اختبار الدلالة "ت" بالنسبة للعينة الواحدة والتي جاءت معظمها غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) باستثناء العبارة " التحسيس بمخاطر الانترنت منها الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك" داخل المؤسسة" والتي بلغ متوسطها 2.22 وهو أعلى من المتوسط الفرضي والمقدر بـ 2 وقيمة "ت" دالة احصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، ومنه نستنتج أن المؤسسات التربوية والتعليمية تقوم أحياناً بدور توعوي بالتعريف بوسائل الاعلام والاتصال القديمة والحديثة ومخاطرها خاصة الانترنت داخل حرم المؤسسة، وهذا ان دل على شيء فإنما يدل على ادراكها للخطر والتأثير الذي يمكن أن تحدثه وسائل الإعلام في التلاميذ أو المراهقين المتمدرسين، ولكن هذه الحملات التوعوية التي تقوم بها المؤسسة ليست بصفة منتظمة وانما في المناسبات فقط كالיום العالمي أو الوطني للصحافة على حد قول أحد مستشاري التوجيه والإرشاد المدرسي بوحدة من المؤسسات التربوية التي تم اجراء الدراسة فيها عند اجراء مقابلة معه، فعلى الرغم من الإصلاحات التربوية الجديدة في المنظومة التربوية الا أن هذه الأخيرة لازالت تعاني من غياب شبه تام بالمدرسة الجزائرية بالتعريف بالتربية الإعلامية وأهميتها في تدريب الأجيال الجديدة وتمكينها من الوسائل التكنولوجية الرقمية والتعريف بأثارها السلبية التي باتت تهدد الأطفال والمراهقين بصفة عامة في عصر بات فيه الاعلام يملك النصيب الأكبر في التنشئة والتوجيه والتأثير فقد أصبح مسلياً ومربياً ومعلماً في نفس الوقت فاق بذلك دور كل من الأسرة والمدرسة في ذلك، (جدعون و غضبان، 2022، صفحة 260)، وفي ذات السياق فقد أكدت دراسة "عبد الوهاب بوخنوفة" الموسومة بـ "المدرسة، التلميذ، والمعلم وتكنولوجيا الإعلام والاتصال التمثل والإشباعات" والتي توصلت الى أن المعلم لا يبدي اهتماماً بمسألة البيئة السمعية البصرية التي يعيش فيها التلميذ ولا تشكل وسائل الإعلام على الرغم من حضورها القوي في حياة التلاميذ موضوعاً للنقاش في القسم، وان التربية الإعلامية تصطدم بالاعتقاد الشائع لدى المعلمين بأن المسألة تدخل ضمن مسؤولية الآباء والأمهات الذين عليهم متابعة آباءهم وتقنين عملية المشاهدة والسهر على توجيههم ومساعدتهم في ذلك. (بوفينزة و معاش، 2017، صفحة 86)

وعليه فقد أوضحت أغلب الدراسات أن المؤسسات التربوية والتعليمية مؤهلة أكثر من مؤسسات التنشئة الاجتماعية الأخرى في تمكين التلاميذ المراهقين المتمدرسين من التربية الإعلامية فهي بمثابة السد الحصين

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

للتصدي للانفلات الإعلامي الذي يعيش فيه الناشئة فهم أطفال اليوم وشباب المستقبل لابد من تربيتهم إعلاميا حتى لا يقع فريسة للإشاعات والدعايات المضللة. وهو الأمر الذي أدى بكثير من الدول في مختلف العالم بأن تدرج التربية الإعلامية ضمن منهاجها وبرامجها التعليمية كمادة مهمة، ومحورا من محاور العملية التعليمية التعلمية التي فرضها التطور التكنولوجي من أجل الرفع من مستوى الثقافة الإعلامية عند تلاميذها وطلبتها. (بن عيسى، 2021، صفحة 158)،. وبغض النظر عن اختلاف التجارب في تدريس التربية الإعلامية يبقى الهدف نفسه ألا وهو تكوين التلميذ وتدريبه لأن يصير مستهلكا إيجابيا ومشاهدا ناشطا وطرفا فاعلا في تعامله مع وسائل الإعلام، فيجب على المدرسة اليوم أن تعمل على أن تجعل الأطفال والمراهقين افرادا قادرين على قراءة معلومة أو معرفة متعددة الوسائط ممتلكا لمهارات التعبير والتحليل والتواصل مع الآخر، وأن يستطيع ان يفكروا في تأثيراتها الضارة على المجتمع وفي جميع الأحوال لابد من ادخال قواعد التربية الإعلامية في المقررات الدراسية للتلاميذ. ولذلك يعد تشجيع التربية الإعلامية للتلاميذ جزءا من المهمة التربوية والتعليمية ويمكن أن تدمج هاته الأخيرة في التعليم بطرق متعددة وعبر موضوعات مختلفة.

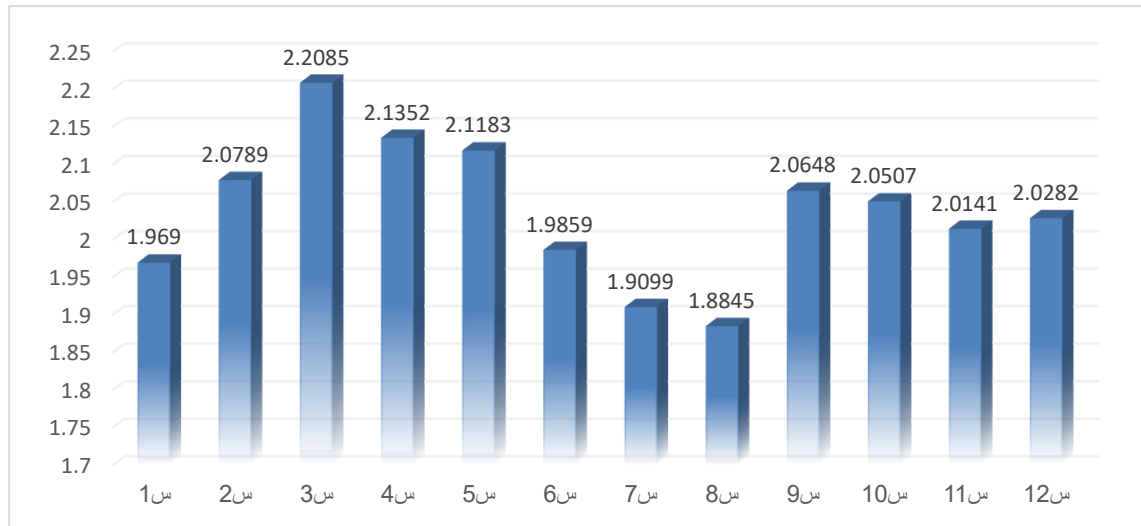
الجدول رقم(41): يمثل تحليل عبارات بعد التربية الإعلامية داخل الأسرة.

البعد الخامس	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة	القرار
التربية الإعلامية داخل الأسرة	تضع أسرتي قواعد محددة لاستخدامي للشبكات الاجتماعية "الفيسبوك".	1.9690	.9215	- .63	.527	غير دالة
	ساهمت أسرتي في تحسين استخدامي للشبكات الاجتماعية "الفيسبوك"	2.0789	.8953	1.6	.098	غير دالة
	ثقق اسرتي في حسن ادارتي للشبكات الاجتماعية "الفيسبوك".	2.2085	.9153	4.2	.000	دالة
	تراعي أسرتي حريتي في التعامل مع الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك".	2.1352	.9136	2.7	.006	دالة
	اسرتي على علم بما أتابع عبر الشبكات الاجتماعية. "الفيسبوك"	2.1183	.92216	2.4	.016	دالة
	تحدد لي أسرتي الحجم الساعي لتصفح الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك".	1.9859	.85854	- .30	.757	غير دالة
	تسمح لي أسرتي بتصفح الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك" وقت ما أشاء.	1.9099	.90059	1.86-	.060	غير دالة
	تمنعي أسرتي من وضع منشورات تتعلق بحياتي الشخصية اليومية على الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك".	1.8845	.89611	2.42-	.016	دالة

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

غير دالة	.173	1.36	.89492	2.0648	يحدثني والدي عن الاستخدام الصحيح للشبكات الاجتماعية "الفيسبوك"
غير دالة	.298	1.04	.91609	2.0507	تذكرني اسرتي بضرورة تحري الدقة قبل النشر عبر الشبكات الاجتماعية الفيسبوك.
غير دالة	.759	.307	.86509	2.0141	تشدد على اسرتي عدم مشاركة أي محتوى الابعد التأكد من مصداقيته.
غير دالة	.558	.587	.90466	2.0282	تناقش معي أسرتي في المضامين(منشورات) التي أتعرض لها عبر الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك".
غير دالة	0.10	1.68	0.11	2.03	الاتجاه العام لمحور التربية الإعلامية

الشكل رقم (36) يمثل توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على بعد التربية الإعلامية داخل الأسرة.



من خلال النتائج المبينة بالجدول رقم (41) والشكل رقم (36) أعلاه نلاحظ وبناء على المتوسطات الحسابية لأفراد عينة الدراسة على عبارات بعد "التربية الإعلامية داخل الأسرة" نلاحظ أن أغلب المتوسطات جاءت بدرجة متوسطة وهذا ما أكدته قيم اختبار الدلالة "ت" بالنسبة للعينة الواحدة والتي جاءت معظمها غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) ويمكن أن نفسر هذه النتيجة إلى أن الأسر الجزائرية في الآونة الأخيرة أصبحت عاجزة عن تنشئة وتربية أبنائها في كيفية التعامل مع مختلف المضامين الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام والاتصال خاصة الشبكات الاجتماعية التي أصبحت في متناول الجميع الصغار والكبار معاً، وهذا يعود إلى فقدانها السيطرة والتحكم في النشء نتيجة قوة تأثير وسائل الإعلام و تسلسلها لمختلف الفئات العمرية خاصة فئة الأطفال والمراهقين والشباب من جهة، وإلى جهل الأسر الجزائرية بمفهوم التربية الإعلامية ومبادئها وأهميتها في تربية الناشئة في التعامل

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الواعي والرشيد مع وسائل الاعلام والاتصال المتنوعة من جهة أخرى، فقد أصبحت وسائل الإعلام اليوم تنافس الأسرة في عملية التنشئة الاجتماعية للنشء والتي تحمل في طياتها نماذج يشاهدونها من خلال البرامج الإعلامية المتنوعة المقدمة لهم، فهي تؤثر على النمو الاجتماعي للطفل وعلى تنشئته الأسرية سواءً بالإيجاب أو السلب، لذا فإن أفضل السبل لإبطال تأثير الوسائط الإعلامية هو قيام الآباء والمعلمين بتثقيف الأطفال وتهذيبهم اعلاميا.

وبناء عليه، يبرز الدور التربوي للأسرة من خلال تثقيف الأطفال مبنياً على تقييم ناقد وتعليمهم مجموعة القيم والمبادئ بما يجعلهم يكتسبون موقفاً لوسائل الاعلام من وجهة نظر علمية وواقعية، فإذا قدم الآباء قواعد السلوك المنضبط، وأوضحوا للأطفال أن الجرائم والعنف والحياة الخيالية أمور غير مرغوب فيها، فإن الأطفال يكبرون وهم يحملون مواقف إيجابية، ويتحلون بنفسية تحميهم من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام والاتصال، وبالتالي فإن أفضل الآليات للتخفيف من تأثير الرسائل الإعلامية هو عمل الأسرة بتوعية بتثقيف النشء والشباب والمراهقين وتوجيههم نحو الاستخدام الواعي لها وتنشئتهم تنشئة صحيحة تحميهم من الوقوع في مخاطر العولمة الإعلامية وكل هذا يتحقق من خلال ما يعرف بالتربية الإعلامية، فلا بد على الأسرة أن تكون العنصر المهم والبارز في عملية التربية الإعلامية من خلال مراقبة وتوجيه الأطفال والمراهقين إلى المضامين الإعلامية المفيدة ووضع قواعد التعامل مع وسائل الإعلام وتكنولوجيات الاتصال الحديثة، فالوقت الذي يقضيه الطفل أو الشاب أو المراهق وهو يتعرض لمضامين وسائل الإعلام لا يقل عن الوقت الذي يقضيه مع والديه وأسرته، لذلك نجد في الدول المتطورة نداءات مكثفة تناشد الوالدين لضبط العلاقة بين أبنائهم ووسائل الإعلام، وتنظيم استهلاكهم لها بشكل عقلائي، عن طريق ما يسمى بالوالدية الرقمية التي أصبحت منهيح يمكن استخدامه بطرق محددة لحماية الأطفال والمراهقين من الأخطار السلبية للوسائل الرقمية المختلفة وآلية تساعد الآباء والأمهات في التحكم على ما يشاهده الأطفال من المحتويات وبالتالي الاطمئنان عليهم وحمايتهم من الأشياء السلبية التي تطرأ على استخدامهم لهذه الوسائل.

وبالنظر إلى الاتجاه العام لمحور التربية الإعلامية نجد أن المتوسط الحسابي لأفراد عينة الدراسة بلغ 2.03 وهي قيمة متوسطة، وهذا ما أكدته قيمة "ت" بالنسبة للعينة الواحدة التي بلغت قيمتها 1.68 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، ومنه تم قبول فرضية الدراسة القائلة بـ " يتمتع المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيديو" بمدينة المسيلة بمستوى متوسط من التربية الإعلامية"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%. ويمكن تفسير ذلك ان المراهقين يدركون و بدرجة متوسطة مفهوم التربية الإعلامية و هذا ان دل على شيء دل على مدى فهم المبحوثين لموضوع الدراسة وأبعاده من جهة، والى ان مفهوم هذه الأخيرة حديث وغامض نسبيا في الوطن العربي والجزائر خاصة من جهة أخرى، ولم يكن دقيقا بل كان واسعا ولم يتم ضبط المبادئ الأساسية التي تقوم عليها التربية الإعلامية الأمر الذي أدى الى بروز العديد من الصعوبات المرتبطة بالآليات تفعيلها، وخير دليل على ذلك هو تأخر بعض الدول العربية منها الجزائر في تضمين التربية الإعلامية في المناهج الدراسية في مختلف الأطوار التعليمية بسبب عدم وجود الإرادة السياسية الكافية لتطوير المنظومة التربوية، وعدم اتاحة الفرصة لتغيير النظام التعليمي التقليدي القائم على الحفظ والتكرار والتعلم النظري بشكل رئيسي ليكون أكثر عصريّة وملائمة لمتطلبات العصر المعاصر و التي نادى بها معظم الدراسات التي تناولت الموضوع، فإدراج التربية الإعلامية في المدارس والمؤسسات التربوية يساهم في تنمية الملكات النقدية وتنمية السلوك الإبداعي لدى المتعلمين فهي أصبحت مهارة ضرورية في عصر فقدت فيه الدول القدرة على التصدي ومواجهة البث الإعلامي المباشر، والغزو الثقافي الأجنبي الذي يهدد الكثير من القيم والثقافات في عالمنا العربي، نظرا لأهميتها الكبيرة في تكوين القدرة على نقد المحتوى الإعلامي وتحليله وتفسيره والتمكن من إنتاج مضامين اعلامية إيجابية تساهم في التصدي للتأثيرات الضارة التي قد تسببها وسائل الاعلام.

وعليه تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت اليه دراسة الباحثة "هاني نادي عبد المقصود محمود" 2020 والتي تشير أن النسبة الأكبر من أفراد العينة لا يعرفون مفهوم التربية الإعلامية. وتنطبق نتائج هذا الفرض ايضا مع نتائج دراسة الباحثة "فاطمة فايزة عبدة قطب 2018" العلاقة بين إدراك الشباب لمبادئ التربية الإعلامية والرقمية وبين سلوكهم الاتصالي على مواقع التواصل الاجتماعي " أين حاولت البحث في مدى وجود علاقة بين درجة وعي وإدراك الشباب لمبادئ التربية الإعلامية والرقمية وبين سلوكهم الاتصالي عبر مواقع وتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، وخلصت الى أن غالبية المبحوثين لا يعرفون بدقة مصطلح التربية الإعلامية. واختلفت دراسة" د. أميمة أحمد رمضان 2022 " اتجاهات المراهقين نحو الفيديوهات المقدمة عبر تطبيق التيك توك وعلافته بإدراكهم لمعايير التربية الإعلامية " مع نتائج هذا الفرض وتوصلت الى أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة تدرك أهمية التربية الإعلامية وأهمية تطبيق معاييرها في المحتوى المقدم عبر فيديوهات "التيك توك". (رمضان، 2022، صفحة 1986).

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

3-1- عرض وتفسير نتائج الفرضية الثانية: نصت الفرضية الثانية لهذه الدراسة على انه: " يتمتع المراهقين

المتدربين مستخدمي " الفيسبوك " بمدينة المسيلة بمستوى متوسط من التفكير النقدي " ، ولتحقق من

صحة الفرضية تم الاعتماد على اختبار الدلالة الإحصائية (T. TEST) للعينة الواحدة، وبعد المعالجة الإحصائية

تم التوصل إلى النتيجة التالية

الجدول رقم(42): يمثل آراء أفراد العينة حول محور التفكير النقدي

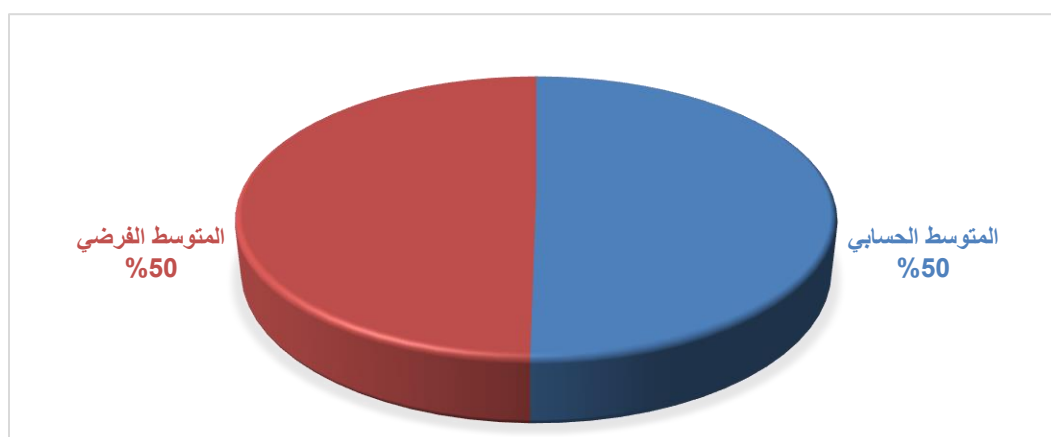
القرار	مستوى الدلالة	قيمة T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
غير دالة	.466	.730	.29089	2.0113	أستطيع البحث عن موضوعات وتفاصيل معينة دون غيرها عبر الشبكات الاجتماعية " الفيسبوك "
دالة	.028	2.203	.28914	2.0338	أنتقي المضامين الإعلامية (المنشورات) بما يتناسب مع ذاتي واهتماماتي.
غير دالة	.578	.557	.28609	2.0085	أتابع الصفحات التابعة للهيئات الرسمية والمعروفة عبر الشبكات الاجتماعية " الفيسبوك "
دالة	.000	3.914	.24407	2.0507	أحاول الغاء متابعتي لكل مضمون اعلامي لا يضيف لي جديدا من الجانب المعرفي
غير دالة	.178	1.349	.27547	2.0197	أؤكد من مصداقية المضامين الإعلامية المتنوعة قبل مشاركتها على الشبكات الاجتماعية " الفيسبوك ".
غير دالة	.060	1.883	.25363	2.0254	أستطيع تحديد مصادر المعلومات المنشور عبر الشبكات الاجتماعية " الفيسبوك "
غير دالة	.706	.378	.28118	2.0056	أستطيع فهم نوعية المعلومات المنشورة عبر الشبكات الاجتماعية " الفيسبوك "
غير دالة	.434	.784-	.27077	1.9887	أقوم بتحليل المنشورات بما تحمله من مضامين خفية وتكوين رأي واعي عنها.
غير دالة	.088	1.710	.24827	2.0225	أستطيع استخلاص الفكرة الأساسية من المضمون الإعلامي المنشور عبر الشبكات الاجتماعية " الفيسبوك ".
دالة	.003	2.953	.28759	2.0451	أستطيع ان أميز بين المعلومات الحقيقية وغير الحقيقية (الكاذبة) عبر الشبكات الاجتماعية " الفيسبوك ".
غير دالة	.638	.471	.22542	2.0056	أحاول تحديد الهدف الحقيقي من المحتوى المنشور عبر الشبكات الاجتماعية " الفيسبوك ".
غير دالة	.127	1.530	.24276	2.0197	أقارن المضامين التي ألقاها من الشبكات الاجتماعية مع مختلف وسائل الإعلام للتأكد من صحتها.
غير دالة	.564	.577	.27604	2.0085	أربط أي مضمون اعلامي ألقاه من الشبكات الاجتماعية بالسياق الاجتماعي والسياسي في المجتمع.
غير دالة	.406	.832	.19145	2.0085	أقوم بانتقاد المضامين الإعلامية التي أرى أنها خاطئة مضللة ومخالفة لأرائي وقناعاتي.
دالة	.018	2.369	.26889	2.0338	أتجنب المضامين (المنشورات) التي تتعارض مع القيم والعادات والتقاليد.
غير دالة	.395	.852	.24904	2.0113	أقوم برد فعل مضاد اتجاه بعض المنشورات غير المسئولة إعلاميا وأخلاقيا.
دالة	.012	2.521	.27373	2.0366	أتجنب سلبيات المضامين الإعلامية كالخداع والانحلال والمنشورات الإباحية
غير دالة	.088	1.710	.24827	2.0225	أستثمر إيجابيات الرسائل الإعلامية (المنشورات) في مجالات الحياة اليومية.

التفكير الناقد

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

غير دالة	.655	.447	.23762	2.0056	أعبر وأعلق عن رأيي بوضوح عبر الشبكات الاجتماعية الفيسبوك).
دالة	.019	2.348	.15822	2.0197	أعبر عن رأيي حول أي مضمون اعلامي بالملصقات والرموز التعبيرية فقط.
غير دالة	.618	.499	.212	2.06	اهتم بطريقة إخراج الرسالة الإعلامية من حيث الألوان وفن التصوير وعناصر الإبراز المختلفة
غير دالة	1.00	.000	.1988	2.000	أستطيع انتاج مضمون إعلامي (منشور) على الشبكات الاجتماعية " الفيسبوك (كتابة مقالة، تصوير صورة أو فيديو بدقة عالية) تعبر عن وجهة نظري.
غير دالة	.809	.242-	.2191	1.997	أوظف ما لدي من معلومات في إنتاج رسائل إعلامية (منشورات) هادفة لجذب انتباه الآخرين.
غير دالة	0.24	1.16	0.13	2.00	الاتجاه العام لمحور الناقد

الشكل رقم (37) يمثل الفرق بين المتوسط الحسابي لأفراد عينة الدراسة والمتوسط الفرضي على محور التفكير الناقد



من خلال النتائج المبينة بالجدول رقم (42) والشكل رقم (37) أعلاه نلاحظ وبناء على المتوسطات الحسابية لأفراد عينة الدراسة على عبارات محور التفكير الناقد نلاحظ أن معظم المتوسطات جاءت بدرجة متوسطة وهذا ما أكدته قيم اختبار الدلالة "ت" بالنسبة للعينة الواحدة والتي جاءت معظمها غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($A=0.05$) باستثناء العبارة " أنتقي المضامين الإعلامية (المنشورات) بما يتناسب مع ذاتي واهتماماتي". والعبارة " أستطيع ان أميز بين المعلومات الحقيقية وغير الحقيقية (الكاذبة) عبر الشبكات الاجتماعية " الفيسبوك " والعبارة " أستطيع استخلاص القيم من المنشورات عبر الشبكات الاجتماعية " الفيسبوك " ، والعبارة " أتجنب المضامين (المنشورات) التي تتعارض مع القيم والعادات والتقاليد". وكل من العبارة " أتجنب سلبيات المضامين الإعلامية كالخداع والانحلال والمنشورات الإباحية" والعبارة " أحاول الغاء متابعتي لكل مضمون اعلامي لا يضيف

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

لي جديدا من الجانب المعرفي " والعبارة " أعبّر عن رأيي حول أي مضمون اعلامي بالمصقات والرموز التعبيرية فقط.
" وهي قيم أعلى من المتوسط الفرضي والمقدر بـ 2 وقيمة "ت" دالة احصائيا عند مستوى الدلالة ($A=0.05$).

وبالنظر إلى الاتجاه العام التفكير الناقد نجد أن المتوسط الحسابي لأفراد عينة الدراسة بلغ 2.00 وهي قيمة متوسطة ، وهذا ما أكدته قيمة "ت" بالنسبة للعينة الواحدة التي بلغت قيمتها 1.16 وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ($A=0.05$)، ومنه تم قبول فرضية الدراسة القائلة بـ " يملك المراهقين المتدربين مستخدمي "الفيسبوك" بمدينة المسيلة مستوى متوسط من التفكير النقدي " ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%. ولعل النتيجة التي تم التوصل اليها في هذه الدراسة تدل على أن المراهقة هي مرحلة حساسة تتميز بتغيرات كبيرة في الجسم والعقل والسلوك، تفتقد الى الخبرة الكافية للتعامل مع المستجدات التي تطرأ عليها في كل حين، كما تفتقد للنضج العقلي الذي يجعلها تميز بين الصحيح والخطأ فهم يتأثرون بشكل سريع وفعال نظرا لافتقارهم لمهارات القراءة الناقد(ة) (التحليل والنقد والتفسير) التي يمكن ان تكون غير متطورة بشكل كافي في التعامل مع الحقائق و المعلومات الناتجة عن التدفق الهائل للمعلومات والتقدم العلمي السريع في جميع مجالات الحياة خاصة من وسائل الإعلام والاتصال كما أنه قد يؤثر نظام التعليم الذي يتلقاه المراهقين على مستوى التفكير الناقد لديهم خاصة اذا كانت العملية التعليمية داخل المؤسسة التربوية مبنية على الحفظ والتكرار بدلا من التفكير النقدي والتحليلي الأمر الذي قد يؤثر سلبا على تطوير هذه المهارة، اذ نجد أن أغلب الخطط المنتهجة لإصلاح التعليم في المجتمعات العربية تركز على جوانب فنية مثل بناء المدارس ومحاولة رقمته العملية التعليمية بإدخال مختلف اللوحات الالكترونية والحواسيب اليها و غيرها من الإصلاحات.....، وهذا وحده غير كافي لا بد من التركيز على العنصر الإنساني فالتلاميذ في حاجة ماسة ان يتعلموا في سن مبكرة كيفية أعمال وإطلاق عقولهم للتفكير النقدي البناء واستظهار ثقافة الشك والتساؤل والتغلغل في ثنايا المفاهيم والأفكار والمعلومات للوصول للحقيقة والقناعة بصحتها وبطلانها، لذلك أصبحت قضية تنمية او تحفيز التفكير النقدي اليوم من القضايا الرئيسية التي تطرح نفسها بالحاح في ظل ما يشهده العصر الحالي من انتشار الشائعات المغرضة والاكاذيب والمعلومات الخاطئة والمضللة بشكل متزايد خصوصا في البلدان النامية نظرا لما يمثله من أهمية بالغة في الربط بين العلم والمعرفة العلمية النقدية كمحتوى ووسيلة للتطور والتقدم. وبالتالي بات من الضروري أن تسعى مناهجنا الدراسية الحالية إلى اكساب هذه المهارة وأن تأخذ مؤسساتنا التربوية من هذا النمط التفكيرية هدفا

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

رئيسياً لتحقيقه لدى المتعلمين، للانتقال من عملية التعلم ضمن سلسلة من العمليات التفكيرية متدرجة الصعوبة أكبر من مجرد الاستماع للمحاضرات والتلقين وذلك حتى لا يكون تفكيرهم مرتبطاً بأنماط تفكيرية تابعة أو مقلدة للآخرين، (بوزار و زعموشي، 2022، صفحة 155)

وللوصول الى تربية عصرية متأقلمة مع الظروف والتحديات الراهنة قادرة على تكوين الانسان المفكر الناقد القادر على اكتشاف الأفكار المضللة والآراء الخاطئة و على اعمال عقله في مواجهة الكثير من أساليب التفكير الهدامة في المجتمع كالاتجاهات التعصبية نحو موضوع ما و الانحرافات الفكرية وغيرها بإنتاج بانتاج ومشاركة المضامين الإعلامية التي تجعل الفرد متلقي إيجابي على حد قول البروفيسور "بدر الدين زواقة"، لذا فقد أصبحت تنمية التفكير النقدي محور التربية وأحد أهم الأهداف الأساسية للمؤسسات التعليمية بمختلف مراحلها في مختلف دول العالم. وهذا ما يؤكد ما تنادي به منظمة اليونسكو في سياق مهامها الثقافية والعلمية منذ عام 1982 بالعمل على تطوير مهارة التفكير الناقد نحو مضامين وسائل الاعلام والاتصال خاصة مواقع التواصل الاجتماعي لدى الأفراد نظراً للأهمية البالغة لهذه المهارة في عصر الانفجار المعلوماتي وفي عالم يتميز بقوة الرسائل الإعلامية حتى يتسنى لهم التعامل الحسن والرشيد والأمن مع ما تقدمه وسائل الاعلام والاتصال من رسائل إعلامية مختلفة، وعليه ترى الباحثة أن التفكير النقدي صار من أهم الغايات الرئيسية التي يسعى اليها الباحثين والمؤسسات التربوية المعاصرة و يجب علينا تدريسه والتدريب عليه لأنه بهذه الطريقة نحن نعمل على تشكيل جيل من المستهلكين الإيجابيين و الناقدين يمتلكون آليات وقواعد سليمة و مناسبة لنقد وتحليل الأحداث المحيطة بهم وإصدار الأحكام حولها وهذا بدوره يؤدي الى تكوين مواطن موضوعي ناقد وفعال في المجتمع الديمقراطي.

وعليه تتفق نتائج هذا الفرض مع ما جاء في دراسة" الباحثة " REEM AL- ZOU'S: THE IMPACT OF MEDIA AND INFORMATION LITERACY ON ACQUIRING THE CRITICAL THINKING SKILL BY THE THINKING ILLS AND CREATIVITY، EDUCATIONAL FACULTY'S STUDENTS 2021 أين حاولت الكشف عن مدى تأثير التربية الإعلامية والمعلوماتية في اكتساب مهارات التفكير النقدي لدى طلاب كلية التربية" اذ توصلت الى أن الطلاب لديهم درجة مقبولة من مهارة التفكير النقدي لفهم ونقد محتويات الوسائط الاتصالية المتعددة. في حين اختلفت دراسة "نعيمه بوزاري" ورضوان زعموني" في دراستهما المعنونة ب " مهارات التفكير الناقد لدى تلاميذ

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

السنة الثالثة من مرحلة التعليم الثانوي " مع نتائج هذا الفرض وتوصلت الى أن غالبية التلاميذ لهم مستوى ضعيف من مهارات التفكير الناقد.

واختلفت أيضا مع دراسة "السر أحمد محمد سليمان" بعنوان "التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتفكير الناقد لدى طلاب جامعة حائل" مع نتائج هذا الفرض اذ خلصت الى أن طلاب جامعة حائل يتمتعون بمستوى مرتفع من التفكير النقدي. وعليه فإن المستوى المتوسط في التفكير النقدي لدى معظم المراهقين المتمدرسين في المرحلة الثانوية كما هو موضح من خلال النتائج المحصل عليها يدعو الى ضرورة الاهتمام بتغيير طرق التدريس بإدماج أو ادخال التربية الإعلامية ومهارة التفكير النقدي في المواد والمقررات الدراسية لتشجيع التلاميذ على النقاش والحوار والتحليل والتفسير للمعلومات والمعارف التي يتلقونها من مختلف المصادر خاصة من وسائل الاعلام والاتصال وتكنولوجيا الاتصال الحديثة.

4-1- عرض ومناقشة نتائج الفرضية الثالثة:

نصت الفرضية الرابعة على انه: "لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيديو" تبعاً لمتغير (الجنس، مكان الإقامة، المستوى التعليمي الحالة الاجتماعية)، وقمنا بتقسيم هذا الفرض الى ثلاث فرضيات جزئية:

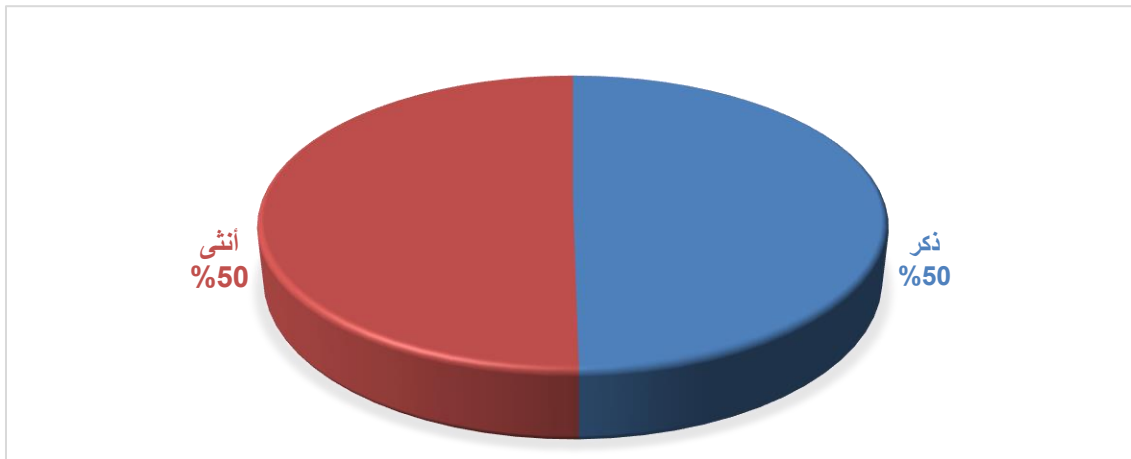
1-4-1 الفرضية الجزئية الأولى: تنص على انه: "لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيديو" تعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى)". وللتحقق من صحة الفرضية تم الاعتماد على اختبار الدلالة الإحصائية (T TEST) وتوصلنا الى:

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الجدول رقم (43): يمثل الفروق في مستوى التربية الإعلامية لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغيرات

القرار	مستوى الدلالة	قيمة "T"	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	حجم العينة	مستوى الدلالة	اختبار ليفين التجانس (F)	الجنس	
									ذكر	التربية الإعلامية
غير دالة عند 50.0	0.43	-0.78	353	9.52	77.29	156	0.52	0.39	ذكر	التربية الإعلامية
				9.30	78.08	199			أنثى	

الشكل رقم (38) يمثل الفروق في مستوى التربية الإعلامية لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير الجنس



من خلال الجدول أعلاه رقم (43) وبالنظر إلى اختبار التجانس ليفين (F) والذي بلغ (0.39) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($A=0.05$) نستنتج أن هناك تجانس بين المجموعتين مما استدعى تطبيق اختبار (T_{EST}) لعينتين مستقلتين متجانستين. وعليه يتبين لنا من الجدول السابق أن متوسط التربية الإعلامية لدى الذكور بلغ قيمة (77.29) بانحراف معياري (9.52) وهو أدنى من متوسط الإناث البالغ (78.08) بانحراف (9.30)، وبالنظر إلى قيمة اختبار الفروق (TTEST) والتي بلغت (-0.78) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، ومنه نستطيع القول بأنه تم قبول فرضية الدراسة القائلة "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيسبوك" تعزى لمتغير الجنس (ذكر/أنثى)" ورفض الفرضية

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

البديلة القائلة بـ: " توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيديسبوك" تعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى)" ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة المتوصل إليها هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%. و لعل النتيجة التي تم التوصل إليها انما تعود الى المساواة بين الجنسين في فرص التعليم وفي الحصول على مختلف المعلومات ، فادراك التربية الاعلامية لا يرتبط بالنوع (ذكور-اناث) لان كلاهما يتعرض للمضامين الإعلامية المعروضة عبر الشبكات الاجتماعية "الفيديسبوك" قد يختلفون أحيانا في معدل التعرض، وتتفق نتائج هذا الفرض مع ما توصلت اليه دراسة الباحث "هاني نادي عبد المقصود محمود" والمعنونة بـ: " إدراك طلاب الجامعة لمفاهيم التربية الإعلامية وعلافته بمستوى الرقابة الذاتية على المضمون المقدم بوسائل الإعلام التقليدية والجديدة" بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العينة في مدى سماعهم بمفهوم التربية الإعلامية حسب متغير النوع. وتنطبق ايضا مع ما جاء في دراسة الباحثة "د. أميمة أحمد رمضان" اتجاهات المراهقين نحو تطبيق التيك توك وعلافته بإدراكهم لمعايير التربية الإعلامية" أين توصلت الى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المراهقين غينة البحث في مستوى ادراكهم لمعايير التربية الإعلامية وفق متغير النوع.

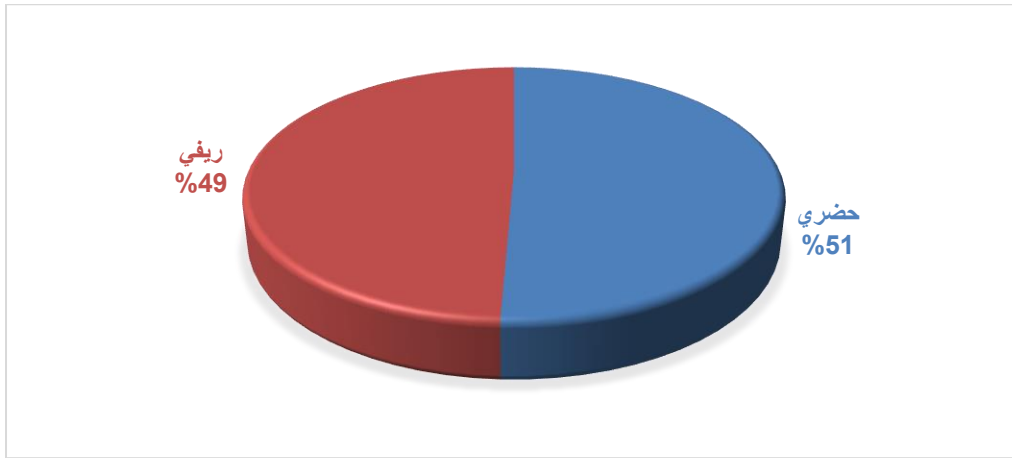
2-4-1 الفرضية الجزئية الثانية: تشير الى انه: " لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيديسبوك" تعزى لمتغير المحيط الاجتماعي (حضري، ريفي)". ولتحقق من صحة الفرضية تم الاعتماد على اختبار الدلالة الإحصائية (T TEST):

الجدول رقم (44): يمثل الفروق في مستوى التربية الإعلامية لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير المحيط الاجتماعي.

القرار	مستوى الدلالة	قيمة "T"	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	حجم العينة	مستوى الدلالة	اختبار ليفين التجانس (F)	مكان الإقامة	
غيردالة عند 50.0	0.09	1.69	353	9.64	78.01	307	0.00	8.38	حضري	التربية الإعلامية
				7.50	75.95	48			ريفي	

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الشكل رقم (39) يمثل الفروق في مستوى التربية الإعلامية لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير امكان الإقامة.



من خلال الجدول أعلاه رقم (44) وبالنظر إلى اختبار التجانس ليفين (F) والذي بلغ (8.38) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($A=0.05$) ومنه نستنتج أنه ليس هناك تجانس بين المجموعتين مما استدعى تطبيق اختبار (T_{TEST}) لعينتين مستقلتين غير متجانستين. يتضح من الجدول السابق أن متوسط التربية الإعلامية لدى المتدرسين الذين محيطهم الاجتماعي حضري بلغ قيمة (78.01) بانحراف معياري (9.64) وهو أعلى من متوسط المتدرسين الذين محيطهم الاجتماعي ريفي البالغ (75.95) بانحراف (7.50)، وبالنظر إلى قيمة اختبار الفروق (T TEST) والتي بلغت (1.69) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، ومنه نستطيع اتخاذ قرار قبول فرضية الدراسة القائلة " لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المتدرسين مستخدمي "الفيسبوك" تعزى لمتغير مكان الإقامة (حضري، ريفي)" ورفض الفرضية البديلة القائلة بـ: " توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المتدرسين مستخدمي "الفيسبوك" تعزى لمتغير مكان الإقامة (حضري، ريفي)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة المتوصل إليها هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%. وبالتالي لم يتضح تأثير متغير مكان الإقامة في مستوى التربية الإعلامية. "، ويمكن أن نفسر نتائج هذا الفرض الى أن فهم التربية الإعلامية لا يرتبط بطبيعة المحيط أو البيئة، فالمرهقين المتدرسين في المناطق الريفية والحضرية يتلقون نفس البرامج التعليمية في المؤسسات التربوية الجزائرية هذا من جهة، كما ان الانترنت تخطت الحدود الزمانية والمكانية وأصبح استخدامها لا يقتصر فقط على الحضر والمدن بل امتدت الى مناطق العالم بما فيها المناطق الريفية التي تتوفر أيضا على خدمة الانترنت بفضل تكنولوجيا الاتصال

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

والمعلومات التي مست جميع حير دليل على ذلك ظهور تقنيات الهواتف الذكية التي انتشرت بشكل واسع في جميع المناطق والتي ساعدت في الوصول الى مختلف المعلومات والمضامين الإعلامية المتاحة على مختلف الشبكات الاجتماعية بغض النظر عن موقعهم الجغرافي كما ان الدولة الجزائرية تسعى جاهدة في إزالة الفوارق الجغرافية والتعليمية والإعلامية وغيرها بين الريف والحضر قصد تحقيق التنمية المستدامة وتكريس مبدأ المساواة بينهم في مختلف المجالات. وعليه تنطبق نتائج هذا الفرض مع ما جاء في دراسة الباحثة "د. أميمة أحمد رمضان 2022" اتجاهات المراهقين نحو تطبيق التيك توك وعلاقته بإدراكهم لمعايير التربية الإعلامية" أين توصلت الى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المراهقين عينة البحث في مستوى ادراكهم لمعايير التربية الإعلامية وفق متغير "مكان الإقامة".

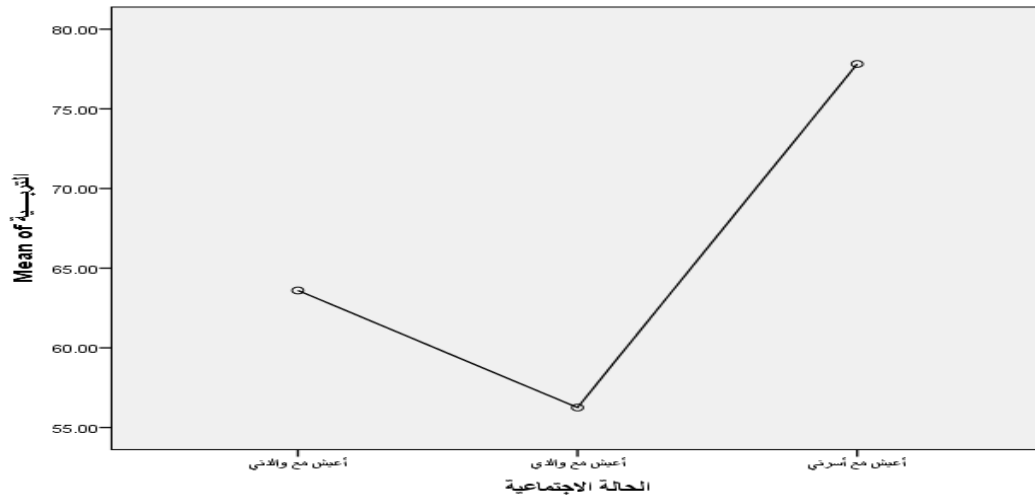
3-4-1 الفرضية الجزئية الثالثة: تنص هذه الفرضية الجزئية انه: "لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيسبوك" تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية (أعيش مع أبي، أعيش مع أمي، أعيش مع كلاهما)". وللتحقق من صحة الفرضية تم الاعتماد على اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA والنتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم(45): يمثل الفروق في مستوى التربية الإعلامية لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية .

//	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة	القرار
التربية الإعلامية	بين المجموعات	5517.298	2	2758.649	29.80	0.00	دال عند 0.01
	داخل المجموعات	32580.674	352	92.559			
	الكلية	38097.972	354	//			

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الشكل رقم (40) يمثل الفروق في مستوى التربية الإعلامية لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية (من مخرجات SPSS).



من خلال الجدول أعلاه رقم (45) نلاحظ أن قيمة اختبار الفرق (F) "تحليل التباين الأحادي" بلغت (29.80) بالنسبة لمجموعات الدراسة على محور التربية الإعلامية، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0,01$)، وبالتالي تم رفض فرضية الدراسة القائلة بـ "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيسبوك" تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية (أعيش مع والدي، أعيش مع والدي، أعيش مع أسرتي)" وقبول الفرضية البديلة القائلة بـ: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيسبوك" تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية (أعيش مع والدي، أعيش مع والدي، أعيش مع أسرتي)"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة المتوصل إليها هي 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وبما أن اختبار الفرق "F" لا يحدد لصالح من الفروق فقد لجأت الباحثة إلى إرفاقه بأسلوب "SCHEFFE" والذي يستخدم للمقارنات البعدية، بهدف تحديد اتجاه الفرق، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (46): يمثل معامل " SCHEFFE " للمقارنات البعدية.

مستوى الدلالة	الخطأ المعياري	متوسط الفروق	الحالة الاجتماعية (I)	الحالة الاجتماعية (I)
.379	5.26950	7.35000	أعيش مع والدي	أعيش مع والدي
.000	2.21530	-14.21873*	أعيش مع أسرتي	
.379	5.26950	-7.35000-	أعيش مع والدي	أعيش مع والدي
.000	4.83935	-21.56873*	أعيش مع أسرتي	
.000	2.21530	14.21873*	أعيش مع والدي	أعيش مع أسرتي
.000	4.83935	21.56873*	أعيش مع والدي	

من خلال الجدول أعلاه رقم (46) وبناء على نتائج معامل الشيفيه، نلاحظ أن الفروق في مستوى التربية الإعلامية جاءت دالة لصالح المتدرسين المراهقين الذين يعيشون مع أسرهم. ويمكن تفسير ذلك أن المراهقون الذي يعيشون مع أسرهم عادة ما يتلقون دعماً اجتماعياً أكثر من الذين يعيشون مع أحد الأولياء، فالأسرة هي المؤسسة التربوية الأولى التي تشكل مرجعية نسبية تربوية لكل أفراد المجتمع خاصة في مراحل النمو الأولى ومن ثم فهي تلعب دوراً مهماً في تجسيد التربية الإعلامية و تحديداً في عصر الإنترنت و التكنولوجيا الرقمية وان صح التعبير عصر الفيض المعلوماتي لأن وعي الأولياء واهتمامها بالتأثير الذي يمكن أن تمارسه في حياة أفرادها يعد من الأمور المهمة التي يمكن أن تسهم في فهم الأبناء واستيعابهم لما يعرض عليهم سواء عن طريق الانترنت او من مختلف البرمجيات المعدة، وذلك بمتابعة استخدام أبنائهم مختلف الوسائط الاتصالية والإعلامية لهم وهذا ما يتطلب من ان يكون الوالدين على وعي وفهم ما يستخدمه أبنائهم من خلال التعرف على المحتوى الإعلامي الذي يتابعه أبنائهم وتوجيههم وتحديد المحتويات الهادفة والمفيدة التي ينبغي عليهم متابعتها وتحذيرهم المحتويات المضللة وغير مفيدة والتي يجب عليهم تجنبها اعتماداً على أسلوب التفاعل والحوار والنقاش المفتوح وطرح الأسئلة لماذا؟ ما لغرض؟ وما الدوافع وراء ذلك؟ ومن المستهدف وغيرها من الأسئلة التي تساعد الأبناء خاصة المراهقين على فهم المحتوى الإعلامي وتقييمه أي الانتقال من فهم المضمون الظاهري الى المضمون الباطني أو الضمني للرسالة الإعلامية. وبالتالي يمكن أن يحقق هذا جوانب إيجابية في شخصية الأبناء من جهة وفي تكوين ثقافة الاستخدام الرشيد والأمن للأنترنت ومختلف التكنولوجيات الرقمية الجديدة من جهة أخرى، فترية الشباب خاصة المراهقين على نقد واختيار

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

المحتويات والمضامين الإعلامية والتفاعل معها وحمايتهم من مخاطر وسائل التواصل الاجتماعي تعود بالدرجة الأولى على عاتق الأسرة والأولياء باعتبارها أقوى مؤسسات التنشئة الاجتماعية قبل دور المدرسة في ذلك لذا يستوجب عليها أن تقوم بدورها في تثقيف المراهقين إعلامياً للتعيش مع مغريات العصر الحالي.

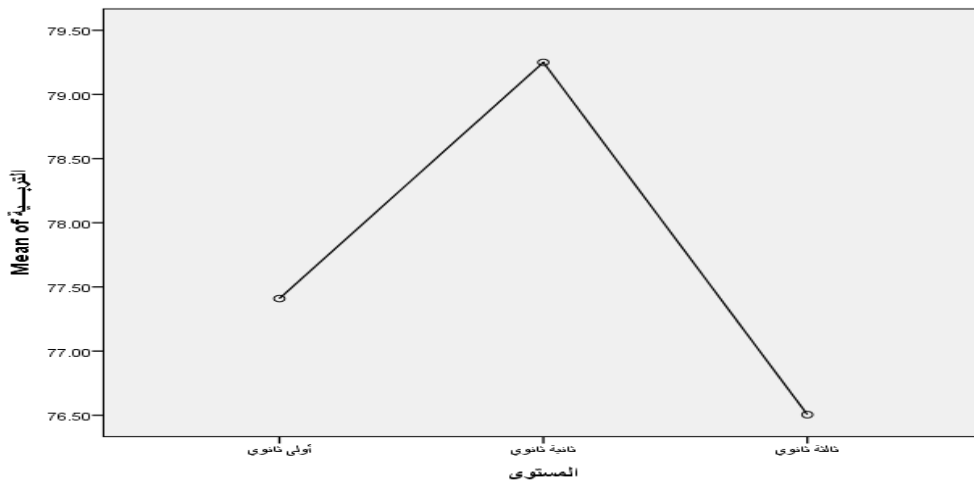
4-4-1 - الفرضية الجزئية الرابعة: تشير هذه الفرضية الى انه: "لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في

مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيديسبوك" تعزى لمتغير المستوى التعليمي (أولى ثانوي، ثانية ثانوي، ثالثة ثانوي)". ولتحقق من صحة الفرضية تم الاعتماد على اختبار تحليل التباين الأحادي ANOVA والنتائج موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (47): يمثل الفروق في مستوى التربية الإعلامية لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

القرار	مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	//
غير دال عند 0.05	0.08	2.52	221.115	2	442.230	بين المجموعات	التربية الإعلامية
			87.558	352	30820.407	داخل المجموعات	
			//	354	31262.637	الكلية	

الشكل رقم (41) يمثل الفروق في مستوى التربية الإعلامية لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير المستوى التعليمي (من مخرجات SPSS).



الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

من خلال الجدول أعلاه رقم (47) نلاحظ أن قيمة اختبار الفرق (F) "تحليل التباين الأحادي" بلغت (2.52) بالنسبة لمجموعات الدراسة على محور التربية الإعلامية، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0.05$)، وبالتالي تم قبول فرضية الدراسة القائلة بـ "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيديسبوك" تبعاً لمتغير المستوى التعليمي (أولى ثانوي، ثانية ثانوي، ثالثة ثانوي)" ورفض الفرضية البديلة القائلة بـ: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيديسبوك" تعزى لمتغير المستوى التعليمي (أولى ثانوي، ثانية ثانوي، ثالثة ثانوي)"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة المتوصل إليها هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

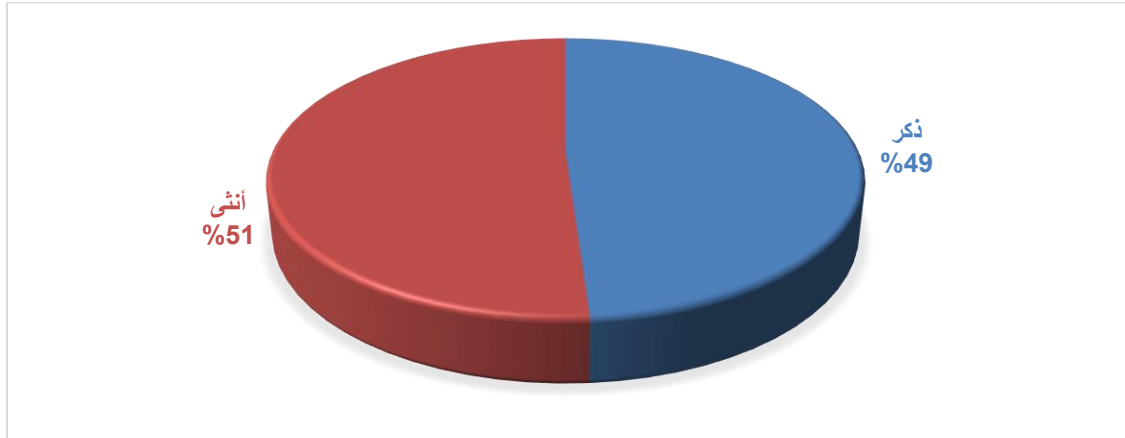
5-1- عرض ومناقشة وتحليل الفرضية الرابعة:

تنص الفرضية العام الخامسة على أنه: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التفكير الناقد لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيديسبوك" تعزى لمتغير (الجنس، مكان الإقامة، المستوى التعليمي).
1-5-1 عرض نتائج الفرضية الجزئية الأولى: تنص الفرضية الجزئية الأولى على أنه: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التفكير الناقد لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيديسبوك" تعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى)". ولتحقق من صحة الفرضية تم الاعتماد على اختبار الدلالة الإحصائية (T TEST):

الجدول رقم (48): يمثل الفروق في مستوى التفكير الناقد لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير الجنس

القرار	مستوى الدلالة	قيمة "T"	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	حجم العينة	مستوى الدلالة	اختبار ليفين التجانس (F)	الجنس	
									ذكر	أنثى
غير دالة عند 0.05	0.24	1.16	353	15.46	45.38	156	0.04	4.15	ذكر	التفكير الناقد
				16.78	47.38	199			أنثى	

الشكل رقم (42) يمثل الفروق في مستوى التفكير الناقد لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير الجنس



يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه رقم (48) وبالنظر إلى اختبار التجانس ليفين (F) والذي بلغ (4.15) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($A=0.05$) أنه ليس هناك تجانس بين المجموعتين مما استدعى تطبيق اختبار (T_{TEST}) لعينتين مستقلتين غير متجانستين. يتضح من الجدول السابق أن متوسط التفكير الناقد لدى الذكور بلغ قيمة (45.38) بانحراف معياري (15.46) وهو أدنى من متوسط الإناث البالغ (47.38) بانحراف (16.78)، وبالنظر إلى قيمة اختبار الفروق (TEST) والتي بلغت (-1.16) وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، ومنه نستطيع القول بأنه تم قبول فرضية الدراسة القائلة " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التفكير الناقد لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيس بوك" تعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى)" ورفض الفرضية البديلة القائلة بـ " توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التفكير الناقد لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيس بوك" تعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى)" ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة المتوصل إليها هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%. وقد يفسر عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الإناث والذكور في مستوى التفكير النقدي إلى أن كلاهما يدرسون في نفس البيئة المدرسية التي كلها تسير على منهاج دراسي واحد من حيث المحتوى نظراً لأن المؤسسات التعليمية حكومية، مما ينتج عنه امتلاك المراهقين المتمدرسين الإناث والذكور لنفس المستوى من التفكير النقدي. واتفقت نتائج هذا الفرض مع دراسة الباحث " داوره محمد" التفكير الناقد وعلاقته بقيم المواطنة لدى الطلبة الجامعيين لمواجهة تحديات العولمة – دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة تيارت- أين حاول البحث في العلاقة بين التفكير النقدي وعلاقته بقيم المواطنة لدى الطلبة الجامعة لمواجهة تحديات العولمة وعلاقتها ببعض المتغيرات لدى طلبة الجامعة وخلص إلى أنه لا يوجد فروق في التفكير الناقد لطلبة الجامعة تعزى لاختلاف الجنس (ذكور وإناث) عند مستوى دلالة 0.05.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

2-5-1 عرض نتائج الفرضية الجزئية الثانية: تشير الفرضية الجزئية الثانية الى انه: "لا توجد فروق ذات دلالة

احصائية في مستوى التفكير الناقد لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيسبوك" تعزى لمتغير مكان

الاقامة (حضري، ريفي)". ولتحقق من صحة الفرضية تم الاعتماد على اختبار الدلالة الإحصائية (T TEST):

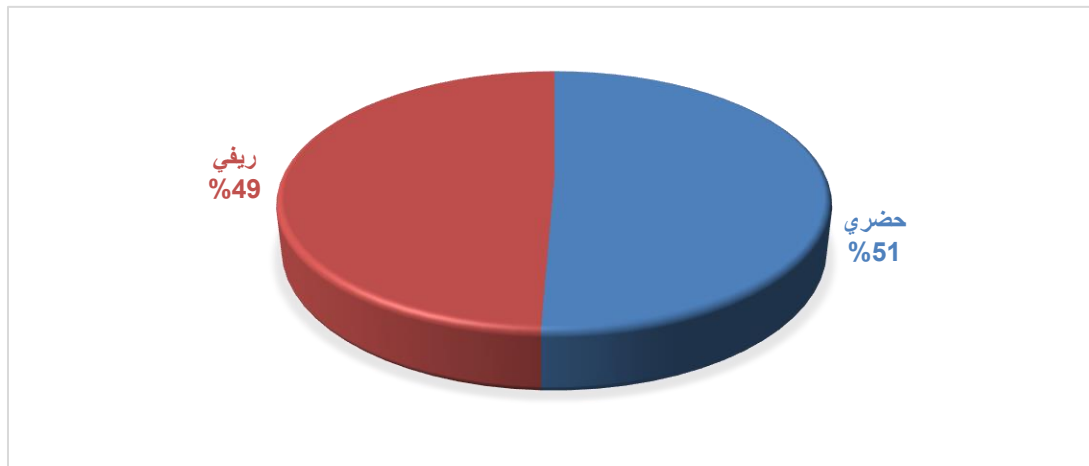
الجدول رقم(49): يمثل الفروق في مستوى التفكير الناقد لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير مكان

الاقامة.

القرار	مستوى الدلالة	قيمة "T"	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	حجم العينة	مستوى الدلالة	اختبار ليفين التجانس (F)	مكان الإقامة	
									حضري	ريفي
غير دالة عند 0.05	0.38	0.87	353	8.93	47.04	307	0.053	3.78	حضري	التفكير الناقد
				7.95	45.85	48			ريفي	

الشكل رقم (43) يمثل الفروق في مستوى التفكير الناقد لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير مكان

الإقامة



من خلال الجدول أعلاه رقم (49) وبالنظر إلى اختبار التجانس ليفين (F) والذي بلغ (3.78) وهي قيمة غير

دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($A=0.05$) ومنه نستنتج أنه هناك تجانس بين المجموعتين مما استدعى تطبيق

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

اختبار (T-TEST) لعينتين مستقلتين متجانستين ويتضح من الجدول السابق أن متوسط التفكير الناقد لدى المتدربين الذين محيطهم الاجتماعي حضري بلغ قيمة (47.04) بانحراف معياري (8.93) وهو أعلى من متوسط المتدربين الذين محيطهم الاجتماعي ريفي البالغ (45.85) بانحراف (7.95)، وبالنظر إلى قيمة اختبار الفروق (T TEST) والتي بلغت (0.87) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، ومنه نستطيع القول بأنه تم قبول فرضية الدراسة القائلة " لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التفكير الناقد لدى المراهقين المتدربين مستخدمي "الفيسبوك" تعزى لمتغير مكان الإقامة (حضري، ريفي)" ورفض الفرضية البديلة القائلة بـ " توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التفكير الناقد لدى المراهقين المتدربين مستخدمي "الفيسبوك" تعزى لمتغير مكان الإقامة (حضري، ريفي)"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة المتوصل إليها هي 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%. تعزى هذه النتيجة الى أن كل تلاميذ المرحلة الثانوية (المراهقين) وباقي المراحل التعليمية في مناطق الريف والحضر يتعرضون لنفس المناهج الدراسية التي تعتمد بشكل كبير على الكتاب المدرسي القائم على تراكم المعارف والمعلومات النظرية التي يتبعها المعلمين في الصفوف الدراسية اذ لا يخرجون فيها أبداً عن نطاق البرنامج الدراسي الصادر عن وزارة التربية والتعليم الجزائرية والذي نجده في كثير من الأحيان لا يشجع على التفكير والتأمل النقدي مما ينعكس سلباً على قدرات ومهارات التلاميذ المتدربين في مختلف الأطوار التعليمية، ويعود ذلك الى أن الوسائل التربوية التلقينية المستخدمة في المدرسة الجزائرية وباقي مدارس المجتمعات العربية تشبه "وسائل غسل الدماغ أي انها وسائل ترديديه تعتمد أساساً على حشو الرؤوس بمادة كثيفة تزرع زرعاً في المخزون الذاكري لتلاميذنا دون وعي بعلاقة هذه المادة بالعالم المحيط بهم، وبالتالي فإن التعليم التلقيني أصبح من أخطر الأساليب التي تشيع العقل النقلية بدلاً من العقل النقدي فالهم بالنسبة لأغلب المناهج الدراسية السائدة في مجتمعاتنا هي مدة تلقي واكتساب أكبر قدر ممكن من المعارف والمعلومات وليس في طريقة التفكير والفهم السليم والبحث العلمي المفيد، وهذا من شأنه ان يؤدي الى تدمير إمكانيات الفرد العقلية والنقدية.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

3-5-1 عرض نتائج الفرضية الجزئية الثالثة: تشير الفرضية الجزئية الثالثة الى انه: "لا توجد فروق ذات دلالة

احصائية في مستوى التفكير الناقد لدى المراهقين المتدربين مستخدمي "الفيسبوك" تعزى لمتغير المستوى

التعليمي (أولى ثانوي، ثانية ثانوي، ثالثة ثانوي)". ولتحقق من صحة الفرضية تم الاعتماد على اختبار تحليل

التباين الأحادي ANOVA والنتائج موضحة في الجدول التالي:

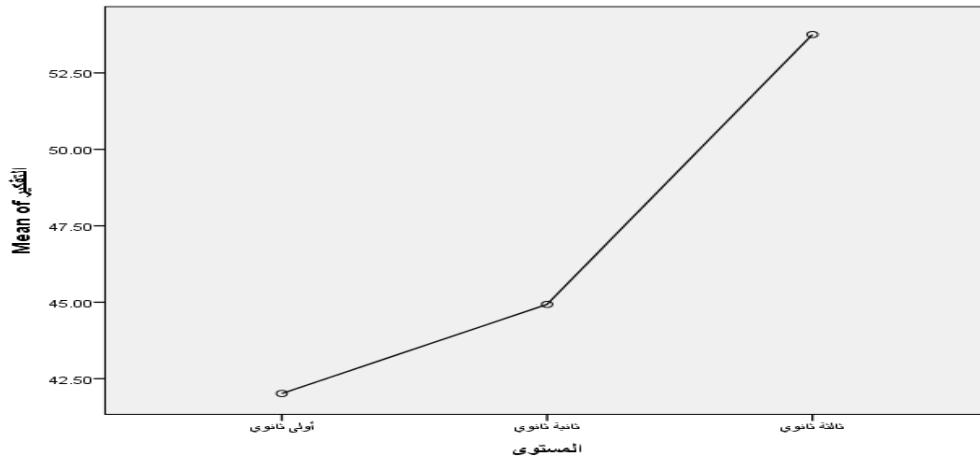
الجدول رقم(50): يمثل الفروق في مستوى التفكير الناقد لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير المستوى

التعليمي

القرار	مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	//
دال عند 0.01	0.00	17.84	4287.816	2	8575.632	بين المجموعات	التربوية الإعلامية
			240.310	352	84589.100	داخل المجموعات	
			//	354	93164.732	الكلية	

الشكل رقم (44) يمثل الفروق في مستوى التفكير الناقد لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير المستوى

التعليمي (من مخرجات SPSS)



الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

من خلال الجدول أعلاه رقم (50) نلاحظ أن قيمة اختبار الفرق (F) "تحليل التباين الأحادي" بلغت (17.84) بالنسبة لمجموعات الدراسة على محور التفكير الناقد، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ألفا ($\alpha=0,01$)، وبالتالي تم رفض فرضية الدراسة القائلة بـ "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التفكير الناقد لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيسبوك" تعزى لمتغير المستوى التعليمي (أولى ثانوي، ثانية ثانوي، الثالثة ثانوي)" وقبول الفرضية البديلة القائلة بـ: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التفكير الناقد لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيسبوك" تعزى لمتغير المستوى التعليمي (أولى ثانوي، ثانية ثانوي، الثالثة ثانوي)"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة المتوصل إليها هي 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وبما أن اختبار الفرق "F" لا يحدد لصالح من الفروق فقد لجأت الباحثة إلى إرفاقه بأسلوب "SCHEFFEL" والذي يستخدم للمقارنات البعدية، بهدف تحديد اتجاه الفرق، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (51): يمثل معامل "SCHEFFEL" للمقارنات البعدية.

الحالة الاجتماعية (I)	الحالة الاجتماعية (J)	متوسط الفروق	الخطأ المعياري	مستوى الدلالة
أولى ثانوي	ثانية ثانوي	-2.91588	1.97286	.337
	ثالثة ثانوي	-11.74186*	2.01654	.000
ثانية ثانوي	أولى ثانوي	2.91588	1.97286	.337
	ثالثة ثانوي	-8.82597*	2.07787	.000
ثالثة ثانوي	أولى ثانوي	11.74186*	2.01654	.000
	ثانية ثانوي	8.82597*	2.07787	.000

من خلال الجدول أعلاه رقم (51) وبناء على نتائج معامل الشيفيه، نلاحظ أن الفروق في مستوى التفكير الناقد جاءت دالة لصالح المتمدرسين المراهقين الذين مستواهم التعليمي ثالثة ثانوي.

- عرض وتفسير نتائج الفرضية العامة:

نصت الفرضية العامة لهذه الدراسة على انه: "تساهم التربية الإعلامية بشكل إيجابي في تنمية التفكير النقدي للمراهقين المتمدرسين بمدينة المسيلة نحو مضامين الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك". وللتحقق من صحة الفرضية تم الاعتماد معامل الارتباط بيرسون، وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة التالية:

الجدول رقم(52): يمثل العلاقة بين التربية الإعلامية والتفكير الناقد.

التفكير الناقد	/////	
**0.52	معامل الارتباط	التربية الإعلامية.
0.00	مستوى الدلالة	
355	حجم العينة.	
الارتباط دال عند $(\alpha=0,01)$.		

من خلال الجدول رقم (52) أعلاه نلاحظ أن معامل الارتباط بيرسون بلغ (**0.52) بين التربية الإعلامية والتفكير الناقد وهي قيمة موجبة ومرتفعة، وهذا يعني أن الارتباط بينهما ارتباط طردي، أي أنه كلما ارتفعت درجات التربية الإعلامية كلما ارتفعت معها درجات التفكير النقدي والعكس صحيح، كما أن نتيجة هذا الارتباط جاءت دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ألفا $(\alpha=0,05)$ ، ومنه نستطيع القول بأنه لا يمكن قبول الفرض الصفري الذي ينفي وجود العلاقة، وبالتالي نتوصل إلى قبول فرضية الدراسة العامة القائلة بـ "تساهم التربية الإعلامية بشكل إيجابي في تنمية التفكير النقدي للمراهقين نحو مضامين مواقع التواصل الاجتماعي "الفيديسوك"، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. وبالتالي يمكن القول أن مستوى معرفة العينة بمفهوم التربية الإعلامية أثر على مستوى التفكير النقدي لديهم على المحتوى المقدم في الشبكات الاجتماعية "الفيديسوك" أي أنه كلما زاد وعي المراهقين وإدراكهم لمفهوم التربية الإعلامية كلما قل تأثرهم بالمحتويات والمضامين المعروضة على وسائل الإعلام والاتصال على وجه العموم والشبكات الاجتماعية "الفيديسوك" على وجه الخصوص والعكس صحيح فالاستخدام السلبي المتزايد واللامحدود للشبكات الاجتماعية "الفيديسوك" من قبل الشباب والمراهقين بات يشكل خطراً يهدد المجتمعات العربية فهم أكثر انقيادا للثقافة الغربية دون وعي، وأكثر عرضة لمواجهة وتقبل المعلومات والأخبار المضللة دون البحث في مصدرها وفهم محتواها بسبب الامية الإعلامية التي يعانون منها، إذ أصبحت هذه الفئة اليوم تعيش حالة من الحصار المعلوماتي والإعلامي الذي يؤثر أحياناً كثيرة على القيم المجتمعية حيث تتنافس فيها مختلف الوسائل الإعلامية الجديدة خاصة المنصات الرقمية منها مواقع التواصل الاجتماعي في لفت انتباهه نحوها لأنه من المستحيل منع المراهقين من استخدام هذه الوسائل الإعلامية التي أصبحت أمر مفروض علينا لا يمكن منعه، لذلك فالتفاعل والتعامل مع هذه المنصات الرقمية يتطلب الوعي

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الإعلامي الذي يمكن المراهق والشاب المستخدم من ادراك سلبياتها وتأثيراتها ولعل الحل أو الطريقة الأمثل لهذه المشكلة تكمن في التربية الإعلامية الرقمية التي تزود المستخدمين بملكات التفكير النقدي في تعاملهم مع الوسيلة الإعلامية ومضامينها وتحديد ما ينشر على الشبكات الاجتماعية "الفيديوك". ولذلك تستنتج الباحثة أن التربية الإعلامية تهدف في الأساس الى تطوير المهارات اللازمة كالمهارة القراءة النقدية لفهم كيفية تصميم وإنتاج المحتوى الإعلامي وتحليله وتقييمه والتأكد من مصداقيته وصحته اذ يجب ترسيخها في جميع أفراد المجتمع بتعاون كل مؤسسات المجتمع المدني خاصة المؤسسات التربوية التي أصبحت مطالبة أكثر بتفعيل التربية الإعلامية للمتمدرسين لكل المراحل الدراسية بتربيتهم تربية واعية ونقدية تساعدهم في التعامل الرشيد مع وسائل الاعلام المتنوعة، وهو ما يتطابق مع الفرض الرئيس النظرية المعرفة الاجتماعية وهو ما ينص على أن إدراكات الأفراد ومعرفتهم السابقة تؤثر في سلوكياتهم أثناء تعاملهم مع البيئة المحيطة وبالتالي فإن مستوى معرفة العينة بمفاهيم التربية الإعلامية أثر في مستوى الرقابة الذاتية للعينة على المحتوى المقدم في وسائل الإعلام التقليدية والجديدة.و عليه تتفق نتائج هذا الفرض جزئيا مع ما جاء في دراسة " CHAHAL MONICA 2013 بأن التفكير النقدي من المهارات الأساسية التي تكسبها التربية الإعلامية للفرد وتساعده من فهم وسائل الإعلام والاتصال الحديثة والتقليدية وكيفية التعامل معها.

وتتفق أيضا مع ما جاء في دراسة (رمضان، 2022، صفحة 1990) "اتجاهات المراهقين نحو الفيديوهات المقدمة عبر تطبيق تيك توك وعلاقته بإدراكهم لمعايير التربية الإعلامية" التي توصلت الى وجود علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المراهقين نحو الفيديوهات المقدمة عبر "التيك توك" ومدى ادراكهم لمعايير التربية الإعلامية والعكس صحيح، بمعنى أنه كلما زاد ادراك المراهقين عينة البحث لمعايير التربية الإعلامية كلما قل اتجاههم نحو الفيديوهات المقدمة عبر تطبيق التيك توك.

كما تنطبق أيضا نتائج هذا الفرض مع دراسة الباحثة " منى طوق " أين توصلت أن التربية الإعلامية تكون الحس النقدي لدى التلامذة الذي لا يختلف باختلاف هوية المدارس الخاصة المتعددة، في مجتمع تعددي مثل لبنان إنما يستند الى مقومات وأسس علمية يكتسبها التلميذ من خلال التواصل المعرفي، كما توصلت دراسة "دراسة حنان اسماعيل حسين 2020: "تقييم كفاءة ممارسات مهارات التربية الإعلامية لدى الطلاب بأقسام الإعلام" الى وجود ارتباط دال إحصائيا بين الاستهلاك الناقد والمهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية. ودراسة

DIGITAL ، ANA MARIA SEIXAS، MARIA ISABEL FETAS،ARMANDA PINTO DA MOTA /MATOS"

MEDIA AND THE CHALLENGES FOR MEDIA EDUCATION. التي توصلت الى ان تنمية مهارات التحليل

والتفكير النقدي اللازم لفهم الرسائل وتأثير وسائل الإعلام من أولويات التربية الإعلامية.

2- النتائج النهائية للدراسة:

- النتائج في ضوء العلاقة بين متغيرات الدراسة:

بعد عرض وتحليل وتفسير الاستبانة والتي تم توزيعها على عينة قوامها 370 من المراهقين المتمدرسين

مستخدمي "الفيسبوك" بمدينة المسيلة أسفرت الدراسة الميدانية عن النتائج التالية:

-النتائج المتعلقة بطبيعة استخدام المراهقين المتمدرسين للشبكات الاجتماعية "الفيسبوك":

يشمل هذا المحور طبيعة استخدام المبحوثين من فئة المراهقين المتمدرسين بمدينة المسيلة للشبكات

الاجتماعية "الفيسبوك" وقد توصلت الباحثة للنتائج التالية:

- أسفرت نتائج الدراسة الى أن أغلب المبحوثين أقروا انهم يشتركون في خدمة الانترنت بوتيرة دائمة بنسبة قدرت ب 55.8% وهذا يعود الى انتشار ثقافة الانترنت لدى الاسر الجزائرية والتي اصبحت تستخدمها كل الفئات العمرية من الصغار والمراهقين والشباب وحتى الكبار اذ اكتسحت جميع الميادين في وقتنا الحالي.
- بناء على استجابات عينة الدراسة اتضح أن أغلبية المبحوثين يقومون بتصفح شبكة "الفيسبوك" دائما وبصفة يومية، ونفسر ذلك الى أن هذا الأخير أصبح يمثل وسيطا اتصاليا مهما وجزءا لا يتجزأ من حياتنا اليومية في ظل خاصية الاستخدام المفتوح التي أوجدتها الشبكات الاجتماعية الجديدة، الشيء الذي زاد من توافد المستخدمين عليها من مختلف الفئات والأعمار اضافة الى خاصية "التوفرية" فشبكة "الفيسبوك" يمكن الولوج اليها من مختلف الاجهزة من الهواتف الذكية او اللوحات الالكترونية وحتى اجهزة الكمبيوتر مما يجعله متاحا للمستخدمين في أي وقت وفي أي مكان، اضافة الى انه يمكن للمستخدمين مشاركة المحتوى بسهولة، بما في ذلك الصور والمقاطع والمقالات وروابط الأخبار، ويساعد أيضا العثور على المحتوى الذي يهمهم ومتابعة

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الصفحات والمجموعات ذات الصلة وغيرها من الخصائص التي تجذب اهتمام عدد كبير من المستخدمين فئة المراهقين سهل.

• توصلت الدراسة الى أن غالبية أفراد العينة يستخدمون الشبكات الاجتماعية "الفيديسبوك" منذ 03 سنوات الى 05 سنوات، وذلك راجع الى التطور الكبير في مختلف وسائل الاعلام والاتصال وفي الميديا الجديدة الأمر الذي الى زيادة مستخدمي الشبكات الاجتماعية "الفيديسبوك".

• أعرب المبحوثين أن الوقت المفضل لتصفح شبكة "الفايسبوك" هو فترة الليل بنسبة 60.3%، بمعدل 03 ساعات يوميا، ويبرر ذلك الى ان استخدام المراهقين المتمدرسين لشبكة "الفيديسبوك" في هذا الوقت لأنه وقت راحتهم وفترة فراغهم لعدم ارتباطهم احيانا بالواجبات الدراسية، ناهيك عن ذلك انه في الفترة المسائية يوجد العديد من الأصدقاء الافتراضيين على الخط، الأمر الذي من شأنه أن يؤدي الى زيادة مدة استغراق تصفح شبكة "الفيديسبوك" نظرا لقدرته اللامتناهية في تقديم العديد من الخدمات التي تلي كل رغبات مستخدميها كالدردشة و الأخبار والمعلومات والألعاب وغيرها من الوظائف.

• أشار اغلبية المبحوثين ان تصفحهم لشبكة "الفيديسبوك" يكون من المنزل بنسبة 67.6% ويرجع ذلك الى ارتفاع اشتراك اغلب الاسر الجزائرية الاتصال بالانترنت ليكون في المنزل تدفق عالي من الأنترنت (WIFI)، وأقروا أيضا انهم يتصفحون شبكة "الفيديسبوك" بمفردهم بنسبة 65.4% وذلك للتجول والابحار فيها بحرية سواء في الدردشة مع الاشخاص اذين يتواصل معهم افتراضيا او النشر والتعليق على مختلف الأخبار أو للولوج للمجموعات والصفحات المتابعة بكل أريحية، هذا ما يجعل المراهقين المتمدرسين يحيطون الفيديسبوك بالسرية والخصوصية في الاستخدام بمفردهم. .

• بينت نتائج الدراسة أن أغلب أفراد عينة الدراسة يمتلكون حساب واحد على شبكة "الفيديسبوك"

• أن معظم أفراد عينة الدراسة يدخلون إلى حسابهم عبر شبكة الفيديسبوك بأسمائهم المستعارة بدل أسمائهم الحقيقية بنسبة 71.8%، وهذا قد يبرر على أن اغلب المبحوثين يستخدمون هويات مستعارة للحصول على حرية أكبر ف ابداء الرأي في ظل غياب الرقابة والانتقاد و للتخفي والتستر وراء هويات مخالفة تماما لهويتهم الاصلية وايضا غير معروفة لدى أهلهم وأصدقائهم للولوج الى مواقع قد تكون محضورة أو مشاهدة محتويات غير أخلاقية، أو حفاظا على خصوصيتهم وعدم التعدي عليها، فالمرهق يعيش في مرحلة اكتشاف ذاته وهويته

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

وتكوين شخصيته فلذلك فالبيئات الافتراضية تشكل تربة خصبة للبحث والتجريب وبالتالي اصبح المراهقين أكثر الفئات استخداما لهذه الشبكات حتى صاروا يلقبون بالسكان الأصليين للشبكة. أما عن نسبة المبحوثين الذين يستخدمون اسمهم الحقيقي فقدرت ب 28.2% من أجل الجدية في العلاقات الافتراضية واثبات ذاتهم وهويتهم مما يمثل مؤشرا على مصداقية المبحوثين في التعامل مع الآخرين عبر هذا العالم الافتراضي.

• يشير أغلبية أفراد عينة الدراسة ان المعيار الأساسي الذي يعتمدونه في اختيار من يتفاعلون معهم عبر موقع الفيسبوك هو معيار الصداقة، وقد يعزى ذلك الى رغبة المبحوثين في التبادل الثقافي والتفتح على الآخرين واكتشاف عالم آخر يختلف تماما عن العالم الذي يعيش فيه المستخدم.

• أسفرت نتائج الدراسة أن نسبة 96.6% من أفراد عينة الدراسة والديهم على دراية بأنهم يمتلكون حساب على موقع الفيسبوك.

• خلصت الدراسة الى أن المراهقين المتمدرسين بمدينة المسيلة يتصفحون الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك" للاطلاع على كل ما هو جديد.

• أقر أفراد عينة الدراسة أنهم يتعاملون مع المنشورات التي يتعرضون لها عبر الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك" بتسجيل الاعجاب بها فقط LIKE.

• توصلت الدراسة الى أن نسبة معتبرة قدرت ب 55.5% من أفراد عينة الدراسة نادرا ما يساهمون في نشر الأخبار والمعلومات عبر شبكة "الفيسبوك".

- النتائج المتعلقة بمدى إدراك وفهم المراهقين المتمدرسين بمدينة المسيلة لمفهوم التربية الإعلامية:

بعد ما تم التعرف على طبيعة استخدام المراهقين المتمدرسين للشبكات الاجتماعية "الفيسبوك" بمدينة المسيلة انتقلنا للتحقق من صحة الفرضيات الدراسة، وقد اسفرت النتائج على ما يأتي:

01- افترضنا وجود مستوى متوسط من التربية الإعلامية وأبعادها لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمى الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك" بمدينة المسيلة، وبعد ما قمنا بالتحقق من صحة الفرضية استنتجنا ان المتوسط الحسابي لأفراد عينة الدراسة بلغ 2.03 وهي قيمة متوسطة، ومنه تم قبول فرضية الدراسة القائلة ب " يتمتع المراهقين المتمدرسين مستخدمى "الفيسبوك" بمدينة المسيلة مستوى متوسط من التربية الإعلامية.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

02- افترضنا انه "لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيسبوك" تبعاً لمتغير (الجنس، مكان الإقامة، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي) وبعد التحقق من صحة الفرضية توصلنا الى ما يلي:

• لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيسبوك" تعزى لمتغير الجنس (ذكر أنثى)، وهذه النتيجة قد أكدت عليها العديد من الدراسات التي تم الاعتماد عليها سابقاً.

• لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيسبوك" تعزى لمتغير مكان الإقامة (حضري، ريفي)، ومنه يتضح عدم تأثير متغير "مكان الإقامة" في مستوى التربية الإعلامية وهذا ما يتوافق مع نتائج بعض الدراسات السابقة.

• توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيسبوك" تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية (أعيش مع والدي، أعيش مع أسرتي).

• لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التربية الإعلامية لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيسبوك" تبعاً لمتغير المستوى التعليمي (أولى ثانوي، ثانية ثانوي، ثالثة ثانوي).

النتائج المتعلقة بمحور مستوى التفكير النقدي لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك" بمدينة المسيلة.

01- افترضنا وجود مستوى متوسط من التفكير النقدي لدى المراهقين المتمدرسين مستخدمي الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك" بمدينة المسيلة، بعد التأكد من صحتها وجدنا ان المتوسط الحسابي لأفراد عينة الدراسة على محور التفكير الناقد والذي بلغ 46.50 وهو أعلى من المتوسط الفرضي والمقدر بـ 46، لكن بالنظر إلى قيمة "ت" بالنسبة للعينة الواحدة التي بلغت قيمتها 0.58 نجد أنها غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($A=0.05$)، أي انه لا توجد فروق بين المتوسطين، وعليه تم قبول فرضية الدراسة القائلة بـ "يتمتع المراهقين المتمدرسين مستخدمي "الفيسبوك" بمدينة المسيلة بمستوى متوسط من التفكير النقدي".

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

02- افترضنا انه " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التفكير النقدي لدى المراهقين المتدربين مستخدمي "الفييس بوك" تبعاً لمتغير (الجنس، المستوى التعليمي، مكان الإقامة، الوضع الاجتماعي) تم التحقق من صحة الفرضية توصلنا الى أنه:

- بينت نتائج الدراسة انه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التفكير الناقد لدى المراهقين المتدربين مستخدمي "الفييسبوك" تعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى)."
- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى التفكير الناقد لدى المراهقين المتدربين مستخدمي "الفييسبوك" تعزى لمتغير مكان الإقامة (حضري، ريفي)". وتتفق نتائج هذا الفرض مع توصلت اليه بعض الدراسات السابقة التي تم الاعتماد عليها في دراستنا الحالية.
- أظهرت نتائج اختبارات الفارقة " SHEFFE " أن الفروق في مستوى التفكير الناقد جاءت دالة لصالح المتدربين المراهقين الذين مستواهم التعليمي ثالثة ثانوي، وبالتالي تم قبول الفرضية البديلة القائلة ب:" توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التفكير الناقد لدى المراهقين المتدربين مستخدمي "الفييسبوك" تعزى لمتغير المستوى التعليمي (أولى ثانوي، ثانية ثانوي، ثالثة ثانوي)".



خاتمة:

و بناء على ما تقدم وما توصلت اليه الدراسة يمكن القول أنه قد حاولنا في هذه الدراسة معالجة موضوع مهم يمس فئة مهمة وحساسة من فئات المجتمع الا وهي فئة المراهقين التي تؤثر في بنية النظام الاجتماعي خاصة في بلدان العالم العربي و منها الجزائر، اذ ترتفع نسبة فئة الشباب والمراهقين في تشكيل وبناء المجتمع ونهضته الأمر الذي جعلها تحظى باهتمام وسائل الاعلام التقليدية والحديثة التي تسعى دائما الى استقطابها بشتى الطرق والتأثير عليها وتغيير سلوكياتها، اذ تشير الكثير من الابحاث الى ارتفاع استخدام المراهقين اللامحدود لمنصات التواصل الاجتماعي التي لا تخضع للرقابة أو ضوابط تحدد الاستخدام الصحيح لها، هذا الاهتمام أحال الباحثة في الموضوع الى دراسة أهم الآليات والطرق التي تساهم في التقليل من حدة التأثيرات السلبية التي يمكن ان يحدثها الاعلام الرقمي الجديد بكل تطبيقاته تحديدا الشبكات الاجتماعية خاصة "الفايسبوك" على فئة المراهقين من خلال دعمه بمبادئ وبرامج تربوية. ومن هنا تتبلور التربية الإعلامية كحتمية ضرورية خاصة بعد فقدان دول العالم العربي السيطرة والتحكم في البث الإعلامي الخارجي الذي يهدد الكثير من القيم والثقافات المجتمعية، فهي تساهم في مساعدة النشء والمراهقين وكل شرائح المجتمع في تجنب الأثار السلبية لوسائل الاعلام وتكنولوجيات الاتصال الحديثة بالتعامل الواعي والأمن والرشيد معها، فضلا عن دورها الكبير في تنمية مهارة التفكير النقدي نحو المضامين الاعلامية لفهم الكيفية التي يصنع الإعلام فيها، وكذا تهيئتهم للمشاركة كمستهلكين ايجابيين للمحتوى الإعلامي أو كصناع له لبناء مواطنين صالحين يسهمون في بناء المجتمع، فلقد أصبحت الكثير من دول العالم تولي اهتماما كبيرا بالتفكير الناقد وتضعه من أهم الغايات التربوية التي يستوجب تجسيدها في مختلف المراحل التعليمية فهي أبرز المهارات الحياتية التي يحتاجها الأفراد في مواقف الحياة .

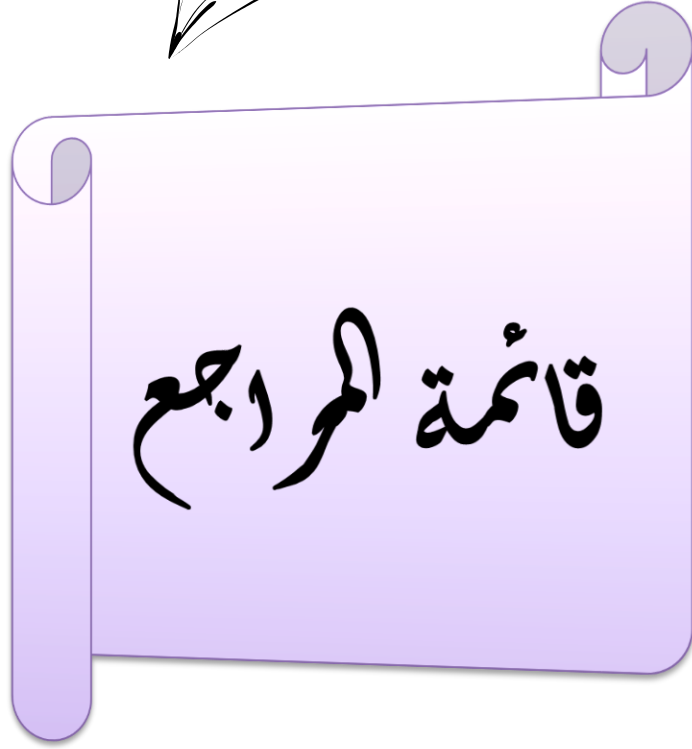
وعليه نستخلص في ضوء الدراسة البحثية التي قمنا بإعدادها على قياس دور التربية الإعلامية في تنمية التفكير النقدي للمراهقين نحو مضامين الشبكات الاجتماعية "الفايسبوك" ، والتي أشرنا الى نتائجها في الشق الميداني للدراسة، ولعل أهم معطى في نتائج هذه الدراسة المتوصل اليها هو ان التربية الإعلامية تساهم وبشكل كبير في تنمية مهارة التفكير النقدي نحو مضامين وسائل الاعلام والاتصال عامة والشبكات الاجتماعية "الفايسبوك" وهذا واضح وضوح الشمس الا من أبى فهمه، و انطلاقا من الانعكاسات السلبية الكبيرة لاستخدام الشبكات الاجتماعية جعلنا نرى أن اعتماد برامج التربية الإعلامية وتفعيلها على مستوى مختلف المؤسسات التعليمية لا بد

منه، حيث تعتبر من الآليات والأدوات الكفيلة التي يمكن أن تسهم إلى حد كبير في الحد من هذه الانعكاسات والتي يمكن استخدامها وهنا يبرز دور الأسرة والمدرسة والجامعة والمسجد ومنظمات المجتمع المدني وغيرها، وحتى مؤسسات الإعلام من أجل تبني برامج عن التربية الإعلامية يشارك في تصميمها متخصصون في تخصصات مختلفة كعلم الاجتماع وعلم التربية وحتى الاعلام والاتصال بهدف تدريب الأفراد على التعامل السليم مع الشبكات الاجتماعية وحماية الأطفال والمراهقين والشباب من تأثير مختلف وسائل الاعلام بخلق وعي نقدي لهم.

وفي نهاية هذه الدراسة توصي الباحثة بمجموعة من التوصيات التي استنتجتها من خلا استقراء الواقع التعليمي بمرحلة التعليم الثانوي والتي يمكن اتخاذها لبناء استراتيجية وطنية لدمج التربية الإعلامية في المناهج الدراسية الجزائرية، ومن بينها ما يلي:

- ✓ تسليط الضوء أكثر على مفهوم التربية الإعلامية ومهاراتها بعقد الكثير من المؤتمرات وورش العمل والملتقيات المحلية كمحاولة لنشر ثقافة التربية الإعلامية أوساط الأفراد بصفة عامة، وعلى مستوى المراهقين المتدربين بالمرحلة الثانوية بصفة خاصة باعتبارها الفئة الحساسة والمستهدفة بكثرة في المجتمع.
- ✓ محاولة العمل على بناء خطة استراتيجية وطنية واضحة وذات أهداف محددة لنشر مفاهيم التربية الإعلامية لدى تلاميذ المرحلة الثانوية وبقية المراحل التعليمية المختلفة وتضمينها كمادة متصلة أو منفصلة عن المواد الدراسية الأخرى، وتدريب المعلمين والأساتذة على تعليم التلاميذ التعامل مع وسائل الاعلام في الحياة اليومية لأنها بإمكانها أن تساعد المراهقين في القدرة على الانتقاء المناسب للمضامين الإعلامية وحمايتهم وتحصينهم من المضامين الإباحية والانحرافات الفكرية خاصة في ظل الانفتاح الإعلامي الكبير، وكذا تدريبهم على إنتاج مضامين إعلامية جديد وخلق القدرة على الابتكار والابداع.
- ✓ تدريب الطلبة واعدادهم على المستوى الجامعي بمفاهيم التربية الإعلامية لتوفير فرص توظيف لخريجي الجامعة، وكذا اجراء دورات تدريبية وتكوينية للمعلمين والأساتذة في مختلف الأطوار التعليمية لتثقيفهم إعلاميا بمفهوم التربية الإعلامية واهميتها، وتزويدهم ببرامج.
- ✓ محاولة الاستفادة من تجارب بعض الدول الغربية وحتى العربية في مجال التربية الإعلامية لتطبيقها في المناهج الدراسية.

- ✓ ضرورة إعادة النظر في محتوى المناهج الدراسية بإدراج أساليب كفيلة واستراتيجيات تعليمية حديثة تهتم بالمتعلم وتجعله محور العملية التعليمية.
- ✓ التنسيق بين التربويين والإعلاميين لتوظيف وسائل الإعلام في خدمة التربية وتوظيف التربية في تعلم كيفية التعامل مع الرسائل الإعلامية بطريقة ايجابية وتفادي سلبياتها ومخاطرها على الطاب والتلاميذ وبقية أفراد المجتمع.



قائمة المراجع

قائمة المراجع:

- القرآن الكريم.

أ- المعاجم والقواميس:

1. أحمد اللقائي، وعلي الجمل. (2000). معجم المصطلحات التربوية المعرفة في المناهج وطرق التدريس. القاهرة: عالم الكتب.
2. فريد نجار. (2003). معجم الموسوعي لمصطلحات التربية. لبنان: مكتبة ناشرون.
3. محمد بن مكرم بن علي ابن المنظور. (2003). لسان العرب. بيروت: دار صادر.
4. المعجم الوسيط. (2014). القاهرة، مصر: مكتبة الشروق الدولية.

ب- الكتب:

1. أحمد بن مرسل. (2003). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال (المجلد 02). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
2. أحمد جمال حسين. (2015). التربية الإعلامية (مفكر ناقد، متلقي راشد ومنتج فعال). المينا: دار المعرفة.
3. أحمد شبشوب. (د.س). علوم التربية. الدار التونسية للنشر.
4. إسماعيل راجي، و و آخرون. (بلا تاريخ). الإعلام التربوي، دفاتر مخبر المسألة في الجزائر في ظل التحديات الراهنة.
5. إسماعيل علي سعد. (2007). المعجم النقدي لعلم الاجتماع. بيروت: مجد للنشر والتوزيع.
6. باسم الطويسي، و وآخرون. (2016). التربية الإعلامية والمعلوماتية في الأردن الحاجات والفرص: ورقة سياسية عامة. عمان: معهد الإعلام الأردني.
7. بسام عبد الرحمن المشاقبة. (2014). نظريات الاعلام. عمان، الاردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
8. بشرى حسين الحمداني. (2014). التربية ومحو الأمية الرقمية. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
9. البكر فوزية بكر راشد. (فبراير، 2008). التربية الاعلامية ف القرن الحادي والعشرين: النصائح الاخلاقية وحدها لا تكفي للتعامل مع وسائل الاعلام . صفحة ص 74. 79.
10. بيطار ليلي، وعليا العساني. (2007). مفهوم التربية الإعلامية في كتب التربية الوطنية. العملية التربوية في القرن الحدي والعشرين "واقع وتحديات". فلسطين: جامعة النجاح الوطنية.
11. تيسير أبو عرجة. (2003). الإعلام والثقافة العربية- المواقف والرسالة-. دار مجدولاي للنشر والتوزيع.
12. جبريل حسن الهاشمي، وسلوى عبد الرحمن محمد الدوسري. (2015). الشبكات الاجتماعية واليم -رؤية تحليلية-. الأردن: الدار المنهجية للنشر والتوزيع.
13. جمال أبو شنب. (2012). نظريات الاتصال و الإعلام: المفاهيم، المدخل، النظرية، القضايا. مصر: دار المعرفة الجامعية.
14. حارث عبود، و حمدي نرجس. (2009). تكنولوجيا التعليم. عمان: دار وائل للنشر.

15. حسن عماد مكاوي، وليلى حسن السيد. (د.س). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
16. حسين عبد الجبار. (2011). اتجاهات الاعلام الحديث والمعاصر (المجلد 01). عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
17. حمود محسن المليكي. (2015). الإعلام التربوي (المجلد 1). دمار، اليمن: مكتبة الأوائل الجامعية.
18. حنان محمد اسماعيل حسنين. (بلا تاريخ). تقييم كفاءة ممارسة مهارات التربية الإعلامية لدى الطلاب بأقسام الإعلام التربوي. كلية التربية النوعية، جامعة القاهرة.
19. حيدر حاتم فاتح الحرش. (2014). أسس البحث في التربية وعلم النفس. عمان: شارع الملك.
20. خالد أبو العزام. (2020). التربية الإعلامية (المجلد 1). عمان: دار زهدي للنشر والتوزيع.
21. خالد أحمد علي محمود. (2019). الاستثمار المعرفي وعلاته بالآثار السياسية والاجتماعية لا استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال. الاسكندرية: دار الفكر الجامعي.
22. خليل ميخائيل معوض. (2003). سيكولوجية نمو الطفولة والمراهقة. الاسكندرية، مصر: توزيع مركز الاسكندرية للكاتب.
23. دعاء أحمد فهد جبر. (2004). تفكير مغاير-تنمية مهارات التفكير الناقد والابداعي لدى الأطفال. رام الله، فلسطين: مؤسسة عبد المحسن القطان.
24. ذوقان عبد الله عبيدات. (2014). الفضائيات والانترنت معالجة السلبيات لدى الناشئة وتعزيزها للإيجابيات. مكتبة التربية العربي لدول الخليج.
25. راشد بن حسين الكريم. (2007). المناهج الدراسية وتنمية ملكات النقد لوسائل الاعلام. التربية الاعلامية. الرياض.
26. رضوان بلخيري. (2014). مدخل إلى الإعلام الجديد-المفاهيم والوسائل والتطبيقات-. الجزائر: الجسور للنشر والتوزيع.
27. رغد شريم. (2009). سيكولوجية المراهقة (المجلد 01). الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
28. رمزي أحمد عبد الحي. (2010). الإعلام التربوي في ظل ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. عمان، الأردن: مؤسسة الورق للنشر والتوزيع.
29. سراج علي عبد الله. (2012). ملحق سياسات الإعلام التربوي. كلية التربية النوعية، مصر: جامعة المينا.
30. صالح العساف. (1995). دليل الباحث في العلوم السلوكية. الرياض، السعودية: مكتبة الكعبيان.
31. الصالح بدر بن عبد الله. (هـ1428). مدخل لدمج تقنية المعلومات في التعليم للتربية الإعلامية: إطار مقترح للتعليم العام السعودي.
32. صالح بن أحمد العساف. (1995). المدخل الى البحث في العلوم الانسانية (المجلد 01). السعودية: مكتبة العبيكان.

33. صالح بن نوار. (2012). مبادئ في منهجية العلوم الإنسانية والاجتماعية. قسنطينة، الجزائر: مخبر علم الاجتماع والاتصال والترجمة.
34. عامر ابراهيم قند ليجي، و إيمان فاضل السامرائي. (2009). شبكات المعلومات والإتصالات. عمان، الأردن: دار المسيرة.
35. عبد الرحمن العيسوي. (2005). المراهق والمراهقة. بيروت، لبنان: دار النهضة العربية.
36. عبد الرزاق محمد الدليحي. (2011). الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية (المجلد 01). الأردن: دار وائل للنشر.
37. عبد الله محمد عبد الرحمن. (20016). سوسيولوجيا الإعلام والاتصال. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
38. العتوم عدنان يوسف، و و آخرون. (2007). تنمية التفكير الناقد-نماذج نظرية وتطبيقات عملية- عمان، الأردن: دار المسيرة.
39. علي عبد الفتاح علي. (2014). الإعلام التربوي-مفهومه-أهدافه-استراتيجيته-. عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع.
40. علي غربي. (2007). علم الاجتماع والثنائيات النظرية(التقليدية- المحدثه). قسنطينة: جامعة منتوري.
41. علي غربي. (2009). أبحاث المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية. قسنطينة، الجزائر: مخبر علم الاجتماع والاتصال.
42. عمار بوحوش، و محمد محمود الذنبيات. (بلا تاريخ). مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث (المجلد 02). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
43. عودة ماهر الشمالية. (2015). الإعلام الرقمي الجديد. عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
44. فاضل محمد البدراني. (2016). التربية الإعلامية والرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي. لبنان: دار المنظومة.
45. فاطمة عوض صابر، و مرفت علي خفاجة. (2002). أسس ومبادئ البحث العلمي. الاسكندرية، مصر: مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية.
46. فريال مهنا. (2002). علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية. سوريا: دار الفكر.
47. فهد الشميمري. (2010). التربية الإعلامية "كيف نتعامل مع وسائل الإعلام". الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
48. فهد عبد الرحمان الشميمري. (2010). كيف يتعامل مع الإعلام. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر.
49. كامل خورشيد مراد. (2014). الاتصال الجماهيري والاعلام (المجلد 01). الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
50. مجيب غلاب. (نوفمبر، 2018). علاقة التربية الإعلامية بالمصطلحات المتداخلة معها. المجلة الدولية للدراسات التربوي والنفسية.
51. محمد أبو سمرة. (2009). استراتيجيات الإعلام التربوي . عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

52. محمد بن شحاتة الخطيب، و آخرون. (2004). أصول التربية الاسلامية. الرياض، المملكة العربية السعودية: دار الخريجين للنشر والتوزيع.
53. محمد عبد الحميد. (2000). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة، مصر: عالم الكتب.
54. محمد عبد الحميد. (2000). نظريات الاتصال واتجاهات التأثير (المجلد 03). القاهرة، مصر: عالم الكتب.
55. محمد عبد الحميد. (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. مصر: عالم الكتب .
56. محمد عبد الحميد. (2005). البحث العلمي في تكنولوجيايات التعليم "الطرق النظرية والحقائق العلمية". القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع.
57. محمد عبد الحميد. (2011). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. عمان، الأردن: عالم الكتب للنشر والتوزيع.
58. محمد عبد الحميد. (2012). التربية الاعلامية والوعي بالاداء الاعلامي. القاهرة: عالم الكتب
59. محمد عثمان الامين. (2008). تصميم البحوث في العلوم الانسانية والاجتماعية والسلوكية. الرياض، المملكة العربية السعودية: مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر.
60. محمد علي أبو العلا القنديل. (2020). الإعلام التربوي ودوره في تدعيم قيم الانتماء والمواطنة لدى الطلاب. دار العلم والإيمان لنشر والتوزيع.
61. محمود البدر. (1412). الإعلام التربوي في دول الخليج العربي. الدوحة: مكتب التربية العربي لدول الخليج.
62. مرفت الطرايبشي، و عبد العزيز السيد. (2006). نظريات الاتصال. القاهرة: دار النهضة العربية.
63. مريم سليم. (2004). علم النفس التربوي (المجلد 01). لبنان: دار النهضة العربية.
64. مصطفى يوسف كافي. (2015). الإعلام التربوي والتعليمي. عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
65. المقدادي خالد غسان يوسف. (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية (المجلد 1). الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع.
66. مها مراد. (2015). التربية الإعلامية والإعلام الجديد. عمان : مركز لفانت للدراسات الثقافية والنشر.
67. مي عبدالله. (2010). نظريات الاتصال (المجلد 02). بيروت، لبنان: دار النهضة العربية.
68. ميري عبود. (2013). التربية الإعلامية في عصر صحافة المواطن. بيروت، ورقة بحثية مقدمة لملخصات دورة أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية، لبنان: الجامعة الأمريكية.
69. نادية سعيد عاشور. (2017). منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية. قسنطينة، الجزائر: مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر والتوزيع.
70. يمين بودهان. (2012). تحولات الإعلام المعاصر. عمان، الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
71. يوسف مصطفى كافي. (2018). وسائل الإعلام والطفل. عمان، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- ج- المقالات العلمية:

1. ابراهيم هياق. (جوان، 2017). مشكلات المراهقة في الوسط المدرسي في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال لدى تلامي المرحلة التعليم المتوسط في الجزائر. مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع.
2. أحلام بولكعبيات، و ادريس بولكعبيات. (جوان، 2021). التربية الاعلامية: من مشروع دفاع الى مشروع تمكين. مجلة العلوم الانسانية.
3. أسماء لقيقت، و سعيداني سلامي. (2020). الإعلام التربوي كشريك فاعل في التعليم الجامعي-نحو استراتيجية لتبني مفهوم التربية الإعلامية- رؤى للآداب والعلوم الإنسانية، 03. الصادق الحمامي. (2016). الميديا الاجتماعية من منظور التنظيم وتنظيم الذاتي. مجلة اذاعات الدول العربية.
4. أميرة حسن سالم. (أكتوبر، 2018). دور وسائل الإعلام الجديد في نشر مفهوم التربية الإعلامية لدى طلاب أقسام الإعلام التربوي بالجامعات المصرية. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون(عدد16).
5. إيفا أبي فاضل، و محمد عارف طريبه. (2018). التفكير الناقد: لتكون مدارسنا جسر العبور الى القرن المقبل. مجلة الحداثة.
6. ايمان سيد علي. (اكتوبر، 2020). اتجاهات النخب الأكاديمية نحو تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات. مجلة البحوث الإعلامية(ج06-عدد55).
7. ايمان محمد أحمد حسن. (أكتوبر، 2019). دور القائم بالاتصال في تحقيق معايير التربية الإعلامية عبر موانع التواصل الاجتماعي-تصور مقترح دراسة ميدانية-. مجلة التربية وثقافة الطفل، 3(14).
8. دعاء محمود النوبي. (2021). المتطلبات الفكرية للتربية الإعلامية في التعليم الثانوي. مجلة دراسات في التعليم الجامعي، ع50.
9. رايح بن عيسى. (ديسمبر، 2021). التربية الإعلامية واسهامات المدرسة في تفعيلها. مجلة الشامل للعلوم التربوية والاجتماعية، 04(02).
10. رجم، جنات، (2019). الهوية الافتراضية لدى المراهقين-دراسة ميدانية لعينة من المراهقين بمدينة سطيف-. مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، 03.
11. الرزقي كتاف، و مصطفى بونهاك. (بلا تاريخ). التربية الإعلامية كآلية لتنشئة اتماعية متكاملة. مجلة حقائق للدراسات النفسية والاجتماعية، ع15.
12. ربهام سامي. (سبتمبر، 2019). مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الجامعات. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال(26).
13. سماح فاروق جاد الحق ، و و آخرون. (اكتوبر، 2020). سماح فاروق جاد الحق ، اثر برنامج للإعلام التربوي قائم على الويب في تنمية الأمن الفكري لدى طلبة المرحلة الجامعية. مجلة بحوث التربية النوعية(ع10).
14. سهير صالح ابراهيم. (يناير، 2014). دور برامج التربية الإعلامية في تنمية مهاراتاستخدام الطلاب لوسائل الإعلام-رؤية مستقبلية مقترحة من الخبراء والتربويين-. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام(13(01) .

15. عبد الرحمن بن عبدالله عبد الرحمن العمري. (2018). الأبعاد الاجتماعية لإستخدامات المراهقين لوسائل التواصل الاجتماعي- دراسة وصفية على عينة من طلبة المرحلة الثانوية بمدينة جدة- مجلة جامعة الملك عبد العزيز.
16. عبد العزيز صالح سعيد جابر. (ماي، 2021). واقع تدريس التربية الإعلامية في المدارس الثانوية في الجمهورية اليمنية من وجهة نظر مديري المدارس والوكلاء والمعلمين والطلاب. مجلة جامعة المينا العالمية للعلوم التربوية والنفسية(ع03).
17. عبد الوهاب بوخنوفة. (2005). الطفل العربي والتربية على التعامل مع وسائل الإعلام السمعي والبصري – الدور الغائب للمدرسة، مجلة الاذاعات العربية. مجلة الاذاعات العربية(ع02).
18. عبير حسن ابو الحسن. (2019). التربية الإعلامية بالمدارس الحكومية والخاصة بمراحل التعليم الثانوي وانعكاساتها على السلوك الاجتماعي . المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال(العدد05).
19. عبير محمد حمدي. (بلا تاريخ). توظيف منهج التربية الإعلامية في المحتوى الأكاديمي لكليات الإعلام المصرية من منظور الأكاديمين .
20. علي أسعد وطفة. (بلا تاريخ). التربية الإعلامية في العصر الرقمي- البحث عن الهوية في زمن افتراضي- مجلة الطفولة العربية، 79.
21. فضيل دليو. (2014). معايير الصدق والثبات في البحوث العلمية والكيفية (الإصدار ع83). الجزائر: مجلة العلوم الاجتماعية.
22. قاسم حسين حسن السعدي. (جوان، 2012). واقع ومستقبل الإعلام التربوي لدى طلبة الجامعة، دراسة ميدانية على طلبة جامعة بابل -مجلة العلوم الإنسانية(مجلد1، العدد10).
23. ليندة ضيف. (2017). التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي أنموذجا. مجلة المعيار(مجلد21، عدد42).
24. محسن عبود كشكول. (كانون الثاني، 2021). أهمية التربية الإعلامية في ترشيد استخدام الشباب للإعلام الرقمي-رؤية تربوية وفق عمل نظرية حارس البوابة- مجلة أريد الدولية للدراسات الإعلامية وعلوم الاتصال، 02(ع03).
25. محمد غربي، و ابراهيم قلاواز. (سبتمبر، 2019). النظرية البنائية: نحو بناء رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية. مخبر التمكين الاجتماعي والتنمية المستدامة في البيئة الصحراوية، مح01(ع03).
26. محمد غزالي ، و عبد الحميد بوطه . (2017). الإعلام التربوي ودوره في تكريس التربية الإعلامية لدى الطفل بين الواقع والمتوقع –دراسة تحليلية لبرامج الأطفال على غاعة سطيف مدعمة بدراسة ميدانية على عينة من المستمعين من تلاميذ الطور الاكمامي بمدينة سطيف -مجلة الحقيقة.
27. نبيل حمينشة. (2010). البنائية الوظيفية ودراسة الواقع والمكانة. سكيكدة: جامعة 20 أوت 1955.

28. نور الدين مبني، و سمية قامون. (اوت، 2020). دور الإعلام التربوي ي توجيه وإرشاد المتدربين بالمؤسسات التعليمية . مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع.
29. هشام سعد زغلول. (ديسمبر، 2019). الإعلام التربوي بالمرحلة الجامعية ودوره في التوعية بمخاطر التطرف الفكري -دراس تطبيقية على جامعة الحدود الشمالية - ، العدد18. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان.
30. وائل عبد النبي مخيمر. (أكتوبر، 2017). العلاقة بين ممارسة طلاب التدريب الميداني للأنشطة الإعلامية المدرسية واتجاهاتهم نحو مهنة أخصائيي الإعلام التربوي. مجلة البحوث الإعلامية، ع48.
31. وليد حسيني، و عبد الحكيم عمارية. (2019). نحن وتربية الحس النقدي الإعلامي. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي(المجلد06/العدد03).
- د- الأطروحات:
1. ابتسام الجندي. (2009). مفهوم ومبادئ التربية الإعلامية، ورقة مقدمة للدورة التدريبية الأولى. مشروع نشر وتعليم مبادئ التربية الإعلامية للعاملين والدارسين في مجال الإعلام . القاهرة: اليونسكو ، اللجنة الوطنية للتربية وعلوم و الثقافة.
2. احمد جمال حسن محمد. (2015). التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة(رسالة ماجستير)9. كلية التربية النوعية، مصر: جامعة المينا.
3. حمزة قدة. (2010/2011). معالجة اصحافة الوطنية لطاهرة الهجرة غير الشرعية في الجزائر-تحليل محتوى لعينة من الصحف-رسالة ماجستير. عنابة، كلية الآداب واللغات والعلوم الإنسانية والاجتماعية: جامعة باجي مختار بعنابة.
4. حنان علال. (2021-2022). أخلاقيات ادوين الالكتروني في الدول العربية-دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس- أطروحة دكتوراه. كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، الجزائر: جامعة قسنطينة03.
5. خالد بن ناهس العتيبي. (2007). اثر استخدام بعض أجزاء برنامج الكورت في تنمية مهارات التفكير الناقد وتحسين مستوى التحصيل الدراسي لدى عينة من طلاب المرحلة الثانوية بالرياض-دراسة تجريبية-(اطروحة دكتوراه). كلية التربية، مكة المكرمة: جامعة أم القرى بمكة المكرمة.
6. زايد بن زايد أحمد الحارثي. (2008). إسهام الإعلام التربوي في تحقيق الأمن الفكري لدى طلاب المرحلة الثانوية بمدينة مكة المكرمة من وجهة نظر مديري وكلاء المدارس والمشرفين التربويين (رسالة الماجستير) . المملكة العربية السعودية، كلية الادارة التربوية والتخطيط: جامعة ام القرى
7. سماح محمد الدسوقي. (2008). التربية الإعلامية بمرحلة التلميم الأساسي في جمهورية مصر العربية(رسالة دكتوراه). مصر، القاهرة: معهد الدراسات والبحوث التربوية.
8. شريفة رحمة الله سليمان. (2013). استخدام تكنولوجيا الاتصال في نشر مفهوم التربية الإعلامية بمدارس الامارات العربية المتحدة، رسالة دكتوراه. القاهرة: جامعة القاهرة ،كلية الإعلام .

9. طلال بن عقيل بن عطاس الخيري. (1430هـ). تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، رسالة دكتوراه، قسم التربية الإسلامية والمقارنة. المملكة العربية السعودية: جامعة أم القرى.
10. علاء زكي داود الفاق. (2015). دور النظرية الوظيفية في تحليل سياسات جامعة الدول العربية خلال الفترة 1945-2014، رسالة ماجستير. قسم العلوم الساسية، فلسطين: جامعة الشرق الأوسط.
11. فاطمة الزهراء دريم. (2020-2021). واقع الخصوصية الفردية للمجتمع الجزائري في ظل مواقع التواصل الاجتماعي-دراسة اثنوغرافية افتراضية على موقع الفيسبوك- أطروحة دكتوراه. كلية العلوم الاجتماعية، الجزائر: جامعة عبد الحميد ابن باديس بمستغانم.
12. محمد داورة. (2016-2017). التفكير الناقد وعلاقته بقيم المواطنة لدى الطلبة الجامعيين لمواجهة تحديات العولمة، أطروحة دكتوراه في علوم التربية. الجزائر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر: جامعة الجزائر 02 أبو قاسم سعد الله.
13. نوال محمد بريقل. (أكتوبر، 2019). مستويات الابداع والتفكير النقدي-دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعات بسكرة، باتنة، المسيلة-(أطروحة دكتوراه). كلية العلوم الانسانية والاجتماعية(قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطفونيا)، باتنة: جامعة باتنة 01.
14. يمينة بلغول. (2019/2022). أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على السلوك الاجتماعي للمراهقين المتدربين، أطروحة دكتوراه في فرع علم الاجتماع. كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، الجزائر: جامعة سطيف 02.

ه- المؤتمرات

1. مؤتمر فيينا. (1999). التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية الرقمية "توصيات موجهة لمنظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو). النمسا(فيينا).
2. ليزابيث ثومان. (1990). المؤتمر الدولي بجامعة تولوز الخاص بالاتجاهات الجديدة في لتربية الإعلامية .فرنسا.
3. مكتب التربية العربي لدول الخليج. (2009). وثيقة استشراف في مستقبل العمل التربوي مكتب التربية العربي .، (صفحة 89). الرياض
4. المنظمة الدولية للثقافة والعلوم (اليونسكو). (2002). التربية الإعلامية والشباب ، حلقة دراسية بمدينة اشبيليا. اسبانيا.

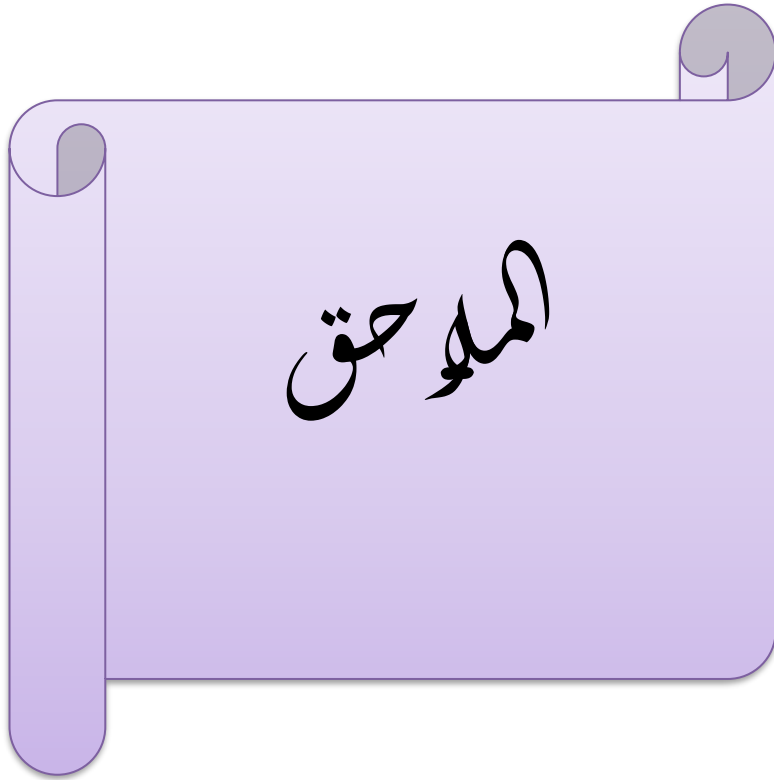
ه- المواقع الإلكترونية

1. تقرير رقمي يكشف عدد مستخدمي شبكات التواصل والانترنت في الجزائر، (20 02، 2022).. تاريخ الاسترداد 14 07، 2022، من [HTTPS://ALGERIANEXPRESS.DZ](https://algerianexpress.dz)
2. [HTTPS://WWW.WHITELINESERVICES.DZ/CHIFFRES-UTILISATION-INTERNET-ALGERIE](https://www.whitelineservices.dz/chiffres-utilisation-internet-algerie).
3. [HTTPS://WWW.MEDIANET.TN-](https://www.medianet.tn)

المراجع الأجنبية:

1. ALEXANDRER FEDEROV. (MARCH ،2003). MEDIA EDUCATION AND MEDIA LITERACY: EXPERTS' OPINIONS. QUELLE: UNESCO :
2. ALICE LEE و JOCULOUS AND OTHE. (2013). CONCEPTUAL RELATIONSHIP OF INFORMATION LITERACY AND MEDIA LITERACY KNOWLEDGE SOCIETIES. UNESCO [HTTPS://WWW.WHITELINESERVICES.DZ](https://www.whitelineservices.dz). (01 04 ،2021). LES 5 CHIFFRES À CONNAÎTRE SUR L'UTILISATION D'INTERNET EN ALGÉRIE من تاريخ الاسترداد 08 14 ،2022. [HTTPS://WWW.WHITELINESERVICES.DZ](https://www.whitelineservices.dz)
3. D SOMMELET. (2006). L'ENFANT ET L'ADOLESCENT: UN ENJEU DE SOCIETE. UNE PRIORITE DU SYSTEME DE SANTE. PARIS: RAPPORT DE MISSION SUR L'AMELIORATION DE LA SANTE DE L'ENFANTET DE L'ADOLEXENT.
4. FERGUSON ،R. (1999). THE MASS MEDIA AND THE EDUCATION OF STUDENTS IN A DEMOCRACY: SOME ISSUES TO CONSIDER. SOCIAL STUDIES ،VOL 90.
5. JAMAL ALRASHAD. (2010). TOWARDS A TAXONOMY OF PRIVACY CONCERNS OF ONLINE SOCIAL NETWORK SITE USERS: A CASE STUDY OFF BOOK BEACON ،MASTER OF SCIENCE THESIS. STOCKHOLM UNIVERSITY: ROYAL INSTITUTE OF TECHNOLOGY: DEPARTMENT OF COMPUTER AND SYSTEMS SCIENCES.
6. LADISLAUS ،M. (2000). LITERACY IN MULTIMEDIA AMERICA: INTEGRATION MEDIA EDUCATION ACROSS THE CURRICULUM. NEW YORK ،LONDON: FLAMER PRESS.،
7. LEN MASTER MAN. (1990). N TELEVISION ،FILM AND MEDIA EDUCATION ،MACMILLAN EDUCATION LTD ،HOUND MILLS ،BASINGSTOKE،. LONDON: ،HAMPSHIRE RG21 2XS.
8. M. MC DERMOTT.،. (2007). CRITICAL LITERACY: USING MEDIA TO ENGAGE YOUTH IN INQUIRY. PRODUCTION REFLECTION ،AND CHANGE.
9. MENTOR. A MEDIA EDUCATION CURRICULUM FOR TEACHERS IN THE MEDITERRANEAN. FIRST VERSION(FIRST VERSION). THE THESIS OF THESSALONIKI.
10. MERIL LOUENSTEIN. (2000). MEDIA MESSAGE AND NEW PERSPECTIVE IN COMMUNICATION. NEW YORK ،USA: LONGMAN.
11. P GREENAWAY. (بلا تاريخ). MEDIA AND ARTS EDUCATION: A GLOBAL VIEW FROM AUSTRALIA IN KUBEY ،R. (ED.). LONDON: TRANSACTION PUBLISHERS: NEW BRUNSWICK.

12. PETER DAHLGREN. (28 04 ،2016). THE INTERNET ،PUBLIC SPHERES ،AND POLITICAL COMMUNICATION: DISPERSION AND DELIBERATION من الاسترداد .
HTTP://WWW.CBLT.SONTON.AC.UK
13. R. RONCAGLIOLO و .AND AUTHER. (2014). AN AGENDA FOR THE FUTURE. IN (EDS.) ،NEW DIRECTIONS: MEDIA EDUCATION WORLDWIDE. LONDON: BRITISH FILM INSTITUTE.
14. SELWYN. (2013). EXPLORING THE „DIGITAL DISCONNECT“ BETWEEN NET-SAVVY STUDENTS AND THEIR SCHOOLS ،LEARNING ،MEDIA AND TECHNOLOGY. (31/01) ،PAGE 05-18.
15. SILVERBLATT. (2001). . MEDIA LITERACY: KEYS TO INTERPRETING MEDIA MESSAGES .(المجلد 02)PRAEGER: WESTPORT ،CT .
16. THOMAN ،EJOLLS ،T. (2004).. MEDIA LITERACY A NATIONAL PRIORITY FOR A CHANGING WORLD. AMERICAN BEHAVIORAL SCIENTIST. 01.



الجامعة	التخصص	الاسم واللقب	الرقم
جامعة قطر	إعلام واتصال	د/محمد الأمين موسى	01
جامعة المسيلة	إعلام واتصال	د/سلامي سعيداني	02
جامعة الجزائر	إعلام واتصال	د/أحمد فلاق	03
جامعة الجزائر	إعلام واتصال	د/حميدي حياة	04
جامعة المدية	إعلام واتصال	د/بسام أحمد الشريف	05
جامعة سيدي بلعباس	إعلام واتصال	د/سعيد مراح	06
جامعة المسيلة	إعلام واتصال	د/بوعزيز بوبكر	07
جامعة المسيلة	إعلام واتصال	د/بوقرة رضوان	08
جامعة المسيلة	إعلام واتصال	د/يوسفي عبد العالي	09
جامعة المسيلة	إعلام واتصال	د/صاولي عبد المالك	10

الملحق رقم 2:

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



دور التربية الإعلامية في تنمية التفكير النقدي نحو مضامين الشبكات
الاجتماعية

-دراسة على عينة من المراهقين المتمرسين مستخدمي الفيسبوك بالطور الثانوي
بمدينة المسيلة.

استمارة مقدمة في إطار بحث علمي ميداني لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الدكتوراه

ملاحظة:

نرجو منكم التفضل بالإجابة على أسئلة الاستمارة بوضع علامة (X) أمام الخانة المناسبة،
نحيطكم علما أن المعلومات التي تدلون بها تبقى سرية تستغل فقط لأغراض علمية بحتة.

- البيانات الشخصية:-

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: 15-14 16-17 18 فما أكثر
- 3- المستوى التعليمي: أولى ثانوي ثانية ثانوي ثالثة ثانوي
- 4- الحالة الاجتماعية: أعيش مع والدي أعيش مع والدي أعيش مع أسرتي
- 5- المحيط الاجتماعي: حضري ريفي

المحور الاول: الشبكات الاجتماعية " فيسبوك " واستخداماتها لدى المراهقين المتمدرسين بمدينة المسيلة.

1. هل تشتركون (تتصلون) في خدمة الانترنت؟
دائما أحيانا نادرا
2. كيف تستخدمون الانترنت داخل المنزل؟
مودام الواي فاي مودام العادي الأنترنترنت عبر الهاتف
- خدمة الجيل الثالث والرابع للهاتف النقال
- 3- اتصالاتكم بالانترنت يكون عن طريق:
جهاز كمبيوتر مشترك لجميع افراد العائلة لكل فرد في العائلة جهاز كمبيوتر خاص به
- عن طريق استخدام الهاتف النقال عن طريق استخدام الالواح الالكترونية (تابلات)
- 4- هل تدفع رسوم الاشتراك عبر الانترنت بمنزلكم بطريقة:
دائمة (مستمرة). متقطعة
- 5- هل تستخدم شبكة " الفيس بوك "؟
دائما. احيانا. نادرا.
- 6- منذ متى وانت تستخدم الفيسبوك؟ -
اقل من سنة. من سنة الى سنتي من 3سنوات إلى 5سنوات أكثر من 5سنوات
- 7- ماهو متوسط ساعات استخدامك لموقع "الفيسبوك" يوميا؟
اقل من ساعة. من ساعة إلى ساعتين أكثر من 3ساعات
- 8- ماهي الفترات المفضلة لتصفح موقع " الفيسبوك "؟
الصباح. الظهيرة. المساء الليل لا يوجد وقت محدد
- 9-09- ماهو المكان المفضل الذي تتصفح فيه " موقع الفيسبوك "؟

المنزل مكان الدراسة (الثانوية) مقهى الانترنت في أي مكان

فضاء آخر اذكره

10- حين تستخدم شبكة الفايبروك تكون مع :

مع أسرتك بمفردك زملاء الدراسة الأصدقاء

11- كم تمتلك من حساب على موقع "الفايبروك"؟

حساب. حسابين. أكثر من حسابين

12- هل تدخل إلى حسابك عبر موقع "الفايبروك" باسمك:

الحقيقي. المستعار

-إذا كنت تستخدم اسمك الحقيقي. هل ذلك راجع إلى:

لأنني اعتبره امتداد لحياتي الواقعية. لسهولة العثور على حسابك من طرف العائلة والأصدقاء

حتى تحظى بثقة المتفاعلين معك الجدية في العلاقات الافتراضية

لإعطاء المصداقية لحسابك

-إذا كنت تستخدم اسم مستعار. هل ذلك راجع إلى:

الخوف من إن يتعرف الآخرون على هويتك الحقيقية رغبة منك في تكمص شخصية غير شخصيتك

للحرية في إبداء رأيك دون رقابة لإقامة علاقات عاطفية

13- على أي اساس تختار من تتفاعل معهم عبر موقع "الفايبروك"؟

على اساس القرابة على اساس الصداقة. على اساس الاهتمام المشترك

14- هل تعلم والديك بأنك تمتلك حساب على الفايبروك؟

نعم لا

إذا كانت الإجابة "لا" فلماذا؟

لأن والديك يمنعانك من استخدام الفايبروك لأنهم يراقبون حسابك على الفايبروك

باستمرار

لأنك لا تريد أن يروا ما تنشره على الفايبروك لأنك تتحفظ على رؤية قائمة أصدقائك

أخرى أذكرها.....

15- تصفح الشبكات الاجتماعية "الفايبروك" ل:

التعليق على بعض الموضوعات التي تهمني الاطلاع على كل ما هو جديد

التعبير عن ذاتي واهتماماتي تكوين صداقات جديدة

التسلية والترفيه الاتصال والتواصل مع الأهل والأصدقاء

17- كيف تتعامل مع المنشورات التي تتلقاها عند تصفحك لشبكة " الفيسبوك "؟

- تكتفي بالقراءة ولا تشاركها تشاركها مع الآخرين SHARE ب
- تعلق عليها COMMENT تشاركها مع الآخرين خارج نطاق الانترنت
- تسجل الإعجاب بها LIKE

18- ماهي المجموعات والصفحات الافتراضية التي تحب الولوج فيها؟

- مجموعات علمية. مجموعات الدردشة والترفيه. مجموعات إخبارية
- مجموعات افتراضية ثقافية مجموعات سياسية مجموعات الدينية مجموعات تعليمية

اخرى أذكرها***

19- هل تساهم في نشر الاخبار و المعلومات عبر موقع " الفيسبوك " ؟

- دائما. احيانا. نادرا

20- هل سبق وتأثرت بمحتويات المضامين التي يحتويها موقع " الفيسبوك "؟

- دائما. احيانا. نادرا

المحور الثاني: مدى وعي المراهقين المتدربين بالمرحلة الثانوية بمدينة المسيلة بمفهوم التربية الإعلامية.

بدائل الإجابات			الفقرات
معارض	محايد	موافق	
1- مفهوم التربية الإعلامية:			
			التربية الإعلامية هي انتاج مضامين إعلامية مسؤولة.
			التعامل الواعي والرشيد مع وسائل الإعلام الحديثة
			التعريف بأساليب التأثير الإعلامي.
			تمكين الأفراد من فهم وسائل الإعلام.
			الاستفادة من إيجابيات وتفايدي المحتويات السلبية لوسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي.
2- أهداف التربية الإعلامية:			
			مساعدة الأفراد في التعرف على كيف تؤثر الرسالة الإعلامية في متلقها.
			تمكين الأفراد من التعاطي الإيجابي مع الرسائل الإعلامية عبر وسائل الإعلام.
			تنمية الوعي الإعلامي لمواجهة تدفق المعلومات وانتشارها.
			تكوين مواطن مستنير وواعي بما يجري في محيطه الاجتماعي.
			تعليم الأفراد تحليل المعلومات وتصنيفها والربط بينها وبين الواقع.
3- أهمية التربية الإعلامية:			
			فهم أعمق لعمل وسائل الإعلام التقليدية والحديثة خاصة مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"

			" تنمية مهارة اتخاذ القرار المناسب بشأن الرسائل الإعلامية.
			اكتساب مهارات انتاج الرسائل الإعلامية المختلفة.
			تكوين القدرة على تحليل الرسائل الإعلامية المختلفة وفهم معانيها
			تكوين القدرة على المشاركة في النقاشات حول المضامين الإعلامية والتعليق عليها.
4- التربية الإعلامية داخل المدرسة:			
			توجد وسائل إعلامية داخل مؤسستكم كالمصقات الحائطية، الكتاب المدرسي، إذاعة مدرسية، حاسوب.....
			يسمحون لكم بالمشاركة إعلاميا في الدورات العلمية.
			تقوم مؤسستكم بإقامة دورات علمية عبر الوسائل الإعلامية.
			التحسيس بمخاطر الانترنت منها الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك" داخل المؤسسة.
			مراقبة محتويات الهواتف النقالة واللوحات الالكترونية بشكل دوري من طرف المؤسسة
			يتم استخدام الدعائم البصرية السمعية (تلفزيون، أشرطة فيديو، لوحات رقمية..) في شرح الدروس لكم.
			يفتح الأستاذ نقاش حول بعض مضامين الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك" داخل قاعة التدريس.
			تم تدريسكم التربية الإعلامية ضمن المنهاج الدراسي.
5- التربية الإعلامية داخل الأسرة:			
			تضع أسرتي قواعد محددة لاستخدامي للشبكات الاجتماعية "الفيسبوك".
			ساهمت أسرتي في تحسين استخدامي للشبكات الاجتماعية "الفيسبوك"
			تثق اسرتي في حسن ادارتي للشبكات الاجتماعية "الفيسبوك".
			تراعي أسرتي حريتي في التعامل مع الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك".
			اسرتي على علم بما أتابع عبر الشبكات الاجتماعية. "الفيسبوك"
			تحدد لي أسرتي الحجم الساعي لتصفح الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك".
			تسمح لي أسرتي بتصفح الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك" وقت ما أشاء.
			تمنعي أسرتي من وضع منشورات تتعلق بحياتي الشخصية اليومية على الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك"
			يحدثني والدي عن الاستخدام الصحيح للشبكات الاجتماعية "الفيسبوك"
			تذكرني اسرتي بضرورة تحري الدقة قبل النشر عبر الشبكات الاجتماعية الفيسبوك.
			تشدد علي اسرتي عدم مشاركة أي محتوى الابعد التأكد من مصداقيته.
			تناقش معي أسرتي في المضامين(منشورات) التي أتعرض لها عبر الشبكات الاجتماعية "الفيسبوك".

المحور الثالث: مستوى التفكير الناقد لدى المراهقين المتدربين بالمرحلة الثانوية مستخدمين " الفايسبوك" بمدينة المسيلة.

معارض	محايد	موافق	الفقرات-
			1. أستطيع البحث عن موضوعات وتفصيل معينة دون غيرها عبر الشبكات الاجتماعية "الفيديوك"
			2. أنتقي المضامين الإعلامية (المنشورات) بما يتناسب مع ذاتي واهتماماتي.
			3. أتابع الصفحات التابعة للهيئات الرسمية والمعروفة عبر الشبكات الاجتماعية "الفيديوك"
			4. أحاول الغاء متابعتي لكل مضمون اعلامي لا يضيف لي جديدا من الجانب المعرفي
			5. أتأكد من مصداقية المضامين الإعلامية المتنوعة قبل مشاركتها على الشبكات الاجتماعية "الفيديوك".
			6. أستطيع تحديد مصادر المعلومات المنشور عبر الشبكات الاجتماعية "الفيديوك"
			7. أستطيع فهم نوعية المعلومات المنشورة عبر الشبكات الاجتماعية "الفيديوك"
			8. أقوم بتحليل المنشورات بما تحمله من مضامين خفية وتكوين رأي واعي عنها.
			9. أستطيع استخلاص الفكرة الأساسية من المضمون الإعلامي المنشور عبر الشبكات الاجتماعية "الفيديوك".
			10. أستطيع ان أميز بين المعلومات الحقيقية وغير الحقيقية (الكاذبة) عبر الشبكات الاجتماعية "الفيديوك".
			11. أحاول تحديد الهدف الحقيقي من المحتوى المنشور عبر الشبكات الاجتماعية "الفيديوك".
			12. أقارن المضامين التي أتلقاها من الشبكات الاجتماعية مع مختلف وسائل الإعلام للتأكد من صحتها.
			13. أربط أي مضمون اعلامي أتلقاه من الشبكات الاجتماعية بالسياق الاجتماعي والسياسي في المجتمع.
			14. أقوم بانتقاد المضامين الإعلامية التي أرى أنها خاطئة مضللة ومخالفة لأرائي وقناعاتي.
			15. أحاول تجنب المضامين (المنشورات) التي تتعارض مع القيم والعادات والتقاليد.
			16. أقوم برد فعل مضاد اتجاه بعض المنشورات غير المسئولة إعلاميا وأخلاقيا.
			17. أتجنب سلبيات المضامين الإعلامية كالخداع والانحلال والمنشورات الإباحية
			18. أستثمر إيجابيات الرسائل الإعلامية (المنشورات) في مجالات الحياة اليومية.
			19. أعبر وأعلق عن رأيي بوضوح عبر الشبكات الاجتماعية الفايديوك).
			20. أعبر عن رأيي حول أي مضمون اعلامي بالملصقات والرموز التعبيرية فقط.
			21. اهتم بطريقة إخراج الرسالة الإعلامية من حيث الألوان وفن التصوير وعناصر الإبراز المختلفة
			22. أستطيع انتاج مضمون إعلامي (منشور) على الشبكات الاجتماعية "الفيديوك (كتابة مقالة، تصوير صورة أو فيديو بدقة عالية) تعبر عن وجهة نظري.
			23. أوظف ما لدي من معلومات في إنتاج رسائل إعلامية (منشورات) هادفة لجذب انتباه الآخرين.

فهرس الجداول

الرقم	الجدول	الصفحة
01	جدول يوضح توزيع التلاميذ في ثانويات مدينة المسيلة للموسم الدراسي 2022/2023	55
02	جدول يوضح توزيع عينة الدراسة في ثانويات مدينة المسيلة.	56
03	جدول يبين معاملات الارتباط بين كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتهي إليه وكذا معامل الارتباط بيرسون بين الأبعاد والدرجة الكلية للمحور.	59
04	معاملات الارتباط بين كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي إليه	60
05	جدول يوضح التطور التاريخي لنشأة مفهوم التربية الإعلامية وانتشارها. SOURCE SPÉCIFIÉE NON VALIDE.	67
06	جدول يوضح معالم التربية الإعلامية ومعالم الإعلام التربوي	77
07	جدول يوضح مهارة تقييم الرسالة الإعلامية.	96
08	جدول يوضح تلخيص تصنيفات مهارات التفكير النقدي.	109
09	جدول يوضح تصنيف التربية الإعلامية في العالم العربي SOURCE SPÉCIFIÉE NON VALIDE..	145
10	جدول يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.	175
11	جدول يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	176
12	جدول يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	177
13	جدول يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية	178
14	جدول يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مكان الإقامة.	179
15	جدول يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01)	180
16	جدول يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02)	181
17	جدول يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03)	183
18	جدول يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04).	185
19	جدول يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)	186
20	جدول يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)	188
21	جدول يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)	189

190	جدول يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم.(08)	22
191	جدول يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم.(09)	23
192	جدول يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم.(10)	24
194	جدول يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم-(11)	25
195	جدول يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(12)	26
196	جدول يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (تابع 12)	27
198	جدول يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (تابع 12)	28
199	جدول يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم.(13)	29
200	جدول يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم.(14)	30
201	إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال التابع للسؤال(15)	31
202	جدول يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(16)	32
203	جدول يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم(17)	33
205	جدول يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم.(18)	34
207	جدول يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم.(19)	35
208	جدول يوضح إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 20)	36
209	جدول يوضح تحليل عبارات بعد مفهوم التربية الإعلامية:	37
210	جدول يوضح تحليل عبارات بعد أهداف التربية الإعلامية.	38
212	جدول يوضح 39(تحليل عبارات بعد أهمية التربية الإعلامية	
213	جدول يوضح تحليل عبارات بعد التربية الإعلامية داخل المؤسسة التربوية (الثانوية).	40
216	جدول يوضح تحليل عبارات بعد التربية الإعلامية داخل الأسرة	41
220	جدول يوضح آراء أفراد العينة حول محور التفكير النقدي	42
225	جدول يوضح الفروق في مستوى التربية الإعلامية لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير الجنس.	43

226	جدول يوضح الفروق في مستوى التربية الإعلامية لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير المحيط الاجتماعي.	44
228	جدول يوضح الفروق في مستوى التربية الإعلامية لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.	45
229	جدول يوضح معامل "SCHEFFE" للمقارنات البعدية.	46
230	جدول يوضح الفروق في مستوى التربية الإعلامية لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير المستوى التعليمي.	47
231	جدول يوضح الفروق في مستوى التفكير الناقد لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير الجنس.	48
233	جدول يوضح الفروق في مستوى التفكير الناقد لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير مكان الإقامة.	49
235	جدول يوضح الفروق في مستوى التفكير الناقد لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير المستوى التعليمي.	50
236	جدول يوضح معامل "SCHEFFEL" للمقارنات البعدية.	51
236	جدول يوضح العلاقة بين التربية الإعلامية والتفكير الناقد.	52

فهرس الأشكال

الرقم	الشكل	الصفحة
01	خصائص التربية الإعلامية.	84
02	عدد المستخدمين النشطين لكل منصات التواصل الاجتماعي.	127
03	تطورات عدد المستخدمين النشطين لكل منصات التواصل الاجتماعي لسنوات الثلاث الأخيرة 2022/2021/2020	128
04	التربية الإعلامية في الإطار الوطني لمعايير المناهج بالتعليم العام السعودي. (الجابري، 2020، صفحة 72)	152
05	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.	177
06	النسبي لأفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	178

179	التمثيل النسبي لأفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	07
180	توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية	08
181	توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير مكان الإقامة	09
182	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (01)	10
184	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (02)	11
185	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (03)	12
187	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (04)	13
188	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (05)	14
190	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (06)	15
191	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)	16
192	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08)	17
194	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (09)	18
195	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)	19
196	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11)	20
197	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12)	21
198	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال التابع للسؤال (12)	22
200	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال التابع للسؤال (12)	23
201	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13)	24
202	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14)	25
203	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال التابع للسؤال (15)	26
204	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)	27
206	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17)	28
207	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (18)	29
209	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (19)	30
210	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (20)	31
212	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على بعد مفهوم التربية الإعلامية.	32

213	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على بعد أهداف التربية الإعلامية	33
214	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على بعد أهمية التربية الإعلامية.	34
216	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على بعد التربية الإعلامية داخل المدرسة.	35
219	توزيع نسب إجابات أفراد عينة الدراسة على بعد التربية الإعلامية داخل الأسرة.	36
223	الفرق بين المتوسط الحسابي لأفراد عينة الدراسة والمتوسط الفرضي على محور التفكير الناقد	37
227	الفروق في مستوى التربية الإعلامية لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير الجنس	38
228	الفروق في مستوى التربية الإعلامية لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير مكان الإقامة.	39
230	الفروق في مستوى التربية الإعلامية لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية (من مخرجات SPSS).	40
232	الفروق في مستوى التربية الإعلامية لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير المستوى التعليمي (من مخرجات SPSS).	41
234	الفروق في مستوى التفكير الناقد لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير الجنس	42
235	الفروق في مستوى التفكير الناقد لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير مكان الإقامة	43
237	الفروق في مستوى التفكير الناقد لدى أفراد عينة الدراسة التي تعزى لمتغير المستوى التعليمي (من مخرجات SPSS)	44

UNIVERSITY MOHAMED BOUDIAF OF M'SILA
FACULTY OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES
DEPARTMENT OF INFORMATION AND COMMUNICATION SCIENCES



**THE ROLE OF MEDIA EDUCATION IN DEVELOPING CRITICAL THINKING
TOWARDS THE CONTENTS OF SOCIAL NETWORKS.
STUDY ON A SAMPLE OF HIGH SCHOOL TEENAGERS USING "FACEBOOK" IN THE CITY -
- OF M'SILA**

THESIS SUBTITLE THESIS FOR PH.D. L. M.L. ' D. INFORMATION AND COMMUNICATION SCIENCES
SPECIALIZATION: COMMUNICATION AND PUBLIC RELATIONS

SUPERVISOR: DAHMANI FATIMA

SUBMITTED BY: DAHMANI

MOHAMED

ABSTRACT:

THIS STUDY IS A RECENT STUDY AIMED AT REVEALING THE ROLE OF MEDIA EDUCATION IN THE DEVELOPMENT OF CRITICAL THINKING TOWARDS THE CONTENTS OF SOCIAL NETWORKS AMONG SECONDARY SCHOOL ADOLESCENTS AND USERS OF FACEBOOK IN THE CITY OF M'SILA THIS STUDY HAS BEEN INCLUDED IN DESCRIPTIVE RESEARCH AIMED AT DIAGNOSING PHENOMENA AND CHARACTERIZING RELATIONSHIPS BETWEEN THEIR COMPONENTS, BASED ON THE QUESTIONNAIRE TOOL'S DESCRIPTIVE CURRICULUM, WHICH WAS APPLIED TO A RANDOM CASTE SAMPLE OF SECONDARY-SCHOOL ADOLESCENTS 355 ADOLESCENTS IN THE SECONDARY SCHOOLS OF THE CITY OF M'SILA, AMONG THE MOST IMPORTANT FINDINGS OF THE STUDY ARE:

15. THE RESULTS OF THE STUDY SHOWED THAT MOST RESEARCHERS ACKNOWLEDGED THAT THEY WERE PARTICIPATING IN THE INTERNET SERVICE AT A CONSTANT RATE OF 55.8%

16. THE RESULTS OF THE STUDY INDICATED THAT RESEARCHERS (ADOLESCENT EDUCATORS) PERMANENTLY USE THE SOCIAL NETWORK "FACEBOOK" TO MISS A LIMIT OF THREE HOURS PER DAY AND THAT 96.6% OF STUDY SAMPLE MEMBERS ARE AWARE THAT THEY HAVE A FACEBOOK ACCOUNT.
17. THE STUDY CONCLUDED THAT TEENAGERS EDUCATED IN THE CITY OF M'SILA BROWSE SOCIAL NETWORKS AS FACEBOOK" FOR EVERYTHING NEW.
18. THE STUDY SAMPLES ACKNOWLEDGED THAT THEY WERE DEALING WITH POSTS TO WHICH THEY WERE EXPOSED ON THE SOCIAL NETWORK "FACEBOOK" BY REGISTERING ONLY LIKES LIKE.
19. THE STUDY FOUND THAT AN ESTIMATED 55.5% OF THE STUDY SAMPLE MEMBERS RARELY CONTRIBUTE TO THE DISSEMINATION OF NEWS AND INFORMATION ON FACEBOOK.
20. HIGH-SCHOOL ADOLESCENTS USING "FACEBOOK" IN THE CITY OF MMALE-FEMALESILA ENJOY AN AVERAGE LEVEL OF MEDIA EDUCATION.
21. HIGH SCHOOL TEENAGERS USING FACEBOOK IN THE CITY OF M'SILA ENJOY AN AVERAGE LEVEL OF CRITICAL THINKING.
22. THERE ARE NO STATISTICALLY SIGNIFICANT DIFFERENCES IN THE LEVEL OF MEDIA EDUCATION AMONG EDUCATED ADOLESCENTS USING "FACEBOOK" ATTRIBUTABLE TO THE GENDER VARIABLE (MALE-FEMALE).
23. THERE ARE NO STATISTICALLY SIGNIFICANT DIFFERENCES IN THE LEVEL OF MEDIA EDUCATION AMONG SECONDARY SCHOOL ADOLESCENTS USING "FACEBOOK" ATTRIBUTABLE TO THE VARIABLE PLACE OF RESIDENCE (URBAN, RURAL).
24. THERE ARE NO STATISTICALLY SIGNIFICANT DIFFERENCES IN THE LEVEL OF MEDIA EDUCATION AMONG SECONDARY SCHOOL ADOLESCENTS USING "FACEBOOK" DEPENDING ON THE EDUCATIONAL LEVEL VARIABLE (FIRST SECONDARY, SECOND SECONDARY, THIRD SECONDARY)".
25. THERE ARE NO STATISTICALLY SIGNIFICANT DIFFERENCES IN THE LEVEL OF CRITICAL THINKING AMONG SECONDARY SCHOOL ADOLESCENTS USING "FACEBOOK" ATTRIBUTABLE TO THE SEX VARIABLE (MALE, FEMALE)".
26. THERE ARE NO STATISTICALLY SIGNIFICANT DIFFERENCES IN THE LEVEL OF CRITICAL THINKING AMONG SECONDARY SCHOOL ADOLESCENTS USING FACEBOOK ATTRIBUTABLE TO THE VARIABLE PLACE OF RESIDENCE (URBAN, RURAL)".
27. THERE ARE NO STATISTICALLY SIGNIFICANT DIFFERENCES IN THE LEVEL OF CRITICAL THINKING AMONG SECONDARY-SCHOOL ADOLESCENTS WHO USE "FACEBOOK"

ATTRIBUTABLE TO THE VARIABLE MARITAL STATUS (I LIVE WITH MY MOTHER, I LIVE WITH MY FATHER, I AM POOR WITH MY FAMILY)" .

28. THERE ARE STATISTICALLY SIGNIFICANT DIFFERENCES IN THE LEVEL OF CRITICAL THINKING AMONG SECONDARY SCHOOL ADOLESCENTS USING FACEBOOK ATTRIBUTABLE TO THE EDUCATIONAL LEVEL VARIABLE (FIRST SECONDARY, SECOND SECONDARY, THIRD SECONDARY)"

KEYWORDS: MEDIA EDUCATION, CRITICAL THINKING, SOCIAL NETWORKS' FACEBOOK ', SCHOOL TEENS.