

المجلة العلمية السنوية
لجمعية الخدمة الاجتماعية
في اتحاد الجامعات العربية

MUBS
الجامعة الحديثة للإدارة والعلوم



جمعية
الخدمة الاجتماعية
اتحاد الجامعات العربية

العدد - 7 - 2019م

مجلة عربية علمية محكمة تصدر سنويا

العمل الإجتماعي في مواجهة الإعلام السلبي

اعداد: الأمانة العامة



العدد - 7 - 2019م

ISBN: 978-9953-597-99-7



9 789953 597997

العمل الإجتماعي
في مواجهة الإعلام السلبي

7



المجلة العلمية السنوية لجمعية الخدمة الاجتماعية في اتحاد الجامعات العربية

مجلة عربية علمية محكمة تصدر سنوياً- العدد (7) 2019م

العمل الإجتماعي في مواجهة الإعلام السلبي

إعداد: الأمانة العامة
جمعية الخدمة الاجتماعية في اتحاد الجامعات العربية



هيئة التحرير

رئيس التحرير

د. حاتم علامي - لبنان

نائب الرئيس

أ. د. هدى سليم - لبنان

أعضاء هيئة التحرير

أ. د. عواطف عبد الحميد - السودان

أ. د. عبد الناصر عوض - مصر

أ. د. إبراهيم عز الدين - مصر

أ. م. د. كريم همام - مصر

د. عماد إشتيه - فلسطين

د. ريماء معوض - لبنان

سكرتير التحرير

د. مأمون طريبه - لبنان

الهيئة العلمية

رئيس الهيئة العلمية

أ. د. هدى سليم - لبنان

أعضاء الهيئة العلمية

أ. د. عواطف عبد الحميد - السودان

أ. د. حمدي منصور - مصر

أ. م. د. كريم همام - مصر

أ. د. علي شعيب - لبنان

أ. د. أنطوان سعد - لبنان

أ. د. خالد صميلى - لبنان

أ. د. محمد الحلو - البحرين

أ. د. إبراهيم عز الدين - مصر

أ. د. صلاح هاشم - مصر

أ. د. صفاء شويحات - الأردن

أ. د. هند الميزر - السعودية

د. عماد إشتيه - فلسطين

د. نائل علامي - لبنان

د. علي حمدون - لبنان

د. ليلي تنوري - لبنان

د. أمل مكرزل دميان - لبنان

د. خليل هلالات - الأردن

للمراسلات:

جمعية الخدمة الاجتماعية في اتحاد الجامعات العربية

الدامور، لبنان، حرم الجامعة الحديثة للإدارة والعلوم

هاتف: 05 /601801 - فاكس: 05 /601667

بريد إلكتروني: swa@mubs.edu.lb

الموقع الإلكتروني: www.mubs.edu.lb/swa

ISBN: 978-9953-597-99-7

سياسة التحكيم والنشر في المجلة العلمية السنوية لجمعية الخدمة الاجتماعية في اتحاد الجامعات العربية

أولاً: القواعد العامة لقبول التحكيم:

1. تعنى المجلة العلمية السنوية لجمعية الخدمة الاجتماعية في اتحاد الجامعات العربية بالبحوث العلمية في مجال الخدمة الاجتماعية.
2. تنشر المجلة البحوث العلمية وفق المعايير المتعارف عليها عالمياً في كتابة البحث العلمي.
3. تقبل المجلة نشر البحوث باللغتين العربية والإنجليزية وفق الشروط التالية:
 - أن لا يكون البحث قد سبق نشره أو قدم للنشر لأي جهة أخرى.
 - أن يكون البحث مكتوباً بلغة سليمة.
 - أن تتم الإشارة إذا ما كان البحث مستقلاً من رسالة علمية.
 - أن يكون البحث مطبوعاً بواسطة الحاسوب.
 - بالنسبة للبحوث المكتوبة باللغة العربية: تكون المسافة بين السطور مزدوجة بنوع خط (Traditional Arabic) وبحجم (14).
 - بالنسبة للبحوث المكتوبة باللغة الإنجليزية: تكون المسافة بين السطور مزدوجة بنوع خط (Times New Roman) وبحجم (12).
 - أن تكون هوامش الصفحة (2.50) سم لجميع الجهات.
 - أن توضع الجداول والأشكال بأماكنها الصحيحة وأن تشمل على العناوين والبيانات الإيضاحية الضرورية وبحجم خط (12) للكتابة باللغة العربية أو الإنجليزية.

- أن لا تزيد عدد صفحات البحث عن (25) صفحة أي ما يعادل (7000) كلمة متضمنة المتن والمراجع والملاحق من نوع (A4).

ثانياً: إجراءات التقديم للنشر:

1. يلتزم الباحث بترتيب البحث وفق الخطوات الآتية:

- الملخص باللغة العربية: تخصص له الصفحة الثانية من البحث بحيث لا يتجاوز (250) كلمة وأن يتبعه الكلمات المفتاحية التي لا تقل عن ثلاث كلمات.

- الملخص باللغة الإنجليزية Abstract: تخصص له الصفحة الثالثة من البحث للملخص بحيث لا يتجاوز (250) كلمة وأن تتبعه الكلمات المفتاحية (Keywords) التي لا تقل عن ثلاث كلمات.

- المقدمة Introduction: تتضمن الإطار النظري والدراسات السابقة بحيث يتم دمج الإطار النظري والدراسات السابقة معاً بطريقة علمية ناقدة، وتشمل المقدمة على العناوين الفرعية الآتية: (مشكلة الدراسة، وأسئلتها / فرضياتها، ومصطلحات الدراسة وحدودها).

- المنهج والإجراءات Methods: ويتضمن (منهج الدراسة، ومجتمع وعينة الدراسة، وأدوات الدراسة، وإجراءات الدراسة).

- النتائج Results: يتم التطرق للنتائج المتعلقة بالسؤال الأول / الفرضية الأولى، تليه النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني / الفرضية الثانية وهكذا.

- مناقشة النتائج Discussion: وتتضمن التعمق في مناقشة النتائج بالإستناد إلى الدراسات السابقة والإطار النظري الذي تمت الإشارة إليه في المقدمة أو غير ذلك من دراسات أخرى.

- الإستنتاجات والتوصيات Conclusion & Recommendations: بحيث يقدم الباحث ملخصاً لأبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة

ويقدم التوصيات والمقترحات في ضوء النتائج وضوء مناقشتها.

- المراجع References: توثيق المراجع: تعتمد المجلة التوثيق المتبع لدى الجمعية الأمريكية لعلم النفس (النسخة السادسة) (American Psycho-logical Association, APA 6). وبحسب ما يلي:

- ترتيب المراجع أبجدياً والبدء بالاسم الأخير للباحث ثم باسمه الأول.

- إبراز عنوان المرجع أو اسم المجلة بالتسطير وعدم ترقيم المراجع.

- عند استخدام الكتب بوصفها مراجع للبحث: يتم كتابة اسم المؤلفين كاملاً، ثم يوضع تاريخ النشر بين حاصرتين، يليه عنوان الكتاب "بخط مائل"، ثم يذكر اسم مكان ودار النشر.

- عند استخدام الدوريات (المجلات) بوصفها مراجع للبحث: يذكر اسم صاحب المقالة كاملاً، ثم تاريخ النشر بين حاصرتين، ثم عنوان المقالة، ثم ذكر اسم المجلة ورقم المجلد "بخط مائل"، ثم رقم العدد ورقم الصفحات.

- الإلتزام بقواعد وأخلاقيات التوثيق بالرجوع إلى مصادرها الرئيسة حيث سيتم عرض البحث على برنامج الكشف عن السرقات والانتحالات الأدبية والعلمية (Plagiarism).

2. ترسل البحوث وجميع المراسلات المتعلقة بالمجلة على العنوان الآتي:

جمعية الخدمة الاجتماعية في اتحاد الجامعات العربية

البريد الإلكتروني: swa@mubs.edu.lb

ثالثاً: إجراءات التحكيم والنشر:

1. تتعهد المجلة بإبلاغ الباحث / الباحثين عند استلام البحث، وحال قبوله، أو عدم قبوله للنشر.

2. في حالة قبول البحث مبدئياً يتم عرضه على مُحكمين من ذوي الاختصاص

في مجال البحث، ويتم اختيارهم بسرية تامة، ولا يُعرض عليهم اسم الباحث أو بياناته، وذلك لإبداء آرائهم حول مدى أصالة البحث، وقيمته العلمية، ومدى التزام الباحث بالمنهجية المتعارف عليها، ويطلب من المحكم تحديد مدى صلاحية البحث للنشر في المجلة من عدمها.

3. في حالة ورود ملاحظات من المحكمين، تُرسل تلك الملاحظات إلى الباحث لإجراء التعديلات اللازمة بموجبها، على أن يُعاد إرسال البحث إلى المجلة بعد التعديلات خلال مدة أقصاها شهر، وإلا فسيتم استبعاد البحث من النشر.

4. يُخطر الباحث بقرار صلاحية بحثه للنشر من عدمها خلال ثلاثة أشهر - على الأكثر - من تاريخ استلام البحث، وبموعد النشر، ورقم المجلد الذي سينشر فيه البحث.

5. للمجلة الحق في إخراج البحث الموافق على نشره بما يتناسب وأسلوب المجلة في النشر.

6. تؤول حقوق طبع البحث ونشره إلى المجلة العلمية السنوية لجمعية الخدمة الاجتماعية في اتحاد الجامعات العربية بعد موافقة هيئة التحرير على نشر البحث.

7. ما يرد في البحث من معلومات يعبر عن آراء المؤلفين ولا يعكس بالضرورة آراء هيئة التحرير أو الجمعية أو الهيئة العلمية للمجلة.

محتويات العدد

الصفحة	الموضوع
9	الإفتاحية
11	الأبحاث العلمية
13	- دور الأسرة في حماية الطفل من آثار الإعلام السلبي
30	- دور برامج الرأي في القنوات الدينية على الفضائيات العربية في تشكيل اتجاهات الشباب نحو ظاهرة الإرهاب: دراسة ميدانية
61	- تأثير الإعلام السلبي على المجتمع
86 The Role of Schools in Media Literacy Education-
111	- الخدمة الاجتماعية في قطر والتحدي الإعلامي
137	- أثر الإعلام الرقمي على سلوك الأطفال في المجتمع الفلسطيني "دراسة تطبيقية على الهواتف الذكية"
174	- دور الإعلام في التحفيز السلوكي الغير متوازن للمرأة المصرية
208	- دور الخدمة الاجتماعية في مواجهة الإعلام السلبي
238	- الإعلام السلبي ودور الأسرة في الحد من العنف ضد الأطفال "دراسة حالة من إمارة عجمان"
273 Social Service Sector: Effect of media coverage during crisis -
298	- الإعلام السلبي وتأثيره على التعليم العالي في العمل الاجتماعي
317	- الإعلان عبر المواقع الالكترونية وإنعكاسه على النزعة الاستهلاكية لدى الجمهور العربي
338	- انعكاسات الأخبار الكاذبة على السلوك الإنساني وتعامل استراتيجية التسويق الاجتماعي معها
384	- دور الأسرة في حماية المراهقين من إدمان الإنترنت
405	- دور الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال نحو بناء برنامج تدخل وقائي يستند إلى تقنيات خدمة الجماعة

440	- القنوات الفضائية بين المآخذ والطموح ودور جمعيات الخدمة الاجتماعية الإصلاحية
465	- أثر الإعلام الترفيهي على السلوك الإنتحاري لدى الناشئة - الألعاب الإلكترونية كنموذج
499	- اللامركزية واقع المشاركة والتجربة
521 نشاطات الجمعية
523	- المؤتمر العلمي السنوي
524	- كلمات إفتتاح المؤتمر العلمي السنوي
524	• كلمة سعادة أمين عام جمعية الخدمة الاجتماعية في اتحاد الجامعات العربية الأستاذة الدكتورة هدى سليم
528	• كلمة سعادة أمين عام جمعية كليات الفنون الجميلة في اتحاد الجامعات العربية د. محمد الحاج
529	• كلمة سعادة رئيس مجلس أمناء الجامعة الحديثة للإدارة والعلوم الدكتور حاتم علامي
532	• كلمة سعادة الأمين العام المساعد الأستاذ الدكتور خميسي حميدي ممثلاً أمين عام إتحاد الجامعات العربية معالي الأستاذ الدكتور عمرو عزت سلامة
533	- مداخلات في حلقات مناقشة البحث العلمي
533	• مداخلة سعادة النائب الدكتور فادي علامة
535	• مداخلة رئيس تحرير جريدة السفير الأستاذ طلال سلمان
537	• مداخلة أستاذة التخطيط الاجتماعي في كلية العلوم الاجتماعية في جامعة الكويت الدكتورة سهام القبندي
550	• مداخلة مذيع ومراسل تلفزيون لبنان الأستاذ وسيم عرابي
552	- اللجنة العلمية لتقييم الأبحاث العلمية أثناء العرض
553	- مدير و الجلسات العلمية
554	- توصيات المؤتمر للعام 2019
555	- بعض المشاهد من المؤتمر
557	- جولة للباحثين العرب إلى بعض المعالم السياحية اللبنانية
559 نشاطات أخرى
560 إنضمام أعضاء جدد للجمعية

الإفتاحية

أ. د. هدى سليم

أمين عام جمعية الخدمة الاجتماعية
ونائب رئيس هيئة التحرير

يسر مجلة العمل الاجتماعي لجمعية الخدمة الاجتماعية في اتحاد الجامعات العربية أن تقدم أصدق وأجمل التحيات بعد إصدار سبعة أعداد متتالية على مدى سبع سنوات تتحف بها القارئ باذلةً جهداً ملحوظاً يساعد على تعزيز وتنمية ثقافة العمل الاجتماعي عند الأساتذة والطلبة ويزيد مداركهم المهنية.

مجلة العمل الاجتماعي ماهي إلا منفذاً لنشر الإنتاج العلمي الأكاديمي المتخصص يقدم في المجالس العلمية ولجان الترقية وفقاً لضوابط علمية في جامعات الوطن العربي. وهي تسعى إلى الإحاطة بنشر كل المواضيع المتعلقة بالعمل الاجتماعي المهني من حيث المؤتمرات والندوات وورش العمل ونشر الأبحاث بعد مناقشتها من الهيئة العلمية المؤلفة من أساتذة كفوئين في مجال العمل الاجتماعي من جميع الدول العربية.

إن ردود الفعل الإيجابية للباحثين العرب والأصدقاء والجامعات كانت الحائز الرئيسي لمواصلة الجهود والإستمرار في تصوّر البحث العلمي العربي.

إن جمعية الخدمة الاجتماعية في اتحاد الجامعات العربية حديثة التكوين وبالرغم من ذلك، فقد قطعت أشواطاً ملحوظة في الوصول إلى الهدف المقصود من إنشائها، إذ أن أداءها كان متميزاً فقد نظمت الكثير من المؤتمرات وورش العمل

كما ساهمت في إعداد برامج علمية وناقشت أكثر من مائة بحث علمي لباحثين عرب ساهمت الجمعية في ترقية البعض منهم في مراتبهم الجامعية الأكاديمية.

تتقدم جمعية الخدمة الإجتماعية بخالص الشكر والتقدير للأساتذة الخبراء في الهيئة العلمية وهيئة التحرير، كما تشكر الباحثين العرب على جهودهم المؤثرة في تحقيق رؤية هادفة في العمل الاجتماعي المهني.

كذلك تشكر الجمعية دعم اتحاد الجامعات العربية والجامعة الحديثة للإدارة والعلوم اللذين يساهمان في تطوير مسار الجمعية لتصبح مرجعاً علمياً ومهنياً للأساتذة الباحثين والمهنيين للمشاركة في بناء مجتمع عربي سليم ركائزه المعرفة، العدالة والمساواة.

الأبحاث العلميّة

دور الأسرة في حماية الطفل من آثار الإعلام السلبي

الدكتورة صفاء نعمه الشويحات

كلية العلوم الاساسية والإنسانية
الجامعة الألمانية الأردنية
المملكة الأردنية الهاشمية

الأستاذ الدكتور محمد العميرة

أستاذ الأصول والإدارة التربوية
كلية العلوم التربوية
جامعة عمان العربية
المملكة الأردنية الهاشمية

الملخص

هدفت الدراسة الحالية إلى معرفة آثار الإعلام السلبي على الأطفال، ومعرفة دور الأسرة في حماية الطفل من آثار الإعلام السلبي، وقد استخدم المنهج النوعي الوثائقي لاستقراء بعض الدراسات السابقة والمؤتمرات والكتب والمقالات العلمية من أجل الإجابة عن التساؤلات التي طرحتها الدراسة. واقتصرت الدراسة على تناول الآثار السلبية للتلفزيون والألعاب الإلكترونية والانترنت على الأطفال. وقد أظهرت الدراسة مجموعة من الآثار السلبية للإعلام منها: الآثار الاجتماعية، والتربوية، والآثار النفسية والقلق الروحي، وانفصال الطفل عاطفياً عن الأسرة، والعنف والعدوان. وتوصلت الدراسة الى مجموعة من المهام التي يجب على الأسرة القيام بها لحماية أبنائها من الآثار السلبية للإعلام وأهمها: على الأسرة أن تحسن اختيار البرامج التي يشاهدها الطفل، والتقليل من ساعات مشاهدة الأفلام التي تحتوي على العنف، وتشجيع الأطفال على القيام بنشاطات متنوعة تنمي قدراتهم العقلية والوجدانية كبديل لوسائل الإعلام السلبية، وأن تقوم الأسرة بوضع برامج مراقبة على الأجهزة المتصلة بشبكة الإنترنت، ووجود وسائل ترفيه أخرى في المنزل، ووضع الكمبيوتر في مكان مرئي بالمنزل من الجميع.

الكلمات الدالة: وسائل الإعلام، الإعلام السلبي، حماية، الأطفال، دور الأسرة.

The Role of the Family in Protecting the Child against the Negative Media Effects

Prof. Dr. Mohammed Hassan Amayreh

Dr. Safa N. Al- Shweihat

Abstract

The study aimed to examine effects of negative media on children, to identify the family role in protecting the child against the negative media effects. To this end, the author used the qualitative approach based on analysis and extrapolation of documents from the relevant literature, results of scientific conferences and research in addition to the scientific articles. The study was limited to address the negative effects of TV, electronic games and internet on children. The study has come up with a set of media negative effects, most notably social effects, educational effects, psychological effects, spiritual anxiousness, emotional separation of children from families, violence and aggression. The study has come up with a set of general preventive procedures that divert children from the media negative effects, inter alia: The family should make the best choice of programs commonly watched by children; Reduce time of watching movies that contain violence; Encourage the children to get involved in diverse activities that would grow their mental and emotional abilities as alternative to the negative media; The family should develop internet-based surveillance programs; Make available other household recreation activities; Locate the computer in a conspicuous place at home.

Keywords: media, negative media, children, role of family, protecting children against the negative media.

المقدمة:

تعد الأسرة الخلية الأولى في البناء الاجتماعي باعتبارها اللبنة الأولى في المجتمع، حيث ترفد المجتمع بالأجيال الناشئة، وتعتمد صلاحية الأجيال على مدى التزام الأسرة في تربية أبنائها التربية الصحيحة التي تعتمد أسس المواطنة الجيدة، وتسعى إلى اكسابهم معارفهم وخبراتهم وسلوكياتهم بالقدوة الصالحة والموعظة والنقاش والحوار والتفاعل خلال حياتهم اليومية، فترسم ملامح شخصية الطفل وينمو ويتعرع وفقاً لكل ما يكتسبه من الأهل من: مفاهيم وقيم ومبادئ أخلاقية واتجاهات ومهارات سلوكية، وهذا يلقي مسؤولية كبيرة على الأسرة.

ومما يؤكد أهمية دور الأسرة في عمليات التنشئة الاجتماعية المختلفة ما خلصت إليه العديد من دراسات التربويين كالكتاني (2000)، والجندي (2010)، وعطية (2014)، وكتفي (2016)، حيث أشارت دراساتهم إلى أهمية الأسرة، ودورها في مساعدة الأطفال على النمو النفسي والجسمي والاجتماعي والعقلي. وأوضحت أن بزوغ ثقة الطفل في العالم المحيط به يستمدّها من ثقته بأسرته، وأن الأسرة هي مصدر راحة الطفل وأمنه.

ولا يتوقف دور الأسرة على تأمين متطلبات النمو المادية للأطفال، وإنما يتعداها إلى فهم نفسياتهم وإعطائهم الثقة وإشراكهم في القيام بأدوار اجتماعية، وقبول اختياراتهم الشخصية، وتخصيص وقت كاف للجلوس معهم، وتبادل الأحاديث المتنوعة، وعدم السخرية والتهديد بالعقاب الدائم للأبناء متى ما أخفقوا في دراستهم أو وقعوا في أخطاء من غير قصد منهم، ومحاولة التغلب على الخطأ بالحكمة، والترغيب والترهيب" (علي، 2000، 76).

يشكل الأطفال في عالمنا العربي نصف عدد السكان، وإدراكاً من المجتمع الإنساني لأهمية الطفولة، عقدت المؤتمرات والحلقات الدراسية والندوات التي تناولت شؤون الطفولة وقضاياها، كما صدرت لوائح وتشريعات تناولت حقوق الطفل ورعاية الطفولة، ففي عام (1959) أقرت الجمعية العامة للأمم المتحدة "الإعلان العالمي لحقوق الطفل". وفي عام (1979) وبدعوة من منظمة الأمم المتحدة اشتركت (48) دولة منها (11) دولة عربية، واعتبر هذا العام "عام الطفل الدولي"، وفي عام (1984)

صدر ميثاق " حقوق الطفل العربي" (الهندي، 2000).

ونظراً للانتشار الواسع لوسائل الاعلام التقليدية والرقمية الحديثة، لم تعد الأسرة هي المسؤولة الوحيدة عن تنشئة الأطفال، وانما أصبحت تنافسها مختلف وسائل الإعلام، ولا سيما وسائل الإعلام الالكترونية المتنوعة، التي أصبحت أشد تأثيراً في فكر ووعي الأطفال والمراهقين.

وقد تعاضم دور وسائل الاعلام الثقيفي والتربوي حتى انتزعت من المؤسسات التربوية الأخرى الكثير من أدوارها ووظائفها التربوية والثقيفية (بو مخلوف، بوزيد صحراوي، 2008)، فالصغار يرتبطون بهذه الوسائل والأجهزة أشد الارتباط لما توفره لهم من أفلام سينمائية - كرتون - ومسلسلات للأطفال ومسلسلات للعنف وغيرها من الفنون الجذابة لعيون ومسامع المشاهد الصغير. وقد أطلق الباحثون الأمريكيون على التلفزيون " الأب الثالث، والأب الروحي للطفل" (معوض، 11، 1998)

وكان من نتيجة تعدد مؤسسات التربية في وقتنا الحاضر، وظهور العديد من ملامح عدم التكامل فيما بينها، أن اتضح أن هناك تبايناً بين ما تنقله هذه المؤسسات وما تعمل الأسرة على نقله للأبناء، وأصبحت وسائل الإعلام من مؤسسات التربية التي من غير الممكن ضبطها وتوجيهها، لأن غالبية هذه الوسائل تنقل ثقافات من خارج المجتمع، ويسعى عدد كبير منها لتحقيق أهداف ومصالح تجارية لأفراد ومؤسسات لا تولي اهتماماً لمختلف المعايير والقيم الأخلاقية التي تميز ثقافة المجتمع.

ولقد أثبتت العديد من الدراسات أن الأطفال يقضون وقتاً طويلاً أمام شاشات التلفاز تعادل الأوقات التي يقضونها في المدرسة أو أي مؤسسة أخرى. وتؤكد نتائج الأبحاث والدراسات بما لا يدع مجالاً للشك أن الطفل العربي يتعرض لمؤثرات خطيرة، وأن شخصيته وهي في مراحل تكوينها تخضع لضغوط سلبية متنوعة (علي، 2000). وجاءت دراسات متعددة تتناول الآثار السلبية لوسائل الإعلام المتنوعة، فبعضها تناول الإنترنت، وبعضها تناول الألعاب الإلكترونية، وبعضها الآخر تناول التلفزيون. ومن الدراسات التي تناولت الإنترنت: دراسة جستافوس (Gustavos, 2006)، التي أشارت إلى أن المعلومات والمواد التي يقوم أفراد الأسرة بتحميلها من الإنترنت تؤدي إلى تغيير في خصائص وبناء الأسرة الاجتماعي. وإلى تغيير في نوع التفاعلات الاجتماعية بين

أفراد الأسرة الواحدة، مما جعل شكل الأسرة يختلف عما قبل، وتفكك الكيان الأسري، وتراجع دور الأب والأم في السيطرة على الأبناء. ودراسة سليمان (2015)، التي أشارت إلى أن شبكة الإنترنت يمكن أن تؤدي إلى إهدار الوقت وإهمال الدروس، ونشر الثقافة الإستهلاكية، الأمر الذي يتطلب من الأسرة ضرورة متابعة الأبناء ومراقبتهم لمنعهم من تصفح المواقع الإباحية، وتوجيههم إلى الاستخدام الإيجابي للشبكة.

ومن الدراسات التي تناولت الألعاب الإلكترونية دراسة يعقوب، وادبيس (2009)، التي أظهرت نتائجها إلى أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين ممارسة الألعاب الإلكترونية وسلوك العنف لدى الأطفال في المرحلة الابتدائية، ودراسة الزيودي (2015)، التي أظهرت أن ثمة مخاطر للألعاب الإلكترونية، من حيث دورها في حوادث العنف المدرسي بأنواعه، وأن الأهالي يواجهون معاناة حقيقية نتيجة سهر الأطفال في ممارسة الألعاب الإلكترونية، مما يؤثر في جهوداتهم واستحواذ هذه الألعاب على وقت وعقول أطفالهم، مما تسبب في عدة مشكلات داخل الأسر، فضلاً عن ضعف التواصل الأسري بين أفراد الأسرة، وبروز نزعة الأنانية لدى الأطفال. كذلك أبدى أفراد العينة من الأهالي تصورات قلقهم مما تحويه هذه الألعاب من مشاهد عنف ولقطات جنسية.

ومن الدراسات التي تناولت التلفزيون دراسة دوجلوس، ورشيل، وجوليا، ومندي (Douglas, Russel, Julia & Mindy, 2010) التي أظهرت نتائجها تأثير بعض العوامل السلبيه في ظهور السلوك العدواني عند الأطفال، نتيجة مشاهدة العنف المتلفز، وتزداد العدوانية عند الأطفال عند مشاهدة الاعلانات التلفزيونية التي تحتوي على بعض المشاهد العنيفة. ودراسة نصار وزين (Nassar & Zien, 2012)، التي أظهرت أن الإعلانات المشتملة على استخدام السلاح تؤثر سلباً على الأطفال مما يؤدي حدوث السلوك العدواني لديهم. وأيضاً قد تؤدي هذه الإعلانات إلى مشاكل صحية عند الأطفال، ودراسة بن عامر (2016)، التي أشارت إلى وجود علاقة ارتباطية بين البرامج التلفزيونية العنيفة والعنف الجسدي لدى التلميذ المراهق، ووجود علاقة ارتباطية بين البرامج التلفزيونية العنيفة والعنف اللفظي لدى التلميذ المراهق.

مشكلة الدراسة وأسئلتها:

يرى كثير من علماء الاجتماع أن تجارب الطفولة تعد بمثابة محدد أساسي من محددات السلوك البشري، فالمعروف عن الطفل انه يتلقى المعلومة بسرعة ويتفاعل معها بسرعة (أحمد، 2000). وفي ظل واقع الحال مما نشهده من مشاهد عنف وبيث الكراهية وتناقض القيم الذي يتخلل الرسائل الإعلامية عبر مختلف وسائلها، فقد أوجد الصراع القيمي في ما تبثه وسائل الإعلام من أفكار ومفاهيم بات يهدد انتشارها قيم المجتمع والإنساني ككل، لذا ظهر ما يسمى بوسائل الإعلام الايجابي، ووسائل الاعلام السلبي الذي يهدد مستقبل المجتمع الانساني بكافة فئاته ولا سيما الأطفال والمراهقين. كما أن "الطفل المتابع لوسائل الإعلام وخاصة التلفاز دون رقابة أو انتقائية يصبح اقل إحساسا بالآلام الآخرين ومعاناتهم، وأكثر رهبة وخشية للمجتمع المحيط به، وأشد ميلا إلى ممارسة السلوك العدواني ويزيد استعداده لارتكاب التصرفات المؤذية" (نفاحة، وحسين، 2005). من هنا يتوجب على الأسرة أن تمارس دورها في حماية الطفل من الآثار السلبية لوسائل الإعلام المتنوعة. وبذلك تتحدد مشكلة الدراسة الحالية في السؤال الرئيس الآتي: ما دور الاسرة في حماية الطفل من آثار الاعلام السلبي؟ ويتفرع من هذا السؤال الأسئلة الفرعية الآتية:

السؤال الأول: ما الآثار السلبية لوسائل الإعلام السلبي على الأطفال؟

السؤال الثاني: ما دور الأسرة في حماية الطفل من آثار الإعلام السلبي؟

هدف الدراسة:

هدفت الدراسة الحالية إلى معرفة الآثار السلبية لوسائل الإعلام السلبي على الأطفال، ومعرفة دور الأسرة في حماية الطفل من آثار الإعلام السلبي.

مصطلحات الدراسة:

الأسرة:

وردت عدة تعريفات متعددة للأسرة، منها:

- الأسرة بمعناها الواسع تعني: "مجموعة من الأفراد الذين يعتقدون أنهم ينتمون إلى جماعة مستقلة داخل المجتمع وتربطهم علاقات خاصة. فالأسرة

تتوسط بين الفرد والمجتمع، وتساعد الفرد على أخذ مكانته في المجتمع" (Nobbs، et al,1979,43)

- أما الأسرة بالمعنى الضيق تعني: "تعايش امرأة ورجل أو أكثر في إطار علاقات يقرها المجتمع، وتترتب عليها حقوق وواجبات، لعل أكثرها بروزاً تربية الأطفال ورعايتهم وتوزيع السلطة بين الأطراف،" (الشامي، 2012).

الطفولة:

مفهوم الطفل في الاصطلاح " مبنيٌّ على المرحلة العمرية الأولى من حياة الإنسان والتي تبدأ بالولادة، إذ تتسّم هذه المرحلة المبكرة من عمر الإنسان باعتياده على البيئة المحيطة به كالوالدين والأشقاء بصورة شبه كلية، وتستمر هذه الحالة حتى سنّ البلوغ" (القرطبي، 1964، 12).

وتعرف اتفاقية حقوق الطفل، المؤرخة في 20 / 11 / 1989م: بأن الطفل هو كل إنسان لم يتجاوز الثامنة عشرة، ما لم يبلغ سن الرشد قبل ذلك بموجب القانون المنطبق عليه.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة الحالية في بعدين أساسيين هما:

أولاً: الأهمية النظرية: ترجع الأهمية النظرية للدراسة الحالية في أنها تسعى إلى سد ثغرة مهمة في بحوث ودراسات الأسرة، تتعلق بالتعرف على دور الأسرة في حماية الأبناء من مخاطر وسائل الإعلام السلبي، وبذلك يمكن أن تسهم الدراسة الراهنة في استكمال جوانب القصور في دراسات الأسرة، والتي يركز معظمها على دراسة الأسرة من داخلها، في إطار علاقتها بالمؤسسات الاجتماعية التقليدية، مع إغفال وسائل الاتصال الجديدة.

ثانياً: الأهمية التطبيقية: تربط الدراسة الحالية الأسرة بوسائل الإعلام من جانبها الاجتماعي، لذلك فمن المتوقع أن تقدم هذه الدراسة للجهات المعنية بالأسرة والمعنية بالتخطيط لتوعية الأسرة بطرق وأساليب حماية الأبناء من مخاطر وسائل الإعلام على أسس علمية.

حدود الدراسة:

اقتصرت الدراسة الحالية على آثار وسائل الإعلام السلبية، كالتلفزيون، والألعاب الإلكترونية، والإنترنت، وعلى دور الأسرة في حماية الأطفال من آثار وسائل الإعلام السلبية.

المنهج والإجراءات

منهج الدراسة:

استخدم في هذه الدراسة المنهج النوعي لاستقراء نتائج بعض الدراسات السابقة والمؤتمرات والكتب والمقالات العلمية من أجل الإجابة عن التساؤلات التي طرحتها الدراسة.

نتائج الدراسة:

السؤال الأول: ما الآثار السلبية لوسائل الإعلام السليبي على الأطفال؟

لم يجمع الخبراء والعلماء -على تعدد لغاتهم ومعتقداتهم ومشاربهم- على أمرٍ قدر إجماع خبراء وعلماء التربية وعلم النفس وعلم الاجتماع على خطر جهاز التلفاز وآثاره السلبية، خاصة على الطفل، حتى الذين يرون في التلفاز بعض الفائدة فهم يؤكدون على ضرورة وجود الراشد مع الطفل، ليلفت نظره لهذه الفائدة.

وستكون المعالجة في هذا المقام مقتصرة على ايراد بعض الآثار السلبية لوسائل الإعلام السليبي على الأطفال على النحو الآتي:

أولاً: الأثر الاجتماعي

- كان من نتيجة سهر الأطفال في ممارسة الألعاب الإلكترونية، استحواذ هذه الألعاب على وقت وعقول الأطفال، مما تسبب في عدة مشكلات داخل الأسر، فضلاً عن ضعف التواصل الأسري بين أفراد الأسرة، وبروز نزعة الأنانية لدى الأطفال. كما يقل اكتساب الطفل للمعارف والخبرات من الأهل والأصدقاء كما يصرفهم عن اللعب مع أقرانهم (الزيودي، 2015).

- إن استخدام الإنترنت أدى إلى تفكك الكيان الأسري، وتراجع دور الأب والأم في السيطرة على الأبناء، بسبب انشغالهم في استخدام الإنترنت، وتحاذلهم عن أدوارهم الحقيقية (Gustavo's,2006)، وأدى إلى تغير في نوع التفاعلات الاجتماعية بين أفراد الأسرة الواحدة، مما جعل شكل الأسرة يختلف عما قبل.

- ربما تكون الآثار الاجتماعية للإنترنت من أكثر الآثار السلبية وضوحاً في كافة المجتمعات، حيث أصبح أفراد الأسرة الواحدة أكثر تباعداً وانشغالاً عن بعضهم البعض بالعالم الافتراضي الذي يعيشونه عبر شبكة الإنترنت، وأصبح الإنترنت الصديق المقرب لكل منهم والذي يقضون معه وقتاً طويلاً على حساب الوقت الذي يمكنهم قضاءه مع أفراد أسرهم، لذلك فإن الكثيرين يتجنبون الجلوس مع أطفالهم أو آبائهم أو أزواجهم ويتجاهلون التحدث معهم من أجل قضاء وقتهم على الإنترنت.

- يحتل التلفاز مكان الحياة الأسرية والاجتماعية، فوجوده يتضاءل وقت الكلام، والحوار، أو حتى الشكوى بين أفراد الأسرة، ويحل محل الأصدقاء، فيقلل ذلك من اكتساب الخبرات.

ثانياً: الأثر النفسي والقلق الروحي

- تشكل وسائل الإعلام مصدر إشاعة الخوف و القلق في نفس الأطفال نتيجة ما يعرضه التلفزيون من أفلام الرعب التي تخيف الكبار قبل الصغار، وينعكس أثر ذلك على أمن الطفل ونفسيته مما يشاهد من مناظر مفرجة تجعله يشعر بالخوف والقلق والأحلام المزعجة والكوابيس (عباس، 2003).

- أظهرت إحدى الدراسات التي نشرتها مجلة طب الأطفال وطب المراهق الى أن الاستخدام المفرط للإنترنت يمكن أن يتسبب في إصابة الأطفال والمراهقين ببعض الحالات النفسية مثل الاكتئاب واضطراب نقص الانتباه مع فرط النشاط (Cocke,2017).

- ويزداد أثر وسائل الإعلام عندما لا يستطيع الأطفال فهم الفرق بين الخطأ

والصواب، والخوف من الصور المخيفة والعنيفة، كما عندما لا يمكن للأهل إخبار الأطفال بأنّها مجرد صور خياليّة، وليست حقيقة، فالأطفال أيضاً لا يستطيعون التمييز بين الخيال والواقع، ممّا يؤثر على سلوكياتهم، ويعرّضهم للكوابيس، وصعوبة النوم.

- ضعفُ التفاعل الاجتماعي وتضاؤلُ المشاركة في النشاطات الاجتماعية وخشيّة التعامل مع الآخرين، والشعور بالغربة، والحرمانُ من فرحة الاستمتاع بالحياة، كأنهم في عداد المتفرجين على فرحها بأسى من وراء سياج لا قدرة لهم على اجتيازه، وهذا ما يدعى الضرر السيكولوجي من خلال الشعور بالوحدة والملل، والاكتئاب والقلق والفراغ، وصولاً الى بعض الأمراض النفسية التي تنعكس على الصحة والتي تستمر - أحياناً - مع العمر.

ثالثاً: الانفصال العاطفي للعائلة:

- إن التلفزيون يجمع العائلة فيزيائياً لكنه يفرقها عاطفياً، ويتحول أفراد العائلة من اناس عاطفيين الى اشخاص مولعين بالأزرار والأرقام.

- يمكن أن تتضمن تأثيرات التلفزيون ميل الأطفال "إلى اللامبالاة العاطفية، وذلك أن تكرر تعرض الأطفال لمشاهد النزاعات المسلحة يقلل بمرور الوقت من حدود اكتراث الأطفال بما يحصل من أحداث واقعية في الحياة اليومية، وكثيراً ما يشاهد الأطفال أحداثاً مؤلمة، ومع هذا تكون ردود أفعالهم عابرة، ويرجع ذلك إلى عوامل متعددة، من بينها أن التلفاز جعل كثيراً من الأحداث صوراً متواترة، ولا تثير إلا ردود أفعال ضئيلة أو عابرة بوجه عام، فإن اللامبالاة العاطفية قد تقود إلى قدر من التبدل العاطفي، أو إضعاف مستوى النمو الانفعالي للطفل" (بو وودن، 2004، 268).

رابعاً: القضاء على كثير من النشاطات والفعاليات:

إن التلفزيون يستهلك الوقت المخصص لبعض النشاطات والفعاليات بمعنى أنه يضيع الوقت الذي يمكن أن يستخدم على نحو أكثر فعالية كما يمنع الأطفال من القيام بنشاطات أكثر فائدة ويرسخ ويثبت في الذهن آراء ووجهات نظر جاهزة وأحادية الجانب.

خامساً: العنف والعدوان

- إن كثرة رؤية مشاهد العنف التلفزيونية أو السينمائية يمكن أن تؤدي في ظروف معينة إلى تكوين صور نمطية للمواقف العدوانية في ذاكرة بعض الأطفال، وهي تخزن في ذاكرة الطفل إلى أن يحين الوقت الذي يستخدمها فيه كي يحل بها مشكلاته، وقد توجه لسلوك عدواني إذا ما اضطرت الظروف لذلك (الألوسي، 2012)،

- إن العنف الذي تعرضه وسائل الإعلام، وممارسة الألعاب الإلكترونية تعلم الأطفال والمراهقين أساليب ارتكاب الجريمة وفنونها وحيلها، وتنمي في عقولهم قدرات ومهارات العنف والعدوان التي تقودهم في النهاية إلى ارتكاب الجرائم. وهذه القدرات تكتسب من خلال الاعتياد على ممارسة تلك الألعاب (السعدي، 2005)، وفي دراسة لمعوض (1997) ظهر أن أشكال العنف التي مارستها الشخصيات الكرتونية قد جاءت على النحو الآتي: (35٪) مشاجرات، و(33٪) مقالب، و(14٪) معارك، و(5٪) تعذيب، و(5٪) تهديد، وأن الأطفال يميلون لتقليد ما يشاهدونه بنسبة (81٪) للذكور، و(35٪) للإناث.

- إن العنف المتلفز من الممكن ان يؤدي إلى سلوكيات معينة لدى الأطفال مثل العدوانية والخوف (Kenyon,2002)، فقد كشفت دراسة حديثة عن أن الأطفال الذين يشاهدون التلفزيون لأكثر من ساعة في اليوم معرضون لأن يكونوا عنيفين في المستقبل، " وأن المراهقين الذين عرضت عليهم مشاهد العنف كانوا أشد عدوانية ممن شاهدوا أفلاما لا تتضمن عنف" (بطرس، 2008، 249).

- توجد علاقة ارتباطية بين البرامج التلفزيونية العنيفة والعنف الجسدي لدى التلميذ المراهق (بن عامر، 2016).

سادساً: الأثر التربوي

- أثبتت الدراسات أن نسبة كبيرة من الأطفال في المرحلة الابتدائية في الوطن العربي يقضون حوالي 1000 ساعة سنويا أي ما يعادل نصف ما يجلسونه في حجرة الدراسة أمام وسائل الإعلام وهذا مؤشر خطير لأن هذه المرحلة من

العمر هي مرحلة التلقي وترسيخ القيم والعادات والاتجاهات والسلوكيات (المطيري، 2010).

- إن مشاهدة الأطفال للتلفزيون له تأثير سلبي على ذكائهم، فكلما زادت مشاهدة الأطفال للتلفزيون انخفض مستوى تحصيلهم الدراسي (عباس، 2003)، وإن المبالغة في مشاهدة البرامج التلفزيونية تؤدي إلى إلهاء الأطفال و صرفهم عن إنجاز وظائفهم المدرسية، كما أن مشاهدة البرامج التلفزيونية دون أي عملية اختيار وانتقاء من شأنها أن تضعف قدرة الطفل على التمييز، وتضعف تذوقه الجمالي وبالتالي فإن التلفزيون يصبح قاتلاً للوقت.

- أن التلفاز يضعف قدرة الطفل على القراءة؛ لأنه يتعود على الصور السريعة المتداخلة الملونة، وهو ما لا يجده في صفحات الكتب، وضعف قدرة الطفل على القراءة يقوده إلى ضعف التحصيل العلمي الذي يُتَلَقَّى من الكتب الدراسية.

السؤال الثاني: ما دور الاسرة في حماية الطفل من آثار الاعلام السليبي؟

إن وسائل الإعلام قد تنوعت وتشعبت في السنوات الأخيرة مثل: الإنترنت والعباب الكمبيوتر والتلفزيون والهاتف الخليوي الذي أصبح وسيلة إعلام خطيرة وأصبحت الرسائل الإلكترونية المتبادلة خلاله من أسرع وسائل الإعلام شيوعاً لأنها تتخطى كل الحواجز، وللأسرة دور هام في حماية الأطفال من التعرض لمشاهد تثير فيهم مشاعر الخوف وعدم الطمأنينة، كما يمكن للأسرة أن تمنع تعرض الأطفال لأنماط حياة قد تقودهم للانحراف، والتعرض للعقوبات، أو افتقاد الشروط اللازمة لتأمين مستقبلهم اقتصادياً.

ولكي تقوم الأسرة بدورها بشكل فعال لمواجهة برامج وسائل الإعلام السلبية، عليها أن تضع في اعتبارها المسلمات الآتية:

أولاً: أن يكون لدى الأسرة قناعة تامة بوجود جوانب سلبية وأخرى ايجابية لتعرض الأطفال لوسائل الإعلام.

ثانياً: إدراك الأسرة لاستحالة تجنب تعرض الأطفال لوسائل الإعلام بصورها المختلفة بصفة مباشرة أو غير مباشرة.

ثالثاً: على الأسرة أن تدرك أهمية استخدام أساليب تربوية متعددة ومتكاملة لمواجهة تأثير البرامج السلبية لهذه الوسائل على الأطفال.

رابعاً: وجود قدر من الاتفاق بين الوالدين في النظرة إلى وسائل الإعلام وفي أساليب التعامل معها. وإن وجود قدر من اختلاف الوالدين حول أهمية وسائل الإعلام، وما يتوافر من قنوات، وطرق التعامل مع هذه الوسائل يتيح قدراً من الغموض في الموقف ولا معيارية تقلل من شأن المواقف التربوية أياً كان مصدرها.

خامساً: الاهتمام بتوفير الدعم العاطفي للأطفال. حيث تظل الأسرة المحيط الذي يتوقع منه تقديم الدعم العاطفي وما يصاحبه من اهتمام بحاجات الأطفال النفسية والمعرفية، والجسمية، وبذلك بصفة رئيسة في استقرار شخصياتهم في المجتمع.

للإجابة عن السؤال الثاني تم استقراء نتائج بعض الدراسات السابقة والمؤتمرات والكتب والمقالات العلمية من أجل الإجابة عن هذا السؤال.

أشارت نتائج المقالات والدراسات: (Gustavo's, 2006)، (العزازي، 2007)، (اليعقوب، واديبس، 2009)، (أبو عرقوب، والخدام، 2012)، (الزيودي، 2015)، إلى أن الأسرة تستطيع مواجهة الإعلام السلبي من خلال الإجراءات الآتية:

أولاً: على الأسرة أن تحسن اختيار البرامج التي يشاهدها الطفل بعناية مع تحديد عدد ساعات معينة يسمح له أثناءها مشاهدة التلفزيون أو استخدام وسائل الإعلام الأخرى، ومناقشته في كل ما يشاهده.

ثانياً: أن تعمل الأسرة على التقليل من ساعات مشاهدة الأفلام التي تحتوي على العنف والأكشن مع عدم تعرض الطفل إلى النشرات الإخبارية بكل أحداثها الدموية.

ثالثاً: تشجيع الأطفال على القيام بنشاطات متنوعة تنمي قدراتهم العقلية والوجدانية كبديل لوسائل الإعلام السلبية.

رابعاً: ضرورة إغلاق التلفزيون من أجل القراءة ومن أجل حياة الأسرة ومن أجل الإبداع، وتهدف هذه الدعوة إلى توفير أوضاع ملائمة لزيادة الاجتماعات العائلية والقراءة والتدريب والاستمتاع بالطبيعة والتفكير والإبداع والإنتاجية.

خامساً: أن تقوم الأسرة بوضع برامج مراقبة على الأجهزة المتصلة بشبكة الإنترنت، مع ضرورة توعية الأبناء بالمخاطر بين الحين والآخر، مع تعليمهم الاستخدام الصحيح بالتطبيق المباشر، والدخول إلى المواقع الجيدة، وفي نفس الوقت يجب أيضاً عدم التعويل على برمجيات الحماية المتوفرة الآن لحجب المواقع و المعلومات السيئة على شبكة الإنترنت، لأن الأبناء الآن ماهرون أكثر مما نتوقع في استعمال الكمبيوتر والإبحار في شبكة الإنترنت، فقد يستطيعون فك شفرات الحظر، وبالتالي ارتكاب أخطاء أو انحرافات غير حميدة، خاصة عند الاطمئنان بأن الأسرة مشغولة عنهم.

سادساً: يتوجب على الأسرة جعل استخدام وسائل الاعلام نشاطا عائليا بمناقشة ومشاركة ما يشاهده أطفالهم، وتوعيتهم بخطر البرامج المرتبطة بالعنف، ومناقشة كل ما يراه الاطفال، ويسمعونه ويقرأونه. والإجابة عن أسئلة الأطفال التي تدور في أذهانهم حول ما يستجد عليهم من مفاهيم شاهدها.

سابعاً: يجب على الأسرة تشجيع الأبناء على التحدث عن أي شيء يشاهدهونه أو يطلعون عليه في وسائل الإعلام المتنوعة سواء كان جيداً ومفيداً، أو سلبياً محرراً أحياناً.

ثامناً: يجب وضع الكمبيوتر في مكان مرئي من قبل الجميع بالمنزل كي تتمكن الأسرة من مراقبة أبنائهم عن كثب، وإعلام الأبناء أن كل ما يفعلونه على شبكة الإنترنت مراقب بشكل دوري، حيث يمكن أن يسهم ذلك تلقائياً في انضباط الأبناء ذاتياً والابتعاد عن الاستخدام السلبي للكمبيوتر والإنترنت.

تاسعاً: أن تعمل الأسرة على توفير وسائل ترفيه أخرى في المنزل، مثل الألعاب التي تنمي الذكاء والقدرات الذهنية للطفل. وقراءة الكتب والمجلات والاستماع للقصص المسجلة. وتشجيع الطفل على الاشتراك في بعض الألعاب الرياضية الجماعية التي تنمي فيه روح الفريق وروح التعاون مع الآخرين.

التوصيات:

جاءت التوصيات على النحو الآتي:

1. ضرورة مراقبة أولياء الأمور لما يشاهده أطفالهم من البرامج التلفزيونية.
2. تحديد حجم المدة الزمنية لتعرض أطفالهم للبرامج التلفزيونية، وتحديد البرامج المفيدة لهم.
3. تشجيع الأطفال على مشاهدة برامج متنوعة.
4. ضرورة قيام المعلمين بمناقشة تلاميذهم بشأن البرامج التي يشاهدونها، وتوعيتهم بالآثار السلبية للعنف التلفزيوني.
5. إقامة جلسات استماع وعروض للبرامج التلفزيونية بكل أنواعها، تتبعها مناقشات تدور مع الأطفال، للتوعية بالمشاهدة الناقدة للبرامج.
6. إقامة ورش عمل للأطفال في المدارس حول الآثار السلبية للقنوات الفضائية، ومن أبرزها العنف التلفزيوني.
7. القيام بدراسات ميدانية متتالية عن الأطفال وعلاقتهم بالقنوات الفضائية، والتأثيرات المحتملة عليهم، ولمختلف المراحل العمرية.

المراجع:

- أحمد، سهير (1999). أساليب تربية الطفل بين النظرية والتطبيق، الاسكندرية: مركز الاسكندرية للكتاب.
- احمد، سهير (2000)، أسس تربية الطفل بين النظرية والتطبيق مصر: دار المعرفة الجامعية.
- الألوسي، سؤدد فؤاد (2012). العنف ووسائل الإعلام. عمان: دار أسامة
- بطرس، حافظ بطرس (2008)، بحوث ودراسات متخصصة في علم النفس الجزائري: منشورات الخبر.
- بوودن، عبد العزيز (2004)، استراتيجية التكفل بالأطفال ضحايا العنف الجزائري: دار العالم الجديد.
- بوخلوف، محمد، بوزيد صحراوي (2008)، واقع الأسرة الجزائرية و التحديات التربوية في الوسط الحضري، القطيعة المستحيلة، الجزائر: دار الملكية للطباعة و النشر و التوزيع و الإعلام
- بن عامر، وسيلة (2016)، البرامج التلفزيونية العنيفة وعلاقتها بالسلوك العدواني للتلميذ المراهق، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم العلوم الاجتماعية، جامعة بسكرة، الجزائر
- تفاحة، أماني، ولارا حسين (2005)، مواد وبرامج الأطفال في القنوات الفضائية العربية، دراسة للمجلس الوطني لشؤون الأسرة في الأردن، قدمت لمؤتمر الطفل العربي في مهب التأثيرات الثقافية المختلفة، 25-27/9/2005.
- الجندي، نزيه (2010)، التنشئة السوية للأبناء كما يدركها الوالدان، مجلة جامعة دمشق، كلية التربية، 26(3)، 57-89.
- الزيودي، ماجد (2015)، الانعكاسات التربوية لاستخدام الأطفال للألعاب الإلكترونية كما يراها معلمو وأولياء أمور طلبة المدارس الابتدائية بالمدينة المنورة، مجلة جامعة طيبة للعلوم التربوية، 1(10)، 15-31.
- سليمان، محمود (2015)، دور الأسرة في حماية الأبناء من مخاطر شبكة الإنترنت: دراسة ميدانية في مدينة سوهاج بصعيد مصر، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد(36)، 31-55،
- الشامي، محمود (2012)، أنماط التنشئة الاجتماعية السائدة لدى الأسرة الفلسطينية في عصر العولمة من وجهة نظر طلبة جامعة الأقصى في خان يونس، مجلة جامعة النجاح للأبحاث والعلوم الإنسانية، المجلد 26 (10)، ص 22-45.
- الكتاني، فاطمة (2000). الاتجاهات الوالدية في التنشئة الاجتماعية، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع
- كتفي، ياسمين (2016)، أساليب التنشئة الاجتماعية للطفل في الوسط الأسري، مجلة علوم الانسان والمجتمع، العدد(18)، 125-157، المسيلة، الجزائر.

- أبو عرقوب، أحمد، والخدام حمزة (2012)، تأثير الإنترنت على الاتصال الشخصي بالأسرة وبالأصدقاء- دراسة ميدانية، مجلة دراسات للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 39 العدد (2)، 61-46
- عطية، جميل (2014)، تأثير التنشئة الاجتماعية على سلوك الأطفال، وزارة العمل والشؤون الاجتماعية، الكويت.
- علي، محمد (2000)، التربية الأسرية بين الضوابط الشرعية والمتطلبات العصرية، مجلة المنهل، يناير، 70-89.
- القرطبي، محمد (1964)، تفسيراً لقرطبي، جزء 12، القاهرة: دار الكتب المصرية.
- معصومة، المطيري، أثر وسائل الإعلام العربية على نشأة الطفل وعلاقته بالأسرة، ورقة مقدمة في مؤتمر الأسرة والإعلام العربي، نحو أدوار جديدة للإعلام، 2-3-ماي 2010، المجلس العربي للطفولة والتنمية، الكويت.
- معوض، محمد (1997)، الأب الثالث والأطفال الاتجاهات الحديثة لتأثيرات التلفزيون على الأطفال، الطبعة الأولى، الكويت: دار الكتاب الحديث.
- الهندي، صالح (2000)، صورة الطفولة في التربية الإسلامية، ط 2، عمان: دار الفكر.
- اليعقوب، علي، ومنى ادبيس. (2009). دور الألعاب الإلكترونية المنزلية في تنمية العنف لدى طفل المدرسة الابتدائية بدولة الكويت، مجلة مستقبل التربية العربية، 16 (58).
- Cocke, A, (2017), "Internet Addiction & Health Effects", www.livestrong.com, Retrieved 6-7-2018. Edited.
- Douglas, E, D. B., A. G., Russell, N. L., Julia, A. M., & Mindy Ji-Song (2010). Television commercial violence: Potential effects on children. Journal of Advertising, 39(4), 95-107
- Gustavos, M., (2006). Family Characteristics and Intergenerational Conflicts Over the Internet, Information, Communication, Society, Vol (9), Issue (4), August 2006, P.P 473- 495
- Kenyon, Bobbi (2002). The effects of televised violence on students. westerhofSchultz, Jolanda. Grand Valley State University.
- Nassar, M. A., & Zien, A. A. (2012). Effects of television advertising on children in the Middle East. Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues, 5(4), 267-280. N
- Jack Nobbs; Robert Hine; Margaret E Flemming (1979), P.48.

دور برامج الرأي في القنوات الدينية على الفضائيات العربية في تشكيل اتجاهات الشباب نحو ظاهرة الإرهاب: دراسة ميدانية

الدكتور محمد محمد علي عمارة

عضو هيئة التدريس بقسم الإذاعة والتلفزيون
بكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال
قنا - جامعة جنوب الوادي - مصر

مقدمة:

إن تطور وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أدى إلى إحداث تغييرات في كثير من النواحي الاقتصادية والثقافية والاجتماعية والسياسية. الأمر الذي ساعد على سرعة انتشار المعلومات والحصول عليها بيسر وبالتالي أصبحت برامج الرأي في القنوات الفضائية من أهم المصادر التي يعتمد عليها الأفراد خاصة فئة الشباب للحصول على الكثير من المعلومات وبخاصة قضايا التطرف الديني والإرهاب والتي تحتل مكانة متميزة في ظل تلك الاضطرابات التي تشهدها الدول العربية في الوقت الراهن.

وتعتبر وسائل الاتصال الجماهيرية من الوسائل التي تعمل على توصيل رسائلها الاتصالية إلى قطاع كبير من المتلقين في زمان ومكان مختلفين، ففي النصف الثاني من القرن العشرين حدث تحول كبير إنما غير مفهوم في الرؤية الواسعة لوسائل الاتصال من مخاطبة الأفراد إلى مخاطبة الجماهير العريضة، بحيث تقدم الآن تنوعاً في نقل وتداول المعلومات والأفكار بين الأفراد في المجتمع على نطاق واسع لدرجة أصبحت تغطي كافة جوانب الحياة الإنسانية، فنجدها تتيح إمكانية الانتقال والاختيار من بين المواد المعروضة، فكل فرد يبحث من خلالها عما يرضى ذوقه الخاص كما أنه يتوقع دائماً أن يجد فيها ما يبحث عنه، بل ونجده يسعى لإشباع رغباته التي تختلف باختلاف ظروفه

الحياتية ومكان ووقت التعرض¹.

من هنا يمكن القول إن برامج الرأي في الفضائيات وجدت لنفسها مكاناً ثابتاً لدى الأفراد من خلال تحقيق ما يمكن الفرد من إشباع حاجاته المختلفة بالبحث عما يرضى رغباته وذوقه الخاص، حيث تعد برامج الرأي في الفضائيات الوسيط المستخدم في نقل وتداول المعلومات والأفكار بين الأفراد في المجتمع².

وانطلاقاً من أن الحياة العصرية وما يصاحبها من مشكلات متزايدة جعلت الفرد في حاجة دائمة إلى معلومات عن الكثير من الموضوعات والقضايا التي يستحيل عليه أن يلزمها بمفرده³، وإيماناً بأن التكامل والاندماج بين وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات أفرز لنا منظومة إعلامية معلوماتية قادرة على الوصول إلى المتلقي في كافة أنحاء العالم، أصبح ميسوراً أمام المواطن التعرف لعشرات بل مئات المحطات الإذاعية والتلفزيونية وذلك خلال البث الفضائي، كما أصبح من السهل عليه قراءة الصحف المحلية أو الأجنبية بعد دقائق من صدورها من خلال الإصدار الإلكتروني بعد أن كان لا يجد إلا وسائل إعلام بلده المحلية من صحف ومحطات إذاعية وقنوات تلفزيونية⁴.

كل ذلك ساعد على سرعة انتشار المعلومات والحصول عليها بصورة سهلة وغير مسبوقة، الأمر الذي جعل وسائل الاتصال من أهم المصادر التي يعتمد عليها الأفراد في الحصول على المعلومات. ويزداد اعتماد الأفراد على وسائل الاتصال في ظل ظروف عدم الاستقرار الاجتماعي والتغيرات السياسية لمعظم المجتمعات النامية ومنها الدول العربية التي باتت تحيا في سلسلة من التغيرات السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي ينتج عنها العديد من القضايا والمشكلات التي تؤثر على أفراد المجتمع⁵.

وتمثل ظاهرة الإرهاب أحد أهم هذه القضايا التي تشهدها الساحة العربية، حيث فرضت هذه القضية نفسها على الخطاب الإعلامي العربي، وأصبحت تحتل أهمية خاصة في الأجندة الإعلامية لبرامج الرأي، الأمر الذي يزيد من اعتماد الأفراد على الفضائيات للحصول على المعلومات حول هذه القضايا، وفي ظل الاهتمام المكثف بظاهرة الإرهاب سواء على المستوي الرسمي أو الإعلامي⁶، ما أثار فضول الكثيرين من الشباب للتعرف إلى ماهية وأبعاد ظاهرة الإرهاب، لدرجة أنها أصبحت مجالاً

خصباً للنقاش والجدل بين مختلف فئات وطبقات المجتمع.

ويسعى الباحث من خلال هذه الدراسة للكشف عن مدى اعتماد الشباب على برامج الرأي في القنوات الدينية على الفضائيات باعتبارها مصدراً هاماً للمعلومات حول ظاهرة الإرهاب.

مشكلة الدراسة:

في ضوء متابعة ورصد العديد من برامج الرأي والتي أصبحت ظاهرة برامجية تنتشر في العديد من الفضائيات وتجذب العديد من المشاهدين، وباتت تشكل جزءاً كبيراً من اهتمامات الجمهور المصري نظراً لما تناقشه من قضايا ومشكلات وما تبثه من أفكار ومعلومات حول مختلف القضايا التي تهم المجتمع المصري، وفي ضوء أهمية ظاهرة الإرهاب وتأثيره الكبير على مستقبل مصر، في ضوء ذلك كله تكمن مشكلة الدراسة في "محاولة رصد الدور الذي تقوم به برامج الرأي في تشكيل معارف واتجاهات الشباب نحو ظاهرة الإرهاب ومدى اعتماد الشباب على برامج الرأي للحصول على معلومات عن ظاهرة الإرهاب".

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من خلال النقاط التالية:

- تحظى ظاهرة الإرهاب في مصر باهتمام واسع النطاق على المستوى الإعلامي كما تحظى بذات الاهتمام على المستويين السياسي والشعبي.

- تطبق الدراسة على عينة من الشباب الجامعي، وتعد مرحلة الشباب إحدى أهم المراحل العمرية في المجتمعات الآخذة في النمو والراغبة في التطور، الأمر الذي يغري الكثير من الباحثين في مجال الإعلام للاقتراب من هذا القطاع للتعرف على تفضيلاته الاتصالية.

- تعد الدراسة اختباراً لفرضيات نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال الجماهيري لدى الشباب الجامعي وأثر ذلك على ظاهرة الإرهاب، وإبراز العلاقة بين هذا الاعتماد وتشكيل الاتجاهات نحو ظاهرة الإرهاب من واقع التعرض للمضامين المختلفة التي تقدمها هذه الوسائل والاعتماد عليها كمصدر للمعلومات.

- إتخاذ هذا المضمون الإعلامي الهام -برامج الرأي - على الفضائيات العربية مجالاً للدراسة، حيث تتبع أهمية هذه الدراسة من شعبية وأهمية برامج الرأي داخل المجتمع المصري، نظراً لارتباطها بالحياة اليومية للمجتمع واهتمام المسؤولين بالظهور في تلك البرامج لتوضيح الحقائق وتفسير مواقفهم من خلالها، لذلك تهتم الدراسة بتأثير هذا القلب الحديث على اتجاهات الجمهور حيال ظاهرة الإرهاب.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف إلى مدى اعتماد الشباب الجامعي على برامج الرأي على الفضائيات كمصدر للمعلومات حول ظاهرة الإرهاب، وذلك من خلال الأهداف الآتية:

- 1- الكشف عن العلاقة المتبادلة بين درجة تعرض الشباب الجامعي للرسائل الإعلامية في برامج الرأي الفضائية ودرجة المعرفة والوعي لظاهرة الإرهاب.
- 2- التعرف إلى اتجاهات الشباب الجامعي نحو تناول ظاهرة الإرهاب في برامج الرأي الفضائية.
- 3- الوصول إلى العلاقة بين اتجاهات الشباب الجامعي نحو ظاهرة الإرهاب والمتغيرات الديموجرافية (من حيث النوع، والسن، ونوع الكلية، والمستوى الاجتماعي الاقتصادي).
- 4- معرفة تقييم الجمهور للمعالجة التي قدمتها برامج الرأي للتعريف بظاهرة الإرهاب.

(الإطار النظري) نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تختبر الفرضية الرئيسية التي تدور حولها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي تطورت على يد الباحثين "ساندرا بول روكيتش" و "ملفن دفلر" عام 1976 م، العلاقة بين النظم الاجتماعية والمؤسسات الإعلامية والجمهور، وكيف يتفاعل كل منهم مع الآخر ويؤثر ويتأثر به⁷.

هذا وقد أصبحت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تؤخذ في الاعتبار في العديد

من الدراسات التي تختص بتأثير وسائل الإعلام على اتجاهات الجمهور منذ ذلك الوقت⁸.

يبد أن الفرد لا يعتمد على وسائل الإعلام كلها على نحو متساو وإنما هناك عاملان أو محددان رئيسيان يبينان كيفية اعتماد الفرد على وسائل الإعلام:

العامل الأول: أن الفرد يصبح أكثر اعتمادا على وسائل الإعلام التي تقدم له معلومات أكثر أهمية من غيرها بحيث تغطي مجموعة كبيرة من احتياجاته، في حين لا يعتمد على وسائل الإعلام التي تشبع لديه احتياجات محددة⁹.

العامل الثاني: يتمثل في الاستقرار الاجتماعي والصراع، فعندما يرتبط التغيير الاجتماعي أو يقوى الصراع فإن المؤسسات أو المعتقدات والممارسات تجبر على إعادة تقييم وإيجاد اختيارات جديدة متمثلة في استهلاك وسائل الإعلام، وفي بعض الأوقات الأكثر استقرارا، ينخفض اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام بشدة ويزيد الاعتماد في أوقات الحروب والأزمات¹⁰.

ويمكن تلخيص الفروض الأساسية لنظرية الاعتماد على النحو التالي¹¹:

1- وجود علاقة اعتماد متبادلة ثلاثية بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع، وهذه العلاقة هي التي تحدد، مباشرة، الكثير من التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام في المجتمع والجمهور.

2- كلما زادت درجة الحاجة الى المعلومات تزيد درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، ويزداد احتمال أن تغير هذه المعلومات معارف الجمهور ووجدانه وسلوكياته.

3- كلما زادت درجة مركزية المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام تزيد درجة اعتماد الجمهور على تلك الوسيلة.

4- يزداد الاعتماد على مصادر المعلومات المتاحة عند غياب البدائل الوظيفية المتاحة لدى الجمهور كما وكيف كلما كان الاعتماد على قناة إتصالية معينة أقل وتأثيرها ضعيف.

5- الاعتماد على وسائل الإعلام لا يتم بشكل متساو بين أعضاء المجتمع الواحد، بل يعتمد في الأساس على الطبقة الاجتماعية والسلطة والنفوذ بالإضافة الى متغيرات أخرى مثل الدخل والتعليم والسن والنوع، فالدخل يمكن أن يقلل من فرص التعرض لوسائل معينة، وكذلك التعليم، فالأمية يمكن أن تعيق الفرد من القراءة وفهم واستيعاب الصحف.

6- ينمي الشخص اعتماده وينشط من تعرضه لوسيلة الإعلام عندما يدرك إمكانية تحقيق أهدافه من خلال المحتوى الذى تقدمه هذه الوسيلة والعكس صحيح، فهو يقلل نشاط اعتماده من حالة إدراكه بأن المحتوى لم يتعلق به شخصيا ولم يحقق أهدافه.

مدى ملائمة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام للدراسة الحالية:

بعد استعراض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام فإنها تعد ملائمة لهذه الدراسة للأسباب التالية:

1- نظرا لما يشهده المجتمع المصري من عمليات إرهابية تتسم بالتعقيد والتي تزايدت خلال الفترة الماضية وما زالت تلقى بظلالها على كافة الأصعدة الاجتماعية فإن نظرية الاعتماد تعد مدخلا مناسباً لدراسة العلاقة بين تعرض الجمهور لبرامج الرأي والإتجاه نحو ظاهرة الإرهاب.

2- تساعد على اختبار مدى اعتماد الشباب على برامج الرأي كوسيلة ومصدر للمعلومات عن ظاهرة الإرهاب خلال فترة الدراسة.

الدراسات السابقة:

تناول الباحث العديد من الدراسات السابقة المرتبطة بمدى اعتماد المبحوثين على برامج الرأي و التي ارتأى أنها تخدم الدراسة الحالية من خلال وجود ما يتناسب ويتماشى مع الدراسة الحالية من نتائج وفروض أو ما يتعارض مع الدراسة الأمر الذي أدى إلى سعي الباحث في الربط بين الدراسات السابقة بكيفية إثبات مدى اعتماد الشباب على برامج الرأي كمصدر للمعلومات نحو ظاهرة الإرهاب، الأمر الذي أدى لعرض هذه الدراسات السابقة على النحو التالي:

1- دراسة (2011¹²) **Heather Davis** بعنوان: تأطير الرؤى الإرهابية في صحف الصفوة وعلاقتها بالأمن القومي. إستهدفت الدراسة التعرف على كيفية معالجة صحف الصفوة الأمريكية لقضايا الإرهاب والأمن القومي من خلال تحليل العناوين والقصص الإخبارية الرئيسية، وكذلك تأثيراتها على معارف واتجاهات القراء نحو الإرهاب، وقد توصلت هذه الدراسة الى أن صحف الصفوة الأمريكية تميل الى تبني سياسات إدارة الرئيس أوباما وتوجهاته نحو الإرهاب وأن معلومات ومعارف واتجاهات قراء هذه الصحف تتأثر الى حد كبير بالمعالجة الصحفية لهذه القضايا.

2- دراسة (2010¹³) **Villano, passini** بعنوان: الخطاب والإرهاب في الصحف الإيطالية الدولية ازاء أحداث 11 سبتمبر. إستهدفت هذه الدراسة تحليل خطاب الصحافة الأمريكية والإيطالية تجاه تفجيرات 11 سبتمبر وكيفية تقديمها للعرب في خطابها الصحفي، وقد توصلت الدراسة الى أن الصحف الأمريكية والإيطالية قد ركزت على قضية الهجرة غير الشرعية للعرب والمسلمين الى الغرب الأوروبي والأمريكي، وما تحدثه هذه الهجرة من تأثيرات سلبية على الثقافة الغربية، وتوصلت الدراسة إلى أن الصحافة الأمريكية والصحافة الإيطالية تقدمان صوراً متطابقة ونمطية عن العرب باعتبارهم ضالعين في قضايا الإرهاب الدولي.

3- دراسة إنجي محمود السيد إبراهيم (2009)¹⁴ بعنوان: المعالجة الصحفية لقضايا الإرهاب، دراسة مقارنة للصحافة المصرية والأمريكية عقب أحداث 11 سبتمبر 2001. استهدفت الباحثة من تلك الدراسة التعرف على مفهوم محدد لقضية الإرهاب والوقوف على أشكاله وأنواعه وتحديد أسباب الإرهاب. واعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على صحيفة الأهرام المصرية وصحيفة نيويورك تايمز. استخدمت الباحثة المنهج المقارن نظراً لطبيعة الدراسة التي تقضي المقارنة بين الصحافتين المصرية والأمريكية. وتوصلت الدراسة إلى أن إرهاب الدولة، الذي يعتبر شكلاً من أشكال الإرهاب، تصدر المرتبة الأولى في كل الأشكال المرتبطة بالعنف والإرهاب التي تقدم على نشرات الأخبار عينة الدراسة بنسبة (1, 22 %) تصل نسبتها في نشرة منتصف الليل لقناة النيل للأخبار (7, 23 %). وأن نسبة من يشاهدون أخبار الإرهاب والعنف من

المراهقين بلغت (5, 89 %) للذكور والإناث كما تتشابه مشاهدة المراهقين من ذكور وإناث لأخبار الإرهاب والعنف.

4- دراسة (2008¹⁵) **Gabriela** بعنوان: مضمون التصورات الإجتماعية للإرهاب في الصحافة: دراسة مقارنة للجماعات الثقافية. إستهدفت هذه الدراسة التعرف على الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تزويد الجمهور أو المواطنين في كندا بالمعلومات حول قضايا الإرهاب، وذلك بالتطبيق على معالجة الصحف الكندية لأحداث 11 سبتمبر، وتوصلت الدراسة الى أن هذه الوسائل تلعب دوراً مهماً في مناقشة كل جوانب القضايا المطروحة ورفع مستوى وعي الأفراد بقضايا الإرهاب. كما توصلت الدراسة الى أن هناك علاقة بين الأطر التي استخدمتها الصحف الكندية في معالجة أحداث 11 سبتمبر وقضايا الإرهاب الدولي وبين نفس الأطر السائدة لدى الجمهور.

5- دراسة **سلطان بن عجمي بن منيخر** (2008)¹⁶ بعنوان: دور وسائل الاتصال في تشكيل معارف الجمهور السعودي نحو قضايا الإرهاب. استهدفت الدراسة قياس طبيعة وحدود معرفة الجمهور السعودي نحو الحوادث الإرهابية بوجه عام أو نحو حوادث إرهابية محددة والكشف عن مدى مصداقية وسائل الإعلام الوطنية والأجنبية لدى الجمهور في معالجتها لقضايا الإرهاب. اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، حيث تم تحليل الأخبار في الجرائد السعودية الرئيسية وهى عكاظ والرياض وكذلك في القناة الأولى السعودية، كما تم إجراء دراسة ميدانية على 300 فرد من مواطني المملكة العربية السعودية. وتوصلت الدراسة الى أنه جاءت الحوادث الإرهابية في الوطن العربي بصفة عامة على قمة الموضوعات التي يتم معالجتها في صحف العينة بنسبة 4, 54 %، يليها قضايا مكافحة الإرهاب بنسبة 2, 19 %، كما جاءت الموضوعات المتعلقة بالحوادث الإرهابية في الوطن العربي لتحتل المرتبة الأولى بنسبة 4, 68 % في المعالجة التليفزيونية.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة، توصل الباحث الى العديد من الاستخلاصات، والتي يمكن أن تساعده أثناء تطبيق الدراسة الحالية، وهى:

1 - استهدفت الدراسات الأجنبية التعرف على دوافع المشاهدين للمشاركة في برامج الرأي كضيوف، ودوافع مشاهدة هذه البرامج، وتأثير المتغيرات الديموغرافية على دوافع المشاهدة، وتأثير الدوافع ونشاط الجمهور واتجاهاته على انتقاء موضوعات وقضايا بذاتها والإقبال على مشاهدتها بهذه البرامج. أوضحت الدراسات أن هناك علاقة بين نوع الجمهور (ذكر - أنثى) وعملية اختيار مضمون برامجي محدود ومن ثم متابعته.

2 - توصلت معظم الدراسات السابقة إلى وجود إرتباطات إيجابية دالة بين التعرض لوسائل الإعلام ومدى الوعي والإتجاه نحو قضايا الإرهاب.

3 - ركزت أغلب الدراسات التي تناولت تشكيل الإتجاهات على التليفزيون كأحد أهم وسائل الإتصال في التأثير على الجمهور.

4 - أوضحت الدراسات السابقة النجاح الكبير الذي حققته برامج الرأي في الآونة الأخيرة والمكانة الهامة التي تحتلها في حياة المشاهد وهو ما أوضحت عينات الدراسة الميدانية سواء من المشاهدين أو القائمين بالاتصال من مختلف الجماهير والتي أفرت بأهمية هذه البرامج كونها تعكس الواقع علاوة على اعتمادهم عليها كمصدر أولي ضمن المصادر التي يعتمدون عليها للحصول على المعلومات حول القضايا المختلفة بما يعمل على تشكيل اتجاهات الجمهور حيال تلك القضايا.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

1- تحديد مدخل نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كإطار نظري تنطلق منه هذه الدراسة، لذا تحاول هذه الدراسة التعرف على دور برامج الرأي في تشكيل اتجاهات ومعارف الشباب نحو ظاهرة الإرهاب.

2- إمكانية إجراء المقارنة بين نتائج تلك الدراسات والنتائج التي ستوصل إليها هذه الدراسة بما يدعم التواصل العلمي بين الدراسات في الميدان المشترك، ويساعد في تفسير نتائج جديدة بشكل أكثر عمقا.

3- فهم أبعاد المشكلة البحثية وصياغتها وتحديد أهميتها وأهدافها.

4- صياغة بعض فروض الدراسة الميدانية.

تساؤلات الدراسة:

- ما تقييم عينة الدراسة للمعالجة التي قدمتها برامج الرأي التي تناولت ظاهرة الإرهاب؟ وما درجة ثقة الجمهور بها؟
- ما اتجاهات أفراد العينة نحو نجاح برامج الرأي في إعطاء معلومات كافية عن ظاهرة الإرهاب؟
- ما مدى إدراك عينة الدراسة لمدى موضوعية برامج الرأي في تغطية ظاهرة الإرهاب؟
- ما العلاقة بين اعتماد الشباب على برامج الرأي واتجاهاتهم نحو ظاهرة الإرهاب؟

فروض الدراسة:

تسعى هذه الدراسة الى اختبار الفروض التالية:

- الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستويات الاقتصادية للمبحوثين ومدى الثقة في المضمون المقدم ببرامج الرأي.
- الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة احصائية بين كثافة التعرض لبرامج الرأي واتجاه المبحوثين نحو ظاهرة الإرهاب.
- الفرض الثالث: توجد علاقة دالة احصائية بين كل من الذكور والإناث في اعتمادهم على برامج الرأي في الحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب.
- الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة احصائية بين مدى اعتماد المبحوثين على برامج الرأي ومدى الثقة في برامج الرأي.

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة الى نوعية الدراسات الوصفية Descriptive studies التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة معينة يغلب عليها صفة التحديد¹⁷، عن طريق جمع المعلومات والحقائق عن ظاهرة معينة وهي علاقة تعرض الشباب الجامعي لبرامج الرأي في القنوات الفضائية باتجاهاتهم نحو ظاهرة الإرهاب.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح، باعتباره أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة، حيث يستهدف هذا المنهج تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات والمعلومات اللازمة والكافية لوصف مجتمع كبير قد يكون من الصعب إجراء ملاحظة مباشرة عليه¹⁸.

وسيتم توظيف هذا المنهج في إطار استخدام المسح لعينة من الشباب الجامعي، لوصف وتحليل اتجاهات الشباب الجامعي لظاهرة الإرهاب وعلاقته بتعرضهم لبرامج الرأي في القنوات الفضائية الدينية.

أدوات الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات، حيث تعتبر من أكثر أدوات جمع البيانات شيوعاً واستخداماً في منهج المسح، وروعي في إعدادها أن تأتي الأسئلة بشكل يعتمد على التسلسل المنطقي الى جانب الوضوح والبساطة في صياغة الأسئلة، وقد جمعت الصحيفة بين الأسئلة المغلقة وشبه المغلقة مع التركيز على الأسئلة المغلقة لتسهيل عملية جمع المعلومات من المبحوثين وذلك لقياس اتجاهات عينة الدراسة نحو ظاهرة الإرهاب، للتعرف على دور برامج الرأي في القنوات الدينية على الفضائيات العربية في تشكيل اتجاهات الشباب نحو ظاهرة الإرهاب.

عينة الدراسة الميدانية:

المجتمع البشري: ويتمثل في الشباب الجامعي المصري (ذكور، إناث) وهم الأكثر قدرة على متابعة الأحداث الجارية، وتكوين قدر من المعرفة حول هذه الأحداث.

عينة الجمهور: تم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من الشباب الجامعي المصري وقد تم تقسيم العينة بالتساوي الى مجموعتين (وجه بحري، وجه قبلي)، وقد اختار الباحث محافظة القاهرة (مثلة للوجه البحري) لكونها العاصمة وتعد أكبر محافظات جمهورية مصر العربية من حيث إجمالي عدد السكان وامتلاك أجهزة الاستقبال الفضائي، حيث تم تطبيق الدراسة على 200 مفردة من طلاب جامعة القاهرة بالتساوي بين الذكور والإناث وبالتساوي بين الكليات النظرية والعملية. كما اختار الباحث

محافظة قنا (مثلة للوجه القبلي) لكونها محل عمل الباحث وكجزء من خدمة المجتمع المحلي حيث تم تطبيق الدراسة على 200 مفردة من طلاب جامعة جنوب الوادي بالتساوي بين الذكور والإناث وبالتساوي بين الكليات النظرية والعملية.

قياس الصدق والثبات:

تم الاعتماد في اختبار الصدق الظاهري لصحيفة الإستبيان بعرض بياناتها على مجموعة من المحكمين* للتأكد من صلاحيتها وقد تم إجراء بعض التعديلات بناء على مقترحاتهم. كما تم تطبيق صحيفة الاستبيان على عينة عشوائية تمثل 10 % من إجمالي عينة الدراسة لمعرفة مدى وضوح أسئلة صحيفة الاستبيان، كما تم إعادة تطبيقها مرة أخرى بعد فترة أسبوعين من التطبيق الأول، وتم التوصل الى نسبة ثبات 89 % وهي نسبة عالية تدل على صلاحية الاستمارة للقياس.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز الإجابات وإدخالها الى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج spss، وتم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية
- إختبار كا2 (Tables chi square) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الأسمية.
- إختبار (z) لدراسة معنوية الفرق بين نسبتين مئويتين، وقد اعتبرت قيمة z غير دالة إذا لم تصل 1,96، واعتبرت دالة عند مستوى ثقة 95 % فأكثر إذا بلغت 1,96 وأقل من 2,58، واعتبرت دالة عند مستوى ثقة 99 % فأكثر إذا بلغت 2,58 فأكثر.
- معامل ارتباط بيرسون (Person correlation coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من نوع الفئة أو النسبة (Interval or Ratio).
- تحليل التباين ذو البعد الواحد (one way analysis of variance) المعروف

باختصار باسم ANOVA لدراسة الدلالة الاحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio) قد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (95 %) فأكثر، أي عند مستوى معنوية (0,05) فأقل.

_ الوزن المرجح الذي يحسب بضرب التكرارات بوزن معين يقرره الباحث بناءً على عدد المراتب في السؤال، ثم تجمع النقاط التي يحصل عليها كل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة وتحسب النسب المئوية لبنود السؤال كلها.

- اختبار (ت) للمجموعات المرتبطة (Paired sample T. Test) لدراسة الدلالة الاحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مرتبطتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (interval or Ratio).

- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Paired sample T. Test) لدراسة الدلالة الاحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (interval or Ratio)

النتائج العامة للدراسة

(أ) نتائج الدراسة الميدانية

1 - معدل مشاهدة المبحوثين لبرامج الرأي التي تقدم بالقنوات الفضائية:

جدول (1)

معدل مشاهدة المبحوثين لبرامج الرأي التي تقدم بالقنوات الفضائية وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة معدل المشاهدة
%	ك	%	ك	%	ك	
41	164	38	76	44	88	دائماً
50	200	51	102	49	98	أحياناً
9	36	11	22	7	14	لا
100	400	100	200	100	200	الإجمالي

قيمة كا² = 2,736 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0,255 الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يشاهدون برامج الرأي المعروضة في القنوات الدينية على الفضائيات العربية دائماً من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 41,0 ٪، موزعة بين 0, 44 ٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 0, 38 ٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يشاهدونها أحياناً من إجمالي مفردات عينة الدراسة 0, 50 ٪ موزعة بين 0, 49 ٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 0, 51 ٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من لا يشاهدون برامج الرأي المعروضة في القنوات الدينية على الفضائيات من إجمالي مفردات عينة الدراسة 0, 9 ٪ موزعة بين 0, 7 ٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 0, 11 ٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وبحساب قيمة كا² من الجدول السابق عند درجة حرية = 2، وجد أنها = 2, 736، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0, 05، أي أن مستوى المعنوية أكبر من 0, 05، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومعدل مشاهدة الباحثين لبرامج الرأي التي تقدم بالقنوات الفضائية. فبرامج الرأي أصبحت سمة كل قناة تعكس التوجهات المختلفة للقنوات، فهي تعتمد على التقارير والصور الواقعية فضلاً عن تحقيقها للمشاركة الجماهيرية. وتتفق تلك النتيجة مع ما توصلت إليه الدراسات السابقة، حيث أشارت دراسة صالح السيد عراقي¹⁹ إلى أن 78,7 ٪ يشاهدون برامج الرأي أحياناً وذلك في مقابل 18 ٪ يشاهدون البرامج بشكل دائم، كما تتفق أيضاً مع ما توصلت إليه كل من دراسة رانيا أحمد²⁰، ودراسة ريهام سامي²¹، ودراسة إيمان عز الدين دوابة²²، ودراسة طارق محمد إبراهيم²³.

2- أهم الموضوعات التي يحرص المبحوثون على مشاهدتها ببرامج الرأي بالفضائيات:

جدول (2)

أهم الموضوعات التي يحرص المبحوثون على مشاهدتها ببرامج الرأي بالفضائيات وفقاً للنوع

الدلالة	قيمة z	الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة الموضوعات
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.05	2.713	69.2%	252	62.9%	112	75.3%	140	الموضوعات السياسية
0.05	2.548	30.8%	112	37.1%	66	24.7%	46	الموضوعات الدينية
غيردالة	1.457	43.7%	159	40.4%	72	46.8%	87	الموضوعات الرياضية
غيردالة	1.214	51.1%	186	47.2%	84	54.8%	102	الموضوعات الثقافية
غيردالة	0.350	22.3%	81	23.0%	41	21.5%	40	الموضوعات الفنية
			364		178		186	جملة من سئلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم الموضوعات التي يحرص المبحوثون على مشاهدتها ببرامج الرأي بالفضائيات وفقاً للنوع، حيث جاءت الموضوعات السياسية بنسبة بلغت 69,2% من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 75,3% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 62,9% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند 0,05، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 2,713 وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%. ويمكن تفسير ذلك برغبة الجمهور المصري في مزيد من المعرفة والثقافة السياسية ومشاركته في العملية السياسية عن ذي قبل، بشكل جعله يهتم أكثر بمعرفة أكثر من وجهة نظر للخبراء والمتخصصين في الشؤون السياسية.

وجاءت الموضوعات الدينية بنسبة بلغت 30,8% من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 24,7% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 37,1% من إجمالي مفردات عينة الإناث، حيث يوجد فارق بين النسبتين دال إحصائياً عند 0,05، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 2,548 وهي قيمة منبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95%.

وجاءت الموضوعات الرياضية بنسبة بلغت 43,7% من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 46,7% من إجمالي مفردات

عينة الذكور في مقابل 4, 40٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1, 457 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95٪.

وجاءت الموضوعات الثقافية بنسبة بلغت 1, 51٪ من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 8, 54٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 2, 47٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 1, 214 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95٪.

وجاءت الموضوعات الفنية بنسبة بلغت 3, 22٪ من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 5, 21٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 0, 23٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وتتقارب النسبتان، حيث إن الفارق بين النسبتين غير دال إحصائياً، فقد بلغت قيمة Z المحسوبة 0, 350 وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة 95٪.

3 - مدى حرص الباحثين على متابعة ظاهرة الإرهاب في برامج الرأي المقدمة بالفضائيات:

جدول (3)

مدى حرص الباحثين على متابعة ظاهرة الإرهاب في برامج الرأي المقدمة بالفضائيات وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة مدى المعرفة
%	ك	%	ك	%	ك	
13.2%	54	15.2%	26	11.3%	28	أحرص بشكل دائم
72.0%	262	70.2%	125	73.7%	137	أحرص أحيانا
14.8%	48	14.6%	27	15.1%	21	نادرا ما أحرص
100	364	100	178	100	186	الإجمالي

قيمة كا² = 1, 198 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0, 549 الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يحرصون بشكل دائم على متابعة ظاهرة الإرهاب في برامج الرأي المقدمة بالفصائيات من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 13, 2 %، موزعة بين 3, 11 % من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 2, 15 % من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يحرصون أحياناً على متابعة ظاهرة الإرهاب في برامج الرأي المقدمة بالفصائيات من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة 72, 0 %، موزعة بين 7, 73 % من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 2, 70 % من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يحرصون نادراً على متابعة ظاهرة الإرهاب في برامج الرأي المقدمة بالفصائيات من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة 14, 8 %، موزعة بين 1, 15 % من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 6, 14 % من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وبحساب قيمة كا² من الجدول السابق عند درجة حرية = 2، وجد أنها = 1, 198، وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0, 05، أى أن مستوى المعنوية أكبر من 0, 05، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومدى حرص الباحثين على متابعة ظاهرة الإرهاب في برامج الرأي المقدمة بالفصائيات.

4 - مستوى المصدقية في معالجة برامج الرأي لظاهرة الإرهاب من وجهة نظر الباحثين:

جدول (4)

مستوى المصدقية في معالجة برامج الرأي لظاهرة الإرهاب من وجهة نظر الباحثين وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة مستوى المصدقية
%	ك	%	ك	%	ك	
20.3 %	64	18.5 %	28	21.8 %	36	بدرجة كبيرة
75.3 %	238	77.5 %	117	73.3 %	121	بدرجة متوسطة
4.4 %	14	4.0 %	6	4.8 %	8	لا تتمتع بالمصدقية
100	316	100	151	100	165	الإجمالي

قيمة كا² = 734, 0 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 693, 0 الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن مستوى المصدقية في معالجة برامج الرأي لظاهرة الإرهاب بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 3, 20، %، موزعة بين 8, 21 % من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 5, 18 % من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يرون أن مستوى المصدقية في معالجة برامج الرأي لظاهرة الإرهاب بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة 3, 75، %، موزعة بين 3, 73 % من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 5, 77 % من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يرون أن معالجة برامج الرأي لظاهرة الإرهاب لا تتمتع بأي مستوى من المصدقية من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة 4, 4، %، موزعة بين 8, 4 % من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 0, 4 % من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وبحساب قيمة كا² من الجدول السابق عند درجة حرية = 2، وجد أنها = 0, 734، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0, 05، أي أن مستوى المعنوية أكبر من 0, 05، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومستوى المصدقية في معالجة برامج الرأي لظاهرة الإرهاب من وجهة نظر الباحثين.

5 - مدى مساهمة برامج الرأي في إمداد الباحثين بالمعلومات عن ظاهرة الإرهاب:

جدول (5)

مدى مساهمة برامج الرأي في إمداد الباحثين بالمعلومات عن ظاهرة الإرهاب وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة
ك	%	ك	%	ك	%	مدى المساهمة
80	25.3 %	36	23.8 %	44	26.7 %	بشكل كبير
190	60.1 %	98	64.9 %	92	55.8 %	بشكل متوسط
46	14.6 %	17	11.3 %	29	17.6 %	بشكل ضعيف
316	100	151	100	165	100	الإجمالي

قيمة كا² = 3, 507، درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0, 173، الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن برامج الرأي تساهم في

إمداد الباحثين بالمعلومات عن ظاهرة الإرهاب بشكل كبير من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 3, 25 ٪، موزعة بين 7, 26 ٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 8, 23 ٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يرون أن برامج الرأي تساهم في إمداد الباحثين بالمعلومات عن ظاهرة الإرهاب بشكل متوسط من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة 1, 60 ٪، موزعة بين 8, 55 ٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 9, 64 ٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يرون أن برامج الرأي تساهم في إمداد الباحثين بالمعلومات عن ظاهرة الإرهاب بشكل ضعيف من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة 6, 14 ٪، موزعة بين 6, 17 ٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 3, 11 ٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وبحساب قيمة كا² من الجدول السابق عند درجة حرية = 2، وجد أنها = 3, 507، وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0, 05، أى أن مستوى المعنوية أكبر من 0, 05، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومدى مساهمة برامج الرأي في إمداد الباحثين بالمعلومات عن ظاهرة الإرهاب.

6 - مدى تأثير مشاهدة برامج الرأي في اتجاه الباحثين نحو ظاهرة الإرهاب:

جدول (6)

مدى تأثير مشاهدة برامج الرأي في اتجاه الباحثين نحو ظاهرة الإرهاب وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة
ك	%	ك	%	ك	%	مدى التأثير
218	69	112	74.2	106	35.8	نعم
98	31	39	25.8	59	64.2	لا
316	100	151	100	165	100	الإجمالي

قيمة كا² = 634, 3 درجة الحرية = 1 مستوى المعنوية = 0, 057، الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة تأثير مشاهدة برامج الرأي في اتجاه

المبحوثين نحو ظاهرة الإرهاب بلغت 0, 69 ٪ من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة، موزعة بين 8, 35 ٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 2, 74 ٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من لم يتأثروا بمشاهدة برامج الرأي في تغيير اتجاههم نحو ظاهرة الإرهاب من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة 0, 31 ٪، موزعة بين 2, 64 ٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 8, 25 ٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وبحساب قيمة كا² من الجدول السابق عند درجة حرية = 1، وجد أنها = 3, 634 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0, 05، أي أن مستوى المعنوية أكبر من 0, 05، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومدى تأثير مشاهدة برامج الرأي في إتجاه المبحوثين نحو ظاهرة الإرهاب.

7- مدى دعم ما تعرضه برامج الرأي من صور ضحايا العمليات الإرهابية لموقف المبحوثين الراض لهذا الأمر:

جدول (7)

مدى دعم ما تعرضه برامج الرأي من صور ضحايا العمليات الإرهابية لموقف المبحوثين الراض لهذا الأمر وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة مدى الدعم
ك	%	ك	%	ك	%	
266	84.2	124	82.1	142	86.1	نعم
50	15.8	27	17.9	23	13.9	لا
316	100	151	100	165	100	الإجمالي

قيمة كا² = 0, 920 درجة الحرية = 1 مستوى المعنوية = 0, 338 الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن ما تعرضه برامج الرأي من صور ضحايا العمليات الإرهابية تدعم موقف المبحوثين الراض لهذا الأمر من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 2, 84 ٪، موزعة بين 1, 86 ٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 1, 82 ٪

من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يرون أن ما تعرضه برامج الرأي من صور ضحايا العمليات الإرهابية لا تدعم موقف المبحوثين الراض لهذا الأمر من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة 8, 15، %، موزعة بين 9, 13، % من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 9, 17، % من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وبحساب قيمة كا² من الجدول السابق عند درجة حرية = 1، وجد أنها = 0, 920، وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0, 05، أي أن مستوى المعنوية أكبر من 0, 05، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومدى دعم ما تعرضه برامج الرأي من صور ضحايا العمليات الإرهابية لموقف المبحوثين الراض لهذا الأمر.

8 - مدى قدرة برامج الرأي في الفضائيات أن تقدم صورة حقيقية للعمليات الإرهابية المنتشرة في المجتمع من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (8)

مدى قدرة برامج الرأي في الفضائيات أن تقدم صورة حقيقية للعمليات الإرهابية المنتشرة في المجتمع من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة
%	ك	%	ك	%	ك	مدى قدرة البرامج
56.3	178	53.6	81	58.8	97	نعم
43.7	138	46.4	70	41.2	68	لا
100	316	100	151	100	165	الإجمالي

قيمة كا² = 0, 849، درجة الحرية = 1 مستوى المعنوية = 0, 357، الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن برامج الرأي في الفضائيات تقدم صورة حقيقية للعمليات الإرهابية المنتشرة في المجتمع من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 3, 56، %، موزعة بين 8, 58، % من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 6, 53، % من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يرون أن برامج الرأي في الفضائيات لا تقدم صورة حقيقية

للعمليات الإرهابية المنتشرة في المجتمع من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة 7, 43 ٪، موزعة بين 2, 41 ٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 4, 46 ٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وبحساب قيمة كا² من الجدول السابق عند درجة حرية = 1، وجد أنها = 0, 749، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0, 05، أي أن مستوى المعنوية أكبر من 0, 05، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) ومدى قدرة برامج الرأي في الفضائيات أن تقدم صورة حقيقية للعمليات الإرهابية المنتشرة في المجتمع من وجهة نظر الباحثين.

9 - مدى تقديم برامج الرأي في الفضائيات حلول لوقف إنتشار العمليات الإرهابية داخل المجتمع ضمن أحداثها من وجهة نظر الباحثين:

جدول (9)

مدى تقديم برامج الرأي في الفضائيات حلولاً لوقف إنتشار العمليات الإرهابية داخل المجتمع ضمن أحداثها من وجهة نظر الباحثين وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة
%	ك	%	ك	%	ك	مدى تقديم حلولاً
21.2	67	21.2	32	21.2	35	نعم
78.8	249	78.8	119	78.8	130	لا
100	316	100	151	100	165	الإجمالي

قيمة كا² = 0, 001، درجة الحرية = 1 مستوى المعنوية = 0, 997، الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن برامج الرأي في الفضائيات تقدم حلولاً لوقف إنتشار العمليات الإرهابية داخل المجتمع ضمن أحداثها من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 2, 21 ٪، موزعة بين 2, 21 ٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 2, 21 ٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يرون أن برامج الرأي في الفضائيات لا تقدم حلولاً لوقف إنتشار العمليات الإرهابية داخل المجتمع

ضمن أحداثها من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة 78,8 ٪، موزعة بين 78,8 ٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 78,8 ٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وبحساب قيمة كا² من الجدول السابق عند درجة حرية = 1، وجد أنها = 0,001، وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0,05، أي أن مستوى المعنوية أكبر من 0,05، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومدى تقديم برامج الرأي في الفضائيات حلولاً لوقف إنتشار العمليات الإرهابية داخل المجتمع ضمن أحداثها من وجهة نظر الباحثين.

10 - مدى اعتقاد الباحثين أن برامج الرأي تساهم في رفع مستوى المعرفة بظاهرة الإرهاب:

جدول (10)

مدى اعتقاد الباحثين أن برامج الرأي تساهم في رفع مستوى المعرفة بظاهرة الإرهاب وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة
ك	%	ك	%	ك	%	مدى الاعتقاد
96	30.4 %	51	33.8 %	45	27.3 %	بشكل قوى
151	47.8 %	70	46.4 %	81	49.1 %	بشكل متوسط
69	21.8 %	30	19.9 %	39	23.6 %	بشكل ضعيف
316	100	151	100	165	100	الإجمالي

قيمة كا² = 1,733، درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0,420، الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يرون أن برامج الرأي تساهم في رفع مستوى المعرفة بظاهرة الإرهاب بشكل قوى من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 30,4 ٪، موزعة بين 27,3 ٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 33,8 ٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يرون أن برامج الرأي تساهم في رفع مستوى المعرفة بظاهرة الإرهاب بشكل متوسط من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة

الدراسة 8, 47 ٪، موزعة بين 1, 49 ٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 4, 46 ٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يرون أن برامج الرأي تساهم في رفع مستوى المعرفة بظاهرة الإرهاب بشكل ضعيف من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي من إجمالي مفردات عينة الدراسة 8, 21 ٪، موزعة بين 6, 23 ٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 9, 19 ٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث. وبحساب قيمة كا² من الجدول السابق عند درجة حرية =2، وجد أنها = 1, 733، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0, 05، أي أن مستوى المعنوية أكبر من 0, 05، مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومدى اعتقاد المبحوثين أن برامج الرأي تساهم في رفع مستوى المعرفة بظاهرة الإرهاب.

ثانياً: نتائج إختبارات فروض الدراسة

الفرض الأول: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستويات الاقتصادية للمبحوثين ومدى الثقة في المضمون المقدم ببرامج الرأي"

جدول (11)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين المستويات الاقتصادية للمبحوثين ومدى الثقة في المضمون المقدم ببرامج الرأي

المستوى الاجتماعي الاقتصادي		المتغيرات
الدلالة	معامل الارتباط	
غير دالة	0, 002	مدى الثقة في المضمون المقدم ببرامج الرأي

يتبين من الجدول السابق: عدم وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين المستويات الاقتصادية للمبحوثين ومدى الثقة في المضمون المقدم ببرامج الرأي، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون قيمة (0, 002)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0, 05).

الفرض الثاني: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة التعرض لبرامج الرأي وإتجاهات المبحوثين نحو ظاهرة الإرهاب"

جدول (12)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين كثافة التعرض لبرامج الرأي وإتجاهات المبحوثين نحو ظاهرة الإرهاب

المتغيرات		الاتجاهات نحو ظاهرة الإرهاب
معامل الارتباط	الدلالة	
0.258	0.01	كثافة مشاهدة المبحوثين لبرامج الرأي

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين كثافة التعرض لبرامج الرأي وإتجاهات المبحوثين نحو ظاهرة الإرهاب، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون قيمة (0, 258)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0, 01).

الفرض الثالث: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد المبحوثين على برامج الرأي في الحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب و النوع (الذكور والإناث)"

جدول (13)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين اعتماد المبحوثين على برامج الرأي في الحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب و النوع (الذكور والإناث)

المتغيرات		الإعتماد على برامج الرأي في الحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب
معامل الارتباط	الدلالة	
0.312	0.01	النوع

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين اعتماد المبحوثين على برامج الرأي في الحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب و النوع (الذكور والإناث)، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون قيمة (0, 312)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0, 05).

الفرض الرابع: "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اعتماد المبحوثين على برامج الرأي ومدى الثقة فيها"

جدول (14)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مدى إعتقاد المبحوثين على برامج الرأي ومدى الثقة فيها

مدى الثقة في برامج الرأي		المتغيرات
الدلالة	معامل الارتباط	
0.01	0.251	مدى إعتقاد المبحوثين على برامج الرأي

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين مدى إعتقاد المبحوثين على برامج الرأي ومدى الثقة فيها، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون قيمة (0, 251)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0, 01).

تحليل نتائج الدراسة ومناقشتها:

تشير نتائج البحث إلى مجموعة من المؤشرات من أهمها:

1 - أشارت نتائج الدراسة أن نسبة من يشاهدون برامج الرأي المعروضة في القنوات الدينية على الفضائيات العربية دائماً من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 41, 0 ٪، وبلغت نسبة من يشاهدونها أحيانا 50, 0 ٪، بينما بلغت نسبة من لا يشاهدون برامج الرأي المعروضة في القنوات الدينية على الفضائيات 9, 0 ٪.

2 - أن أهم الموضوعات التي يحرص المبحوثون على مشاهدتها ببرامج الرأي بالفضائيات الموضوعات السياسية بنسبة بلغت 69, 2 ٪ من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي.

3 - أن نسبة من يحرصون بشكل دائم على متابعة ظاهرة الإرهاب في برامج الرأي المقدمة بالفضائيات بلغت 13, 2 ٪، وبلغت نسبة من يحرصون أحيانا على متابعة ظاهرة الإرهاب في برامج الرأي المقدمة بالفضائيات 72, 0 ٪، وبلغت نسبة من يحرصون نادرا على متابعة ظاهرة الإرهاب في برامج الرأي المقدمة بالفضائيات 14, 8 ٪.

4 - أن نسبة من يرون أن مستوى المصادقية في معالجة برامج الرأي لظاهرة الإرهاب بدرجة مرتفعة بلغت 20, 3 ٪، وبلغت نسبة من يرون أن مستوى المصادقية في معالجة

برامج الرأي لظاهرة الإرهاب بدرجة متوسطة 3, 75 ٪، وبلغت نسبة من يرون أن معالجة برامج الرأي لظاهرة الإرهاب لا تتمتع بأي مستوى من المصدقية 4, 4 ٪.

5 - أن نسبة من يرون أن برامج الرأي تساهم في إمداد المبحوثين بالمعلومات عن ظاهرة الإرهاب بشكل كبير بلغت 3, 25 ٪، وبلغت نسبة من يرون أن برامج الرأي تساهم في إمداد المبحوثين بالمعلومات عن ظاهرة الإرهاب بشكل متوسط 1, 60 ٪، وبلغت نسبة من يرون أن برامج الرأي تساهم في إمداد المبحوثين بالمعلومات عن ظاهرة الإرهاب بشكل ضعيف 6, 14 ٪.

6 - أن نسبة تأثير مشاهدة برامج الرأي في اتجاه المبحوثين نحو ظاهرة الإرهاب بلغت 0, 69 ٪ من إجمالي مفردات من يشاهدون برامج الرأي، وبلغت نسبة من لم يتأثروا بمشاهدة برامج الرأي في تغيير اتجاههم نحو ظاهرة الإرهاب 0, 31 ٪.

7 - أن نسبة من يرون أن ما تعرضه برامج الرأي من صور ضحايا العمليات الإرهابية تدعم موقف المبحوثين الراض لهذا الأمر حيث بلغت 2, 84 ٪، في حين ترى نسبة 8, 15 ٪ أن ما تعرضه برامج الرأي من صور ضحايا العمليات الإرهابية لا يدعم موقف المبحوثين الراض لهذا الأمر.

8 - أن نسبة من يرون أن برامج الرأي في الفضائيات تقدم صورة حقيقية للعمليات الإرهابية المنتشرة في المجتمع بلغت 3, 56 ٪، وبلغت نسبة من يرون أنها لا تقدم صورة حقيقية للعمليات الإرهابية المنتشرة في المجتمع 7, 43 ٪.

9 - أن نسبة من يرون أن برامج الرأي في الفضائيات تقدم حلولاً لوقف إنتشار العمليات الإرهابية داخل المجتمع ضمن أحداثها بلغت 2, 21 ٪، وبلغت نسبة من يرون أنها لا تقدم حلولاً لوقف إنتشار العمليات الإرهابية داخل المجتمع ضمن أحداثها 8, 78 ٪.

10 - أن نسبة من يرون أن برامج الرأي تساهم في رفع مستوى المعرفة بظاهرة الإرهاب بشكل قوى من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 4, 30 ٪، وبلغت نسبة من يرون أنها تساهم بشكل متوسط 8, 47 ٪، وبلغت نسبة من يرون أنها تساهم في رفع مستوى المعرفة بظاهرة الإرهاب بشكل ضعيف 8, 21 ٪.

- 11 - عدم وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين المستويات الاقتصادية للمبحوثين ومدى الثقة في المضمون المقدم ببرامج الرأي.
- 12 - وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين كثافة التعرض لبرامج الرأي وإتجاهات المبحوثين نحو ظاهرة الإرهاب.
- 13 - وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين اعتماد المبحوثين على برامج الرأي في الحصول على معلومات حول ظاهرة الإرهاب و النوع (الذكور والإناث).
- 14 - وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين مدى اعتماد المبحوثين على برامج الرأي ومدى الثقة فيها.

مراجع البحث ومصادره

- (1) محمد محمد بكير، علاقة وسائل الاتصال الحديثة بالاغتراب الاجتماعي للشباب المصري: دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 26 (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يناير - مارس 2006) ص 241.
- (2) عبد الفتاح عبد النبي، تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1990) ص 4.
- (3) هاني إبراهيم أحمد، مدى اعتماد المراهقين على البرامج الإخبارية بالتلفزيون العربي في الحصول على المعلومات، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، 2000) ص 3.
- (4) وليد فتح الله بركات، اعتماد الشباب الجامعي الكويتي على وسائل الإعلام في المعرفة بالقضايا العربية والدولية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 18 (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يناير - مارس 2003) ص 73.
- (5) هاني إبراهيم أحمد، مرجع سابق، ص 4.
- (6) رباب عبد الرحمن هاشم، المعالجة التلفزيونية والصحفية لقضايا الإصلاح السياسي في المجتمع العربي ودورها في تشغيل معارف الجمهور واتجاهاته نحوها، رسالة دكتوراه، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2008) ص 3.
- (7) Rosen, Berry, Jack & Vickers, Lauren, A: **Applied mass communication theory: A Guide for Media practitioners**, (Boston: Pearson, 2009) pp 127 – 131.
- (8) Watson, James: **Media communication: an introduction to theory and process**, 3rd ed (New York: palgrave, 2008) pp 76– 78.
- (9) Brand Stanley, j: **Introduction to mass communication: media literacy and culture**. Updated fifth edition (Boston: Mcgrow – Hill, 2010) p. 370.
- (10) Littlejohn, Stephen, w, & Foss, Karen, A: **Theories of human communication** ", 9th ed (Australia: Thomson wads worth, 2008) pp 302– 303.
- (11) رجع الباحث في هذه النقطة الى:

-Charlene Simmons: Will you be on our board of directors ? we need help: media corporations, environmenta (change, and resource dependency theory, **journalism & Mass communication quarterly**, 2012, vol 89, No 1, pp 55. 72.

-Benjamin Ka lun Cheng & Wai Lo Han: Can news be imaginative testing the perceived credibility of melodramatic animated news, news organizations, media use, and media dependency, **Etelectronic News**, 2012, vol 6, no3, pp: 131 – 150.

12-Epkins. Heather Davis: Farming of terrorism Views of " front lines" national security prestige press, ph.D., university of Maryland, college Park,http: //search. phoquest Comldocview.2015.

13-Villano, Paella; Poccini,Stefano; Morselli, David: Discourse and terrorism: the representation of Ahab's in the Italian and international Press since September, 11,2001, *Psicologia social*. Vol 5(3), Sep-Dec2010. Pp. 443– 462.

14 - إنجي محمود السيد إبراهيم: المعالجة الصحفية لقضايا الإرهاب، دراسة مقارنة للصحافة المصرية والأمريكية عقب أحداث 11 سبتمبر 2001، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية، 2009.

15-Gomez Rodriguez, Gabriela: The contention of social imaginaries on terrorism in news papers from Montreal and Guadalajara. A Comparative study among three cultural groups, ph.D; University of Maryland, college Park, http://search. phoquest.com.docvew,2015.

16- سلطان بن عجمي بن منيخر، دور وسائل الاتصال في تشكيل معارف الجمهور السعودي نحو قضايا الإرهاب: دراسة مسحية، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2008).

17 - سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام، ط2، (القاهرة: عالم الكتب، 2006) ص 131.

18 - سامي طايح، بحوث الإعلام، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2001) ص 167.

* - أساء السادة المحكمين مرتبة أيجديا:

- أم د/ حلمي محسب: وكيل كلية الإعلام وتكنولوجيا الإتصال بقنا جامعة جنوب الوادي.

- أد/ حنان جنيد: أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

- أد/ محمد المرسي: أستاذ ورئيس قسم الإذاعة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

- أد/ منى الحديددي: أستاذ الإذاعة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.

19 - صالح السيد عراقي، نموذج مقترح لثقافة الحوار في القنوات التلفزيونية العربية وفقا لرؤية الخبراء وجمهور المشاهدين لتلك القنوات، مجلة الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مج 9، ع1، يناير / يونيه 2008.

20 - رانيا أحمد علي، مدى اعتماد الشباب على برامج الرأي في معرفة مشكلات المجتمع المصري، بحث منشور في: المؤتمر السنوي الثاني عشر، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2006).

21 - ريهام سامي حسين، مرجع سابق.

22 - إيمان عز الدين، دور البرامج الحوارية وإعلانات التوعية بالتلفزيون المصري في ترتيب أولويات قضايا الطفولة لدى الرأي العام، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، 2005).

23 - طارق محمد إبراهيم محمد، دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو قضايا الإصلاح السياسي: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، غير منشورة، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام، 2012).

تأثير الإعلام السلبي على المجتمع

معالي الأستاذ الدكتور أمين المشاقبة

قسم العلوم السياسية

الجامعة الأردنية

وزير التنمية الإجتماعية الأسبق

المملكة الأردنية الهاشمية

ملخص

هدفت هذه الورقة إلى التعرف على الدور الذي يمارسه الإعلام في عملية تكوين أفكار الأفراد ومعتقداتهم نحو القضايا المتعددة، وقد أجابت الدراسة عن أسئلتها المتعلقة ببيان مفهوم الإعلام، والإعلام السلبي، وتوضيح مضامين وأدوات الإعلام السلبي، ومدى تأثيره على المجتمعات من حيث نشر الفكر المتطرف وإضعاف روح المواطنة، وبيّنت الدراسة دور الفرد والأسرة والمدرسة والأنظمة والقوانين ومؤسسات المجتمع المدني ومؤسسات العمل الاجتماعي في محاربة الإعلام السلبي، ومن تلك الأدوار: متابعة مدى التزام وسائل الإعلام بالأنظمة والقوانين وأخلاقيات الإعلام، ومقاضاة وسائل الإعلام التي تسيء استخدام حرية البث، وتنتهك قيم المجتمع، وترفض الالتزام بمبدأ الحرية المسؤولة، وأوصت الدراسة بضرورة تفعيل دور الإعلام في التوعية والتنشئة السياسية والاجتماعية، وضرورة العمل على إيجاد مؤسسات مجتمع مدني قادرة على مراقبة المحتوى الإعلامي، ومخاطبة الجهات الرسمية في حال حصول أي مخالفات من قبل وسائل الإعلام، واللجوء إلى القضاء إن لزم الأمر.

كلمات مفتاحية: الإعلام، الإعلام السلبي، المجتمع، التأثير، مؤسسات العمل الاجتماعي

The impact of negative media on society

By: Prof. Amin Al-Mashaqbeh

Department of Political Science – University of Jordan– Former Minister of Social Development

Abstract

This paper aimed to identify the role played by the media in the process of forming the ideas and beliefs of individuals towards multiple issues.

The study answered its questions regarding the manifestation of the concept of Media, negative media, the elucidation of negative media contents and tools, and its impact on societies in terms of spreading extremist ideology and weakening the spirit of citizenship.

The study showed the role of the individual, the family, the school, the laws, the civil society organizations and the social work institutions in combating negative media, these include: monitoring media compliance with laws, media ethics, and prosecute media that misuse the freedom of broadcasting, violate the values of society, refuse to abide by the principle of responsible freedom.

The study recommended the need to activate the role of the media in raising awareness and political and social upbringing, and the need to create civil society organizations capable of monitoring media content, and to address the official authorities in the event of any irregularities by the media and resort to the judiciary if necessary.

Keywords: Media, Negative Media, Society, Influence, Social work organizations

مقدمة

الإعلام هو مصطلح يُطلق على أي وسيلة أو تقنية أو منظمة أو مؤسسة ربحية أو غير ربحية، خاصة أو عامة، رسمية وغير رسمية هدفها نشر الأخبار والأحداث ونقل المعلومات، ويشمل مفهوم الإعلام جميع قنوات ووسائل الاتصال المستخدمة في نشر الأخبار أو الإعلانات الترويجية، أو البيانات أو المعلومات، وهو الوسيلة الاجتماعية الرئيسية للتواصل مع الجماهير، والتي تعتمد على وجود "مرسل" و"مستقبل"، وبناءً على ذلك فإن وسائل الإعلام تشمل الوسائل التقليدية كالصحف اليومية، والمجلات، والتلفاز، والراديو، والوسائل غير التقليدية كالإعلام الإلكتروني.

يُعتبر الإعلام الإلكتروني من وسائل الإعلام الحديثة التي توظف تكنولوجيا المعلومات الإلكترونية، والتي تشمل شبكة الانترنت وأي وسيلة أخرى تعتمد على المعلومات الرقمية، وبطبيعة الحال فإن الإعلام الإلكتروني يختلف عن الإعلام التقليدي من عدة جوانب سنتناولها بالتفصيل لاحقاً في هذه الدراسة.

إنه من المعروف أن وسائل الإعلام المختلفة التقليدية وغير التقليدية -الإلكترونية- ذات أثر بالغ الأهمية على المجتمع عموماً، وعلى الأسر والأفراد والنشء الجديد، وهي إحدى وسائل التنشئة الاجتماعية والسياسية، وقد ازداد هذا التأثير نتيجة تطور وازدياد التقنيات الرقمية الحديثة مثل القنوات الفضائية، والانترنت، والفيديو، وتويتر، وغيرها، إذ إن لها سلبيات عديدة إذا ما تُركت دون رقابة، فهي تسهم في إفساد الأخلاق العامة، والتأثير على منظومة القيم الاجتماعية السائدة ونشر التطرف والغلو والعنف، فالإعلام السلبي يساهم في تفكيك وخلخلة فكر المجتمعات وقيمها ونسيجها الاجتماعي المترابط، ويعيق حركتها ونهوضها، مما يؤثر على التنمية البشرية والمادية فيها، والتأثير على قدرة الفرد في بذل أي جهد عقلي منظم لتطوير ذاته وتنمية مهاراته، مما يقتل الإبداع والابتكار لديه، ويصبح ذا اعتمادية عالية على تلك الوسائل، ناهيك عن استنزاف أوقات الشباب وطاقتهم، وإغراقهم في العديد من الإغراءات الأخلاقية، أو الفكرية، والزج بهم إلى أتون التطرف والانغلاق، وربما يدفع بهم إلى استخدام العنف.

ويعمل الإعلام السلبي الذي يثير الدوافع والحوافز ضد مصلحة المجتمع وأهدافه

العامة وقيمه المركزية، وعليه فإن وسائل الإعلام بمختلف أنواعها تلعب دوراً مهماً في ترسيخ العديد من المفاهيم والقيم والتصورات لدى الأفراد، وتهيؤهم لتقبل اتجاهات جديدة أو تنفرهم منها، ولهذا فإن الإعلام يتسم بالتخطيط والتنظيم لمضامينه، والدقة في تحديد وسائله وغاياته وأهدافه.

أهمية الدراسة

إن أهمية الدراسة نابعة من أهمية الدور الذي يمارسه الإعلام في عملية التنشئة السياسية والاجتماعية للأفراد، وفي تكوين أفكارهم ومعتقداتهم نحو قضايا متعددة، إذ أن ما تبثه وسائل الإعلام من مواد إعلامية تؤثر على المتلقي بشكل مباشر في تكوين فكر يستند إلى القيم والمبادئ السائدة، أو تكوين فكر سلبي ومتطرف لا يتفق مع توجهات المجتمع.

فرضية الدراسة وأسئلتها

تنطلق هذه الدراسة من فرضية رئيسية، وهي أن: "هناك علاقة ارتباطية بين الإعلام السلبي وبين تغير قيم والنشء والمجتمعات عموماً".

وللتأكد من صحة هذه الفرضية فإن هذه الدراسة ستحاول الإجابة عن الأسئلة التالية:

1. ما هو الإعلام، والإعلام السلبي؟
2. ما هي مضامين الإعلام السلبي، وما مدى تأثيره على المجتمعات؟
3. ما هي الأدوات المستخدمة في الإعلام السلبي؟
4. ما هو دور مؤسسات المجتمع المدني ومؤسسات العمل الاجتماعي في اجتراف آليات لمحاربة الإعلام السلبي؟
5. ما هي المقترحات والحلول لمشاكل وتأثيرات الإعلام السلبي؟

منهجية الدراسة

استندت هذه الدراسة إلى نظريات التأثير الإعلامية ممثلةً بنظرية الاعتماد المتبادل، وفقاً

لفرضية الدراسة وأسئلتها كونها نظرية شاملة ومتكاملة لدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والرأي العام وتأثيرها على الجمهور كما هو حال موضوع هذه الدراسة.

تنطلق هذه النظرية من منطلق أن استخدام وسائل الإعلام لا يأتي من فراغ ولا بمعزل لا يأتي عن التأثير بالرأي العام الذي تعيش فيه، إذ إن قدرة الإعلام تزداد في التأثير عندما تقوم وظائف وسائل الإعلام بدورها بكل فعالية واقتدار والمتمثلة في نقل المعلومة بشكلٍ مميزٍ ومكثفٍ للنظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال والإعلام⁽¹⁾.

ومن الأهداف الرئيسية لهذه النظرية الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسائل الإعلام آثاراً قوية ومباشرة، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعاً ما⁽²⁾.

ويمكن القول بأن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي (نظرية بيئية) تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، فهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة وارتباط كل منها بالآخر، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات⁽³⁾.

تعتمد نظرية الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام على مجموعة من الافتراضات الأساسية التي يمكن تلخيصها في: أن احتمال إحراز وسائل الإعلام لنسبة من التأثيرات المعرفية والسلوكية والشعورية سوف يزداد حين تخدم الأنظمة الإعلامية العديد من الوظائف الإخبارية المتنوعة، فضلاً عن زيادة هذا الاحتمال في حالة وجود درجة عالية من عدم الاستقرار في البيئة الاجتماعية، مما يؤدي إلى التضارب والتغيير السريع في الأفكار والمعتقدات⁽⁴⁾.

إن التأثيرات التي تحدث نتيجة الاعتماد على نظم الإعلام تعكس العلاقة بين درجة

(1) ملفين، ديفلير و ساندرا، روكيتش، (1988)، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبدالرؤوف، القاهرة، دار السماح للتوزيع، ص 95.

(2) نسرين، حسونة، (2011)، نظريات الإعلام والاتصال، الرياض، مكتبة الألوكة، ص 52

(3) حمادة، بسيوني، (1996)، وسائل الإعلام والسياسة دراسة في ترتيب الأولويات، القاهرة، مكتبة نهضة الشرق، ص 56

(4) ملفين، ديفلير و ساندرا، روكيتش، مرجع سابق، ص 97

الاعتماد على هذه النظم واتجاهات التغيير في المعرفة أو الشعور أو السلوك للأفراد باعتبارها مجالات تأثير ناتج عن هذا الاعتماد، وسوف نوضح هذه التأثيرات في الآتي⁽¹⁾:

1. التأثيرات المعرفية: إن تجاوز مشكلة الغموض التي تنتج عن تناقض المعلومات التي يتعرض لها الفرد أو نقص المعلومات أو عدم كفايتها لفهم الأحداث، يحدث هذا للفرد عندما يعلم بوقوع الأحداث ولا يعرف مغزى الحدث أو تفسيراته.

2. التأثيرات العاطفية: ومن الأمثلة عليها مشاعر الحب والكرهية، إذ تؤثر الرسائل الإعلامية على مشاعر الأفراد واستجاباتهم، كالفطور العاطفي، كأن يتعرض الفرد إلى موضوعات العنف بشكل مكثف، مما يولد لديه شعوراً بأن العنف هو الحياة الحقيقية، فتتقصر بالتالي لديه الرغبة في مساعدة الآخرين.

3. التأثيرات الأخلاقية والمعنوية: يحدث هذا التأثير عندما تكون هناك معلومات إيجابية ومنظمة في وسائل الإعلام حول الجماعات والفئات التي ينتمي إليها الفرد، ومثل هذه المعلومات يمكن أن يكون لها تأثير معنوي على الأفراد الذين يعتمدون على نظم ووسائل الإعلام في إطار التأثيرات العاطفية.

4. التأثيرات السلوكية: هي الناتج النهائي للتأثيرات المعرفية أو العاطفية، مثلاً نجد أن الناس يمكن أن ترتبط بوجهة نظر أو حل لمشكلة نتيجة لاتجاهات كونها بالمعرفة والمشاعر التي طورتها من خلال وسائل الإعلام، والعكس صحيح.

(جدول رقم 1: تصنيف أهداف اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام)

التسلية Play	التوجيه Orientation	الفهم Understanding
للتسلية الذاتية أو الفردية -Soli-tary play مثل: الاسترخاء عندما تكون بمفردك أو الحصول على شيء ما لتقوم بإنجازه	للتوجيه الفعلي أو السلوكي -Ac-tion مثل: توجيه العمل في إطار من التوقعات وأخلاقيات المجتمع	الفهم الذاتي -Self-under-standing مثل: معرفة الذات ونمو الشخصية، والتعليم، والحصول على الخبرات
التسلية الاجتماعية -Social play مثل: التخلص من الوحدة كالذهاب إلى السينما مع العائلة والأصدقاء	التوجيه التفاعلي -Interaction مثل: الحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع المواقف الجديدة	الفهم الاجتماعي -Social under-standing مثل: معرفة أشياء عن العالم أو البيئة المحيطة وتفسيرها

(1) حمادة، بسيوني، مرجع سابق

Defleur & Ball- Rokeach, (1989), Theories of mass communication, P.306

مفاهيم ومصطلحات الدراسة

1. الإعلام: هو نقل المعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية بطريقة معينة من خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر، وتكوين الظاهرة المعنوية ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية بقصد التأثير⁽¹⁾.

ويمثل الإعلام التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت، بمعنى أن الإعلام مرآة عاكسة لسلوك الشعوب كما هي السلطة⁽²⁾.

2. التأثير: يُعرّف التأثير أو النفوذ بأنه نوع من أنواع القوة التي قد تكون ظاهرة أو خفية، وتؤثر تأثيراً عميقاً في ممارسة السلطة أو في مؤسساتها، أو في المجتمع عامة. والتأثير أيضاً هو تعبير عن الحث والإقناع أو التلميح بهدف التأثير على السامع والقارئ بشكل مباشر أو غير مباشر⁽³⁾.

3. المجتمع: هو عبارة عن مجموعة من الناس التي تشكّل النظام نصف المغلق، والتي تشكل شبكة العلاقات بين الناس، وهو مجموعة من الناس التي تعيش سويةً في شكل منظم وضمن جماعة منظمة⁽⁴⁾.

(1) ابراهيم، سعد الدين، (1989)، التعددية السياسية والديمقراطية في الوطن العربي، منتدى الفكر العربي، ط(1)، عمان، ص 27

(2) حمزة، عبداللطيف، (1984)، الإعلام والدعاية، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، القاهرة، ص 61، وانظر: علاء، الزيود، (2019)، جدلية السياسة والإعلام، المكتبة العالمية، القاهرة، ص 19.

(3) ربيع، محمد، (1987)، مناهج البحث في العلوم السياسية، الكويت، ص 291، وانظر: ويكيبيديا الموسوعة الحرة، (2011)، الإعلام الإلكتروني، www.ar.wikipedia.org

(4) الموسوعة الحرة، ويكيبيديا، www.ar.wikipedia.org

أولاً- مفهوم الإعلام وعناصره:

إن مفهوم الإعلام لا يمكن حصره بالمفهوم الخاص أو المحدد، بل إنه يشمل معظم التكنولوجيا الحديثة علاوة على وسائله التقليدية التي تنقل المعلومات والثقافات والخلاصات الفكرية للمرسل سواء كان أفراداً أو مؤسسات بطريقة ظاهرة أو معنوية مباشرة أو غير مباشرة إلى طرف آخر مستقبل يتلقى تلك الرسائل ويتأثر بها ويتفاعل معها إيجاباً أو سلباً⁽¹⁾.

ويُعتبر الإعلام جزءاً من عملية الاتصال، أو عملية مشاركة المعلومات والرسائل بين المصدر (المرسل) والمتلقي (المستقبل) مع وجود العديد من العوامل الوسيطة بين الرسالة والمتلقي، بما يحدد تأثير الاتصال⁽²⁾.

ومن جهةٍ أخرى فإن كلاً من المرسل والمستقبل يتحدث عن موضوع معين انطلاقاً من معرفته بهذا الموضوع، ومتأثراً بما لديه من مخزون ثقافي وقيم ومعتقدات، وكذلك بانتماءاته الاجتماعية الثقافية، مما يثير لديه ردود فعل معينة تجاه ما يتلقاه من معلومات وآراء، ويحدد أيضاً مدى تأثيره بهذه المعلومات والآراء⁽³⁾.

وتتكون عملية الاتصال من ستة عناصر أساسية، هي:

- المصدر أو المرسل:

ويقصد به منشئ الرسالة، ويمكن أن يكون المرسل فرداً أو مجموعة من الأفراد، وقد يكون مؤسسة أو منظمة، وكثيراً ما يستخدم المرسل بمعنى القائم بالاتصال، غير أن ما يجدر التنويه إليه هنا أن المرسل ليس بالضرورة أن يكون هو القائم بالاتصال، فمندوب المحطة التلفزيونية قد يحصل على خبر معين من مكان الحدث، ثم يتولى المحرر صياغته وتحريره، ويقدمه قارئ النشرة إلى الجمهور⁽⁴⁾، وفي هذه الحالة نجد أن كلاً من المندوب والمحرر وقارئ النشرة بمثابة قائم بالاتصال وإن اختلف دور كل منهم، وهناك من

(1) محمد، الموسى وآخرون، (2011)، الإعلام الجديد وتطور الأداء والوسيلة والوظيفة، سلسلة مكتبة الإعلام للمجتمع، بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر.

(2) حمادة، بسيوني، مرجع سابق، ص 69

(3) ملفين، ديفليو وساندرا، روكيتش، مرجع سابق، ص 99

(4) حمادة، بسيوني، مرجع سابق، ص 56

يرى أن القائم بالاتصال هو قارئ النشرة فقط، أي أنه بينما يوسع البعض مفهوم القائم بالاتصال ليشمل كل من يشارك في الرسالة بصورة أو بأخرى، فإن البعض الآخر يضيق المفهوم قاصراً إياه على من يقوم بالدور الواضح والمباشر على المتلقي.

- الرسالة:

وهي المحتوى أو المعلومة التي ينقلها المصدر إلى المستقبل، وتحتوي على المعاني والأفكار والآراء التي تتعلق بأحداث معينة، يتم التعبير عنها رمزيًا سواء بالحديث أو الإشارة، وتتوقف فاعلية الاتصال على الفهم المشترك للموضوع واللغة التي يطرح بها المرسل الرسالة⁽¹⁾.

- الوسيلة:

وتعرّف بأنها الأداة أو القناة التي يتم بواسطتها نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل⁽²⁾، وتختلف وسائل الإعلام حسب مستوى الاتصال، ومن وسائل الإعلام: الصحيفة أو المجلة أو الإذاعة أو التلفزيون، أو الانترنت.

- المتلقي أو المستقبل:

وهو الجمهور الذي يتلقى الرسالة الإعلامية ويتفاعل معها ويتأثر بها، وهو الهدف المقصود في عملية الاتصال، ولا شك أن فهم الجمهور وخصائصه وظروفه تلعب دوراً مهماً في إدراك معنى الرسالة ودرجة تأثيرها في عقلية ذلك الجمهور، ولا يمكن أن نتوقع أن الجمهور يصدق وينصاع تلقائياً للرسالة الإعلامية، فهو قد يرفضها أو يستجيب لها إذا كانت تتفق مع ميوله واتجاهاته ورغباته، وقد يتخذ بعض الجمهور موقف اللامبالاة من الرسالة ولا يتفاعل معها⁽³⁾.

- ردود الفعل أو التغذية الراجعة:

تتخذ ردود الأفعال اتجاهها عكسياً في عملية الاتصال، (من المستقبل إلى المرسل)،

(1) ملفين، ديفلير و ساندر، روكيتش، مرجع سابق، ص 100

(2) ملفين، ديفلير و ساندر، روكيتش، مرجع سابق، ص 101

(3) حمادة، بسيوني، مرجع سابق، ص 101

وذلك للتعبير عن موقف المتلقي من الرسالة ومدى فهمه لها واستجابته أو رفضه لمعناها⁽¹⁾.

- التأثير:

إن التأثير مسألة نسبية ومتفاوتة بين شخص وآخر وجماعة وأخرى، وذلك بعد تلقي الرسالة الاتصالية وفهمها، وغالباً ما يكون تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية بطيئاً وليس فورياً، كما يعتقد البعض، وقد يكون تأثير بعض الرسائل مؤقتاً وليس دائماً، ومن ثم فإن التأثير هو الهدف النهائي الذي يسعى إليه المرسل، وتتجلى النتيجة النهائية لعملية التأثير بتغيير التفكير، وتغيير السلوك⁽²⁾.

ثانياً- وظائف وسائل الإعلام

تنوّع وظائف وسائل الإعلام، وهي كما يلي:

- الوظيفة الإخبارية:

تقوم وسائل الإعلام المختلفة بنقل الأحداث والموضوعات المتنوعة، وتتابع تطورها وانعكاساتها على المجتمع ككل، وذلك لتلبية حاجة الانسان الفطرية في معرفة ما يدور حوله من أحداث.

وتندرج الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام تحت مبدأ تقاسم المعرفة، حيث أن هذا المبدأ ضروري ليكون المتلقي قناعاته ويكون فاعلاً في مجتمعه، وضروري لصانع القرار ليتخذ القرارات المناسبة مع احتياجات المجتمع، كما أنه ضروري للمجتمع ليكون العقل الجمعي في مواجهة الأحداث الطارئة⁽³⁾.

- الإعلان والدعاية:

تقوم وسائل الإعلام بمهمة التعريف عن كل ما هو جديد وتقديمه إلى الجمهور

(1) نفس المرجع، ص 102

(2) نفس المرجع، ص 102

(3) جاسم، ميرزا، (2013)، وسائل الإعلام ودورها في التوعية الأمنية: الوسائل التقليدية- الوسائل الحديثة- الشبكات الاجتماعية، مؤتمر التوعية الأمنية رؤية مستقبلية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ص 8

وعرض فوائده وأسعاره وحسناته بشكل عام، مثل الترويج للسلع والمنتجات الجديدة، أو الإعلان عن وجود وظائف شاغرة، أو الإعلان عن إجراء مناقصة أو وضع التزام موضع التنفيذ.

وتستخدم الحكومات عملية الدعاية والإعلان عبر وسائل الاعلام لتقوم بوظيفة توعية الجماهير لموضوع ما، أو تحفيزهم للقيام بواجب اجتماعي أو سياسي ما، أو التسويق السياسي لبرنامج حزب معين⁽¹⁾.

- الترفيه والتسلية وقضاء الأوقات:

تقوم وسائل الإعلام بمهمة ملء أوقات فراغ الناس من خلال التسلية والترفيه وتقديم البرامج المختلفة لجذب الجمهور إليها، وتمثل الوظيفة الترفيهية لوسائل الإعلام من خلال عرض المسلسلات الكوميدية، وبرامج المسابقات والمنافسات الرياضية، وغير ذلك من برامج تهدف إلى ملء أوقات الفراغ عند الجماهير⁽²⁾.

ولا تخلّ الوظيفة الترفيهية لوسائل الإعلام من الجوانب السلبية، وخاصة لدى الفئات العمرية (الشباب والأطفال) التي تقضي ساعاتٍ طويلة أمام التلفاز والقنوات الفضائية ووسائل التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يؤثر سلباً على صحتهم وعلاقاتهم الاجتماعية وتحصيلهم الدراسي.

- التماسك الاجتماعي وتنمية العلاقات الانسانية:

تعمل وسائل الإعلام على تعميق الصلات الاجتماعية وتنميتها عن طريق ما يسمى بالاتصال الاجتماعي، وذلك بتحفيز التواصل بين الأفراد عندما تقوم وسائل الإعلام بنقل الأخبار الاجتماعية اليومية، مثل: أخبار الأفراح، والوفيات، وغيرها من الأخبار الاجتماعية التي تمس العلاقات الانسانية والاجتماعية بين أفراد المجتمع الواحد⁽³⁾.

(1) أحمد، بدر، (1981)، الاتصال بالجماهير بين الإعلام والدعاية والتنمية، وكالة المطبوعات، الكويت.

(2) جاسم، ميرزا، مرجع سابق، ص 9

(3) حمادة، بسيوني، مرجع سابق، ص 10

– التنشئة الاجتماعية والسياسية

تُعتبر وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها من أهم وسائل التنشئة الاجتماعية السياسية وأكثرها خطورة؛ نظراً لأنها في متناول جميع الأفراد، كما أن البرامج المقدمة تؤثر فيهم بشكل كبير، وكثيراً ما يتقبلونها بعفوية تامة، ومن هنا تلعب وسائل الإعلام دوراً كبيراً في تشكيل اتجاهات الأفراد وآرائهم ومواقفهم تجاه قضايا معينة⁽¹⁾، وقد أكدت الدراسات أن وسائل الإعلام هي من أهم القنوات التي تسهم في تشكيل الصور الذهنية في حياة الأفراد المعاصرة بسبب انتشارها الواسع⁽²⁾.

وتُعدّ وسائل الإعلام من بين أهم الوسائل التي تتدفق المعلومات من خلالها بين الحاكم والمحكوم؛ كونها وسيلة يستخدمها النظام السياسي لتمرير رسائله للرأي العام⁽³⁾؛ حيث أن الإعلام هو المحرك والمحدد لما يتم بثه فيها بطريقة تختلف من نظام سياسي لآخر، إذ تعتمد الحكومة أسلوب الدعاية والتأكيد على سماع المواطنين لمعلومات محدّدة الأهداف⁽⁴⁾، وفي هذا الصدد أشار جبرائيل الموند إلى أن وسائل الإعلام الموجهة يمكن أن تكون أداة قوية في تشكيل المعتقدات السياسية بالرغم من أن المواطنين سرعان ما يتجاهلون الأخبار التي تتناقض مع ما خبروه بأنفسهم⁽⁵⁾، وتؤثر وسائل الإعلام أيضاً على نمط تفكير الأفراد، وتلعب دوراً هاماً في بث التوجهات، وتقوم بإعطاء معلومات محدّدة وفورية عن الأحداث السياسية في العالم⁽⁶⁾.

(1) محمد، العنقرة، وآخران، (2008)، التربية الوطنية، (ط1)، عمان، دار حنين للنشر والتوزيع، ص 27

(2) محمد، الموسى وآخران، مرجع سابق، ص، 77

(3) ثروت، مكبي، (2005)، الإعلام والسياسية وسائل الاتصال والمشاركة السياسية، (ط1)، القاهرة، عالم الكتاب، ص 54

(4) رعد، سالم، (2000)، التنشئة الاجتماعية وأثرها على السلوك السياسي. دراسة اجتماعية سياسية تحليلية مقارنة، (ط1)، عمان، دار وائل للنشر، ص 83

(5) جابرئيل، الموند و (باول الابن) جي، بنجهام، (1998)، السياسات المقارنة في وقتنا الحاضر نظرة عالمية، ترجمة هشام عبدالله، عمان، الأهلية للنشر والطباعة والتوزيع، ص 65.

(6) نفس المرجع، ص 66.

ومن الجدير بالذكر أن وسائل الإعلام لا تؤثر بنفس الطريقة في كل الأفراد، وإنما ترتبط بعدة متغيرات خاصة بالفرد متلقي الرسالة الإعلامية كمتغير السن، حيث يفضل صغار السن المواد الترفيهية ولا يبدون اهتماماً بالشؤون العامة، إضافةً إلى المستوى الاجتماعي والاقتصادي للأفراد، وميولهم ومواقفهم السياسية، ودرجة تعرّضهم لوسائل الإعلام، والشروط التي تتم فيها عملية التلقي، ومتغيرات أخرى خاصة بتلك الرسائل⁽¹⁾.

ومن الأدوار الأخرى لوسائل الإعلام في عملية التنشئة الاجتماعية السياسية غرس الشعور بالانتماء إلى أمة أو قومية معيّنة، وغرس الرغبة في التغيير وزيادة تطلعات الجماهير من خلال تعلّم طرق جديدة للتفكير والسلوك والتركيز على المستقبل لتحقيق الطموح وتحسين مستوى المعيشة، وتشجيع الجماهير على المشاركة السياسية من خلال نقل اهتماماتهم ومطالبهم إلى القيادة ونقل تعليمات القيادة إلى الجماهير، إضافةً إلى وظيفة المساندة السياسية للنظام السياسي لتحقيق استقراره وإضفاء الشرعية السياسية له.⁽²⁾

وتعتبر وسائل الإعلام خاصة الفضائية منها من الوسائل الفاعلة في بناء القضايا السياسية المهمة؛ إذ تقوم بفتح قنواتها أمام المسرح السياسي للمناقشة، وغالباً ما يتحدث الأفراد بانسجام مع الخطوط التي ترسمها هذه الفضائيات، حيث أنه يوجد لكل فرد اتجاهات نحو العديد من الأمور والقضايا، وقد تكون هذه الاتجاهات إيجابية أو سلبية نحو النظام السياسي؛ وبناءً على ذلك يجب على الجهات الرسمية والمهتمة بالشأن السياسي العمل على استغلال كافة وسائل الإعلام استغلالاً صحيحاً في عملية التنشئة الاجتماعية السياسية؛ من خلال تسخير كافة الأدوات المتوفرة في تشكيل الرأي العام تجاه مختلف قضايا المجتمع.

- التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات:

إن عملية توجيه الرأي العام يمارس بشكل مباشر وغير مباشر سواء عن طريق وسائل الإعلام المختلفة، فكلما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجماهير لغة

(1) ثروت، مكّي، مرجع سابق، ص 26

(2) ثروت، مكّي، نفس المرجع، ص 59-60

ومحتوى، ازداد تأثيرها، فلا يعقل مثلاً أن تخاطب الذين لا يجيدون اللغة العربية باللغة الفصحى، ولا الذين ليس لديهم مستوى ثقافي معين بالمنطق وعلم الكلام والحجج الفكرية والفلسفية.

- التثقيف العام:

يهدف الإعلام إلى رفع مستوى الثقافة لدى الجمهور المتلقي بواسطة وسائل الإعلام، وليس بالطرق التقليدية والوسائل الأكاديمية التعليمية، والتثقيف العام يحدث في الإطار الاجتماعي للفرد سواء كان ذلك بشكل عفوي وعارض أم بشكل مخطط ومبرمج ومقصود⁽¹⁾.

- التثقيف والتعليم ونقل التراث

تمارس وسائل الإعلام دوراً مهماً في تثقيف الأفراد وتزويدهم بشتى المعلومات وفي مختلف التخصصات من خلال المواضيع والبرامج التي تطرحها وتناقشها، وقد أصبح هناك قنوات متخصصة في اهتمام الجماهير، مما أتاح للمتلقي اختيار ما يناسبه من تخصص ومن اهتمامات، فنجد قنوات تعليمية، وقنوات رياضية، واقتصادية وسياسية، وقنوات للأطفال، وغيرها من القنوات التعليمية والتثقيفية، بحيث يمكن لكل شخص اختيار ما يناسبه من برامج تثير اهتمامه، وتلبي احتياجاته، كما أن الإعلام يساهم في نقل التراث إلى الأجيال القادمة من خلال بث القيم والعادات وتقاليد المجتمع التي كانت سائدة عند الآباء والأجداد.

ثالثاً- أنواع وسائل الإعلام

• وسائل الإعلام التقليدية، وتشمل ما يلي:

1. الوسائل المطبوعة:

وهي الوسائل التي تنتجها المطابع المختلفة، مثل: الصحف والمجلات والكتب والنشرات والكتيبات والدوريات، وتتميز وسائل الإعلام المطبوعة بأنها تخاطب جميع فئات المجتمع الذين يجيدون القراءة والكتابة، وتتيح للمتلقي التحكم في

(1) محمود، أدهم، (1987)، فن الخبر: مصادره، عناصره، مجالات الحصول عليه، تطبيقاته العلمية، القاهرة.

تحديد وقت القراءة واختيار المادة أو الموضوع الذي يريد قراءته، وتسمح للقارئ بإعادة قراءته أكثر من مرة إذا ما أراد المتلقي ذلك⁽¹⁾.

2. وسائل الإعلام المسموعة:

وهي الوسائل التي تعتمد على عنصر الصوت وحده، مثل الراديو والتسجيلات الصوتية المختلفة التي تتنوع برامجها (مسلسلات، أخبار، ترفيه، تثقيف، رياضة)، وتخطب جميع فئات المجتمع، وبرامجها المتنوعة تجذب ذوي المستوى التعليمي الرفيع، وهي وسيلة رخيصة الثمن وفي متناول الجميع، ولها القدرة على تخطي الحدود⁽²⁾.

3. وسائل الإعلام السمعية البصرية:

وهي الوسائل التي تجمع بين الصوت والصورة، مثل: الأفلام السينمائية والتلفزيون، وأفلام الفيديو والمسرح.

وتدل نسبة كبيرة من الأبحاث الإعلامية على أن لكل وسيلة اتصال مقدرة على الإقناع تزيد أو تقل عن غيرها من الوسائل الأخرى، كذلك تشير العديد من البحوث إلى أن الإمكانات النسبية لمختلف الوسائل الإعلامية تختلف بشكل واضح من مهمة إقناعية إلى أخرى وفقاً للمواضيع التي تبثها، ووفقاً للجمهور الذي توجه إليه تلك المواضيع⁽³⁾.

وتعتبر وسائل الإعلام السمعية والبصرية أسرع وسائل الإعلام تأثيراً على المتلقي، إذ أنها تجمع بين حاستي المشاهدة والاستماع، وتدعم الأفكار والاتجاهات والمعلومات باستخدام التقنيات الحديثة، مثل المؤثرات الصوتية، وفنون التصوير، والديكور، والإخراج، وتساعد جاذبية الصور والألوان على تأكيد المعلومات وترسيخها أكثر من وسائل الإعلام الأخرى⁽⁴⁾.

(1) أحمد، بدر، مرجع سابق، ص 29

(2) جاسم، ميرزا، مرجع سابق، ص 12

(3) نفس المرجع، ص 13

(4) محمد، موسى وآخران، مرجع سابق، ص 101

ويُعتبر الفيديو من الأجهزة الحديثة التي أعطت الشباب فرصة الاستقلال عن أسرهم في رؤية المضمون الذي يرغبون مشاهدته، وتشير بعض الدراسات إلى أن الفيديو يحتل المرتبة الثانية بعد التلفزيون من حيث المشاهدة وقوة التأثير⁽¹⁾.

• وسائل الإعلام غير التقليدية (الإعلام الإلكتروني)

مثل تطور وسائل الإعلام الحديثة وانتشارها ثورةً تكنولوجية رافقتها مهمة تشكيل الرأي العام داخل المجتمع، حيث أن تلك الوسائل تؤثر في اتجاهات الأفراد والجماعات بشكل كبير جداً، ويُعتبر الانترنت نتاج الثورة التكنولوجية الحديثة، فهو فضاء ومجتمع افتراضي تقني يتواصل فيه الناس بدون أي حواجز وحدود جغرافية⁽²⁾.

وبفضل التكنولوجيا المتطورة والهواتف الذكية انتشرت مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، انستغرام)، وشهدت إقبالاً كبيراً من الجمهور، وغيّرت مضمون وشكل الإعلام الحديث.

وتتضمن شبكة الانترنت العديد من المخاطر، إذ أنه لا يمكن إحكام الرقابة على مضمون المواد الإعلامية في هذه الوسيلة (الإباحية، المعاكسات، التصنت، تدعيم السلوك العدواني، الإجرام، الفكر المتطرف، الإرهاب).

ويتشابه الإعلام الإلكتروني مع الإعلام التقليدي من حيث المفهوم، والمبادئ العامة، والأهداف، إلا أنه يتميز بأنه يعتمد على وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة، وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر، كما أنه إعلام مفتوح يعتمد على التكنولوجيا الحديثة بما يخفض من تكاليفه ويوسع من دائرة مستخدميته ليتخطى حدود الدول، الأمر الذي يساهم في تعدد الثقافات والتوجهات بين أطراف العملية الاتصالية، هذا بالإضافة إلى بعض الخصائص الأخرى، مثل تنوع وشمول المحتوى، وحرية وسهولة النفاذ إلى المعلومة، وتوسيع دائرة التنافس

(1) ثروت، مكّي، مرجع سابق، ص 45

(2) محمد، الموسى وآخران، مرجع سابق، ص 101

الإعلامي، والاعتماد على خدمات تفاعلية مما يدخل الجمهور كشريك أساسي في صنع المحتوى الإعلامي، أضف إلى ذلك أن الإعلام الإلكتروني ساهم في تنامي دور القطاع الخاص في مجال العمل الإعلامي، وأظهر أشكالاً جديدة من الإعلام مثل (إعلام الفرد) القائم على البث الشخصي⁽¹⁾.

رابعاً- مفهوم الإعلام السلبي

يتمثل مفهوم الإعلام السلبي في الاستغلال السيئ للإعلام التقليدي والإلكتروني من قبل بعض الفئات ذات التوجهات الهدامة والمتطرفة.

نجحت وسائل الإعلام في إشباع الحاجات الانسانية المتمثلة بالترفيه والتسلية والاستمتاع والتخلص من الملل والعزلة، وازدهر الاتجاه التجاري في صناعة التلفزيون والقنوات الفضائية والإعلام الإلكتروني، وارتبط ذلك الاتجاه بالمعلنين الباحثين عن أكبر نسبة مشاهدة وتوزيع، وبالمعلنين الباحثين عن المضمون الإعلامي الذي يدعم القيم الاستهلاكية، ومع كثرة القنوات الفضائية التجارية، واشتداد المنافسة فيما بينها لتحقيق الأرباح، من خلال الإعلانات والرعيات والخدمات التفاعلية وغيرها، قامت بعض القنوات الفضائية التجارية بالتنافس والتزاحم لتقديم المادة المثيرة المغرية، الخارجة عن المؤلف، مهما تكن هابطة وسلبية، وقد أدى هذا الوضع التنافسي المحموم بين ملاك بعض القنوات الفضائية التجارية إلى اختراق قيم المجتمعات، والتضحية بأخلاقيات الإعلام، وانتهاك معايير المهنية، وسوء استخدام حرية البث، والتجاهل التام للمسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام⁽²⁾.

خامساً- دور الإعلام السلبي في انتشار التطرف

يعود السبب في انتشار التطرف إلى حالة التناقض التي يعيشها كثير من المجتمعات، بين حالة سيادة كاملة لنموذج تقليدي على المجتمع، تقابلها توجهات مغايرة للإعلام بمجموع قنواته ووسائطه المختلفة، فالفرد يصبح في هذه الحالة في مواجهة خطاب متناقض يتسم محتواه الإعلامي بالمبالغة في فرض نموذج الشخصية المتحررة التي

(1) جاسم، ميرزا، مرجع سابق، ص 14

(2) محمد، موسى وآخران، مرجع سابق، ص 53

تخالف الكثير من متطلبات النموذج التقليدي⁽¹⁾.

إن هذا التطرف في الطرح الإعلامي الأحادي يوِّلد حالة من النفور والرفض داخل نفوس الكثير من الشباب المحافظ، والذي يطالب بمزيد من المراعاة للنموذج التقليدي، حيث أن حالة الصراع المتولدة داخل نفوس الشباب بفعل خطاب إعلامي يناقض ما نشأوا عليه من أخلاق وقيم وأعراف وتقاليد، خصوصاً إذا كان هذا الخطاب موسوماً بصبغة الرسمية؛ يولد حالة من الرفض التراكمي الذي لا يلبث أن يتحول لحالة صراع وإنكار فرغبة في التغيير الإيجابي⁽²⁾.

وكثيراً ما يقع الشباب فريسة سهلة لخطاب تشددي يقع في نفوسهم موقع انتقام بكلمات حق أريد بها باطل، وتستمر حالة الجذب والانجذاب لغاية اندماج الشاب بشكل كلي في مدار فكري تشددي، وظهور قابلية لديهم لدعم وتأييد توجهاتهم الفكرية -الجديدة- ولو بالقوة من خلال الاستناد لمنصة شرعية معززة بفتاوى وتفسيرات متشددة تجاه سبل التغيير، وبرغم ما يُوجّه للإعلام الموازي من نقد وهجوم؛ إلا أن حالة الانسجام الداخلي للفكر التشددي تجعل رسالته أقوى أثراً وأكثر قابلية للقبول من خطاب الإعلام الخاص أو الرسمي الذي يغلب عليه توصيف التذبذب والضعف والرتابة⁽³⁾.

سادساً- دور الإعلام السلبي في إضعاف روح المواطنة

ذكرنا سابقاً أن وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة تُعتبر مصدراً مهماً من مصادر التوجيه، وتلعب دوراً بالغ الأهمية في تشكيل شخصية شباب اليوم والغد، فوسائل الإعلام ذات التأثير السلبي غير معنية بما تقدمه للمجتمع وأفراده، ولا تقوم بأكثر من التوصيل لكن دون أسس واضحة، ودون معرفة⁽⁴⁾، ويتمثل دور الإعلام السلبي في إضعاف روح المواطنة بنشر الأخبار السلبية التي تؤدي إلى انهيار

(1) جاسم، ميرزا، مرجع سابق، ص 15

(2) شريف، السيد، (2002)، التنشئة الاجتماعية للطفل العربي في عصر العولمة، القاهرة، دار الفكر العربي، ص 23

(3) ربيع، زعيمية، (2017)، آثار الإعلام السلبي على الفرد والمجتمع، موقع الحوار المتمدن، www.ehewar.net

(4) جاسم، ميرزا، مرجع سابق، ص 16

المعنويات وغلبة الإحساس بعدم الأمان والتوجس من خلال نشر أخبار الجرائم والاعتداءات⁽¹⁾.

سابعاً- نتائج انتشار الإعلام السلبي:

إن من أهم نتائج انتشار الإعلام السلبي ما يلي⁽²⁾:

1. خلخلة فكر المجتمعات وقيمها ونسيجها المترابط، وإعاقة حركة نهوضها وتقدمها وتنميتها البشرية.
2. تقليل قدرة الفرد على أن يبذل جهداً عقلياً منظماً لتطوير نفسه وبناء ذاته، وتطوير مجتمعه.
3. استنزاف أوقات الشباب وطاقتهم، وإلهائهم عن حياتهم، وإغراقهم فيما لا يعود عليهم بالفائدة.
4. استغلال الموارد المالية للمشاهدين، واستنزاف قدراتهم المادية بأساليب متعددة ومتنوعة.
5. تحويل الشباب العربي إلى مستهلكين شديدي الولاء للجوانب السلبية في الثقافات الأجنبية، فلا يتم تسويق قيم العمل وأخلاقه، ولا البحث العلمي وأدواته، ولا الالتزام المجتمعي ومؤسساته، ولا الحراك الحضاري وآلياته، وإنما يقوم الإعلام السلبي بتسويق أخلاقيات الشوارع المظلمة، والطبقات السفلى من الثقافات الأجنبية.
6. تغيير وتبديل وقلب المفاهيم، وتزييفها أمام المشاهدين، فالإعلام السلبي يجعل اللصوصية بطولة، والغدر كياسة، والخيانة فطنة، والاحتيال ذكاء، والعنف هو أقصر الطرق لتحقيق المآرب، وعقوق الآباء تحرر، وبر الوالدين ذل، والزواج رق واستعباد، والنشوز حق، والعفة كبت.
7. إثارة الغرائز الجنسية، وتشجيع انتشار الرذيلة، والترويج لشرب الخمر،

(1) نفس المرجع، ص 16

(2) جاسم، ميرزا، مرجع سابق، ص 17

وتناول المسكرات، وتعاطي المخدرات، ولا يكون ذلك بإعلانات مباشرة، ولكن بالتضمين والإدراج والإيحاء، في سياق المحتوى الإعلامي، الذي يجعل من هذه الانحرافات شيئاً شهيماً مغرياً، يحفز الإنسان لتجربته.

ثامناً- المسؤولية المجتمعية في مكافحة الإعلام السلبي

إن مكافحة الإعلام السلبي مسؤولية تقع على عاتق الجميع، فابتداءً المشاهد هو الذي يختار الوسيلة الإعلامية، وهو الذي يختار المضمون الذي يتعرض له، ويؤثر فيه، ويتفاعل معه، ويشيع احتياجاته، فكلما كان المشاهد واعياً استطاع أن يمارس انتقائية ناجحة ومثمرة، فينتقي المضمون الإعلامي الإيجابي الذي يتعرض له ويتابعه⁽¹⁾.

وللأسرة والمدرسة دورٌ مهم في بناء الوعي لدى أفراد المجتمع، وبخاصة الأطفال والشباب، لصقل مهارات التلقي، والتعامل الناجح مع وسائل الإعلام، وتكوين رؤية تربوية ناضجة، للتمييز بين السلبي والإيجابي، والمفيد والضار، ثم ترسيخ مفهوم الرقابة الذاتية، وتعزيز الثقة بالذات⁽²⁾.

ويضاف إلى ذلك ضرورة سن أنظمة وقوانين تحمي المجتمعات من انحرافات بعض وسائل الإعلام، وتتصدى لممارساتها الضارة بالمجتمع، والمؤثرة سلبياً على أفرادها، والمنتهكة للقيم الأخلاقية والآداب العامة⁽³⁾.

وأخيراً فإن مؤسسات المجتمع المدني المتخصصة بهذا الموضوع، وهي الجمعيات الأهلية المتخصصة بحماية حقوق المشاهدين، والتي تعمل وفق مبادئ جمعيات حماية المستهلك يقع عليها عاتق متابعة مدى التزام وسائل الإعلام بالأنظمة والقوانين وأخلاقيات الإعلام، ومخاطبة ملائك وسائل الإعلام والحوار معهم، للالتزام بالأنظمة والقوانين وأخلاقيات الإعلام، ومقاضاة وسائل الإعلام التي تسيء استخدام حرية البث، وتنتهك قيم المجتمع، وتفرض الالتزام بمبدأ الحرية المسؤولة، ومخاطبة شركات الأرقام الصناعية والمعلنين وشركات الاتصالات والحوار معهم لدعوتهم للالتزام

(1) ربيع، زعيمية، مرجع سابق، www.ehewar.net

(2) محمد، موسى وآخران، مرجع سابق، ص78

(3) ربيع، زعيمية، مرجع سابق، www.ehewar.net

بالأنظمة والقوانين وأخلاقيات الإعلام، وتذكيرهم بمبدأ المسؤولية الاجتماعية، وأن عليهم واجبات تجاه مجتمعاتهم، ومقاواة المعلنين والشركات التي تستخف بمبدأ المسؤولية الاجتماعية، وتعمل عن عمد بالإضرار بالمجتمع، وانتهاك قيمه، من أجل تحقيق الأرباح واكتساب الأموال على حساب مستقبل المجتمع وأبنائه وبناته⁽¹⁾.

وتركز هذه الجمعيات الأهلية نشاطها عادةً حول قضيتين، هما: إثارة الغرائز الجنسية، والتشجيع على العنف؛ لأن هاتين القضيتين تتفق عليها الآراء، بين أتباع الديانات المختلفة، والتيارات السياسية المتناقضة، ومن نماذج جمعيات حقوق المشاهدين: مجلس الآباء لمراقبة التلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية، واجعل صوتك مسموعاً، وموقع مليون أب- مشروع جمعية العائلة الأمريكية، وموقع مليون أم- مشروع جمعية العائلة الأمريكية، ونأمل أن تحذو مؤسسات المجتمع المدني العربية حذو نظيراتها في الدول الغربية، وتتأسس جمعيات مختصة تهدف إلى التوعية بمخاطر الإعلام السلبي في ظل انتشاره بشكل واسع وسرعة نفاذه إلى كافة فئات المجتمع⁽²⁾.

الخاتمة

تناولت هذه الدراسة تعريفاً بمفهوم الإعلام ووظائفه وأهميته وأنواعه، ثم تطرقت الدراسة إلى بيان مفهوم الإعلام السلبي وأثره في إضعاف روح المواطنة ونشر الأفكار المتطرفة والمتشددة، وعرضت الدراسة المسؤولية المجتمعية لمكافحة الإعلام السلبي، والتي تبدأ من الفرد، ثم الأسرة والمدرسة، ثم القوانين، ثم مؤسسات المجتمع المدني.

وبناءً على ذلك، فإن الدراسة توصي بضرورة تفعيل دور الإعلام في التوعية والتنشئة السياسية والاجتماعية بالاستناد إلى عناصر الموضوعية والمصدقية والحيادية والشفافية بفعالية في صياغة السياسات والاستراتيجيات الوطنية، وضرورة العمل على إيجاد مؤسسات مجتمع مدني قادرة على مراقبة المحتوى الإعلامي ومخاطبة الجهات الرسمية في حال حصول أي مخالفات من قبل وسائل الإعلام واللجوء إلى القضاء إن لزم الأمر.

(1) نفس المرجع

(2) جاسم، ميرزا، مرجع سابق، ص 20

النتائج والتوصيات

يُمارس الإعلام دوراً كبيراً في عملية تكوين معتقدات ورؤى الأفراد حول القضايا المتعددة، وللإعلام على اختلاف وسائله التقليدية وغير التقليدية وظائف متعددة منها: الوظيفة الإخبارية، والإعلان والدعاية، والتوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات، والتثقيف العام ونقل التراث، والترفيه والتسلية وقضاء الأوقات، وغير ذلك من وظائف.

ومع تعدد وسائل الإعلام والتطور التكنولوجي دخلت المادة الإعلامية إلى حقل التنافس التجاري، وانتشرت المواد الإعلامية ذات المضمون السيء وغير القيم من حيث المحتوى، وهو ما يُطلق عليه الإعلام السلبي الذي ناقشته الدراسة وتناولت بعض آثاره من حيث نشر التطرف، وإضعاف روح المواطنة.

انطلقت هذه الدراسة من فرضية رئيسية، مفادها: "هناك علاقة ارتباطية بين الإعلام السلبي وبين تغير قيم النشء والمجتمعات عموماً"، إذ تبين أن هذه العلاقة الارتباطية موجبة، حيث يساهم الإعلام السلبي في إدخال قيم غريبة على المجتمعات، الأمر الذي يساهم في إضعاف التماسك الاجتماعي، وإضعاف الروح الوطنية، وغير ذلك من قضايا سلبية ناقشتها الدراسة.

وقد أجابت الدراسة عن أسئلتها المتمثلة بتقديم تعريف للإعلام، والإعلام السلبي، وتوضيح مضامين الإعلام السلبي، ومدى تأثيره على المجتمعات، وإبراز الأدوات المستخدمة في الإعلام السلبي، وبيان دور مؤسسات المجتمع المدني ومؤسسات العمل الاجتماعي في اجتراح آليات لمحاربة الإعلام السلبي.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- إن مكافحة الإعلام السلبي مسؤولية تقع على عاتق الجميع ابتداءً من الفرد الواعي الذي يجب أن ينتقي ما يتابع من برامج، مروراً بالأسرة، والمدرسة، وباقي مؤسسات التنشئة.

- تلعب الأنظمة والقوانين دوراً مهماً في حماية المجتمعات من انحرافات بعض وسائل الإعلام، والتصدي لممارساتها المؤثرة سلباً على أفرادها، والمتهكة للقيم الأخلاقية والآداب العامة.

- هناك جمعيات أهلية متخصصة بحماية حقوق المشاهدين تعمل وفق مبادئ جمعيات حماية المستهلك يقع على عاتقها متابعة مدى التزام وسائل الإعلام بالأنظمة والقوانين وأخلاقيات الإعلام، ومخاطبة ملائك وسائل الإعلام والحوار معهم، للالتزام بالأنظمة والقوانين وأخلاقيات الإعلام، ومقاضاة وسائل الإعلام التي تسيء استخدام حرية البث، وتنتهك قيم المجتمع، وترفض الالتزام بمبدأ الحرية المسؤولة، ومخاطبة شركات الأقمار الصناعية والمعلنين وشركات الاتصالات والحوار معهم لدعوتهم للالتزام بالأنظمة والقوانين وأخلاقيات الإعلام، وتذكيرهم بمبدأ المسؤولية الاجتماعية، وأن عليهم واجبات تجاه مجتمعاتهم، ومقاضاة المعلنين والشركات التي تستخف بمبدأ المسؤولية الاجتماعية، وتعمل عن عمد بالإضرار بالمجتمع، وانتهاك قيمه، من أجل تحقيق الأرباح واكتساب الأموال على حساب مستقبل المجتمع وأبنائه وبناته.

وفي ضوء هذه النتائج، فإن هذه الدراسة توصي بما يلي:

1. التوعية بمخاطر الإعلام السلبي في ظل انتشاره بشكل واسع وسرعة نفاذه إلى كافة فئات المجتمع.
2. العمل على إيجاد جمعيات أهلية متخصصة في الدول العربية هدفها مراقبة المحتوى الإعلامي، ومخاطبة وسائل الإعلام في حال تجاوزت حدود الأبعاد الأخلاقية في المجتمع.
3. العمل على توعية الأهالي (الآباء والأمهات) في مراقبة أبنائهم عند استخدامهم وسائل الإعلام وخاصة التواصل الاجتماعي والانترنت.
4. إصدار منشورات خاصة تُعمم على المدارس لتوعية النشء بسلبات الإعلام الموجه المؤثر على الأخلاق العامة.
5. تضمين المناهج المدرسية بعضاً من المباحث المتعلقة بمواجهة الإعلام السلبي وأثره.
6. عقد ورشات عمل متخصصة للمعلمين والقائمين على مؤسسات المجتمع المدني المتخصصة تضع بين أيديهم آليات ووسائل مواجهة أخطار الإعلام السلبي.
7. عمل برامج تلفزيونية وإذاعية للتوعية ونشر ثقافة المجتمع بعيداً عن الغزو الثقافي الخارجي بأبعاده السلبية المؤثرة على واقع المجتمعات العربية.

قائمة المصادر والمراجع

- أدهم، محمود، (1987)، فن الخبر: مصادره، عناصره، مجالات الحصول عليه، تطبيقاته العلمية، القاهرة.
- ألوند، جابرئيل و (باول الابن) جي، بنجهام، (1998)، السياسات المقارنة في وقتنا الحاضر نظرة عالمية، ترجمة هشام عبدالله، عمان، الأهلية للنشر والطباعة والتوزيع.
- بدر، أحمد، (1981)، الاتصال بالجمهور بين الإعلام والدعاية والتنمية، وكالة المطبوعات، الكويت.
- بسيوني، حمادة، (1996)، وسائل الإعلام والسياسة دراسة في ترتيب الأولويات، القاهرة، مكتبة نهضة الشرق.
- حسونة، نسرين، (2011)، نظريات الإعلام والاتصال، الرياض، مكتبة الألوكة.
- ديفلير، ملفين و روكيتش، ساندر، (1988)، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبدالرؤوف، القاهرة، دار السماح للتوزيع.
- زعيمية، ربيع، (2017)، آثار الإعلام السلبي على الفرد والمجتمع، موقع الحوار المتمدن، www.ehewar.net
- الزيود، علاء، (2019)، جدلية السياسة والإعلام، المكتبة العالمية، القاهرة.
- سالم، رعد، (2000)، التنشئة الاجتماعية وأثرها على السلوك السياسي: دراسة اجتماعية سياسية تحليلية مقارنة، (ط1)، عمان، دار وائل للنشر.
- سعد الدين، ابراهيم، (1989)، التعددية السياسية والديمقراطية في الوطن العربي، منتدى الفكر العربي، ط(1)، عمان.
- السيد، شريف، (2002)، التنشئة الاجتماعية للطفل العربي في عصر العولمة، القاهرة، دار الفكر العربي.
- عبداللطيف، حمزة، (1984)، الإعلام والدعاية، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، القاهرة.
- العناقرة، محمد، و البواعنة، لؤي و الدمنهوري، محمد (2008)، التربية الوطنية، (ط1)، عمان، دار حنين للنشر والتوزيع.
- محمد، ربيع، (1987)، مناهج البحث في العلوم السياسية، الكويت.

• مكّي، ثروت، (2005)، الإعلام والسياسية وسائل الاتصال والمشاركة السياسية، (ط1)، القاهرة، عالم الكتاب.

• الموسى، محمد والساموك، صمد و اباراهيم، انتصار، (2011)، الإعلام الجديد وتطور الأداء والوسيلة والوظيفة، سلسلة مكتبة الإعلام للمجتمع، بغداد، الدار الجامعية للطباعة والنشر.

• ميرزا، جاسم، (2013)، وسائل الإعلام ودورها في التوعية الأمنية: الوسائل التقليدية الوسائل الحديثة الشبكات الاجتماعية، مؤتمر التوعية الأمنية رؤية مستقبلية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

• ويكيبيديا الموسوعة الحرة، (2011)، الإعلام الإلكتروني، www.ar.wikipedia.org

Defleur & Ball- Rokeach, (1989), **Theories of mass communication**, (5th ed.).

White Plains, NY: Longman.

The Role of Schools in Media Literacy Education

دور المدارس في التربية الإعلامية

Dr. Aline Walid El Jurdi

PhD in Educational Sciences

School of Education and Social Work

Modern University for Business and Science

Lebanon

ملخص البحث

في عالم اليوم، أصبحت وسائل الإعلام أداة رئيسية للمعرفة يستخدمها الأشخاص من مختلف الفئات العمرية. على وجه الخصوص، يعتمد الأطفال والشباب بشكل متزايد على وسائل الإعلام في جوانب مختلفة من الحياة. وبالتالي، فإن تأثير وسائل الإعلام على الأجيال الشابة ملفت لأنه يؤثر على مهاراتهم الاجتماعية، والفكرية، والسلوكية، بل ويعمل كعامل رئيسي في التنشئة الاجتماعية. نتيجة لذلك، يعتبر تثقيف الشباب حول وسائل الإعلام أمراً ملحاً يستحوذ على تفكير الآباء والمربين وأفراد المجتمع. يجب أن تبدأ هذه الثقافة بالضرورة في المدارس والمؤسسات التعليمية والتربوية في محاولة لرفع وعي الشباب حول الإعلام وتزويدهم بفرص لتفسير المحتوى الإعلامي بشكل نقدي. يتم تحقيق هذه المهارات وغيرها من المهارات التقييمية والتحليلية من خلال التربية الإعلامية، وهي نهج تعليمي يحاكي القرن الحادي والعشرين ويهدف إلى تعزيز مهارات التفكير النقدي والتقييمي لدى الأفراد في تفسير المحتوى الإعلامي. يناقش هذا البحث أهمية التربية الإعلامية، والدور الذي تلعبه المدارس في هذه التربية، وضرورة دمجها في مناهج المدارس. يضاف إلى هذه المحاور توصيات ومبادئ توجيهية عملية للمدارس والمربين.

الكلمات المفتاحية: الإعلام، التأثير الإعلامي، التربية الإعلامية، المدارس

Abstract

In today's world, media has become a major tool of knowledge used by people of different age groups. In particular, children and young adults are increasingly relying on media in different aspects of life. Hence, the influence that media has over the youthful generations is remarkable as it impacts their social, cognitive, and behavioral skills and even acts as a main agent of socialization. As a result, educating the youth about media is a major concern for parents, educators, and society members. Such education should necessarily start in schools and educational institutions in an attempt to raise young people's awareness regarding media and provide them with opportunities to critically interpret media content. These and other evaluative and analytical skills are achieved through media literacy, a 21st century approach to education which aims at strengthening individuals' critical and evaluative thinking skills when interpreting media content. This research article discusses the significance of media literacy, the role that schools play in this education, and the necessity of integrating it into schools' curricula. These issues are presented in light of practical recommendations and guidelines to schools and educators.

Keywords: Media, Media influence, Media literacy, Schools

In the 21st century, media continues to characterize today's world with its multiple outlets and tools. Considine, Horton, and Moorman (2009) use the term "Millennials" to refer to today's young generation indicating that nowadays children and young adults tend to be attached to and overwhelmed with media and technology systems. By definition, media is considered to be a technological innovation which constitutes a rich channel for communication and interaction

among individuals (Cambridge Business English Dictionary, 2018; Christensson, 2006). The traditional tools of this innovation such as television, magazines, radios, films, and newspapers along with this age's new outlets which include smart phones, computers, tablets, and online content continue to intervene in almost every aspect of people's lives (Considine et al., 2009).

Consequently, media plays a crucial role in people's lives and impacts different fields such as business, communication, entertainment, and education (Considine et al., 2009; Neo & Neo, 2001). In fact, the role of media in education and learning is a remarkable one as classes, courses, and teaching materials are heavily relying on media tools to facilitate instruction and cater for this generation's needs and interests. As a result, it is now important that teachers incorporate media tools in their course content to enrich the teaching and learning experience and create a positive and motivational class culture (Considine et al., 2009; Neo & Neo, 2001).

Beside these roles, media has been considered one of the major agents of socialization along with parents, peers, and schools. This socializing role has placed media as a key institution that highly impacts individuals and societies (Ornstein, Levine, Gutek, & Vocke, 2017). Hence, people, in general, and young individuals, in particular, rely on it to get exposed to the world and construct their perceptions (Ornstein et al., 2017). In fact, media is a basic source of knowledge to the youthful generations who are continuously exposed to its multiple messages and are affected by it socially, psychologically, and cognitively (Jamieson & Muhlenhaupt, 2014; Kirsh, 2006; Koltay, 2011; Singer & Singer, 1998).

This research article addresses the role of media in children and young adults' lives and emphasizes the necessity of educating the youthful generations about media. Being theoretical in nature, it further reviews the existing literature on media, its influence, and role. Most importantly, this article discusses media literacy as a pedagogical approach and offers practical implications and recommendations for schools to integrate such literacy in the curriculum.

Literature Review

The use of media among children of different age groups is facilitated with children's ability to quickly access varied media tools, navigate, and use them purposefully (Considine et al., 2009). As a result, today's children have been referred to as "digital natives" by Prensky who highlighted the fact that these children are largely immersed in new media and technologies as well as shaped by the digital world (as cited in Considine et al., 2009, p. 473).

Media Consumption

Recent statistical figures on children's consumption of media are alarming and raise many concerns. According to a 2018 report published by Ofcom (2019), children's high consumption of media starts at the age of three and increases with time. The report mentions that children between three and four years use the TV as the main media outlet for 15 hours per week (Ofcom, 2019). This consumption changes with age as, for instance, children between 12 and 15 years tend to use tablets and other devices to go online, play games, watch videos, and listen to music for an average of 21 hours per week (Ofcom, 2019).

These figures are in parallel with other statistics done in the US. The

numbers show that young children below the age of 8 watch TV mostly for more than an hour per day (“Children and media in the US,” 2018). Also, in 2018, it was shown that teenagers, in general, view video and online content, and in North America teens were reported to spend an average of 3 hours per day on social media (“Children and media in the US,” 2018).

Besides emphasizing the high rate of children’s media consumption, these statistical figures also show that television is the most used outlet among children followed by tablets and smart devices. In fact, Jamieson and Muhlenhaupt (2014) rate television as being the basic and most used media outlet among children and note that televised content is also accessible to the young ones through many other tools such as computer devices and tablets. The two authors also report worrying figures related to infants and toddlers’ use of mobiles. The statistical data documented and reported by Common Sense Media in 2013 shows that these children’s use of mobile devices is high, and it has sharply increased by 28 % between the years 2011 and 2013 (as cited in Jamieson & Muhlenhaupt, 2014). This alarming increase in a relatively short period of time shows that children’s use of media is increasing with years and their dependence on it starts at very early ages leading to many hazardous consequences affecting their cognitive, linguistic, and social development (Jamieson & Muhlenhaupt, 2014).

The Influence of Media

In light of the statistical figures presented above, it is important to note that at an early age, children do not possess a fully developed system of cognitive abilities which makes them more vulnerable to media content (Eagle, 2007). This fact plays an important role in dif-

ferentiating and highlighting the influence of media between adults and children, making the latter highly influenced by media content (Eagle, 2007). Furthermore, as indicated by major theories in education, such as Piaget's Cognitive Development Theory and Vygotsky's Social Development Theory, children's cognition and behavior develop gradually and tend to be influenced by external or surrounding factors (Bjorklund, Muir-Broaddus, & Schneider, 1990; Newman & Holzman, 2005). As a result, children can easily be affected by anything they view and this reason heightens the negative influence of media and puts children at risk (Potter, 2003).

It is also important to note that the media presents and reinforces certain behaviors and concepts which appeal to children and attract them to carefully observe, store media messages, and replicate viewed behaviors (Rhodes, Brickman, & Bushman, 2007). The concepts of observational learning and modeling, presented by Bandura, further explain that the media presents different models to children who observe, learn, and apply varied concepts and behaviors reflecting what they view (Rhodes et al., 2007).

The above discussion emphasizes the role that media plays in children's life. A long body of research exists on the influence of media on children and young adults. Researches and studies have studied the link between media exposure and different other aspects in an attempt to clarify the influence that media has.

Television and other traditional and new media tools such as the Internet and video games have a crucial impact on children's health (Strasburger, Jordan, & Donnerstein, 2010). According to the American Academy of Pediatrics (AAP), children's use of media starts at a very

early stage, during infancy, and increases with age leading to severe health problems such as obesity, sleeping and attention disorders, as well as language delay (Stein, 2011). As a result, for safety reasons, the AAP recommends that infants and toddlers must not be exposed to screen media which includes television and video (Jamieson & Muhlenhaupt, 2014).

Moreover, children's attitudes, behaviors, and academic achievement can also be shaped by negative media content (Stein, 2011). In 2008, Kirkorian, Wartella, and Anderson reviewed empirical studies on TV viewing and concluded that the correlation between TV viewing and academic achievement is often negative especially if the televised content is purely entertaining or violent. Additionally, children and teenagers spend extensive periods watching violent movies and playing video games which contain a high degree of violence and aggressiveness (Anderson, Berkowitz, Donnerstein, Huesmann, Johnson, Linz, Malamuth, & Wartella, 2003). This attitude is in line with the nature of today's media that is marked by excessive use of violence and severe content (Anderson et al., 2003). Research studies on such contents have concluded that there exists a positive correlation between media violence and children's aggressive behavior where viewing violent content can lead in many instances to aggressiveness (Boxer, Huesmann, Bushman, O'Brien, & Mocerri, 2009; Gentile, Mathieson, & Crick, 2011; Ornstein et al., 2017; Singer & Singer, 1998).

In this respect, Hawton and Williams (2002) note that portraying suicide in media may impact the youthful generations the most and that such impact is heightened when the media tackles the issue of suicide in a simplified manner focusing less on the causes and magnifying

the method and act. A valid and recent example on suicidal and fearful media content are the newly debated online games. One of these games is the Blue Whale Suicide Challenge (BWSC) which has particularly gained fame in 2017 in Russia, India, and Europe, and it has been argued that the main target of this game has been teenagers and young adults (Kumar, Pandey, Pareek, Faiq, Khan, & Sharma, 2017). The game, which includes different dangerous and strange challenges that might lead to suicidal acts, employs exploitative and brainwashing strategies that target teenagers' psychological and mental wellbeing (Anand & Kishore, 2017; Kumar et al., 2017). As stated by Kumar et al. (2017) this game is a "strategic psychological motivation program that contains self-inflicting challenges which escalate as the game progresses and ultimately culminates into suicide" (p. 4).

Gender and sexual representation is another area presented by media. Studies have shown that media constructs and enhances stereotypes about gender roles affecting children's views and experiences (Steinke, Lapinski, Crocker, Zietsman-Thomas, Williams, Evergreen, & Kuchibhotla, 2007; Strasburger et al., 2010). Children's films and shows best reflect this issue. Popular fairytales such as Cinderella and The Little Mermaid transmit multiple messages about gender roles showing the female as a weak victim awaiting the male character who is usually powerful, good-looking, educated, and belongs to a higher socio-economic status (Best & Lowney, 2009; Booker, 2010). These fairytales and others also emphasize physical appearance and may alter children's self-concepts (Herbozo, Dunn, Larose, & Thompson, 2004).

Advertisements and commercials are another major aspect of media

content that dominates today's world and affects consumers of all ages especially children and the youth since they are the most vulnerable to such an impact (Shrum, 2004). Product placement, or the act of purposefully inserting brands and product names into media, affects children's perceptions and choices of products and brands especially if such placements are repetitive (Shrum, 2004).

Media Literacy: A Remedy

The information provided above indicates that media has a strong influence on young people of different age groups and that this influence can in many times harm or negatively impact children's health and development. This explains why many researchers and analysts emphasize the issue that children are vulnerable to media content the most, especially that at a young age they are not capable yet of understanding media representations, the thing that makes them passive viewers (Kirkorian et al., 2008)

As a result, many educators, authors, and experts in the field insist on the importance of educating the youth about media and regard this education as the only resolution to help children face and resist the different effects of media (Considine et al., 2009; De Abreu & Mihailidis, 2014; Kirsh, 2006; Koltay, 2011; Thoman, 2003). Back in 1986, Ontario was the world's first English-speaking jurisdiction to authorize and command the integration of media literacy in educational curricula (Jolls & Wilson, 2014). Many conferences, organizations, centers, and initiatives in different countries followed and resulted in worldwide recognition of media literacy's important and valid role (Jolls & Wilson, 2014).

Educating the youth and raising their awareness about media can be achieved through media literacy, a 21st century approach to education which involves the ability of viewing, understanding, analyzing, evaluating, and creating media content (Bulger & Davison, 2018; Media literacy: A definition and more, 2011). Although the term media literacy has been accompanied with several definitions, almost all have come to agree on a main purpose which is to enable individuals to gain critical thinking abilities that would help them understand media content and evaluate it (Bulger & Davison, 2018; Burn & Durran, 2007; Koltay, 2011).

The main objective of this literacy is to generate a thoughtful young generation capable of revolving from being passive to being an active audience carefully aware of media's influence (Bulger & Davison, 2018; Thoman, 2003). As a result, media literacy is seen as an appropriate approach that diminishes and controls the negative influence of media (Eagle, 2007; Singer & Singer, 1998) and also raises awareness among parents and educators to educational media that can in many times teach children important lessons (Kirkorian et al., 2008).

Empirical studies on media literacy have examined its effect in relation to many other aspects such as health, cognition, and behavior and have also emphasized the importance of adult involvement. As a result, parents, teachers, and educators are highly encouraged to participate in this literacy as their participation adds value to its effectiveness (Kirkorian et al., 2008).

Cognitive research on media literacy has generated many positive and promising outcomes. Many studies have shown that when school students received a media literacy course, their critical and analytical

skills improved which reflected positively on their academic achievement (Boske & McCormack, 2011; Hobbs & Frost, 2003; Jensen, 2008; Kahne et al., 2012; Singer & Singer, 1998).

Moreover, a meta-analysis done by Jeong, Cho, and Hwang in 2012 reviewed 51 quantitative studies that introduced media literacy interventions and examined their impact. The analysis found out that media literacy studies have had positive outcomes related to participants' knowledge, beliefs, behaviors, self-image, and perceptions (Jeong et al., 2012).

Other studies looked at media literacy in relation to health related issues and showed positive outcomes. In a large-scale quantitative study, Kupersmidt, Scull, and Austin (2017) showed that media literacy interventions helped in reducing elementary students' interest in alcoholic products and decreased their intentions towards using alcohol or tobacco. Additionally, another study by Krahe and Busching in 2015 revealed that a media literacy intervention succeeded in reducing grade seven and eight students' use of violent media which in turn lowered their physical aggressive behavior (as cited in Scharrer, 2019).

Media Literacy in Schools

Media literacy is a process that essentially requires the involvement of the whole society (Thoman, 2003) and should start in schools at early stages (Poyntz, 2006; Schmidt, 2013). When implemented into school curricula, this literacy is seen as a way to improve students' critical thinking skills (Schmidt, 2013). These skills lead students to view media with a critical eye, detect, and evaluate the messages they

receive (Scharrer, 2019). As a result, through media literacy students become able to use media and technological devices effectively, think critically about media content (Jensen, 2008), and develop high order thinking skills that make them become critical viewers (Bulger & Davison, 2018).

Integration of Media Literacy in Curriculum

To effectively teach media literacy skills to students, schools should weave media literacy education into their curricula. Following the empowerment approach, schools seek to integrate media literacy in the curriculum as a means to empower students to become active and critical consumers of media (Cheung, 2009). In this respect, students are provided with the skills needed to critically analyze media messages as well as produce their own media content (Cheung, 2009). This approach not only helps in making students interpret media with a critical eye but also makes teaching relevant to real life experiences (Cheung, 2009).

Integrating media literacy in schools' curricula can be done through giving media literacy instruction separately as an extra-curricular or elective course or as a cross-curricular content that is integrated into the school's subject matters such as science education, language, social studies, and others (McDougall, Zezulkova, Van Driel, & Sternadel, 2018). For instance, in many European countries delivering media literacy is happening through integrated instruction with main subject matters (McDougall et al., 2018). In this respect, the responsibility lies on the teachers and educators in ensuring that media literacy gets

adequate coverage in the curriculum and does not get replaced with other concerns (McDougall et al., 2018). Hence, it is important to note that whether media literacy is a separate subject or an integrated one does not alter its major aim, which is strengthening students' high order thinking skills.

Despite the fact that media literacy can change between different cultures and teaching environments, it involves several key principles that all individuals, especially children and adolescents, should be aware of. Hobbs and Jensen (2009) emphasize that these principles focus on teaching critical thinking abilities to students in order to help them interpret different messages where the primary aim would be to develop "informed, reflective, and engaged participants essential to a democratic society" (Hobbs & Jensen, 2009, p. 7). Beside this cognitive role, media literacy enables students to produce their own media content as a way to strengthen their self-expression (Burn & Durran, 2007; Poyntz, 2006).

Major concepts of media literacy have been outlined by many researchers who have written extensively about media literacy and discussed its concepts (Scheibe & Rogow, 2008; Hobbs & Jensen, 2009; Thoman, 2003; Thoman et al., 2003). These include five core principles which relate to the construction of media messages, media techniques, people's interpretation, subliminal content, and power and profit intentions. The following table presents the five major concepts of media literacy as outlined by the Center for Media Literacy (Jolls & Wilson, 2014).

Table 1
CML's Core Concepts of Media Literacy

Concept # 1	.All media messages are constructed
Concept # 2	Media messages are constructed using a creative language with its own rules
Concept # 3	Different people experience the same media message differently
Concept # 4	.Media have embedded values and points of view
Concept # 5	Most media messages are organized to gain profit and/or power

School curricula teaching media literacy education should focus on the above principles as well as integrate multiple concepts that are related to such education. These concepts, outlined by Hobbs (2010) and discussed by many other authors such as Jolls and Wilson (2014) and McDougall et al. (2018), mainly teach students of all grade levels skills related to media access, the means through which media tools and contents are skillfully found and used, media analysis and evaluation, the critical approach to viewing and critiquing media content, and media creation, the process of creating media and using its diverse tools as means of self and creative expression. In addition to the aforementioned concepts, integrating media literacy into school curricula provides students with opportunities to reflect on media experiences, call for action, and, hence, become active participants in the educational process (Hobbs, 2010; McDougall et al., 2018). The mentioned concepts are outlined in the following figure, Figure 1, which shows Hobbs (2010) media literacy competences that should be emphasized in school curricula.

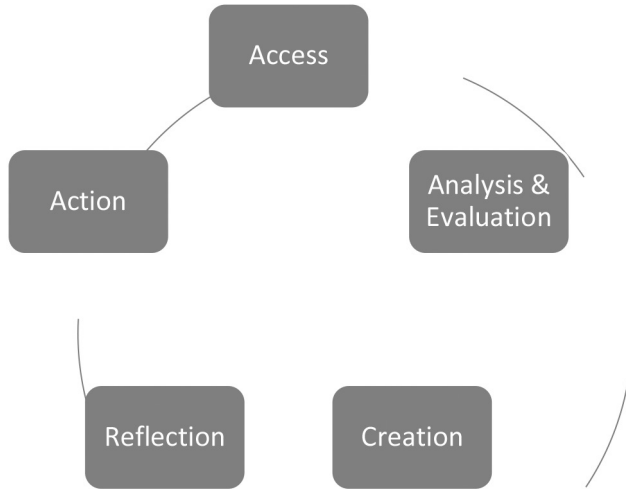


Figure 1. The five competencies of media literacy

When addressing media literacy in schools, the above concepts and competencies should be stressed through the use of current media issues and topics such as violent media, commercial content, entertaining features, and fake information. In this respect, it is highly important to focus on false information and biased representations in media (Scheibe & Rogow, 2008; McDougall et al., 2018). Educators can use movie scenes, fake news, or other media contents to elaborate on these issues. They should focus their discussions on the source, the content, the hidden perspectives, and impact such content can have on the audience (Scheibe & Rogow, 2008).

Instructional Approaches and Pedagogical Implications

Integrating media literacy in schools can be facilitated through adopting teaching methodologies and strategies that comply with a learner-centered approach where instruction revolves around and caters to students' needs and interests (Arikan, 2002). These strategies include modern educational techniques such as inquiry based methods, collab-

orative and cooperative learning, active discussions, and game-based strategies (McDougall et al., 2018).

Moreover, media literacy instruction should focus on the use and access of diverse media tools that students usually encounter in their daily lives instead of limiting instruction to a specific media type. This helps in broadening students' perspectives about media and enables them to apply the learnt competencies in varied means (McDougall et al., 2018). Also, teachers should try to link the instructional content to students' life experience in an attempt to bridge the existing gap between what is learnt on a school level and what is experienced at home or in real life (McDougall et al., 2018). Hence, media literacy should be treated as a topic that makes use of students' personal experiences to achieve the intended learning outcomes.

In addition to the above approaches, considerable care should be given to the choice of activities that should necessarily cater to students' needs and interests. Incorporating media literacy into the classroom should happen in a highly conducive environment where multiple active and motivational strategies are applied. One of these approaches is the discussion-based learning approach where the teacher conducts active and critical discussions about media content and students share and reflect on their experiences (Hobbs, 2010; McDougall et al., 2018).

Another strategy would be projects and hands-on assignments that can be done through group work. These projects can require students to compare media content through cross-media analysis and comparison, critique popular movies, compare media tools and outlets, engage in role playing, report on current issues by becoming journalists or

reporters, and work on other game-based and interactive activities (Hobbs, 2010; McDougall et al., 2018; Scheibe & Rogow, 2008). Through these strategies, students are not only given the chance to learn about media in a fun and motivational environment, but also participate in the creation of media content, a major skill in media literacy education. Also, using images, visual representations, role playing, and activities related to theatre and drama help in strengthening students' creative and critical skills and act as self-expressive opportunities (McDougall et al., 2018).

An example on effective media literacy strategy that works on different skills such as team work, analysis, evaluation, and synthesis is presented by De Lange (as cited in McDougall et al., 2018). This strategy, called Plan, Go-through, and Evaluate (PGE) brings students to work together on a media activity, share their knowledge, and experience different roles. The table below presents De Lange's model which can be applied by teachers to any media project and can be modified to fit the learners' age group (as cited in McDougall et al., 2018).

Table 2. De Lange's PGE Procedure

Project Preparation	Project Assignment	Project Implementation	Project Assessment
Focus: Brainstorm about topics, problems, and questions.	Focus: Formulate document that defines the project focus.	Focus: Present project assignment for the whole class.	Focus: Review final projects in relation to initial ideas.

Intention: Open discussion where students present various ideas and interest.	Intention: Relate project focus and interests to formal educational standards and study literature.	Intention: Make the PGE group responsible for project decisions by explaining intentions and priorities.	Intention: Reflect about project process and form plan to final product Reflect about challenges in realizing educational aims.
	Planning	Going-through	Evaluation

Furthermore, as De Lange’s model suggests, evaluation in media literacy can be achieved through hands-on and practical activities. These practical activities are formative assessment tools, and they are very appropriate in evaluating students’ media literacy skills as they comply with the active, creative, and critical nature of media literacy (Scheibe & Rogow, 2008). In addition to these forms of formative evaluation, teachers can also employ summative evaluation that tests students understanding (Jolls & Wilson, 2014).

Consequently, to guarantee an effective learning environment and achieve an efficient media literacy education, teachers and educators should always focus on metacognitive and high order thinking skills which are the main aspects targeted by media literacy (Hobbs, 2010; McDougall et al., 2018). Hence, the student should always be put in active and dynamic atmospheres that trigger and stimulate his /her critical and evaluative skills, and the teachers should be facilitators and mediators ready to conduct continuous discussions and encourage ongoing critiques of media content (McDougall et al., 2018).

Final Recommendations and Conclusion

Successful integration of media literacy requires school officials to pre-

pare a comprehensive plan that encompasses all the issues discussed and that caters to the school's needs and context (Hobbs, 2010). As a result, a clear and valid plan of action is needed to initiate the efforts of integrating media literacy into schools' curricula and making it an integral constituent of K–12 education.

The implementation of the strategies and implications mentioned in this article should be done in a conducive learning environment to guarantee the success of media literacy integration (Hobbs, 2010). This environment should foster students' skills, motivate them to learn, and transform them into active learners.

The following recommendations offer educators additional insights to facilitate their work and strengthen their efforts in the process of media literacy integration.

1. Schools should move beyond teaching students technical and logistic skills related to the use of media and technology. Instead they should work on strengthening students' media literacy competencies which focus on high order thinking skills.
2. Schools should develop an active and dynamic media literacy program that fosters students' engagement, motivation, and active participation.
3. Schools should provide teachers with the needed resources and continuous professional development trainings to be able to effectively teach media literacy.
4. Educators should consider media literacy a holistic educational process where the involvement of parents, students, NGOs, media organizations and institutions, and other stakeholders is vital to the

success of media literacy education.

5. Schools should actively contribute to raising the awareness of parents, students, and the overall community regarding media literacy through organizing continuous sessions about the topic and addressing current risks and issues related to media use and exposure.

6. Educators and teachers should deliver media literacy in a student-centered setting where the main focus revolves around the students' needs and interests. Hence, the choice of media content and tools, the topics of discussions, and the teaching methodologies should all adhere to students' interests.

7. Educators and teachers should document their media literacy experiences and practices to allow for continuous reflection and improvement.

8. Schools should invest in researching and studying media literacy and its impact across all grades and levels.

In light of the above discussion, it is important to note that media literacy is a responsibility that falls on the whole society. Educators, teachers, school officials, parents, and community members should unite all together to raise young critical thinkers capable of analyzing and evaluating media with its varied forms and contents. Through media literacy, pedagogy takes a new dynamic perspective where continuous improvement is a must and fostering students' active engagement and participation becomes a priority. Education is, therefore, the co-creation of students and teachers.

References

- Anand, T. & Kishore, J. (2017). Blue Whale Challenge: Perplexing the teens' minds. *Ind. J. Youth Adol. Health*, 4(2), 12–.
- Anderson, C. A., Berkowitz, L., Donnerstein, E., Huesmann, L. R., Johnson, J. D., Linz, D., Malamuth, N.M., & Wartella, E. (2003). The influence of media violence on youth. *Psychological Science in the Public Interest*, 4(3), 81110–. Retrieved January 24, 2019 from JStor database.
- Arikan, A. (2002). Critical media literacy and ESL /EFL classrooms. *Counterpoints*, 176, 113– 124. Retrieved February 17, 2019, from JStor database.
- Best, J. & Lowney, K. S. (2009). The disadvantage of a good reputation: Disney as a target for social problems claims. *The Sociological Quarterly*, 50(3), 431– 499.
- Bjorklund, D. F., Muir–Broaddus, J. E., & Schneider, W. (1990). The role of knowledge in the development of children's strategies. In D. F. Bjorklund (Ed.), *Children's strategies: Contemporary views of cognitive development* (pp. 93– 128). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Booker, M. K. (2010). *Disney, Pixar, and the hidden messages of children's films*. California: Praeger.
- Boske, C., & McCormack, S. (2011). Building an Understanding of the Role of Media Literacy for Latino /a High School Students. *The High School Journal*, 94(4), 167186–. Retrieved March 12, 2019, from JStor.
- Boxer, P., Huesmann, L., Bushman, B., O'Brien, M., & Mocerri, D. (2009). The Role of Violent Media Preference in Cumulative Developmental Risk for Violence and General Aggression. *J Youth Adolescence Journal of Youth and Adolescence*, 38, 417– 428. doi:10,1007/s10964– 008– 9335– 2
- Burn, A. & Durran, J. (2007). *Media literacy in schools: Practice, production, and progression*. London: Paul Chapman Publishing.
- Bulger, M. & Davison, P. (2018). *The promises, challenges, and futures of media literacy*. New York: Data and Society Research Institute.
- Cambridge business English dictionary. (2018). Cambridge: Cambridge University Press.

Cheung, C. K. (2009). Media education across four Asian societies: Issues and themes. *International Review of Education*, 55(1), 39– 58.

Children and media in the US (2019). Retrieved from <https://www.statista.com/topics/3980/children-and-media-in-the-us/>

Christensson, P. (2006). Media Definition. Retrieved 2018, Apr 7, from <https://techterms.com>

Considine, D., Horton, J., & Moorman, G. (2009). Teaching and reaching the millennial generation through media literacy. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 52(6), 471–481. DOI:10, 1598 /JAAL.52, 6, 2

De Abreu, B. S. & Mihailidis, P. (2014). Media literacy education in action: Theoretical and pedagogical perspectives. New York: Routledge.

Eagle, L. (2007) Commercial media literacy: what does it do, to whom and does it matter? *Journal of Advertising*, 36 (2). pp. 101– 110.

Gentile, D. A., Mathieson, L. C., & Crick, N. R. (2011). Media violence associations with the form and function of aggression among elementary school children. *Social Development*, 20(2), 213– 232. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/881462215?accountid=8555>

Hawton, K. & Williams, K. (2002). Influence of the media on suicide: Researchers, policy makers, and media personnel need to collaborate on guidelines. *British Medical Journal*, 325(7377), 1374– 1375. Retrieved January 24, 2019 from JStor database.

Herbozo, S., Dunn, S. T., Larose, J. G., & Thompson, J. K. (2004). Beauty and thinness messages in children's media: A content analysis. *Eating Disorders*, 12, 21– 34. Doi: 10, 1080 / 10640260490267742

Hobbs, R. (2010). Digital and media literacy: A plan of action. Washington, D.C.: The Aspen Institute.

Hobbs, R., & Frost, R. (2003). Measuring the acquisition of media-literacy skills. *Reading Research Quarterly*, 38(3), 330– 355. Retrieved February 18, 2019, from JStor database.

Hobbs, R. & Jensen, A. (2009). The past, present, and future of media literacy education.

Journal of Media Literacy Education, 1, 1– 11.

Jamieson, S. & Muhlenhaupt, M. (2014). Screen time overtime: Should a “screen time diet” be part of healthy everyday activities and routines for families and their young children? Department of Occupational Therapy, Presentations. Paper 19. <http://jdc.jefferson.edu/otpresentations/19>

Jensen, A. P. (2008). Reading the media: Media literacy in high school English. [Review of the book Reading the media: Media literacy in high school English by R. Hobbs]. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 52(3), 261– 263. Retrieved February 18, 2019, from JStor database.

Jeong, S. H., Cho, H., & Hwang, Y. (2012). Media literacy interventions: A meta-analytic review. *The Journal of Communication*, 62(3), 454– 472. Doi: 10, 1111 /j.1460-2466,2012,01643.x.

Jolls, T. & Wilson, C. (2014). The core concepts: Fundamental to media literacy yesterday, today, and tomorrow. *Journal of Media Literacy Education*, 6(2), 68– 78.

Kahne, J., Lee, N. J., & Feezell, J. T. (2012). Digital media literacy education and online civic and political participation. *International Journal of Communication*, 6, 1– 24.

Kirsh, S. J. (2006). Children, adolescents, and media violence: A critical look at the research.

California: Sage Publications. Inc.

Kirkorian, H. L., Wartella, E. A., & Anderson, D. R. (2008). Media and young children's learning. *The Future of Children*, 18(1), 39– 61. Retrieved June 24, 2018 from JStor database.

Koltay, T. (2011). The media and the literacies: Media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture & Society*, 33(2), 211– 221. doi:10, 11770163443710393382 /.

Kumar, A., Pandey, S. N., Pareek, V., Faiq, M. A., Khan, N. I. & Sharma, V. (2017). Psychological determinants of ‘Blue Whale Suicide Challenge’ victimization: A proposition for the agency mediated mental health risk in new media age. PsyArXiv. <http://doi.org/10,17605/OSF.IO/8XH92>

Kupersmidt, J. B., Scull, T. M., & Austin, E. W. (2017). Media literacy education for elementary school substance use prevention: Study of media detective. *Pediatrics*, 126(3), 525– 531 . doi: 10,1542 /peds.2010– 0068

McDougall, J., Zezulkova, M., van Driel, B., Sternadel, D. (2018). Teaching media literacy in Europe: Evidence of effective school practices in primary and secondary education. NESET II Report. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

Media literacy: A definition and more (2011). In Center for Media Literacy. Retrieved from <http://www.medialit.org/media-literacy-definition-and-more>

Neo, M. & Neo, K. T. K. (2001). Innovative teaching: Using multimedia in a problem-based

learning environment. *Educational Technology & Society*, 4(4), 19– 31.

Newman, F. & Holzman, L. (2005). Lev Vygotsky: Revolutionary scientist. USA: Routledge.

Ofcom (2019, January). Children and parents: Media use and attitudes report 2018. Retrieved from https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0024134907//Children-and-Parents-Media-Use-and-Attitudes-2018.pdf

Ornstein, A, & Levine, D., Gutek, G. L., Vocke, D. E. (2017). *Foundations of Education* (13th ed.). Boston: Cengage Learning.

Potter, W. J. (2003). *The 11 myths of media violence*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.

Poyntz, S. R. (2006). Independent media, youth agency, and the promise of media education. *Canadian Journal of Education*, 29(1), 154– 175.

Rhodes, M., Brickman, D. W., & Bushman, B. J. (2007). *Encyclopedia of children, adolescents, and the media*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.

Scharrer, E. (2019). Teaching about media violence. In R. Hobbs & P. Mihailidis (Eds.), *The Encyclopedia of Media Literacy*. doi:10,1002 /9781118978238.ieml0231

Scheibe, C. & Rogow, F. (2008). *12 Basic ways to integrate media literacy and critical thinking into any curriculum* (3rd ed.). New York: Ithaca College.

Schmidt, H. C. (2013). *Media literacy education from kindergarten to college: A*

comparison of how media literacy is addressed across the educational system. *Journal of Media Literacy Education*, 5(1), 295– 309 .

Shrum, L. J. (2004). What's so special about entertainment media and why do we need a psychology for it?: An introduction to the psychology of entertainment media. In L. J. Shrum (Ed.) *The psychology of entertainment media: Blurring the lines between entertainment and persuasion*. London: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Singer, D., & Singer, J. (1998). Developing Critical Viewing Skills and Media Literacy in Children. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 557, 164– 179 .Retrieved February 17, 2019 from JSTOR database.

Stein, M. T. (2011). The effects of media use in children. *Journal Watch.Pediatrics & Adolescent Medicine*, doi:http://dx.doi.org/10,1056/PA201112280000002

Steinke, J., Lapinski, M., Crocker, N., Zietsman–Thomas, A., Williams, Y., Evergreen, S., & Kuchibhotla, S. (2007). Assessing media influences on middle school aged children's perceptions of women in science using the Draw–A–Scientist Test (DAST). *Science Communication*, 29(1), 35– 64. doi:10,1177/1075547007306508

Strasburger, V., Jordan, A., & Donnerstein, E. (2010). Health Effects of Media on Children and Adolescents. *Pediatrics*, 125, 756– 767. doi:10,1542/peds.2009– 2563

Thoman, E. (2003). A Guided Tour of the Best Resources for Teaching. *The Clearing House*, 76(6), 278– 283.

Thoman, E., Jolls, T., Share, J., Bordac, S., & Tompkins, A. (2003). *Teacher's / leader's orientation guide*. California: Center for Media Literacy.

الخدمة الاجتماعية في قطر والتحدي الإعلامي

الدكتورة كلثم جبر محمد الكواري

أستاذة الخدمة الاجتماعية المشارك
كلية الآداب والعلوم
جامعة قطر - قطر

Social Work in Qatar and the Media Challenge

Abstract

Social service is a civilized pathway that is considered to be one of the standards that show the state's care for its citizens which is illustrated by how many social service institutions exist in any country and reflects the awareness of the importance of such institutions that provide a major support to the public services system. Besides the government's support for these institutions, both financially and morally, the private sector plays an important role in boosting these institutions, and reflects the extent to which workers in this sector are aware of their social and national responsibilities, as the state initially supervises its different institutions in terms of direct supervision of funding, follow-up and performance monitoring under the general law, without neglecting the role of the private sector and other sources of funding in

the development of social service activities, which are in charge of executing different tasks that are related to the needs of the different segments of society in terms of care and rehabilitation. On the other hand, the educational institution is in charge of providing qualified personnel to work in the field of social service, particularly universities, colleges and specialized institutes.

In Qatar, social service started to come under the spotlight early, when society was small and its members were united and cooperating together, using the prevailing methods at that time based on the inherited values according to the concepts of cooperation and collaboration. With the evolvement of society and the introduction of new values fueled by the country's economic boom and the spread of awareness as well as strengthening the institutional work in the state, specialized entities for social work were created that affect the lives of citizens from children to the elderly. With the establishment of many service centers, they were required to operate under the umbrella of an official body, rather than being affiliated to the competent ministries. As such, Qatar Social Work Foundation was established to bring together all social service centers that provide different services to its beneficiaries.

Audio–visual media in Qatar took major steps and was instrumental in entertainment and education, in raising the awareness of people on their issues and problems, and in informing them of what is going on in their society and the world, noting that some of its agencies aimed at introducing the activity of some social service centers, in spontaneous manner without any specific planning or programming that requires

constant and desired communication between the parties. Since the media is a platform for highlighting public events, it is responsible for focusing on the efforts of social service institutions that are still unknown to some beneficiary groups, which means to spare no efforts in order to strengthen the cooperation between both parties, develop programs and organize workshops through which the media can inform the public of the possibility of making use of these centers on a large scale. It is worth mentioning that radio and television stations still lack regular and interactive social service programs and do not hire specialists in this area to provide a different view of what is usually understood by social service and to bridge the gap between social service institutions and media organizations.

The media must first recognize this gap, while radio and television should create programs on social service institutions to introduce on one hand the services provided by such institutions, and to develop these services in line with the aspirations of the official and the citizen on the other hand, which would attract more beneficiaries, as well as those who want to support them in order for them to play their desired humanitarian role.

المخلص باللغة العربية

تشكل الخدمة الاجتماعية مسلكاً حضارياً يعتبر أحد المقاييس الدالة على اهتمام الدولة برعاياها، وبقدر تعدد مؤسسات الخدمة الاجتماعية في أي دولة، يتضح حجم الاهتمام الذي توليه الدولة لمواطنيها، كما يتجلى من خلاله الوعي بأهمية هذه المؤسسات، التي تشكل رافداً كبيراً في منظومة الخدمات العامة، وإلى جانب الدعم

الحكومي لهذه المؤسسات مادياً ومعنوياً، يلعب القطاع الأهلي دوراً هاماً في دعم هذه المؤسسات، ويعكس مدى إحساس العاملين في هذا القطاع بمسئولياتهم الاجتماعية والوطنية، فالدولة في الأساس هي المشرفة على مؤسساتها المختلفة من حيث الإشراف المباشر بالتمويل والمتابعة ومراقبة الأداء في إطار القانون العام، دون أن يلغى هذا الأمر دور القطاع الأهلي، ومصادر التمويل الأخرى في تطوير فعاليات الخدمة الاجتماعية، باختلاف المهام الموكلة إليها، والمرتبطة بحاجة فئات المجتمع المختلفة، للرعاية والعناية والتأهيل، أما توفير الكوادر المؤهلة للعمل في مجال الخدمة الاجتماعية، فهذه مهمة المؤسسة التعليمية، وفي مقدمتها الجامعات والكليات والمعاهد المختصة.

وفي قطر بدأ الاهتمام بالخدمة الاجتماعية في وقت مبكر من تاريخها، عندما كان المجتمع صغيراً ومتكافلاً ومتعاوناً بين أفرادها، بالأساليب السائدة حينها والمعتمدة على القيم المتوارثة ضمن مفاهيم التعاون، والجار للجار. ومع تقدم المجتمع، وما طرأ عليه من قيم جديدة نمتها الوفرة الاقتصادية التي تعيشها البلاد، وانتشار الوعي، وتأصيل العمل المؤسساتي في الدولة، أصبحت للخدمة الاجتماعية كيانات متخصصة، ومؤثرة على حياة المواطنين، ابتداءً بالأطفال وانتهاءً بكبار السن، ومع تعدد مراكز الخدمة أصبحت الضرورة تقتضي عمل هذه المراكز تحت مظلة جهة رسمية، بدلاً من انتماءاتها المتعددة للوزارات المختصة، وفي هذا الاتجاه أنشئت "المؤسسة القطرية للعمل الاجتماعي" لتتضوي تحت لوائها كل مراكز الخدمة الاجتماعية، على اختلاف خدماتها المقدمة للمستفيدين منها.

وقد خطا الإعلام في قطر، المقروء والمسموع والمرئي، خطوات واسعة نحو أداء دوره الجماهيري في الترفيه والثقيف، وتنوير الناس بقضاياهم ومشكلاتهم، وربطهم بما يدور في مجتمعهم والعالم من حولهم، وتبنت بعض أجهزته مهمة التعريف بنشاط بعض مراكز الخدمة الاجتماعية، لكن ذلك غالباً ما يتم بشكل ارتجالي دون تخطيط أو برجة معينة تفرض التواصل الدائم والمنشود بين الطرفين، ولأن الإعلام يشكل منصة لإبراز الأحداث العامة، فإن من مسؤولياته إبراز جهود مؤسسات الخدمة الاجتماعية التي ما زالت مجهولة لدى بعض الفئات المستفيدة،

ما يعني بالضرورة تكثيف الجهود لتمتين جسور التعاون بين الجهتين، ووضع البرامج وورش العمل التي يمكن للإعلام من خلالها إطلاع الجمهور على إمكانية الاستفادة من هذه المراكز على نطاق واسع. ولا تزال الإذاعة والتلفزيون تفتقر إلى البرامج المنتظمة والتفاعلية عن الخدمة الاجتماعية، والاستفادة من المتخصصين في هذا المجال لتقديم رؤية مغايرة لما هو سائد عن الخدمة الاجتماعية. ولسد الفجوة الموجودة بين مؤسسات الخدمة الاجتماعية والمؤسسات الإعلامية، لا بد أولاً من الاعتراف بهذه الفجوة من قبل الإعلاميين، واستحداث برامج في الإذاعة والتلفزيون عن مؤسسات الخدمة الاجتماعية؛ للتعريف بخدماتها من ناحية، ومن ناحية أخرى لتطوير هذه الخدمات بما يتفق مع تطلعات المسؤول والمواطن، بما يضمن استقطاب المستفيدين منها، وكذلك الراغبين في دعمها ومساندتها للقيام بدورها الإنساني المنشود.

أولاً: مشكلة الدراسة:

إنّ الإعلام في قطر قد خطا خطوات واسعة نحو أداء دوره في الترفيه والثقيف، وتنوير الناس بقضاياهم ومشكلاتهم، وتبنت بعض أجهزته مهمة التعريف بنشاط الإختصاصيين الاجتماعيين، لكن ذلك يتم بشكل ارتجالي دون برجة وتخطيط، وبما أن الإعلام يشكّل منصة لإبراز الأحداث العامة، فإن من واجباته الإعلان عن جهود الإختصاصيين في الخدمة الاجتماعية والتي ما زالت مجهولة بالنسبة للمجتمع القطري، هذا بالإضافة إلى أن الإذاعة والتلفزيون وباقي الوسائل الإعلامية تفتقر إلى البرامج المفيدة والمنتظمة والاستفادة من الإختصاصيين في الخدمة الاجتماعية في مجال الإعلام لتحسين الرؤية الإعلامية الحالية عن الإعلام ومهنة الخدمة الاجتماعية. كما أن من الضروري جداً الاهتمام بمصادر التمويل لدعم مهنة الخدمة الاجتماعية ومتخصصيها وأصبح من الأولويات لتفعيل برامج هذه المهنة في الجامعات وفي حقل العمل.

وتؤكد "عفرين جهان" على الدور الكبير الذي يقوم به الإعلام في تزويد الجمهور بمعلومات حول الإختصاصيين والأشخاص الذين يخدمونهم وإدراك الجمهور

للقضايا التي تؤثر على الفئات الضعيفة، وأهمية تكوين رأي عام حول ما يفعله الاختصاصيون، وتأثير التقارير السلبية وغير الدقيقة للإعلام المرئي والمطبوع على الحد من ثقة الجمهور، كما تؤكد على أهمية حل الاختصاصي الاجتماعي للصراع والتحدي الإعلامي حتى لا تنشأ صور ذهنية غير دقيقة في وسائل الإعلام حول الخدمة الاجتماعية، وفي هذا الصدد تم التأكيد على أهمية استخدام الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي في تقديم برامج الخدمة الاجتماعية للجمهور بمختلف الفئات¹.

ويؤكد كل من "ديب ستانفيلد وليزبيدو Deb Stanfield and Liz Beddoe" أن التحدي التعاوني بين الخدمة الاجتماعية ووسائل الإعلام يمكن الحد منه من خلال أن يتضمن تعليم الخدمة الاجتماعية أجزاءً حول وسائل الإعلام الإخبارية والصحافة ووسائل الإعلام الاجتماعي².

ومن ناحية أخرى تعد وسائل الإعلام مصدراً مهماً من مصادر التوجيه والتثقيف في أي مجتمع، وهي ذات تأثير كبير في المتلقين المختلفين والمتباينين في اهتماماتهم وتوجهاتهم ومسؤولياتهم الفكرية والاجتماعية، وهذا ما يكسبها أهميتها في عملية بناء المجتمعات، والزعم بأنها أحد العناصر الأساسية في المساهمة في تشكيل ملامح المجتمعات التي تسعى نحو التنمية، حيث لا تزال وسائل الإعلام تؤدي أدوارها الأساسية والمهمة في المجتمع المعاصر سواء على المستوى المحلي أو الدولي، ويزيد من أهميتها وقوة تأثيرها الطفرة التكنولوجية في مجال الحاسبات وشبكة الإنترنت، وتقنيات الأفمار الصناعية، وفنون العمل الإذاعي والتلفزيوني، واستخداماتها المتزايدة في جميع المجالات المجتمعية في الحضر والريف والمناطق النائية على حد سواء³.

ولم يعد دور وسائل الإعلام مقتصرًا على معالجة القضايا والموضوعات ذات الطابع العلمي أو القومي كما كان قديماً، ولكن ومع بداية الثمانينيات من القرن العشرين بدأ الاهتمام بالإعلام التنموي والمتخصص في شتى المجالات العلمية والتطبيقية، وحظيت الصحف والمجلات والإذاعات والقنوات التلفزيونية بنسبة كبيرة من هذه الاهتمامات على المستويين القومي والدولي واهتمامات مماثلة من منظمات

المجتمع المدني والهيئات والمؤسسات الدولية، وذلك بهدف مخاطبة الأفراد الذين يعيشون في المجتمعات الصغيرة وذات السمات والخصائص المميزة، والتي تعاني من مشكلات قد تختلف عن المجتمع كله حتى أصبح لهذه النوعية من وسائل الإعلام دور مهم وأساسي في مراحل التنمية المختلفة وخاصة في البلدان التي تتجه نحو تحقيق التنمية المستدامة على أراضيها⁴.

هذا وتعد الخدمة الاجتماعية مهنة تفاعلية تماماً مع الأشخاص الذين يطلبون المساعدة المهنية، ويساعد الاتصال الفعال على سد الفجوة بين الاختصاصي الاجتماعي والعملاء الذين هم في حاجة إلى توجيه، وعلى الاختصاصي الاجتماعي اتباع الإنصات الجيد لهم حتى يشعروا بصدق التعامل مع مشكلاتهم، وهو ما يتطلب استخدام الاختصاصي الاجتماعي لمهارات الاتصال الفعال والعمل بفاعلية مع الآخرين، ويتضمن ذلك ما يلي: التواصل بشكل فعال مع مجموعة متنوعة من الناس، التواصل الفعال حول تفاصيل وطبيعة الخدمة المقدمة للناس، العمل بفاعلية مع فريق العمل، استخدام تكنولوجيا المعلومات للتواصل وتقديم الخدمات بشكل مناسب⁵.

وقد عُنيت بحوث شكل الاتصال بدراسة أي الوسائل الإعلامية أكثر تأثيراً من غيرها في تغيير الاتجاهات أو في التعلم، وتم التأكيد على أن الوسائل الحية المسموعة والمرئية تكون عموماً أكثر الوسائل الإعلامية فاعلية في تغيير الاتجاهات⁶.

وبمراجعة الباحثة للدراسات والبحوث السابقة تتضح العلاقة بين الخدمة الاجتماعية والإعلام والاتصال بمختلف الأشكال، وهو ما أكدت عليه الدراسات والبحوث الميدانية التالية:

• دراسة "وفاء هانم الصادق، 1985" والتي تناولت العلاقة بين الإعلام وتنظيم المجتمع من حيث جوانب الاتفاق ثم الإعلام كإحدى عمليات تنظيم المجتمع، وقيام طريقة تنظيم المجتمع بالمساعدة على استخدام وسائل الإعلام للتعامل مع بعض العادات الاجتماعية الضارة، وأهمية التنسيق بين

أجهزة الإعلام والاختصاصيين الاجتماعيين في إحداث التكامل بينهما بما يفيد الرسالة الإعلامية⁷.

• ودراسة "هدى السيد موسى الطنباري، 1999" والتي أكدت نتائجها على وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين ممارسة الخدمة الاجتماعية وزيادة فاعلية مراكز الإعلام⁸.

• دراسة "سناء حجازي، وأسماء عمران، 2011" والتي توصلت إلى آليات مقترحة لتفعيل قدرة المجتمعات الافتراضية على مقابلة حاجات شباب كلية الخدمة الاجتماعية⁹.

• دراسة "راي جونز Ray Jones, 2012" والتي أوضحت نتائجها أنه يوجد دور مهم لوسائل الإعلام في توضيح جهود الخدمة الاجتماعية خاصة في مجال حماية الأطفال من خلال تحسين وعي الأسرة¹⁰.

• كما يشير "Chitat Chan & Michael Holosko, 2018" إلى أنه يوجد حالياً اتجاه متزايد لاستخدام التكنولوجيا في التدخل المهني للخدمة الاجتماعية، وتشير التكنولوجيا في المقام الأول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ويعد ذلك مجالاً ناشئاً للممارسة المهنية¹¹.

وعلى الرغم من هذه العلاقة الواضحة بين تعليم وممارسة الخدمة الاجتماعية والإعلام، فإنه من الثابت ومن الدلائل العلمية المستمدة من التراث النظري والتطبيقي أنه يوجد العديد من المعوقات التي قد تحد من هذا التعاون، وبناء عليه تتحدد مشكلة الدراسة الحالية في قضية بحثية مؤداها ما هي المخاطر الناتجة عن عدم استخدام الاختصاصي الاجتماعي لوسائل الإعلام في ممارسته المهنية.

ثانياً: أهداف الدراسة:

1 - التأكيد على أهمية العلاقة التعاونية بين الخدمة الاجتماعية والإعلام.

2 - طرح آليات للحد من المخاطر والتحديات الإعلامية للخدمة الاجتماعية.
ثالثاً: تساؤلات الدراسة:

1 - ما أشكال التحدي الإعلامي للخدمة الاجتماعية؟

2 - ما آليات الحد من التحديات الإعلامية للخدمة الاجتماعية في المجتمع القطري؟

رابعاً: منهجية الدراسة:

تتتمي الدراسة الحالية إلى البحوث الأساسية والتي يطلق عليها أحياناً البحوث المجردة أو البحوث النظرية، وهي تلك البحوث التي تقدم معلومات أساسية عن الظواهر والمشكلات التي يقوم الباحث بدراستها.

خامساً: مفاهيم الدراسة:

تعد المفاهيم في الدراسة الحالية بمثابة الموجهات النظرية للدراسة، وهي تساعد على الإجابة عن التساؤلات، وكذلك تفسير النتائج للدراسة الحالية، ويمكن تحديدها في المفاهيم التالية:

1 - الخدمة الاجتماعية **Social Work**:

(أ) تعريف "روبرت باركر 2014، Robert L. Barker":

هي النشاط المهني لمساعدة الأفراد والجماعات أو المجتمعات لتعزيز وتدعيم قدراتهم على أداء وظائفهم الاجتماعية، وإيجاد ظروف اجتماعية ملائمة ومساعدة لتحقيق هذا الهدف¹².

(ب) تعريف "صالح الصقور 2010":

هي نشاط إنساني منظم لا يبغي تحقيق الربح المادي، يستند إلى قاعدة علمية راسخة خاصة بالمهنة وبغيرها من العلوم ذات الصلة، وتحظى باحترام المجتمع وحاجته لها، ويارسها اختصاصيون متمرسون داخل وكالات وتنظيمات أولية

وثانوية لها أغراض وقائية وعلاجية وإنمائية تسعى إلى تحسين قدرات وإمكانات عملائها سواء كانوا أفراداً أم جماعات أم مجتمعات¹³.

2 - الإعلام Media:

هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدكم على تكوين رأي عام صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم¹⁴.

3 - الإعلام الجديد Digital Media:

هو إعلام المعلومات الدال على التزاوج داخله بين الحاسب الآلي والاتصال والاستفادة من تطور تكنولوجيا المعلومات، وهو الإعلام المعتمد على التكنولوجيا الرقمية مثل مواقع الويب والفيديو والصوت والنصوص وغيرها¹⁵.

سادساً: نتائج الدراسة:

للإجابة عن تساؤلات الدراسة الحالية قامت الباحثة بمراجعة العديد من الأوعية المعلوماتية (كتب، رسائل علمية، أبحاث علمية) لاستخلاص الدلائل والبراهين النظرية والميدانية التي سوف تستند إليها الإجابة.

1 - الإجابة عن التساؤل الأول:

لدراسة الحالية تساؤل أول مؤداه "ما أشكال التحدي الإعلامي للخدمة الاجتماعية؟" وبمراجعة الباحثة للعديد من الأوعية المعلوماتية يمكن الإجابة عن هذا التساؤل من خلال استخلاص وتحديد أشكال التحدي الإعلامي لمهنة ومؤسسات الخدمة الاجتماعية في الجوانب التالية:

(أ) تسويق الخدمات الاجتماعية والتحدي الإعلامي:

يرتبط الإعلام بالتسويق الاجتماعي لخدمات مؤسسات الخدمة الاجتماعية،

حيث يساعد الإعلام على انتقال الحقائق والآراء والأفكار من المؤسسة الخدمية إلى العملاء، وذلك لما يؤدي إلى معرفتهم بالخدمات والوصول إلى احتياجات ورغبات العملاء، ويظهر في العديد من المؤسسات الخدمية تحدد إعلامي مرتبط بالتسويق الاجتماعي يرجع إلى مكونات الاتصال، ويقدم "ماهر أبو المعاطي" توضيحاً لأهداف وأهمية الإعلام والاتصال في تسويق الخدمات الاجتماعية يمكن تحديده في الأهداف التالية¹⁶:

• الهدف الأول:

تحقيق أهداف مرتبطة بتوصيل معلومات أو أفكار من المنظمة الخدمية إلى عملائها عن طبيعة المنظمة وسياستها وأهدافها وموقعها والخدمات التي تقدمها وشروط الاستفادة من الخدمات وأوقات الاستفادة منها وما يميزها عن غيرها من المنظمات الاجتماعية التي تقدم نفس الخدمة للعملاء بالمنظمة وخدماتها.

• الهدف الثاني:

أهداف إقناعية، وذلك بالعمل على إدراك العملاء بما تقوم المنظمة بتقديمه ومدى ملاءمته لاحتياجاتها لتعزيز إدراكهم لأهمية خدماتها والإقبال على الاستفادة منها بعد إقناعهم بأنها أفضل منظمة تقدم تلك النوعية من الخدمات، بما يسهم في إثارة اهتمام العملاء بالخدمات.

• الهدف الثالث:

أهداف خاصة بإحداث التغيير الاجتماعي من خلال تسويق الأفكار والقيم الإيجابية وتوجيه العملاء لتكوين اتجاهات فكرية يراها المجتمع صالحة وتحقيق التوازن بين مصلحة الفرد ومصلحة المجتمع.

• الهدف الرابع:

يمثل أسلوباً لتعبير العملاء عن آرائهم ومشاركتهم في اتخاذ القرارات الخاصة بطبيعة ونوعية الخدمات التي يحتاجون إليها كأحد الأسس الحديثة لتسويق

الخدمات الذي يستوجب مشاركة العميل في اختيار الخدمة، ما يشجعه على استمرار التعامل مع المنظمة.

وتؤكد الباحثة على دور الإعلام والاتصال في تفعيل التسويق الاجتماعي لخدمات المؤسسات الاجتماعية، خاصة في العصر الحالي وما يتضمنه من متغيرات متعددة قد تعوق من كفاءة وفاعلية المؤسسات الخدمية، والتحدي الإعلامي المتمثل في التسويق الاجتماعي خاصة من خلال وسائل الإعلام الجديد.

(ب) تداعيات الإعلام الجديد والتحدي الإعلامي:

لقد أسهمت وسائل الإعلام في اختصار زمن المهام الإنتاجية في العمل الإعلامي، حيث أتاحت أقصى درجات السرعة في نقل المعلومات والبحث عنها ومعالجتها، وفي التواصل من خلال إلغاء الفرق بين الزمن الحقيقي والزمن الإعلامي عن طريق تقنيات البث المباشر للأحداث، ويتابع الجمهور الحدث وقت وقوعه بالبث الحي، كما عملت على تقريب المسافات من خلال إلغاء الحواجز الجغرافية، ومنحت مستعمليها إمكانية الاتصال والتواصل، كما وفرت سبل التسلية والترفيه المتنوعة لمستخدميها من خلال مساهمتها في إطلاع الشعوب على ثقافات بعضها البعض، وتقليل الكثير من الجهد المبذول، وتسهيل أساليب الحياة، ومن ثم لم يعد الفرد ذلك المتلقي السلبي الذي يتعرض لوسائل الإعلام ويتأثر بها، وإنما أصبح، بفعل ما أتاحت له التقنية الحديثة من تفاعل، عنصراً مشاركاً في العملية الاتصالية والإعلامية، ومن ثم يمكن لتكنولوجيا الإعلام الجديد أن تساعد على بناء مجتمع المعلومات، يشارك فيها الجميع، ويمكن أن تخلق ضمانات الوصول إليها، والاستفادة منها، وتبادل المعلومات والمعرفة، وتمكين الأفراد والمجتمعات والشعوب من تسخير كامل إمكاناتهم في النهوض بالتنمية المستدامة، وتحسين نوعية حياتهم على المستوى الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والثقافي، وغيرها¹⁷.

وللإعلام الجديد بأشكاله المختلفة من صحف إلكترونية ومواقع إخبارية

وبوابات إعلامية وشبكات تواصل ومدونات ومنتديات وغيرها دور هام في كفاءة وفاعلية مؤسسات الخدمة الاجتماعية، ويعد الإعلام الجديد تحدياً إعلامياً يواجه تلك المؤسسات، ولتناول هذا التحدي الإعلامي تتعرض الباحثة للجوانب التالية:

- ماهية شبكات التواصل الاجتماعي:

• هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها¹⁸.

• شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية هي مواقع على شبكة "الإنترنت" توفر لمستخدميها فرص الحوار وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمشكلات من خلال الملفات الشخصية وألبومات الصور وغرف الدردشة وغير ذلك¹⁹.

ومن أمثلة شبكات التواصل الاجتماعي ما يلي:

- فيس بوك Facebook - تويتر Twitter

- واتس أب Whatsapp - يوتيوب Woutube

- جوجل Google - إنستجرام

- لينكد إن Linked in - نينج Ning

- هاي 5 hi 5 - أوركت Orkut

- ديفاينت آرت Deviantart - لايف جورنال Livejournal

- إيجابيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي:

يمكن للباحثة أن تحصر إيجابيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجوانب والنقاط التالية:

- زيادة التبادل الثقافي بين جميع أطراف المجتمع الواحد والفئات بالمجتمعات الأخرى.

- تقديم وتبادل المعلومات على جميع المستويات من خلال السرعة وتقديم الأدلة والبراهين وتلقي الإجابات الفورية المصحوبة بالصور ومقاطع الفيديو.

- تشكيل الرأي العام في القضايا المجتمعية.

- تقديم النفع العام خاصة فيما يتعلق بطرح وتسويق الخدمات وطرح الأخبار بصفة عامة.

- تعدد جوانب التعليم والتعلم لجميع الفئات العمرية.

كما قامت الباحثة باستخلاص بعض سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي، والتي ترجع إلى سوء الاستخدام وهي تمثل تحدياً إعلامياً أمام مؤسسات الخدمة الاجتماعية سواء على مستوى الأفراد أو الأسر أو الجماعات الصغيرة أو المجتمعات، ويمكن إجمالها على النحو التالي:

- نشر أفكار وأخلاقيات وقيم تتصف بالفساد والهدم وعدم النزاهة.

- الانطوائية والانعزالية، العزلة عن الواقع والعزلة الاجتماعية لعدم تمكن الأفراد من التواصل الواقعي الفعلي مع الآخرين.

- ضعف الحوار الأسري والتماسك الأسري والعزلة عن التواصل الأسري.

- إضعاف اللغة العربية واللغة الإنجليزية واستبدالهما بما يعرف بـ "الفرانكو" لغة الجيل الجديد.

- نشر الشائعات والتشهير والتحايل والتزوير وانتهاك الخصوصية ليتم اصطيد البعض كضحايا.

- إهدار الوقت فقد يصل الجلوس أمام أحد أنواع شبكات التواصل الاجتماعي لمدة اثنتي عشرة ساعة في اليوم الواحد.

- زيادة الاتجاهات الفرعية الاستهلاكية، والتعرف على أسباب العنف والإرهاب.

(ج) الحكومة الإلكترونية تحدّي إعلامي:

يمكن اعتبار الحكومة الإلكترونية بُعداً جديداً لمفهوم الديمقراطية والمشاركة، فلنجاح الحكومة الإلكترونية يجب أن تكون الحكومة شفافة وواضحة بالتفاعل مع المواطنين والشركات وغيرهم من الجهات المرتبطة بالنظام، وفي الوقت نفسه لا يكون المواطن مستفيداً من الخدمة فقط وإنما يكون مشاركاً فيها ومساهمياً فعالاً في بنائها وتطويرها وإدامتها، ولعل هذا التفاعل الواضح والشفاف بين الحكومة والمواطن يكون من أسمى معاني الديمقراطية.

وتعد الحكومة الإلكترونية تحدّيّاً إعلامياً يواجه مؤسسات الخدمة الاجتماعية سواء كانت مؤسسات حكومية أو أهلية خاصة في الوطن العربي، حيث يتطلب تطبيقها التوعية الكاملة للمجتمع باستخدام الحاسب الآلي، وتوفير بنية تحتية لشبكات التواصل، وإيجاد قواعد بيانات كبيرة أو قواعد بيانات مركزية، فهل يتوافر في جميع الدول تلك المقومات وغيرها كي تساعد على نجاح الحكومة الإلكترونية؟! أم أنه تحدّي إعلامي جديد يواجه مؤسسات الخدمة الاجتماعية.

(د) تطبيق تكنولوجيا المعلومات تحدّي إعلامي:

يعد استخدام الانتشار السريع لتكنولوجيا المعلومات خلال المجتمع أمراً غير قابل للجدل، ومؤخراً فإن معظم تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الخدمة الاجتماعية كانت في الإدارة والبحث، واحتوت على معالج الكلمات وقواعد البيانات البسيطة والشبكات السريعة والإحصائيات، وقد تم تطبيق تكنولوجيا المعلومات وممارسة الخدمة الاجتماعية في الأعوام الأخيرة فقط في نطاق محدود، أما التطبيقات الأخرى لتكنولوجيا المعلومات والتي تتمثل في أنظمة الخبراء والألعاب والأنظمة العلاجية والشبكات الإلكترونية والاتصالات التليفونية وقواعد البيانات المتقدمة فتستخدم في الممارسة بشكل متزايد.

وعلى الرغم من أن تكنولوجيا المعلومات التي سوف تعزز جودة الرعاية والرعاية

للعلماء ليست واضحة حتى الآن، فإنها هامة لمهنة الخدمة الاجتماعية لكي تصبح أكثر وعياً منذ البداية للمشكلات الأخلاقية التي تزداد عندما تدخل التكنولوجيا في ممارسة الخدمة الاجتماعية، وهذا الاختيار الأخلاقي يمثل أهمية خاصة؛ ذلك لأن التكنولوجيا تحدث احتمالية أكبر من أجل إحداث تغيير في ممارسة الخدمة الاجتماعية، ومثل هذا الاختبار ربما يساعد المهنة على إظهار براعتها في عصر المعلومات الإلكترونية بدون تعرض العملاء لطرق غير مناسبة من الرعاية²¹.

2 - الإجابة عن التساؤل الثاني:

للدراسة الحالية تساؤل ثانٍ مؤداه "ما آليات الحد من التحديات الإعلامية للخدمة الاجتماعية في المجتمع القطري؟" وبمراجعة الباحثة للعديد من الأوعية المعلوماتية يمكن الإجابة عن هذا التساؤل من خلال استخلاص أدلة مستمدة من خبرات الباحثة في المجتمع القطري سواء على المستوى الأكاديمي أو على مستوى الممارسة المهنية، ويمكن صياغة ذلك في الآليات التالية التي يمكن استعراضها على مستوى تعليم الخدمة الاجتماعية، وعلى مستوى الممارسة المهنية للخدمة الاجتماعية.

- المحور الأول: آليات على مستويين محور التعليم:

تمنح جامعة قطر درجة بكالوريوس الآداب في الخدمة الاجتماعية.

1 - نبذة عن برنامج الخدمة الاجتماعية:

تتمحور رسالة البرنامج حول إيجاد عاملين اجتماعيين قادرين على أن يكونوا مفكرين إستراتيجيين، ومتعلمين مدى الحياة، وقادة رأي، ويتم تدريس قاعدة المعرفة والمهارات، والقيم اللازمة للعاملين في الخدمة الاجتماعية في بيئة تعزز خصوصية وتكامل الثقافة القطرية، والتطوير المهني، والتفكير النقدي، والقيادة، ويتم إعداد الطلبة لاتخاذ الإجراءات المناسبة مسترشدين بأفضل الأدلة العلمية المتاحة.

2 - الأهداف:

تحدد أهداف برنامج الخدمة الاجتماعية من منطلق رسالة البرنامج التي تسعى

لإعداد الطلبة لممارسة دورهم في المجتمع، وترسم هذه الأهداف المعنى والغرض من وجود الاختصاصيين الاجتماعيين المتخصصين في هذه المهنة، والذين يجب أن يكونوا قادرين على ممارسة مهامهم بفاعلية مع أي شخص مهما اختلف المكان أو السياق، ويقوم برنامج الخدمة الاجتماعية بإعداد الطلبة لما يلي:

• تطوير فهم شامل عن الخدمة الاجتماعية كمهنة تاريخية وثقافية، وعلى الصعيد العالمي.

• إدخال منظور على الأطر النظرية للعمل الاجتماعي.

• توفير منظور في الخدمة الاجتماعية مبني على القيم الأساسية والعدالة الاجتماعية والأخلاق.

• تطوير منظور المهارات المهنية الأساسية في الخدمة الاجتماعية.

3 - مخرجات التعلم:

عند الانتهاء من التخصص الرئيسي، يكون الطلبة قادرين على:

• التعرف على دور الثقافة في سياق الخدمة الاجتماعية.

• التعرف على أدوار الأخلاق في ممارسة الخدمة الاجتماعية.

• تطبيق مهارات الخدمة الاجتماعية الأساسية في الممارسة العملية.

• تطبيق إستراتيجيات للاستجابة للاحتياجات الاجتماعية والاقتصادية في المجتمعين المحلي والعالمي.

• تطبيق مهارات البحث الأساسية لقضايا الخدمة الاجتماعية.

• تطوير مهارات الاتصال الفعال الهامة لممارسة الخدمة الاجتماعية.

ويتضح من مخرجات التعلم لبرنامج الخدمة الاجتماعية في جامعة قطر أنه يتضمن تطوير مهارات الاتصال الفعال الهامة لممارسة الخدمة الاجتماعية، تلك المهارات التي

تعد إحدى أهم آليات الحد من التحديات الإعلامية للخدمة الاجتماعية، والتي يكتسبها الطالب على المستوى النظري ضمن المقررات الدراسية وعلى المستوى الميداني ضمن برنامج ومقرر التدريب الميداني.

- المحور الثاني: آليات على مستوى محور الممارسة:

يوجد في المجتمع القطري العديد من التجارب الناجحة التي توضح استخدام الإعلام بمختلف أشكاله في الحد من التحديات الإعلامية للخدمة الاجتماعية في المجتمع القطري، وكيف أن تلك التجارب تعد نماذج رائدة في العمل الاجتماعي من خلال الاعتماد على الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، والتي يتضح من خلال مراجعتها أنها تتضمن قيماً وبرامج وفريق عمل يساعد على تحقيق ما يلي:

- 1 - تفعيل التسويق الاجتماعي لبرامج الخدمة الاجتماعية.
 - 2 - الاستخدام الإيجابي لأشكال الإعلام الجديد في مؤسسات الخدمة الاجتماعية.
 - 3 - تعدد تلك النماذج والتجارب المؤسسية أحد أشكال نجاح تطبيق الحكومة الإلكترونية في المجتمع القطري.
 - 4 - تفعيل تكنولوجيا المعلومات يعد أحد أهم مخرجات مؤسسات الخدمة الاجتماعية.
 - 5 - تعظيم العائد من تلك المؤسسات واعتبار التكاليف المباشرة وغير المباشرة لتلك المؤسسات استثماراً في رأس المال الاجتماعي.
- ويمكن توضيح ذلك من خلال النماذج الآتية:

• النموذج الأول: قطر التطوعي:

- مقدمة:

يعد "قطر التطوعي" المقر الدائم والمتكامل لاحتضان الأنشطة والأعمال التطوعية

وفقاً لرؤية وإستراتيجية وزارة الشباب والرياضة التي تساهم معنا في تأسيس وتعزيز ثقافة العمل التطوعي في المجتمع، والتعريف بمجالاته وأهدافه ومنطلقاته وفوائده، وتوثيق إسهاماته في التنمية من خلال إقامة الشراكات لتشجيع العمل التطوعي بين الشباب والمبادرات التطوعية ومؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات الأكاديمية والقطاع الخاص ووسائل الإعلام لتحقيق فاعلية بناءة تصقل القدرات والكوادر الوطنية والمؤسسية للعمل التطوعي، والمساهمة في بناء قاعدة بيانات بأفضل الممارسات المعمول بها على المستويين الإقليمي والدولي، والاستفادة منها بما في ذلك تصنيف المتطوعين وفقاً لقدراتهم وخبراتهم ومهاراتهم وميولهم واتجاهاتهم لتوظيف الموروث القيمي ورأس المال الاجتماعي القطري في تعزيز العمل التطوعي والاستفادة من البحوث والدراسات ذات الصلة بالعمل التطوعي بهدف توظيف وإبراز طاقات وإمكانات الشباب وتشجيع المبادرات الإبداعية من خلال تذليل العقبات المؤسسية والتنظيمية والقانونية.

1 - القيمة:

الالتزام / المشاركة / التشجيع / المسؤولية / المبادرة / التكامل.

2 - الرؤية:

أن يكون التطوع أسلوب حياة.

3 - الرسالة:

- نشر ثقافة التطوع.

- تقديم فرص تطوعية لخدمة المجتمع.

- دعم واحتضان المبادرات التطوعية.

4 - الأهداف:

- نشر ثقافة التطوع بلا مقابل للأفراد والمؤسسات.

- زرع ثقافة التطوع في الأجيال القادمة.
- زيادة نسبة المتطوعين القطريين المشاركين في الأنشطة التطوعية.
- تنظيم وتقنين العمل التطوعي في قطر.
- تشجيع المتطوعين على طرح المبادرات التطوعية واحتضان الجيد منها.
- تدريب وتطوير وتأهيل وتصنيف المتطوعين.

5 - المهام الرئيسية:

- التخطيط المنسق ووضع موجهات السياسة العامة للعمل التطوعي.
 - التعاون والتنسيق مع أفضل المنظمات لتقديم مستوى عالٍ من التدريب المتخصص في إدارة المنظمات والعمل التطوعي.
 - العمل على تحفيز وتنشيط البرامج التطوعية في المجتمع من خلال المبادرات، وتبني وإنشاء ودعم مبادرات تطوعية جديدة.
 - توفير بدائل وخدمات لوجستية لمساندة المنظمات والمبادرات.
 - خلق بيئة تفاعلية وإبداعية.
 - تقديم المشورة وتسهيل تبادل التجارب وأفضل الممارسات.
 - تقديم الدعم المالي المحدود لمشاريع المبادرات في حال الطلب.
- النموذج الثاني: مركز قطر للتكنولوجيا المساعدة "مدى" لذوي الإعاقة:

1 - نبذة عن التجربة <http://mada.ord.ga>

يعد مركز قطر للتكنولوجيا المساعدة "مدى" مؤسسة غير ربحية تلتزم بربط ذوي الإعاقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات كوسيلة لتعزيز إمكاناتهم وإثراء قدراتهم، ويمكن لزوار المركز التفاعل مع مجموعة متنوعة من وسائل التكنولوجيا المساعدة التي تمكنهم من التواصل مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

وتشمل أنشطة المركز تنظيم دورات تدريبية لذوي الإعاقة وأولياء أمورهم ومقدمي الرعاية لهم، بالإضافة إلى جلسات تقييم فردية للوقوف على احتياجات ذوي الإعاقة ودور التكنولوجيا المساعدة على دمجهم في المجتمع بصورة حقيقية وملموسة، ويعمل المركز مع مطوري المواقع الإلكترونية ومنتجي المحتويات الرقمية لخلق منصات تلتزم بقواعد النفاذ الرقمي، وبالإضافة إلى ذلك يعمل المركز مع الشركات المنتجة للتكنولوجيا المساعدة ليطور حلولاً باللغة العربية. وقد تم إنشاء مركز "مدى" تحت رعاية وإشراف المجلس الأعلى للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في سنة 2010.

2 - خدمات المركز:

تقدم بوابة "مدى" الإلكترونية الفرصة لذوي الإعاقة وذويهم والعاملين في مجالي الصحة والتعليم فرصة التعرف بشكل أكبر على نطاق واسع من التكنولوجيا المساعدة باللغتين العربية والإنجليزية، وتم تطوير الموقع من قبل فريق عمل مركز "مدى"، ويعتبر الأول من نوعه في العالم العربي، كما يحتوي الموقع على:

- (أ) أحدث المعلومات عن منتجات التكنولوجيا المساعدة بما في ذلك برامج وأجهزة باللغة العربية ومعلومات عن الشركات الموردة والأسعار التقريبية.
- (ب) مصادر متنوعة عن الإعاقات وطريقة استخدام التكنولوجيا المساعدة.
- (ج) مصادر تدريبية عن التكنولوجيا المساعدة باللغتين العربية والإنجليزية.
- (د) مدونات عن مواقع متعلقة بالتكنولوجيا المساعدة.

(هـ) معجم للمصطلحات المتعلقة بالتكنولوجيا المساعدة باللغتين العربية والإنجليزية.

3 - أدوار المركز:

من أدوار مركز "مدى" المهمة مساعدة مختلف الجهات في الدولة على إنشاء مواقع إلكترونية لبرامج الهاتف الجوال سهلة الوصول عن طريق التقييم والإرشاد،

ويعقد مركز "مدى" دورات تدريبية في هذا المجال للمطورين وشركات تكنولوجيا المعلومات والمهتمين على مدار السنة من أجل المساهمة في زيادة عدد المواقع الإلكترونية سهلة النفاذ في دولة قطر .

• النموذج الثالث: مركز قطر للعمل الاجتماعي

[http // www.qatarsocial.cim](http://www.qatarsocial.cim)

مؤسسة رائدة في تمكين منظمات المجتمع المدني الرامية لاستدامة التماسك الأسري والمجتمعي والتنمية البشرية، وتمثل مراكز المؤسسة فيما يلي:

1 - مركز الإنهاء الاجتماعي - نهاء:

- الرؤية: مؤسسة رائدة من أجل شباب متمكن وفاعل.

- الرسالة: اتساقاً مع رسالة المؤسسة القطرية للعمل الاجتماعي تسهم في توسيع الخيارات المتاحة للشباب، وبناء قدراتهم، وتمكينهم في دولة قطر.

2 - مركز الشفح للأشخاص ذوي الإعاقة - الشفح:

- الرؤية: الزيادة في تمكين وإدماج الأشخاص ذوي الإعاقة الذهنية والتوحد.

- الرسالة: اتساقاً مع رسالة المؤسسة القطرية للعمل الاجتماعي فإننا نسهم في تقديم خدمات نموذجية للأشخاص ذوي الإعاقة الذهنية والتوحد في دولة قطر في مجالات التعليم، والتأهيل، والتوعية المجتمعية، والدعم الحقوقي للحصول على حياة أكثر استقلالية وتعزيز دورهم وانخراطهم في المجتمع.

3 - مركز الاستشارات العائلية - وفاق:

- الرؤية: مؤسسة رائدة في دعم حياة زوجية وأسرية مستقرة.

- الرسالة: اتساقاً مع رسالة المؤسسة القطرية للعمل الاجتماعي فإننا نساهم في دمج الأشخاص من ذوي الإعاقة الذهنية البسيطة أو المتوسطة وذوي الإعاقة في التعليم وقوة العمل والمجتمع المحلي في دولة قطر.

4 - مركز رعاية الأيتام - دريمة:

- الرؤية: مركز رائد في رعاية الأيتام ودمجهم في المجتمع.
- الرسالة: اتساقاً مع رسالة المؤسسة القطرية للعمل الاجتماعي يسهم مركز رعاية الأيتام في توفير الرعاية اللازمة للفئات المستهدفة في دولة قطر واستقرارهم في الأسر الحاضنة البديلة ودمجهم في المجتمع.

5 - مركز تمكين ورعاية كبار السن - إحسان:

- الرؤية: الريادة في تمكين كبار السن من التمتع بحياة كريمة وآمنة ومنتجة.
- الرسالة: اتساقاً مع رسالة المؤسسة القطرية للعمل الاجتماعي، فإننا نسهم في توفير خدمات الرعاية اللازمة لكبار السن بدولة قطر، والعمل على تمكينهم ودمجهم بالمجتمع، والسعي لبقائهم في محيطهم الأسري الطبيعي، والحد من الإيواء، ونشر الوعي المجتمعي بحقوقهم، وقضاياهم الأساسية، والعمل على تحقيق التواصل بين الأجيال.

6 - مركز الحماية والتأهيل الاجتماعي - أمان:

- الرؤية: مؤسسة رائدة لتعزيز الحماية والتأهيل الاجتماعي.
- الرسالة: اتساقاً مع رسالة المؤسسة القطرية للعمل الاجتماعي، فإننا نسهم في نشر الوعي والتثقيف، وتوفير الحماية، والتأهيل الاجتماعي اللازم للحد من العنف، والتصديق الأسري للفئات المستهدفة في دولة قطر.

7 - مبادرة بست باديز - قطر:

- الرؤية: نعمل لإنهاء العزلة الاجتماعية للأشخاص من ذوي الإعاقة الذهنية البسيطة وذوي الإعاقة النهائية.
- الرسالة: اتساقاً مع رسالة المؤسسة القطرية للعمل الاجتماعي، فإننا نساهم في بناء وتقوية أواصر الزواج والأسرة وإسداء المشورة والحد من الآثار السلبية للتفكك الأسري.

سابعاً: توصيات الدراسة:

وبعد، فقد تبين من الإجابة عن تساؤلات الدراسة الحالية أن العصر الحالي قائم على العديد من المتغيرات التقنية والاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية التي تساعد على تفعيل دور الإعلام التقليدي والإعلام الجديد في تحسين كفاءة وفاعلية الممارسة المهنية للخدمة الاجتماعية في الوطن العربي، وفي هذا الشأن تطرح الباحثة بعض التوصيات التي يمكن اعتبارها أيضاً مؤشرات لبحوث مستقبلية أخرى، وذلك على النحو التالي:

- 1 - التمكين الإلكتروني للاختصاصيين الاجتماعيين.
- 2 - تحسين وعي الاختصاصيين الاجتماعيين بتكنولوجيا المعلومات.
- 3 - اعتبار الاختصاصي الاجتماعي المتحدث الرسمي في جميع المؤسسات الخدمية.
- 4 - تدعيم العمل الخيري والتطوعي من منظور العمل الإعلامي.
- 5 - الاهتمام بالمدافعة الإلكترونية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي للفئات المعرضة للخطر.

العراج

1 – **Afrin Jahan (2016)**: Media and Social work international Journal of Science and Research, Volume 5, issue 8, PP 71 – 74.

2 – **Deb Stanfield and riz Beddoe (2013)**: Social work and the Media: A collaborative Challenge, Aotearoa New Zealand Social work, issue 25 (4).

3 – **مجدي محمد عبد الجواد الداغر (2016)**: دور وسائل الإعلام والاتصال في دعم خطط التنمية المستدامة والنهوض بها في البلدان العربية، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، الرسالة (359)، الحولية (33)، ص 13.

4 – **طلال البايا (1995)**: قضايا التخلف والتنمية في العالم الثالث، بيروت، دار الطليعة للنشر والتوزيع.

5 – **وفاء هانم الصادق، وآخرون (2016)**: الخدمة الاجتماعية الإلكترونية، عمان، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ص 62 – 76، بتصرف.

6 – **حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد (2014)**: الاتصال، نظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ص 58.

7 – **وفاء هانم محمد مصطفى الصادق (1985)**: الإعلام وطريقة تنظيم المجتمع في الخدمة الاجتماعية، بحث منشور، القاهرة، دار الفكر العربي.

8 – **هدى السيد موسى الكنباري (1999)**: دور الخدمة الاجتماعية في زيادة فاعلية مراكز الإعلام، دراسة مطبقة على مراكز كفر الشيخ، رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة الفيوم.

9 – **سناء حجازي، أسماء عمران (2011)**: المجتمعات الافتراضية كألية لمقابلة حاجات الشباب الجامعي، دراسة من منظور بيني على طلاب كلية الخدمة الاجتماعية، بحث منشور، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، العدد 31.

10– **Ray Jones (2012)**: Child Protection, Social work and the media: doing ad well as feing done to, Research, planning, 29 (2), pp83 – 94.

11– **Chitat Chan & Micharl Holosko (2018)**: Technology for Social work interventions, in book, Oxford Bibliographies in Social work, Oxford University Press.

12 – Robert L. Barker (2014): The Social work Dictionary, Washington, NASW press, 6E Dition, p 402.

13- صالح الصقور (2010): موسوعة الخدمة الاجتماعية المعاصرة، عمان، الأردن، دار زهران للنشر والتوزيع، ص 262.

14- محمد عبد الحميد (2015): نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب، ص 44 – 43.

15- مجدي محمد عبد الجواد الداغر: مرجع سبق ذكره، ص 75 – 76.

16- ماهر أبو المعاطي علي (2012): الاتجاهات الحديثة في تسويق الخدمات الاجتماعية وتكنولوجيا المعلومات، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ص 337.

17- محمد الأمين (2004): التحقيق في الجرائم المستحدثة، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ص 31.

18- فهد العرابي، وآخرون: استخدامات الإنترنت في المجتمع السعودي، الرياض، إسبار للدراسات والبحوث والإعلام، 2007.

19- أشرف جلال حسن: أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات عن العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية، بحث منشور، المؤتمر العلمي الدولي الأول، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009.

20- سعد عبد العزيز العاني (2010): الحكومة الإلكترونية رؤيا وتقنيات، بحث منشور، في مؤتمر المعلوماتية وقضايا التنمية العربية رؤى وإستراتيجيات، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ص 726.

21- أبو الحسن عبد الموجود إبراهيم (2007): تكنولوجيا الخدمة الاجتماعية، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ص 170.

أثر الإعلام الرقمي على سلوك الأطفال في المجتمع الفلسطيني "دراسة تطبيقية على الهواتف الذكية"

د. حاتم علي العسولي

أستاذ الصحافة المساعد
رئيس قسم الإعلام
جامعة غزة
فلسطين

د. عاطف حسني العسولي

أستاذ الخدمة الاجتماعية المشارك
جامعة القدس المفتوحة
فلسطين

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الإعلام الرقمي على سلوك الأطفال في المجتمع الفلسطيني "دراسة تطبيقية على الهواتف الذكية"، واعتمد الباحثان على المنهج الوصفي المسحي واستخدما الاستبانة كأداة رئيسية للدراسة حيث تكونت من أربعة محاور رئيسية للإجابة على تساؤلات الدراسة، وتم توزيعها على عينة عشوائية تكونت من (450) من الطلبة الأطفال الذكور في المرحلة الإعدادية، موزعين على خمس مدارس في مديرية التعليم بمحافظة خان يونس في قطاع غزة. وخلصت الدراسة على مجموعة من النتائج أهمها: ارتفاع نسبة التأثيرات الإيجابية لوسائل الإعلام الرقمي من وجهة نظر الطلبة بوزن نسبي (71, 20 ٪)، وارتفاع نسبة التأثيرات السلبية إلى حد ما بشكل عام للإعلام الرقمي من وجهه نظر الطلبة بنسبة (68, 20 ٪)، ووجود أثر للعلاقة الوالدية على طبيعة استخدام الأطفال للإعلام الرقمي بنسبة بلغت (72, 20 ٪)، مع وجود علاقة متوسطة التأثير للإعلام الرقمي على محيط العلاقات الاجتماعية للأطفال بعينة الدراسة. وأوصت الدراسة بضرورة اعداد برنامج عمل اجتماعي للأطفال وأسرهم، لإعادة صياغة مفهوم التربية الرقمية وتهذيبها بما يتناسب مع خصوصية المجتمع الفلسطيني، وبذل جهد أكبر لتضييق أثر الفجوة الرقمية على مجال العلاقات الاجتماعية، وزيادة مستوى وعي أفراد المجتمع بخطورة التأثير السلبي للإعلام الرقمي

وسبل الحد منها، من خلال عقد الندوات والمحاضرات وورش العمل التثقيفية.
الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي، الهواتف الذكية، العمل الاجتماعي، الفجوة
الرقمية

Abstract

The study aimed to identify the impact of digital media on the behavior of children in the Palestinian society through smart phones. The researchers adopted the survey descriptive method, and used a questionnaire, which consisted of four main topics to answer the study questions, as a main tool for the study, The questionnaire was distributed to a random sample of 450 male students in the preparatory stage, distributed in five schools in the Directorate of Education in Khan Yunis Governorate in the Gaza Strip. The study found a number of results. The most important of which were: The high percentage of positive effects of digital media from the point of view of students (71.20 %); the high percentage of negative effects of digital media to some extent from the point of view of students (68.20 %) ; the impact of parental relationships on the nature of children's use of digital media (72.20 %), and the existence of a relative impact of digital media on the children's social relations. The study recommends the following: to prepare a social work program for children and their families to reformulate and cultivate the concept of digital education in accordance with the specificity of the Palestinian society and to exert greater efforts to narrow the digital divide and its impact on social relations through holding seminars, lectures and educational workshops.

Keywords: digital media, smart phones, social work, digital divide

مقدمة

يؤثر الإعلام الرقمي تأثيراً شديداً على سلوك الأطفال، كما وأن تأثيراته المختلفة ممتدة وتضرب بجذورها في كل أرجاء المجتمع، خصوصاً في ظل التطورات التكنولوجية المعاصرة في مجال علوم الاتصال والإنترنت، لاسيما أن الوصول إلى هذه الوسائل أصبح اليوم أمراً سهلاً وغير مقيد، وهو ما يزيد من قدرة تأثير هذه الوسائل على سلوك الأطفال مع الاستخدامات المتعددة لها، ولعل من أكثر هذه الوسائل الرقمية خطراً على الأطفال هي الهواتف الذكية نظراً لطبيعة انتشارها الواسع وما تحتويه من تطبيقات أو صفحات غير مقيّدة بمعايير أو ضوابط مهنية أو أخلاقية تراعي الفئات العمرية، علاوة على أنها تسمح للجميع بسهولة الوصول إلى العديد من المواقع الإلكترونية كاليوتيوب والصفحات والإعلانات والدعايات الإخبارية المتنوعة، وهو ما يؤثر بشكل مباشر على قيم وثقافة ومعتقدات الأطفال الدينية والأخلاقية، وعلى نموهم الاجتماعي والانفعالي، وتكمن أهمية الدراسة في كونها تسلط الضوء على المخاطر المتعددة الناتجة عن إساءة استخدام تلك الوسائل الإعلامية.

مشكلة الدراسة

تتوسط وسائل الإعلام كل لحظة تقريباً من لحظات حياتنا ولا يكاد أحد تقريباً يمكنه أن يهرب من تأثيراتها المترامية، لاسيما وأن هذه التأثيرات غير ثابتة ومتغيرة ومتجددة باستمرار، كما أنها تؤثر بشكل كبير على مظاهر الحياة اليومية للأشخاص، فعلى سبيل المثال استخدام الفيس بوك للتلاقي وجمع الشمل ومداومة الاتصال بالآخرين ووضع بوستات وتغريدات تعبر عن الأفكار التي تؤثر على تغيير النسيج الفعلي للعلاقات بين الأشخاص، علاوة على أن تقنيات وسائل الإعلام الجديدة قد بسطت أنماط الحياة الاجتماعية التي مازالت موجودة كالصف الدراسي وقاعات المحاضرات والفيديوهات الموجودة في كل مكان، والتي تعمل كعكس ضوئي لما يجري في الحياة الاجتماعية إلى أن أصبحت جزءاً لا يتجزأ من العملية التعليمية بل ومكماً لها وعلى الرغم من أن استخداماتها أصبحت أبعد من ذلك بكثير وأصبحت جزءاً حيوياً في معظم المناحي الحياتية مما يجعل الغالبية العظمى من الأشخاص في حاجة إلى أن يكونوا باستمرار متصلين بها، وتعد الهواتف الذكية هي الأيسر في استخدامها حيث سهولة حملها وبساطة أسعارها وأشكالها التي تتلاءم مع الغالبية العظمى من الفئات ويكون

ذلك في كل مكان في الشارع والبيت والعمل حتى في وسائل المواصلات وداخل أماكن العبادة وأثناء السير وأثناء تأدية التمرينات الرياضية وفيصالات الوصول والانتظار، ولعل التعقيد يبدو في درجة التفاعل والاندماج بين هذا العدد الكبير من وسائل الإعلام الرقمي وبين الآثار المنعكسة على الحياة الاجتماعية. (بريس ووليامز، 2012م، ص. 253-256) ولعل هذه الدراسة جاءت للوقوف على تأثير هذه الوسائل على العنصر البشري ولبحث الدور المتوقع الذي من الممكن أن يلعبه المختصون في ضبط تأثيرات وسائل الإعلام الرقمية على الأطفال في المستقبل.

وترتيباً على ذلك كان التساؤل الرئيسي حول أثر الإعلام الرقمي على سلوك الأطفال في المجتمع الفلسطيني. وقد تفرع من هذا التساؤل التساؤلات الفرعية التالية: -

التساؤل الأول: ما التأثير الإيجابي للإعلام الرقمي على سلوك الأطفال؟

التساؤل الثاني: ما التأثير السلبي للإعلام الرقمي على سلوك الأطفال؟

التساؤل الثالث: ما تأثير الإعلام الرقمي على العلاقات الاجتماعية؟

التساؤل الرابع: ما أثر العلاقة الوالدية على طبيعة استخدام الأطفال للإعلام الرقمي؟

التساؤل الخامس: هل هناك علاقة لتأثيرات الإعلام الرقمي (الإيجابية أو السلبية) على متغيري العلاقات الاجتماعية والعلاقة مع الوالدين؟

أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة إلى ما يلي:

- التعرف على الآثار الإيجابية المترتبة على الإعلام الرقمي على سلوك الأطفال.
- رصد الانعكاسات السلبية للإعلام الرقمي على سلوك الأطفال.
- تحليل تأثير الإعلام الرقمي على العلاقات الاجتماعية.
- التعرف على أثر العلاقة الوالدية على طبيعة استخدام الأطفال للإعلام الرقمي.

أهمية الدراسة:

- تتمثل أهمية الدراسة في محاولة التوصل إلى نتائج مفيدة للمتخصصين في مجال العمل الاجتماعي والنفسي، وأهمية أخرى عملية تفيد صانعي القرار في الاستعانة بتطبيق التوصيات والمقترحات التي توصلت إليها الدراسة.

مصطلحات الدراسة:

الهاتف الذكي:

يمثل الهاتف المتحرك "Mobile telephone" بأنواعه المختلفة وبمستحدثاته التي تشمل الهاتف الخليوي Cellular الذكي واحدا من أكثر التكنولوجيات التي غيرت الطريقة التي يعيش بها الانسان في مناحي الحياة كافة ليس فقط كوسيلة اتصال هاتفي ولكن كأداة للتجارة والترويج والتسلية والترفيه وكوسيلة إعلامية جديدة كليا وبحسب "هارت لورانس" Harte Lawrence فقد ظهر هذا الهاتف تجاريا عام 1946 وبدأت أولى الكتابات عنه عام 1947م، ولكن حتى وقت قريب لم يكن التطبيق على الأرض جديا من جميع النواحي وقد اخذ التطوير وقتا طويلا بسبب التعقيدات الروتينية المتعلقة بمنح تراخيص لنظم الاتصال المستحدثة وقد مر التطور عبر أجيال ومراحل مختلفة الجيل الأول من شبكات الاتصال الخلوية 1G التي تعتمد الإشارة التماثلية في الثمانينات والجيل الثاني 2G الذي اعتمد الإشارة الرقمية في التسعينات ثم 2,5g حيث ارتفعت معه سرعة نقل البيانات الى 144 كيلوبايت في الثانية والجيل الثالث 3G حيث تصل سرعة الاتصال فيه حوالى 2,5 ميغابايت في الثانية وهذا الجيل قد فتح الطريق لتقديم خدمات كانت غير ممكنة مع الأجيال السابقة كخدمات الفيديو والوسائط المتعددة ذات الدقة العالية فضلا عن تحويل المكتب او مكان العمل المتنقل الى حقيقة واقعة. (صادق، 2008، ص. 286-291) كما تمكنت هواتف الجيل الرابع 4G الذكية الى الجمع بين القدرة الفائقة لهذا الهاتف الذكي اللاسلكي مع إمكانية استخدام جهاز كمبيوتر صغير في أجهزة كمبيوتر أصغر وأخف في الوزن لتكون محمولة باليد حيث تسمح للمستخدمين بالحصول على البريد الإلكتروني وتصفح الإنترنت. وبطبيعة الحال، أصبحت هذه التقنية من الجيل الرابع متاحة على نطاق واسع لما أنها تسمح بدمج الميزات للحصول على هاتف أكثر ذكاءً وتحمل الهواتف

الذكية اليوم عادة أنظمة التشغيل المفتوحة ذات القدرة على إضافة التطبيقات المتنوعة مع دعم مجموعة واسعة من التطبيقات مثل نظام التشغيل Android و iOS وغيرها كما تتطلب خدمات 4G معدات متوافقة للمستخدم. (Anderson،2015,p.39)

وسائل الإعلام:

هي عبارة عن اتصال يصل إلى عدد كبير من الناس في نفس الوقت. (استيتية، 2004، ص. 89-90) ويعرفها "نور برت فينير" أنها وسيلة للتواصل الاجتماعي فهي ذات بعد اجتماعي بالدرجة الأولى وهي تساعد على تغيير السلوك الاجتماعي والتصرفات تجاه ما يحيط بنا من ظروف اجتماعية وهي تهدف لإحداث التكيف الاجتماعي ومساعدة الفرد بل والمجتمع في اتخاذ القرارات المجتمعية السليمة والنافعة والبناءة. (عباس، 2003م، 2003م) ولعل تطور وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري قد أثر بشكل مباشر في تطور الثقافة وانتشارها على غرار المحاولة العلمية التي تشير إلى فكرة الانتشار الثقافي الذي يشبه دوائر الماء حين يلقي حجر فيه، وكان هذا يعني أن الثقافة تنتشر في دوائر منتظمة بمعدل ثابت السرعة وفي وسط متجانس. (Lason and Garrod،2001,p.147)

الإعلام الرقمي:

هو مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية التي تمكن من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الالكترونية المتصلة بالإنترنت، في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل وتكون جميع الوسائل بشكل رقمي ومخزنة في وسط خزن الكتروني ويتميز بوجود نوع من التحكم الانتقالي من جانب أفراد الجمهور في نوعية المعلومات التي يختارونها، وهو مصطلح يضم جميع تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي تمارس عبر الأجهزة الالكترونية المتصلة وغير المتصلة بالإنترنت، وعرفه آخرون أنه الإعلام الذي يستخدم كافة الوسائل الاتصالية المتاحة للوصول الى الجمهور أينما كان وكيفما يريد. (البدراي، 2017م، ص. 11)

ويعرف الباحثان الإعلام الرقمي بأنه ذلك النوع من الإعلام الذي يعتمد على الاندماج الكامل بين جميع وسائله وعلى التفاعل والتواصل فيما بينها سواء كان ذلك من خلال الهواتف الذكية أو من خلال أي أجهزة الكترونية أخرى متصلة أو غير متصلة بالانترنت.

حدود الدراسة:

التزمت الدراسة بالمحددات التالية:

من المعروف أن لكل دراسة محدداتها الخاصة، والتي تعكس مدى الدقة والالتزام بمنهجية الدراسة بشكل عام، ويمكن بيان هذه الحدود من خلال المحاور التالية:

1. الحد الزمني: أجريت الدراسة في نهاية عام 2018م حتى منتصف شهر فبراير عام 2019م.
2. الحد البشري: طبق الباحثان الدراسة على عينة عشوائية من الأطفال الذكور في مدارس المرحلة الإعدادية بمدارس مديرية تربية وتعليم محافظة خان يونس.
3. الحد المكاني: طبقت الدراسة في المجتمع الفلسطيني في قطاع غزة.

الدراسات السابقة:

وقف الباحثان على بعض الدراسات التي تقترب في محتوياتها من موضوع الدراسة؛ نظراً لقلّة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع لحدائته. وفيما يلي عرض لبعض هذه الدراسات:

-دراسة لموزة (2016م) بعنوان: "الهواتف الذكية وعلاقتها ببعض المتغيرات لدى طلاب المرحلة الإعدادية"

هدفت الدراسة إلى التعرف على درجات استخدام الهواتف الذكية لأفراد (عينة الدراسة) وفق متغير الجنس (ذكور وإناث) واستعملت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي وتكونت عينة البحث من (300) طالباً وطالبة تم اختيارها بالطريقة الطبقية العشوائية، واعتمدت على الإستبانة كأداة لجمع البيانات. وأهم نتائج الدراسة: أن الإناث أكثر استخداماً للهواتف الذكية، وكذلك وجود علاقة موجبة عكسية دالة إحصائياً بين استخدام الهواتف الذكية والمعدل الدراسي للطالب، وأن استخدام الهواتف الذكية يؤثر بشكل سلبي على التحصيل الدراسي للطالب. وأوصت بضرورة متابعة الوالدين لأبنائهم لأن بقاء الأبناء في منازلهم لم يعد كافياً لحمايتهم وتحصينهم من المتغيرات السلبية، بالشكل الذي كان عليه الحال بالنسبة للأجيال

السابقة، فقد يكون الأبن في غرفته وفي ظن الأهل أنه في أمان بعيداً عما قد يتعرض له من سلبيات خارج المنزل بينما هو يتصفح مواقع الشبكات الاجتماعية، أو يمارس الألعاب الرقمية، وما فيها من اتصال بلا قيود بالعالم الخارجي، الأمر الذي يتطلب ضرورة متابعة أبنائهم بصورة لا تشعرهم بالتجسس عليهم أو فقد الثقة فيهم.

-دراسة النحال (2016م) بعنوان: "أثر استخدام الهواتف الذكية وتطبيقاتها في التحصيل الدراسي من وجهة نظر الطلبة"

أجريت الدراسة على عينة عشوائية بلغ عدد أفرادها 386 طالبا وطالبة من الجامعة الأردنية وجامعة جدارا وتم بناء استبانة لقياس الأثر المطلوب السلبي والإيجابي، وأظهرت الدراسة أن الأثر الإيجابي كان مرتفعا حيث بلغ المتوسط (3,81) وبفرق دال احصائيا لصالح الإناث ولم تكن الفروق دالة احصائيا للأثر الإيجابي بالنسبة للمستوى الدراسي، أما فيما يتعلق بالأثر السلبي فقد جاءت مستويات الأثر السلبي أيضا مرتفعة بمتوسط قدره (3,67) وبفرق دال احصائيا لصالح الذكور وغير دال احصائيا بالنسبة لنوع الجامعة والمستوى الدراسي.

-دراسة المطيري (2007م) بعنوان: "القيم المكتسبة من خلال وسائل الإعلام لدى طلبة المرحلة الثانوية في دولة الكويت من وجهة نظرهم"

هدفت الدراسة إلى التعرف على القيم المكتسبة من خلال وسائل الإعلام لدى طلبة المرحلة الثانوية في دولة الكويت من وجهة نظرهم من خلال دراسة عينة تتكون من 2929 طالباً وطالبة وتم اختيار العينة بالطريقة الطبقيّة العنقودية العشوائية، وأظهرت نتائج الدراسة أن أهم القيم المكتسبة من وسائل الإعلام المحلية الولاء للوطن، ومن وسائل الإعلام العربية احترام الإنسان وتقديره، ومن وسائل الإعلام الأجنبية العناية بالصحة الجسدية، ومن شبكة الانترنت العالمية الانتماء للوطن والاعتزاز به، وكانت القيم المرغوبة والتي يجب التركيز عليها هي تحقيق الأمن الاجتماعي والصدق في التعامل مع الآخرين وتقدير إنسانية الإنسان.

تعقيب على الدراسات السابقة:

أتاحت الدراسات السابقة الفرصة للباحثين للإستفادة والتعرف على الجوانب

المضيئة من تأثير وسائل الإعلام على الطلاب والطالبات من حيث القيم المكتسبة كما ذكرت دراسة المطيري (2007م) وكذلك الأثر الإيجابي لها، كما ذكرت دراسة النحال (2016م) لكنها لم تتطرق للهواتف الذكية تحديداً ولم تتطرق لأثار استخدامها على سلوك الطلبة ولعل الدراسة الحالية تناولت ذلك الأثر وحاولت التعمق فيه بشيء من التفصيل، وهو ما يتفق مع دراسة لموزة (2016م) التي تناولت علاقة الهواتف الذكية بالمتغيرات لدى طلبة المرحلة الابتدائية، وأكدت أن استخدام الهواتف الذكية يؤثر بشكل سلبي على التحصيل الدراسي للطلبة.

الخلفية النظرية للدراسة

اعتمد الباحثان على بعض التوجهات النظرية وهي كالتالي:

1- نظرية التأثير القوي: "سلطان الإعلام"

تُعد هذه النظرية أقدم النظريات وتشير إلى الاعتقاد بقوة وسائل الإعلام في التأثير على الأفراد، وقد ذهب البعض إلى تشبيهها بالطلقة السحرية ويعتقد دعاة هذا المدخل أن وسائل الاتصال الجماهيرية تتمتع بقوة مطلقة وذات تأثير مباشر وفوري على الفرد يشبه تأثير الرصاصة، فمن تصبه تمته وهي لديها القدرة على حمل الأفراد على تغيير آرائهم واتجاهاتهم الوجهة التي يرغبها القائم بالاتصال بالفرد الذي يشاهد مشاهد عنف في التلفاز على سبيل المثال فإنه سيقوم بتقليد ومحاكاة ما يرى ويحاول تطبيقه في حياته، كما اعتبروا أن وسائل الإعلام قادرة على حقن الأفراد بمعلومات معينة تخاطب مشاعرهم وغرائزهم مما يجعلهم يستجيبون لها فوراً. وعلى المستوى الاجتماعي أيضاً يكون الأفراد مخلوقات سلبية ومعزولة عن بعضها نفسياً واجتماعياً ولا توجد بينهم روابط قوية تجمعهم بحيث يكونون فريسة سهلة بلا حماية أمام ما تمارسه وسائل الاتصال عليهم من تأثيرات بغياب هذه الروابط والعلاقات الاجتماعية. (ساري، 2016، ص. 102-103)

2- نموذج كلوتيه: "التل الجليدي"

أهم نماذج التواصل الاجتماعي التي تؤكد على التفاعل الدائري بين أطراف عملية التواصل حيث أن المرسل في هذا النموذج هو نفسه متلق أيضاً والمتلقي هو مرسل

في الوقت ذاته. ويشبه كلوتيه المرسل والمتلقي أثناء اتصالهما في المواقف الاتصالية والمناسبات الاجتماعية المختلفة بجبلين من الجليد مخفيين تحت سطح ماء البحر والذي لا يبدو منه للأخر سوى جزء ضئيل من حجمه وأما الجزء الكبير من هذا الجبل الضخم فهو مخفي في أعماق البحر ومع ذلك فهو الذي يتحكم في الجزء البارز وسيره، وهنا يولي كلوتيه هذا الجزء المخفي أهمية كبرى في الدور الذي يلعبه في عملية الاتصال ويصف كلوتيه الصعوبة في سير الرسالة ومدى الصراع قبل أن تصل بالمتلقي إلى مرحلة فك الترميز من الرسالة ومن ثم الرد عليها وتأخذ نفس المراحل والصعوبات وفقاً للبعد التفاعلي الذي يؤكد عليه هذا النموذج. (ساري، 2016، ص. 180-185).

3- التفاعلية الرمزية:

التفاعلية الرمزية قد ركزت على اعتقاد مؤداه أن السلوك البشري في أساسه نتاج اتصال الرموز الاجتماعية بين الأفراد وربما تكمن الفكرة الرئيسية في أن العقل والذات ليسا أمراً فطرياً وراثياً ولكنها بالفعل نتاج للبيئة الاجتماعية، ويكون مفهوم التفاعلية هو التفاعل الذي ينشأ بين مختلف العقول والمعاني والذي يعد سمة مميزة للمجتمع الإنساني، وهذا يستند على حقيقة هامة، هي أن الفرد يأخذ ذاته في الاعتبار، إضافة إلى أنه يحسب حساباً للآخرين ويستوعب أدوارهم، ومن هنا يمكن صياغة المجتمع الإنساني، وهذه الصورة تعبر تعبيراً صادقاً عن التفاعل والتساند والاعتناء المتبادل بين الفرد والمجتمع. (وليام ودي ماشان، 2002م، ص. 109) وقد كان لمفهوم التفاعل الرمزي دور رئيسي في التفسير، خاصة أن الفكرة الأساسية تشير إلى أن فشل الأشخاص في التفاعل مع ثقافة المجتمع الشاملة، يؤدي إلى تحولهم عن تلك الثقافة وتفاعلهم مع أنماط ثقافية أخرى أو مضادة، وتوحدهم مع مضامينها وغالبا ما تكون هذه الثقافات المضادة ثقافات واردة وعلى ذلك عندما يفشل الفرد في تكوين تصور ملائم عن ذاته في إطار الثقافة العامة السائدة في المجتمع، فإنه ينتمي إلى ثقافة أخرى تعطيه المبادئ اللازمة لبناء فكره ذاتية ترضيه، ويشعر شركاءه فيها أنه إنسان سوي يتمكن من تحقيق أهدافه، وكل ذلك يحقق الثقة بالذات. (جابر، 1997م، ص. 141)

الإعلام والطفل :

يرى الباحثون والمختصون أنه يتوجب على وسائل الإعلام العربية المعنية بالاهتمام بالطفل، إشراك الكبار في متابعة هذه الوسائل وتحليل مضامينها، ومراقبة ما يتم غرسه في عقول هذا النشء، لاسيما وأن العالم الإعلامي الواسع الذي يطل عليه الأطفال يومياً، يفرض على الكبار مسؤولية كبيرة تتمثل في ضرورة المعرفة بطبيعة المضمون الإعلامي الذي تقدمه تلك الوسائل، والتعرف على مدى ملائمة هذا المحتوى الإعلامي للمراحل العمرية التي يمر بها هؤلاء الأطفال، بكونها مراحل يتوقف عليها درجة الفهم والتفاعل والمتابعة. (أبو عوجه، 2010م، ص. 56)

وتكمن المعضلة في أن النتائج المترتبة على تدفق معلومات تلك الوسائل أظهرت ما يعرف بظاهرة التخطي، خصوصاً وأن المعلومات ليس لها قيود أو حدود قومية، وقد تؤدي إلى تهميش الثقافات، إضافة إلى التداخل بين هذا التخطي والتخطي الاقتصادي والتجاري، الأمر الذي أتاح للشركات متعددة الجنسيات باعتبارها خط الاختراق الأول للحدود وتوظيف وسائل الإعلام الممزوجة مع المعلومات لإكمال مهمتها واختراق الحدود الاجتماعية والثقافية، إضافة إلى اتساع نطاق خدمة ونوعية تلك الوسائل حتى بلغ الأمر إلى استحالة إخفاء أي معلومات تخص دولة من الدول، لأي أحداث تقع داخل حدودها، في ظل تطور وسائل الاتصال الرقمي. (رجب، 2008م، ص. 71-72) وبات الإعلام الرقمي يشكل للبعض اختراقاً للخصوصية، لاسيما في ظل عدم وجود أي ضوابط تحكم عمل وأداء وسائله. (بتصرف، 2010، Linehan)

ومع ظهور أي تكنولوجيا جديدة تتجدد الآمال والوعود بحل مشاكل الإنسان حتى وإن اختلفت الآراء حول الفوائد والأضرار، ففي وقت من الأوقات أطلق البعض عليها الآلات الشيطانية، على الرغم من أنها أحدثت تغييرات جذرية وبمعدلات استثنائية على ما سبقتها من تكنولوجيات في عدد كبير من المجالات مثل الصحة والتعليم والسياحة وحتى في الإعلام نفسه، وكل ذلك في ظل منظومة يوتوبيا الإلكترونية، وخوف البعض من التجديد، نظراً لعدم القدرة على الاستيعاب، مع رفع شعارات المعرفة للجميع والاتصالات بالمجان وفرص التعليم لكل الأعمار، مع تردد الصيحات التي تطالب بـ Laptop لكل طالب

مع توفر الانترنت في كل بيت وفي كل مكتب وكل مدرسة ومؤسسة ومركز لضمان وصول المعلومات للجميع، دون الأخذ في عين الاعتبار أن التكنولوجيا على مدى تاريخها قد انحازت إلى صف القوي على حساب الضعيف، حيث أنها كلما وفرت حلاً لمع ارتقائها في تلك المجتمعات الضعيفة إلا أنها تستحدث في الوقت ذاته مزيداً من المشكلات المستجدة التي لم تكن في الحسبان. (علي وحجازي، 2005م، ص.ص. 17-18)

الهواتف الذكية:

يشير أحد التقارير الصادرة عن شركة IDC للأبحاث أن مبيعات الهواتف الذكية بلغت 5,1 مليار جهاز نهاية العام 2016م كما وصل عدد مستخدمي الهواتف الذكية في عام 2017م إلى 4,7 مليار مشترك ولعل ذلك يدفع للتفاعل مع التساؤل الذي يشير إلى الدور الكبير الذي تلعبه تلك الهواتف في التأثير على المجتمعات البشرية والتأثير في عاداتها وتقاليدها سلباً أو إيجاباً، وعلى سبيل المثال قامت شركة جوجل Google في شهر نوفمبر عام 2006م بشراء موقع يوتيوب YouTube بمبلغ تجاوز المليار وستمائة مليون دولاراً وكان لديها يقين كامل بجدوى الاستثمار في هذا المجال، مع زيادة الطلب على الهواتف الذكية المزودة بكاميرات، لاستخدامها في التقاط وتوثيق الأحداث والفعاليات، ومن ثم رفعها على هذا الموقع، لإتاحة المجال للآخرين بمشاهدتها أو تحميلها وعرضها في بعض القنوات الفضائية التي تقوم بتخصيص برامج لعرض تلك النوعية من الأعمال، وهنا يشترك الكل في توصيل الرسائل بغض النظر عن محتواها، والسؤال الأهم الذي يطرح نفسه هو ما مدى استشعار الأباء ومن في حكمهم لحقيقة ما يدور؟ وهل يعلم أولئك الأباء ما يتلقاه أبنائهم من خلال تلك الوسائل؟ حيث أشارت دراسة أجريت على مجموعة من المراهقين إلى وجود نسبة كبيرة من الأباء يجهلون ما تحتويه أجهزة أولادهم الذكية. (الغفيلي، 2017م، ص.ص. 50-51)

وقد مرت شبكات الهاتف الجوال بثلاث مراحل هامة منذ ظهورها حيث كان الجيل الأول ثم الثاني ورغم سرعة التدفق الهائل التي وفرتها أنظمة التراسل والتحويل وشبكات النفاذ لم تكن كافية، مما أدى إلى ظهور شبكات الجيل الثالث الذي سمح باستعمال تقنية نفاذ اعتمدت على إسناد رمز وحيد لكل مستعمل

خلال كل مكالمة مع توفير سرعة تدفق وصلت إلى 2 ميغابيت في الثانية، يضاف إلى ذلك انتشار الإنترنت والذي يُعد من أهم التطورات التي شهدتها تكنولوجيا الاتصال خلال السنوات القليلة الماضية، إذ أصبح يضاهي في آثاره آثار رقمنة شبكات الاتصال، وأهم دلائل ذلك ما تم تسجيله من تجاوز لحجم المعطيات المنقولة عبر هذه الشبكات بالمقارنة مع الحركة الهاتفية العادية، وهذا أدى إلى تطوير أدوات للتحكم في هذه المعلومات مع توفير إمكانات أسهل لاستغلالها وظهرت نتيجة لذلك قواعد بيانات توفر للمستخدمين أوجه متعددة للمعلومات تتماشى مع حاجياتهم المرتقبة وبفضلها انتشرت بنوك المعطيات في جميع المجالات وأصبحت تقدم للمستخدم خدمات ذات قيمة مضافة مع توفيرها في كل زمان ومكان وبأكثر شفافية. (أبو عيشه، 2010م، ص. 28-29)

وقد كان لهذا التطور آثاره وانعكاساته على الإنسان في الجانب الاقتصادي وما حدث له من تحولات عميقة غير متناهية ومناهضة أحيانا للقواعد الأساسية لنمط الاقتصاد التقليدي، وقد أطلق عليه الاقتصاد الرقمي أو المعرفي أو الجديد وأيضا على المستوى الاجتماعي من خلال توفير قواعد بيانات للانفتاح على الثقافات الخارجية والتعريف بالثقافات المحلية المتنوعة من جهة أخرى، وهي بدورها توفر فرصاً متساوية للمعرفة ولدعم ثقافة الأفراد بصرف النظر عن أماكن تواجدهم. وعلى الرغم من تلك التطورات إلا أن هناك فجوة يطلق عليها الفجوة الرقمية، وتتمثل في أن هذه التطورات لم تشمل كل المجتمعات بصورة متوازنة على الرغم من أنها أصبحت ضرورة لتسيير أمور الحياة، إذ أن بعض المجتمعات لم تتوفر لها سبل الانخراط في هذه الثورة التكنولوجية، وأصبحت هناك هوة تفصل بين النظام التقليدي في الإنتاج والتواصل والتعامل إلى نظام جديد يعتمد على تقنيات الاتصال الحديثة، وهذه العقبة أثرت بشكل مباشر على طبيعة استخدامها إلى أن أصبحت في المجتمعات مظهراً من مظاهر الرفاه فقط. (أبو عيشة، نفس المرجع، ص. 30-32)

انعكاسات الرقمنة على سلوك الطفل:

لعل الاتصال الرقمي في عصر تكنولوجيا المعلومات وعصر التربية الرقمية يُعد حكماً عملياً وفكرياً لقياس مديات المسافة والهوة الخاصة بين الأمم المتقدمة والأمم

النامية، وهو يعتبر وخزة فكرية استفزت العالم النامي المتراحي في العطاء الفكري الذي يعتمد على النمطية، والتي حولته إلى مستخدم ومتعاط سلبي مع المعلومات ونتيجة تعدد وسائل الاتصالات الحديثة وتنوع وغزارة المعلومات والإنتاج الإعلامي لم تعد الجماهير موحدة ومتجانسة بل تحولت الى وحدات صغيرة "تفتتت الجماهير" fragmentation media وأصبح كل طفل يتلقى من منفذه الخاص مختلف المواد التي تناسبه. (البدراني، مرجع سابق، ص. 9-15) وفي هذه الآونة تنتشر ألعاب تم تخصيصها لجذب انتباه فئات عظمى من الأطفال دون الانتباه لمحتويات تلك الألعاب أو الهدف من ورائها، ودون إدراك العواقب التي قد تنتج عن سوء استخدامها ودون معرفة الجهات المصدرة لها مثل لعبة بابجي Pubgy ولعبة الحوت الأزرق ولعبة فورت نايت Fortnite ولعبة مريم وغيرها، ولعل هذا الاستقطاب الكبير للأطفال من كافة المستويات والأعمار للإعلام الرقمي الغربي في ظل ضعف وقصور في المحتوى الرقمي العربي مع ضعف الطلب عليه لا يجد استراتيجية وطنية موحدة لمواجهة هذه المشكلة.

الأثار المترتبة على التحول والاندماج الرقمي:

يوجد تماه بين وسائل الإعلام الجديد حيث أن إحدى الصفات التي تتصف بها تكنولوجيا الإعلام الجديد هي اندماج تلك الوسائل والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة وقد أُلغيت الحدود بينها، وعلى سبيل المثال فجريدة الشرق الأوسط مثلاً أصبحت جريدة الكترونية بكل ما في الكلمة من معنى تستخدم الأقمار الصناعية لإرسال صفحاتها إلى 12 مدينة حول العالم وتستخدم الكمبيوتر ويمكن قراءتها على الانترنت، كما أن التلفزيون والانترنت اندمجا بشكل يشير إلى توقعات الاندماج الكامل في القريب العاجل فجهاز التلفزيون الآن للمشاهدة وللإبحار في الانترنت وقد وصل التحول في ميدان الاتصالات والإعلام الرقمي إلى ظهور قطاع جديد أطلق عليه comm-info-tainment وهو مصطلح يشير إلى الاتصال والمعلومات والترفيه، وعلى سبيل المثال تحولت شركة الاتصالات الهاتفية "دويتش تيليكوم" إلى شركة برامج شبيهة بالتلفزيون، كذلك استيقظت شركة تيليكوم ايتاليا ذات يوم فوجدت نفسها تحولت إلى شركة إعلام، وهو ذات الحال مع شركات الهاتف الأسبوية التي أصبحت تقدم خدمات تلفزيونية. (صادق، 2008م، ص. 48-52)

وقد قدم عالم الاجتماع جاك أيلول (1912 - 1994م) - وهو عالم لاهوت وفيلسوف فرنسي - رؤية عن الآثار المترتبة على التحول والاندماج الرقمي في كتابه المجتمع التكنولوجي، وأكد أن التكنولوجيا الحديثة لها تأثيراتها الإيجابية التي تظهر بوضوح في مختلف المجالات والأنشطة كالطهو ولعب الكرة والنوم والأسرة وإرسال الرسائل والتدريس والبستنة ووسائل منع الحمل والموسيقى وغيرها، وأصبحت ظاهرة شاملة في الحضارة والقوة المحددة لسيادة نظام اجتماعي جديد، حيث لم تعد الكفاءة خياراً بل أضحت ضرورة مفروضة على جميع مناحي النشاط البشري، وعلى الرغم من تلك المنافع، إلا أنه أقرب بوجود ثمن ينبغي على المجتمع سداده مقابل تبنيها، ويعتقد أيلول أن كل ابتكار يخلف آثاراً مؤذية لا سبيل لفصلها عن الآثار المحيية، ويرى أن هذه القوى هي عناصر متضادة متصلة دوماً على نحو يتعذر معه فصلها. ويُعد أن تبني المجتمع للتكنولوجيا الحديثة يطرح مشكلات أكثر من المشكلات التي يحلها، ويضيف أن كل تقنية تنطوي على نتائج غير منظورة يجب التنبه إليها وأخذها في الحسبان. (بى سيل، 2017م، ص. 50-51) وتتلخص أبرز المظاهر السلوكية والاجتماعية لمدمني الهواتف الذكية في: ضعف الإحساس بقيمة الذات، وتجاهل العمل وانخفاض المستوى الدراسي وزيادة معدلات الغياب عن المدرسة، اللامبالاة التي تؤدي إلى إهمال العلاقات الاجتماعية مع الأسرة والأصدقاء. (Whang, & Other, 2004, p144)

وقد غيرت التكنولوجيا الرقمية بشكل أساسي طبيعة ووظيفة وسائل الإعلام في مجتمعنا، حيث أعادت اختراع الممارسات القديمة في الاتصال العام وفي بعض الأحيان تتحايل على وسائل الإعلام التقليدية وتتحدى دورها المتميز كحماة للأخبار والترفيه. وقد قدم جون ف. بافلينك دراسة ناقدة عن الابتكارات الرقمية الحالية، والبودكاست و Podcast، ومشاركة الملفات بين الأقران، والترفيه حسب الطلب، ورقمنة التلفزيون، والراديو، والأقمار الصناعية وتداعياتها الإيجابية والسلبية وقد وجد أنه على الرغم من أن التفاعل مع المجال الرقمي يعلم الأطفال مهارات قيّمة إلا أنه يمكن أن يعرضهم لمخاطر جسيمة. (V.Pavlik, 2008, p.266)

استراتيجية الاجتماع مع الأسرة: family board meeting Strategy

تعتبر هذه الاستراتيجية في ظل هذا الكم الهائل من التطور التكنولوجي طريقة لتحسين العلاقات بين الأبناء وأسرهم حيث أن لقاءات الوجه لوجه هي طريقة

لتحقيق أكبر قدر ممكن من قضاء وقت جميل مع الأبناء والاتصال العميق معهم مثل الأوقات التي يقضيها الإنسان مع الآخرين في العمل ومع الزملاء ومع الأصدقاء وفي مجتمع الأعمال ويكون الاجتماع مع كل فرد من أفراد الأسرة وجهاً لوجه على الأرجح مرتين خلال فترة 90 يوماً مع تغييب الأجهزة الإلكترونية أثناء الاجتماعات ومن ثم يكون الاجتماع الأسري الكبير كل 90 يوماً وقد يتخلل هذا الاجتماع نشاط محبب للأبناء وتكون الفرصة سانحة لمتابعة الأبناء وإزالة الضغوط والتوترات من الجو والمناخ الأسري. (Elrod, 2018.p.26 28 -)

إرشادات العمل الاجتماعي للأطفال والمربين:

من الضروري أن يشرف الأخصائيون الاجتماعيون في المدارس على توعية و تثقيف الأطفال والأهالي باعتبار التوعية إحدى مؤسسات التنشئة الاجتماعية والأسرية، وإحدى المجالات الهامة لمواجهة هذا الكم الهائل من التدفق الحر للمعلومات العابرة للحدود والقارات، وذلك يكون عن طريق إعادة صياغة محتوى التربية الرقمية الواردة بما يتناسب مع خصوصية المجتمع مع تعزيز القدرة على استيعاب التغيرات الناجمة عنها ومن ثم التعامل مع الآثار المترتبة عليها، من خلال تشكيل جماعات مدرسية لهذا الهدف، وعقد ورش عمل وندوات للأطفال والمربين معاً، مع التأكيد على تضافر كل الجهود في تحقيق ذلك، وهذه الإرشادات تتضمن الموضوعات التالية مع إمكانية توسيع نطاق العمل وفقاً لما يستجد من تطورات في مجال التكنولوجيا وعلوم الاجتماع والاتصال:

أولاً / إرشادات الاستخدام الذكي للهواتف النقالة:

- لا يسمح بإعطاء معلومات شخصية كالاسم والعنوان والهاتف لأن الطفل لا يعلم كيف سيتم استخدام هذه المعلومات.
- لا يسمح بالرد على الأشخاص المجهولين وغير المعروفين للطفل، ويتم ابلاغ المربي في حالة حدوث هذا الأمر.
- لا يجوز الانشغال بوسائل التواصل في أيام الدراسة ويمكن استخدامها من ساعتين إلى ثلاث يوماً.

- ضرورة حفظ شيء مفيد يومياً وممارسة هواية يجبها الطفل.
- لا ينبغي للأطفال أن يكون لديهم بريد إلكتروني مستقل والأفضل استخدام بريد المربي.
- لا بد من التأكد من الحماية التقنية للمربي وبرامج الحماية الشخصية ومن الفيروسات.
- مراقبة تعامل الأطفال مع الإنترنت عبر مراجعة المواقع التي يتفحصونها.
- عدم منح الأطفال «كلمة السر» الخاصة بالإنترنت حتى يتم منعهم من الدخول عليها في الأوقات غير المناسبة.
- إعلان عطلة تقنية يوم واحد في الأسبوع مثلاً يتم فيه التخلي عن استخدام جميع الأجهزة الذكية لجميع أفراد الأسرة.
- استخدام برامج الفلترة والمراقبة لمنع الدخول إلى المواقع السيئة والمحظورة واستخدام محركات بحث خاصة بالأطفال مثل متصفح يا هادي ومتصفح yahooigans.com ومتصفح kidrex.org وبرنامج golden filter pro وبرنامج surfwatch وبرنامج k9web protection وبرنامج cyber patrol وبرنامج youtube kids أيضاً استخدام تطبيق.
- محاربة الفراغ وابتكار بدائل تقلل التعلق بالأجهزة الذكية.
- القدوة وإصلاح عيوبنا وإبعاد الأجهزة عن الجلسات العائلية مع تقنين استخدام الأجهزة أمام الأطفال. (القرني، 1439، ص. 50-60)

ثانياً / إرشادات لمد جسور التواصل بين المربين والأبناء:

- إن حدة المزاج والثورة أمر طبيعي نظراً للأحداث اليومية التي لا تترك مساحة لتنفس المشاعر النبيلة مع الأطفال وقد تكون هناك أشياء بسيطة ربما تزيد من أواصر التواصل معهم مثل التالي:
- تناول وجبة واحدة يومياً معهم على الأقل وإدارة حوار عن طبيعة عمل

المربي وتفصيله والخدمات التي يقدمها للمجتمع، ومن خلال الحوار نسرد لهم الإيجابيات التي نجبها والسلبيات التي لا نجبها وكيف نتعامل معها لغيرها ما استطعنا وعن أهمية العمل لكل أفراد الأسرة وللمجتمع وعن أهمية إنجاز المطلوب في الوقت المحدد لكيلا تكون هناك عواقب لسوء التعامل مع الناس.

- اختلاق مواقف بيننا وبينهم كاصطحابهم للتسوق ولإثارة الموضوعات التي يهتمون بها.

- الاستماع إليهم والإصغاء الجيد لهم دون مقاطعة.

- استخدام لغة العيون والإشارات والابتسامات.

- المرح والتفاؤل دائما وترك مساحة للسمر.

- تدريب الأطفال على حب العمل والإنتاج والعلم.

- ربما صراخ الأطفال رد فعل لصراخنا نحن لذلك يجب إدارة الغضب وتصحيح الأخطاء بهدوء.

-إغلاق المعسكرات المصممة للأبناء والتي تحتوي على أوامر لا يمكن تنفيذها وإبداء المرونة في مواعيد الاستذكار و مواعيد تناول الطعام وغير ذلك.

-تدريبهم على تحمل المسؤولية باستمرار.

- ترك مساحة للحرية في الاختيار سواء للطعام أو لمواعيد الخروج مع الأصدقاء.

- مشاركتهم في الأنشطة مثل التلوين والرسم وغير ذلك من الألعاب التي تدخل السرور على قلوبهم.

- مساعدتهم على التفكير السليم وإثارة الأسئلة بطريقة تعليمية. (زكريا، 2010م، ص. ص. 82-86)

إجراءات الدراسة الميدانية:

مفصل إجراءات الدراسة الميدانية على وصف مفصل للإجراءات التي اتبعتها الباحثة

في تنفيذ الدراسة، بدءاً من منهجية الدراسة، وأفراد مجتمع الدراسة وعيبتها، وأداة الدراسة المستخدمة وطرق إعدادها، كما تشتمل على وصف للإجراءات التي قام بها الباحثان في تقنين أدوات الدراسة وتطبيقها، وأخيراً وصف المعالجات الإحصائية التي اعتمدها الباحثان عليها في تحليل الدراسة، وفيما يلي وصف مفصل لهذه الإجراءات.

أولاً: منهجية الدراسة:

وهي الطريقة البحثية التي اختارها الباحثان في الحصول على معلومات تمكنهما من الحصول على إجابة تساؤلات البحث من مصادرها. وقد استخدم الباحثان منهج المسح الوصفي الذي يهدف إلى وصف وتحديد وتوضيح أثر الإعلام الرقمي على سلوك الأطفال في المجتمع الفلسطيني "دراسة تطبيقية على الهواتف الذكية"، أملاً في التوصل إلى حقائق علمية يزيد بها رصيد العلم والمعرفة من أجل تشخيص جوانب القوة لتدعيمها وتشخيص جوانب الضعف لمعالجتها والتنبؤ بما ستؤول إليه أمور هذه المشكلة في المستقبل أو ما قد يتخذ في شأنها من قرارات في المراحل التالية:

طرق جمع البيانات:

اعتمد الباحثان على نوعين من البيانات:

1. البيانات الأولية: ذلك بالبحث في الجانب الميداني بتوزيع استبيانات لدراسة بعض مفردات البحث وحصص وتجميع المعلومات اللازمة في موضوع البحث، ومن ثم تفرغها وتحليلها باستخدام برنامج SPSS (Statistical Package for Social Science) الإحصائي واستخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة بهدف الوصول لدلالات ذات قيمة ومؤشرات تدعم موضوع الدراسة.

2. البيانات الثانوية: تمت مراجعة الكتب والدوريات والمنشورات الخاصة أو المتعلقة بموضوع الدراسة، والتي لها علاقة بدراسة أثر الإعلام الرقمي على سلوك الأطفال في المجتمع الفلسطيني "دراسة تطبيقية على الهواتف الذكية" وأي مراجع رأى الباحثان أنها قد تساهم في إثراء الدراسة بشكل علمي، وكذلك أخذ تصور عام عن آخر المستجدات التي حدثت وتحدث في مجال الدراسة.

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من الطلبة الأطفال الذكور في المرحلة الإعدادية بمدارس مديرية تربية وتعليم خان يونس، والبالغ عددهم (3149) طالب بحسب إحصائية مديرية تعليم خان يونس، ونظراً لصعوبة الوصول إلى جميع أفراد مجتمع الدراسة، تم توزيع إدارة الدراسة على عينة عشوائية بلغ قوامها (500) مفردة، - مثلت نحو 16 ٪ من إجمالي مجتمع الدراسة -، موزعين على خمس مدارس في مدينة خان يونس، تم الاسترشاد إليهم ومقابلتهم من خلال التنسيق مع إدارات المدارس لكي لا يؤثر ذلك على العملية التعليمية، وتم استرداد عدد (450) استبانة من إجمالي الاستبانات الموزعة أي ما نسبته (90 ٪)، وتعتبر هذه النسبة مقبولة لإجراء التحليل الإحصائي وإجابة التساؤلات.

ثالثاً: أداة الدراسة:

استخدم الباحثان الاستبانة كأداة رئيسية للدراسة وتكونت من أربع مجالات رئيسية هي:

1. المجال الأول: اشتمل على فقرات التأثير الإيجابي للإعلام الرقمي (10) فقرات.
2. المجال الثاني: اشتمل على فقرات التأثير السلبي للإعلام الرقمي (10) فقرات.
3. المجال الثالث: اشتمل على فقرات تأثير الإعلام الرقمي على العلاقات الاجتماعية (10) فقرات.
4. المجال الرابع: اشتمل على فقرات تأثير الإعلام الرقمي على العلاقة بالوالدين (10) فقرات.

وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي، كونه أسلوباً مناسباً لقياس السلوكيات والتفضيلات، ويتناسب مع طبيعة موضوع الدراسة.

المعالجات الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

تم استخدام الأدوات الإحصائية الآتية:

- المتوسط الحسابي والوزن النسبي والانحراف المعياري.

- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient).

تحليل ومناقشة نتائج الدراسة

المستوى التصنيفي المعتمد في الدراسة:

لتحديد المستوى التصنيفي المعتمد في الدراسة، فقد تم تحديد طول الخلايا في مقياس ليكرت الخماسي من خلال حساب المدى بين درجات المقياس ($5-1=4$)، ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية أي ($4/5=0.80$)، وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (بداية المقياس وهي واحد صحيح) وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية. (التميمي، 2004م: 42) وعليه أصبح طول الخلايا كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول (1)

المستوى التصنيفي في الدراسة

درجة الموافقة	الوزن النسبي المقابل له	طول الخلية
قليلة جداً	من 20% - 36%	من 1 - 1.80
قليلة	أكبر من 36% - 52%	أكبر من 1.80 - 2.60
متوسطة	أكبر من 52% - 68%	أكبر من 2.60 - 3.40
كبيرة	أكبر من 68% - 84%	أكبر من 3.40 - 4.20
كبيرة جداً	أكبر من 84% - 100%	أكبر من 4.20 - 5

ولتفسير نتائج الدراسة والحكم على مستوى الاستجابة، اعتمد الباحثان على ترتيب المتوسطات الحسابية على مستوى المجالات للأداة ككل، ومستوى الفقرات في كل مجال، وقد حدد الباحثان درجة الموافقة حسب المستوى التصنيفي المعتمد للدراسة.

صدق وثبات الاستبانة:

أولاً: صدق الاستبانة:

صدق الاستبانة يعني التأكد من أنها سوف تقيس ما أعدت لقياسه (العساف، 1995: 429)، كما يقصد بالصدق "شمول الاستبانة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها (عبيدات

وآخرون، 2001: 179)، وقد قام الباحثان بتقنين فقرات الاستبانة وذلك للتأكد من صدق أداة الدراسة، وقد تم التأكد من صدق فقرات الاستبانة بطريقتين:

1. صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة:

جدول رقم (2) يبين معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال والدرجة الكلية للمجال الذي تتبع له، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0, 05)، حيث إن مستوى الدلالة لكل فقرة أقل من (0, 05)، وبذلك تعتبر فقرات الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه فكانت النتائج على النحو الآتي:

جدول (2)

يوضح معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات المجال والدرجة الكلية للمجال

تأثير الإعلام الرقمي على العلاقة بالوالدين			تأثير الإعلام الرقمي على العلاقات الاجتماعية			التأثير السلبي للإعلام			التأثير الإيجابي للإعلام		
القيمة الاحتمالية (Sig)	معامل الارتباط	م	القيمة الاحتمالية (Sig)	معامل الارتباط	م	القيمة الاحتمالية (Sig)	معامل الارتباط	م	القيمة الاحتمالية (Sig)	معامل الارتباط	م
*0.000	0.721	.1	*0.000	0.638	1.	*0.000	0.836	.1	*0.001	0.593	.1
*0.004	0.509	.2	*0.000	0.757	.2	*0.001	0.586	.2	*0.000	0.864	.2
*0.000	0.722	.3	*0.001	0.576	3.	*0.000	0.810	.3	*0.000	0.939	.3
*0.000	0.702	.4	*0.000	0.721	.4	*0.000	0.916	.4	*0.000	0.832	.4
*0.000	0.706	.5	*0.000	0.817	.5	*0.000	0.905	.5	*0.000	0.808	.5
*0.000	0.666	.6	*0.000	0.840	.6	*0.000	0.832	.6	*0.000	0.883	.6
*0.000	0.670	.7	*0.000	0.771	.7	*0.001	0.571	.7	*0.000	0.610	.7
*0.000	0.720	.8	*0.000	0.683	.8	*0.000	0.704	.8	*0.000	0.751	.8
*0.000	0.795	.9	*0.000	0.738	.9	*0.003	0.517	.9	*0.001	0.591	.9
*0.000	0.848	.10	*0.000	0.793	.10	*0.000	0.698	.10	*0.000	0.709	.10

* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$)

2. صدق الاتساق البنائي لمجالات الاستبانة:

جدول رقم (3) أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى دلالة (0, 05)، حيث إن مستوى الدلالة لكل مجال أقل من مستوى الدلالة (0, 05)، وبذلك تعتبر مجالات الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول (3)

يوضح معامل الارتباط بين كل مجال من مجالات الاستبانة مع الدرجة الكلية للاستبانة

م	المجال	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig.)
1.	التأثير الإيجابي للإعلام	0.808	*0.000
2.	التأثير السلبي للإعلام	0.873	*0.000
3.	تأثير الإعلام الرقمي على العلاقات الاجتماعية	0.779	*0.000
4.	تأثير الإعلام الرقمي على العلاقة بالوالدين	0.812	*0.000

* الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$)

ثانياً: ثبات فقرات الاستبانة.

أما ثبات أداة الدراسة فيعني التأكد من أن الإجابة ستكون واحدة تقريباً لو تكرر تطبيقها على الأشخاص ذاتهم في أوقات (العساف، 1995: 430). وقد أجرى الباحثان خطوات الثبات على العينة الاستطلاعية نفسها بطريقتين هما: معامل ألفا كرونباخ وطريقة التجزئة النصفية فكانت النتائج على النحو الآتي:

جدول (4)

نتائج الثبات باستخدام معامل الفا كرونباخ والتجزئة النصفية للاستبانة

م	المجال	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ	التجزئة النصفية	
				معامل الارتباط	معامل الارتباط المصحح
1.	التأثير الإيجابي للإعلام	10	0.905	0.746	0.854
2.	التأثير السلبي للإعلام	10	0.898	0.751	0.858
3.	تأثير الإعلام الرقمي على العلاقات الاجتماعية	10	0.681	0.610	0.758
4.	تأثير الإعلام الرقمي على العلاقة بالوالدين	10	0.733	0.597	0.747
	الدرجة الكلية للاستبانة	40	0.839	0.710	0.830

يتضح من الجدول رقم (4) أعلاه أن قيمة معامل الثبات الكلي تساوي (0,839) وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات تطمئن الباحثين إلى تطبيقها على عينة الدراسة، كما أن قيمة معامل الارتباط المعدل (سبيرمان براون) (Spearman Brown) مرتفعة مما يجعل الباحثان على ثقة تامة بصحة الاستبانة،

وصلاحيّتها لتحليل النتائج، والإجابة عن أسئلة الدراسة.

تحليل فقرات الاستبانة:

حرص الباحثان على الإجابة على أسئلة الدراسة من خلال تحليل البيانات ومناقشتها، والتركيز على أعلى فقرتين، وأدنى فقرتين وتفسير نتائجها ومقارنتها بالدراسات السابقة. وتم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل فقرة والدرجة الكلية للمجال والنتائج المبينة في الجدول أدناه توضح آراء أفراد عينة الدراسة في فقرات مجالات الدراسة، كما يلي:

أولاً/ الإجابة على التساؤل الأول: التأثير الإيجابي للإعلام الرقمي على سلوك الأطفال:

جدول (5)

التأثير الإيجابي للإعلام الرقمي على سلوك الأطفال

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
1	اعتبر أن الهاتف الذكي مضيعة للوقت والجهد.	3.93	1.162	78.60	2
2	أشعر أن اللجوء إلى الهاتف الذكي يعوضني عن اللعب مع أصدقائي.	3.20	1.108	64.00	10
3	أحرص على تخصيص ساعات محددة للجلوس على جوالي يومياً.	4.33	0.919	86.60	1
4	أشعر بسعادة بالغة أثناء ممارستي للألعاب الإلكترونية.	3.53	1.087	70.60	6
5	أحب ممارسة ألعاب القتال والرياضة على جوالي.	3.71	1.108	74.20	4
6	أشعر بتطور التفكير لدي في معالجة المشاكل اليومية بعد ممارسة الألعاب على الجوال.	3.60	1.272	72.00	5
7	تزيد الألعاب الإلكترونية من قدرتي على التحليل وحل المشاكل.	3.29	1.167	65.80	7
8	تزيد ممارستي للألعاب الإلكترونية من قدرتي على الصبر والشجاعة.	3.76	1.138	75.20	3
9	تتطور مهاراتي في التفكير كلما زادت فترة اللعب عندي.	3.24	1.268	64.80	8
10	تتطور مهارة الاستجابة وقوة الملاحظة لدي كلما زادت فترة تعاملي مع الجوال.	3.02	1.220	60.40	9
	الدرجة الكلية للتأثير الإيجابي للإعلام الرقمي	3.56	0.472	71.20	

يتضح من خلال نتائج الجدول رقم (5) أن أعلى فقرتين حسب الوزن النسبي في هذا المجال كانتا:

1. الفقرة رقم (3) التي نصت على "أحرص على تخصيص ساعات محددة للجلوس على جوالى يوميا" قد احتلت المرتبة الأولى بوزن نسبي (60, 86 %)، مما يدل على أن الفقرة قد حصلت على درجة موافقة (كبيرة جداً) من قبل أفراد عينة الدراسة.

2. الفقرة رقم (1) التي نصت على "اعتبر أن الهاتف الذكي مضيعة للوقت والجهد" قد احتلت المرتبة الثانية بوزن نسبي (60, 78 %)، مما يدل على أن الفقرة قد حصلت على درجة موافقة (كبيرة) من قبل أفراد العينة. ويعزو الباحثان ذلك إلى وعي أفراد عينة الدراسة بمدى المخاطر الناتجة عن الاستخدام المفرط للهواتف الذكية، والآثار السلبية المترتبة على ذلك الاستخدام المفرط، وهو ماتؤكدته نتيجة الفقرة رقم (1) التي احتلت المرتبة الثانية وحصلت على درجة موافقة كبيرة من قبل أفراد عينة الدراسة، الأمر الذي يشير إلى التكامل والانسجام بين نتائج أعلى فقرتين حسب الوزن النسبي لهذا المجال.

وتبين نتائج الجدول رقم (5) أن أدنى فقرتين حسب الوزن النسبي في هذا المجال كانتا:

1. الفقرة رقم (2) التي نصت على "أشعر أن اللجوء الى الهاتف الذكي يعوضني عن اللعب مع أصدقائي"

قد احتلت المرتبة الأخيرة بوزن نسبي (00, 64 %)، مما يدل على أن الفقرة قد حصلت على درجة موافقة (متوسطة) من قبل أفراد العينة.

2. الفقرة رقم (10) التي نصت على "تتطور مهارة الاستجابة وقوة الملاحظة لدي كلما زادت فترة تعاملي مع الجوال" قد احتلت المرتبة قبل الأخيرة بوزن نسبي (40, 60 %)، مما يدل على أن الفقرة قد حصلت على درجة موافقة (متوسطة) من قبل أفراد العينة. ويعزو الباحثان ذلك إلى قناعة أفراد عينة الدراسة بقلة التأثير الإيجابي للإعلام الرقمي المتمثل في الهواتف الذكية.

وبشكل عام فقد تبين أن المتوسط الحسابي لمجال التأثير الإيجابي للإعلام الرقمي يساوي 3,56 أي بوزن نسبي قدره (20, 71 %) مما يشير على الموافقة الكبيرة من قبل أفراد عينة المبحوثين على مجال التأثير الإيجابي.

ثانياً/ الإجابة على التساؤل الثاني: التأثير السلبي للإعلام الرقمي على سلوك الأطفال:

جدول (6)

التأثير السلبي للإعلام الرقمي على سلوك الأطفال

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
1	أشعر بتذمر عائلي من قضائي ساعات طويلة في اللعب على الجوال.	3.87	1.310	77.40	1
2	أميل عادة إلى تقليد الألعاب التي أمارسها على الجوال.	3.11	1.140	62.20	9
3	أميل عادة إلى تقليد الحركات التي أنفذها في الألعاب الالكترونية التي أمارسها على الجوال.	3.22	1.153	64.40	6
4	أشعر أن هناك سلوكيات سلبية في تعاملي مع زملائي نتيجة ممارستي للألعاب على الجوال.	3.16	1.264	63.20	8
5	أشعر دائماً أنني أريد زيادة وقت اللعب على الجوال.	3.15	1.408	63.00	7
6	ممارسة الألعاب على الجوال تؤدي إلى عدم الاستيقاظ والذهاب للمدرسة مبكراً.	3.56	1.407	71.20	3
7	أشعر بالعزلة نظراً لقضائي وقت طويل في التعامل مع الجوال.	3.49	1.327	69.80	4
8	أشعر بتأثر مستواي الدراسي نتيجة للوقت الذي أقضيه باللعب.	3.42	1.308	68.40	5
9	أفضل اللعب على الجوال قبل البدء بدراستي وحل واجباتي المدرسية.	3.11	1.595	62.20	10
10	أشعر أن الألعاب على الجوال تؤثر سلباً على تحصيلي الدراسي.	3.64	1.195	72.80	2
	الدرجة الكلية للتأثير السلبي للإعلام الرقمي	3.41	0.573	68.20	

يتضح من خلال نتائج الجدول (6) أن أعلى فقرتين حسب الوزن النسبي في هذا المجال كانتا:

1. الفقرة رقم (1) التي نصت على "أشعر بتدمير عائلتي من قضائي ساعات طويلة في اللعب على الجوال" قد احتلت المرتبة الأولى بوزن نسبي (40, 77 %)، مما يدل على أن الفقرة قد حصلت على درجة موافقة (كبيرة) من قبل أفراد العينة. ويعزو الباحثان ذلك إلى حرص الوالدين وأفراد الأسرة على متابعة أبنائهم الأطفال، وعدم ما أكدته درجة الموافقة الكبيرة لأفراد عينة الدراسة في الفقرة التالية التي احتلت المرتبة الثانية.

2. الفقرة رقم (10) التي نصت على "أشعر أن الألعاب على الجوال تؤثر سلباً على تحصيلي الدراسي" قد احتلت المرتبة الثانية بوزن نسبي (80, 72 %)، مما يدل على أن الفقرة قد حصلت على درجة موافقة (كبيرة) من قبل أفراد العينة.

وتبين النتائج من خلال الجدول رقم (6) أن أدنى فقرتين حسب الوزن النسبي في هذا المجال كانتا:

1. الفقرة رقم (9) التي نصت على "أفضل اللعب على الجوال قبل البدء بدراستي وحل واجباتي المدرسية"

قد احتلت المرتبة الأخيرة بوزن نسبي (20, 62 %)، مما يدل على أن الفقرة قد حصلت على درجة موافقة (متوسطة) من قبل أفراد العينة.

2. الفقرة رقم (2) التي نصت على "أميل عادة إلى تقليد الألعاب التي أمارسها على الجوال" قد احتلت المرتبة قبل الأخيرة بوزن نسبي (20, 62 %)، مما يدل على أن الفقرة قد حصلت على درجة موافقة (متوسطة) من قبل أفراد العينة. ويلاحظ مما سبق أن أدنى فقرتين في هذا المجال احتلتا المرتبة الأخيرة وقبل الأخيرة بوزن نسبي متشابه (20, 62 %) بدرجة موافقة متوسطة وهو ما ينسجم مع نتائج الفقرتين (1) و (10) أعلاه في ذات المجال.

وبشكل عام فقد تبين أن المتوسط الحسابي لمجال التأثير الإيجابي للإعلام الرقمي يساوي 41, 3 أي بوزن نسبي قدره (20, 68 %) مما يشير على الموافقة الكبيرة نوعاً ما من قبل أفراد عينة المبحوثين على مجال التأثير السلبي.

ثالثاً/ الإجابة على التساؤل الثالث: تأثير الإعلام الرقمي على العلاقات الاجتماعية:

جدول (7)

تأثير الإعلام الرقمي على العلاقات الاجتماعية

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
1	عادة ما أسعى لاختيار الألعاب التي يمارسها أصدقائي على الجوال بهدف منافستهم وتحديهم.	4.02	1.202	80.40	1
2	يعوضني الجوال عن اللعب مع أصدقائي.	3.29	1.258	65.80	3
3	أفضل اللعب على الجوال على ممارسة الألعاب الجماعية الأخرى مع أصدقائي.	3.51	1.310	70.20	2
4	أمارس يوماً باللعب بالألعاب الإلكترونية المختلفة على الجوال.	3.09	1.132	61.80	7
5	أفضل قضاء الوقت على الجوال عن قضاء الوقت في الدراسة.	2.71	1.515	54.20	10
6	سبب لي اللعب على الجوال مشاكل مع أفراد عائلتي.	3.13	1.147	62.60	5
7	أشعر بالغضب عند منعي من اللعب على الجوال من قبل أهلي.	3.22	1.245	64.40	4
8	يتم منعي مرات عديدة في اليوم من قضاء فترات طويلة في اللعب ولا أكره ذلك.	3.00	1.317	60.00	9
9	أرغب بالهروب من الظروف الاقتصادية المحيطة بي بممارستي للألعاب على الجوال.	3.07	1.236	61.40	8
10	أشعر بتدمر عائلتي من قضائي ساعات طويلة في اللعب على الألعاب الإلكترونية.	3.11	1.251	62.20	6
	الدرجة الكلية لتأثير الإعلام الرقمي على العلاقات الاجتماعية	3.22	0.696	64.40	

يتضح من خلال نتائج الجدول رقم (7) أن أعلى فقرتين حسب الوزن النسبي في هذا المجال كانتا:

1. الفقرة رقم (1) التي نصت على "عادة ما أسعى لاختيار الألعاب التي يمارسها أصدقائي على الجوال بهدف منافستهم وتحديهم" قد احتلت المرتبة الأولى بوزن نسبي (40, 80%)، مما يدل على أن الفقرة قد حصلت على درجة موافقة (كبيرة جداً) من قبل أفراد العينة. ويعزو الباحثان ذلك إلى حب الأطفال على المنافسة والتحدي

والانتصار، وهو سلوك إيجابي يعزز من قيمة وثقة الطفل بنفسه.

2. الفقرة رقم (3) التي نصت على "أفضل اللعب على الجوال على ممارسة الألعاب الجماعية الأخرى مع أصدقائي" قد احتلت المرتبة الثانية بوزن نسبي (20, 70 ٪)، مما يدل على أن الفقرة قد حصلت على درجة موافقة (كبيرة) من قبل أفراد العينة. ويعزو الباحثان ذلك إلى أحد جوانب التأثير السلبي للهواتف الذكية، والذي يساهم على العزلة والافتقار، وهو ما يتطلب وضع برنامج اجتماعي للمتابعة والعلاج.

وتبين نتائج الجدول رقم (7) أعلاه أن أدنى فقرتين حسب الوزن النسبي في هذا المجال كانتا:

1. الفقرة رقم (5) التي نصت على "أفضل قضاء الوقت على الجوال عن قضاء الوقت في الدراسة" قد احتلت المرتبة الأخيرة بوزن نسبي (20, 54 ٪)، مما يدل على أن الفقرة قد حصلت على درجة موافقة (متوسطة) من قبل أفراد العينة. ويعزو الباحثان ذلك إلى وعي الأطفال وقناعتهم بأن الألعاب على الجوال تؤثر سلباً على التحصيل الدراسي، وهو ما تؤكدته نتائج الفقرة رقم (10) في المجال المتخصص بالتأثير السلبي للإعلام الرقمي.

2. الفقرة رقم (8) التي نصت على "يتم منعي مرات عديدة في اليوم من قضاء فترات طويلة في اللعب ولا أكثر لذلك" قد احتلت المرتبة قبل الأخيرة بوزن نسبي (00, 60 ٪)، مما يدل على أن الفقرة قد حصلت على درجة موافقة (متوسطة) من قبل أفراد العينة. ويعزو الباحثان ذلك إلى ما سبق ذكره من تفسير لنتائج الفقرة السابقة من ذات المجال، إذ أن قناعتهم بالتأثير السلبي للهواتف الذكية لاسيما في التأثير على التحصيل الدراسي، تحول دون رغبتهم في قضاء أوقات طويلة في اللعب على الجوال.

وبشكل عام فقد تبين أن المتوسط الحسابي لمجال التأثير الإيجابي للإعلام الرقمي يساوي 22, 3 أي بوزن نسبي قدره (40, 64 ٪) مما يشير على الموافقة المتوسطة من قبل أفراد عينة المبحوثين على مجال العلاقات الاجتماعية.

رابعاً/ الإجابة على التساؤل الرابع: أثر العلاقة الوالدية على طبيعة استخدام الأطفال للإعلام الرقمي.

جدول (8)

أثر العلاقة الوالدية على طبيعة استخدام الأطفال للإعلام الرقمي

م	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
1	يحرص الوالدان على متابعتي والجلوس معي بشكل يومي.	4.49	0.833	89.80	1
2	يشاركني الوالدان في واجباتي المدرسية ويساعدوني في أمورى الدراسية.	3.78	0.916	75.60	2
3	يخصص الوالدان لي أوقات لمتابعة البرامج التليفزيونية الهادفة.	3.62	1.121	72.40	5
4	يقوم الوالدان بالاشتراك لي في مراكز ثقافية ترفيهية بأجور رمزية.	3.73	1.254	74.60	3
5	يشجعني الوالدان على مناقشة أمور أسرتي بشكل يومي.	3.33	1.317	66.60	8
6	يسمح لي الوالدان بالجلوس عند وجود زائرين في البيت	3.31	1.314	66.20	9
7	يسمح لي الوالدان بدعوة أصدقائي إلى المنزل.	3.24	1.214	64.80	10
8	يسمح لي الوالدان بمخالطة أبناء الجيران واللعب معهم.	3.44	1.292	68.80	7
9	يخصص لي الوالدان أوقات لزيارة الأقارب والمشاركة في المناسبات العائلية.	3.47	1.240	69.40	6
10	يخصص لي الوالدان أوقات للتنزه معهم.	3.67	1.155	73.40	4
	الدرجة الكلية لأثر العلاقة الوالدية على طبيعة استخدام الأطفال للإعلام الرقمي	3.61	0.656	72.20	

يتضح من خلال نتائج الجدول (8) أن أعلى فقرتين حسب الوزن النسبي في هذا المجال كانتا:

1. الفقرة رقم (1) التي نصت على "يحرص الوالدان على متابعتي والجلوس معي بشكل يومي" قد احتلت المرتبة الأولى بوزن نسبي (80, 89 ٪)، مما يدل على أن الفقرة قد حصلت على درجة موافقة (كبيرة جداً) من قبل أفراد العينة.

2. الفقرة رقم (2) التي نصت على "يشاركني الوالدان في واجباتي المدرسية ويساعداني في أمورى الدراسية" قد احتلت المرتبة الثانية بوزن نسبي (60, 75 ٪)، مما يدل على

أن الفقرة قد حصلت على درجة موافقة (كبيرة) من قبل أفراد العينة. ويعزو الباحثان ذلك إلى حرص واهتمام الوالدين على متابعة أبنائهم، وهو أمر طبيعي وظاهرة صحية وإيجابية.

وتبين النتائج الجدول رقم (8) أن أدنى فقرتين حسب الوزن النسبي في هذا المجال كانتا:

1. الفقرة رقم (7) التي نصت على "يسمح لي الوالدان بدعوة أصدقائي إلى المنزل" قد احتلت المرتبة الأخيرة بوزن النسبي (80, 64 %)، مما يدل على أن الفقرة حصلت على درجة موافقة (متوسطة) من قبل أفراد العينة.

2. الفقرة رقم (6) التي نصت على "يسمح لي الوالدان بالجلوس عند وجود زائرين في البيت" احتلت المرتبة قبل الأخيرة بوزن نسبي (20, 66 %)، وتكون قد حصلت على درجة موافقة (متوسطة) من قبل أفراد العينة.

ويعزو الباحثان نتيجة الفقرتين (7) و (6) إلى أن المجتمع الفلسطيني مجتمع صغير ومتماسك ويتميز بالعلاقات الوطيدة والمتداخلة بين الأسر والأهالي والعائلات ويغلب عليه العلاقات الأولية والمباشرة وهى ظواهر اجتماعية يجد الأبناء أنفسهم مجبرين على اتباعها وتطبيقها على أبنائهم.

وبشكل عام فقد تبين أن المتوسط الحسابي لمجال التأثير الإيجابي للإعلام الرقمي يساوي 61, 3 أي بوزن نسبي قدره (20, 72 %) مما يشير على الموافقة الكبيرة من قبل أفراد عينة الباحثين على مجال العلاقة مع الوالدين على استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمي.

خامساً/ الإجابة على التساؤل الخامس: علاقة تأثيرات الإعلام الرقمي (الإيجابية أو السلبية) على متغيري العلاقات الاجتماعية والعلاقة مع الوالدين.

للإجابة على هذه الفرضية تم استخدام "معامل الارتباط بيرسون" لمعرفة علاقة التأثير الإيجابي والسلبي للإعلام الرقمي على العلاقات الاجتماعية والعلاقة بالوالدين.

جدول (9) نتائج معامل الارتباط

التأثير السلبي للإعلام الرقمي	التأثير الإيجابي للإعلام الرقمي	
5880.	5110.	العلاقة الاجتماعية
1070.	3250.	العلاقة بالوالدين

يتضح من نتائج جدول رقم (9) أن قيمة معامل الارتباط تساوي (0,588) للتأثير السلبي للإعلام الرقمي على العلاقات الاجتماعية، مما يشير على وجود علاقة متوسطة بينهما، فيما جاءت قيمة معامل الارتباط بمقدار يساوي (0,107) للتأثير السلبي للإعلام الرقمي على العلاقة بالوالدين، الأمر الذي يشير إلى وجود علاقة ضعيفة جداً للتأثير السلبي للإعلام الرقمي على العلاقة مع الوالدين.

وتبين نتائج الجدول رقم (9) أن قيمة معامل الارتباط تساوي (0,511) للتأثير الإيجابي للإعلام الرقمي على العلاقات الاجتماعية، مما يشير على وجود علاقة متوسطة بينهم، وأما بالنسبة للتأثير الإيجابي للإعلام الرقمي على العلاقة مع الوالدين، فقد كان معامل الارتباط يساوي (0,325) الأمر الذي يشير إلى وجود علاقة متوسطة نوعاً ما، للتأثير الإيجابي للإعلام الرقمي على العلاقة مع الوالدين.

ومما سبق يتضح أن التأثير الإيجابي والسلبي للإعلام الرقمي على سلوك الأطفال متوسط مع محيط علاقاتهم الاجتماعية، بيد أن التأثير الإيجابي للإعلام الرقمي على سلوك الأطفال مقبول نوعاً ما إلى التوسط في العلاقة مع الوالدين، بينما يتضح أن التأثير السلبي للإعلام الرقمي على سلوكهم مع الوالدين، ضعيف جداً، وهذا لربما يعود هيبة وسلطة الوالدين على الأطفال.

ملخص عام لأهم النتائج

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نلخصها فيما يلي:

- ارتفاع نسبة التأثيرات الإيجابية لوسائل الإعلام الرقمي من وجهة نظر الطلبة بوزن نسبي (20, 71 %).

- ارتفاع نسبة التأثيرات السلبية إلى حد ما بشكل عام للإعلام الرقمي من وجهه نظر الطلبة بنسبة (20, 68 %).

- أن وسائل الإعلام الرقمي وخاصة الهواتف الذكية تؤثر على العلاقات الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة.
- وجود أثر للعلاقة الوالدية على طبيعة استخدام الأطفال للإعلام الرقمي بنسبة بلغت (72,20%).
- وجود علاقة متوسطة التأثير للإعلام الرقمي على محيط العلاقات الاجتماعية للأطفال عينة الدراسة.
- ضعف التأثير السلبي للإعلام الرقمي على سلوك الأطفال عينة الدراسة مع الوالدين.

توصيات ومقترحات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة يوصي الباحثان بما يلي:

- إعداد برنامج عمل اجتماعي للأطفال وأسرهم، لإعادة صياغة مفهوم التربية الرقمية وتهذيبها بما يتناسب مع خصوصية المجتمع الفلسطيني.
- بذل جهد أكبر لتضييق الفجوة الرقمية وأثرها على مجال العلاقات الاجتماعية.
- زيادة مستوى وعي أفراد المجتمع بخطورة التأثير السلبي للإعلام الرقمي وسبل الحد منها، من خلال عقد الندوات والمحاضرات وورش العمل التثقيفية.
- إعداد مزيد من الدراسات والأبحاث الاجتماعية والإعلامية التي من شأنها المساهمة في تقليص مستوى التأثير السلبي للإعلام الرقمي.

المراجع

أولاً/ المراجع العربية:

- اندريا، بريس وبروس، وليامز. ترجمة شويكار زكي، البيئة الإعلامية الجديدة، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2012م.
- استيتية، دلال ملحس، التغيير الاجتماعي والثقافي، ط1، دار وائل، الأردن، 2004م.
- أبو عوجه، تيسير، الإعلام العربي وسائله ووسائله وقضاياها، ط1، دار مجدلاوي، عمان، الأردن، 2010م.
- أبو عيشة، فيصل فايز، الإعلام الإلكتروني، ط1، دار أسامة، عمان، الأردن، 2010م.
- بي سيل، بيتر، الكون الرقمي "الثورة العالمية في الاتصالات". ترجمة ضياء ورا، مؤسسة هندواي سي اي سي، المملكة المتحدة، 2017م.
- البدراني/ محمد فاضل، الإعلام الرقمي في عصر التدفق الإخباري، ط1، منتدى المعارف، بيروت، لبنان، 2017م.
- التميمي، فواز، فاعلية استخدام نظام إدارة الجودة (أيزو -9001 في تطوير أداء الوحدات الإدارية في وزارة التربية والتعليم في الأردن من وجهة نظر العاملين فيها ودرجة رضاهم عن هذا النظام، رسالة دكتوراه، جامعة عمان، عمان، الأردن، 2004م.
- جابر، سامية محمد، الانحراف والمجتمع، بدون ط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1997م.
- رجب، مصطفى محمد، الإعلام والمعلومات في الوطن العربي في ظل إرهاب العولمة، ط1، مؤسسة الوراق، عمان، الأردن، 2008م.
- زكريا، أماني، كيف نربي أبنائنا في عصر الانفتاح الإعلامي "دليلك العملي لحماية الأبناء من أخطار وسائل الإعلام"، ط1، مكتبة فلسطين، الإسكندرية، مصر، 2010م.
- ساري، حلمي خضر، التواصل الاجتماعي، ط1، دار كنوز المعرفة، عمان، الأردن، 2016م.
- صادق، عباس مصطفى، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق، عمان، الأردن، 2008م.
- عباس، نصر محمد، نظريات الإعلام، ط1، دار المقداد، غزة، فلسطين، 2003م.

- عبيدات، ذوقان و عدس، عبد الرحمن، و عبد الحق، كايد، البحث العلمي - مفهومه وأدواته وأساليبه، بدون ط، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001م.
- العساف، صالح، دليل الباحث في العلوم السلوكية، بدون ط، دار الزهراء للنشر والتوزيع، ومكتبة العبيكان، الرياض، السعودية، 1995م.
- على، نبيل وحجازي، نادية، الفجوة الرقمية رؤية عربية لمجتمع المعرفة، بدون ط، سلسلة عالم المعرفة، رقم 318، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2005م.
- الغفيلي، فهد بن عبد العزيز، الإعلام الرقمي أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، السعودية، 2017م.
- القرني، نورة بنت مسفر، تعزيز الرقابة الذاتية للأطفال في عصر الأجهزة الذكية " دليل عملي للمربين وأنشطة تفاعلية للأطفال"، ط1، مركز دلائل، الرياض، السعودية، 2018م.
- المطيري، متعب زين متعب، القيم المكتسبة من خلال وسائل الإعلام لدى طلبة المرحلة الثانوية في دولة الكويت من وجهة نظرهم، رسالة ماجستير، جامعة عمان العربية، عمان، الأردن، 2007م.
- لموزة، أشواق سامي، الهواتف الذكية وعلاقتها ببعض المتغيرات لدى طلاب المرحلة الإعدادية، بحث محكم ومنشور، مجلة البحوث التربوية والنفسية، جامعة بغداد، بغداد، العراق، 2016م.
- النحال، هبة مصطفى، أثر استخدام الهواتف الذكية وتطبيقاتها في التحصيل الدراسي من وجهة نظر الطلبة، رسالة ماجستير، جامعة جدارا، إربد، الأردن، 2016م.
- وليام، ودي، ماشان فرانك، ومارلين، السلوك الإجرامي النظريات. ترجمة عدلي السمري، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002م.

ثانياً/ المراجع الأجنبية:

- Dwayne: **Mobile geosocial intelligence**, free ebooks.net. Anderson, 2015.-
- Tony Lawson and Joan Garrod: **Dictionary Of Sociology**. 2nd,Ed.Fitzroy Dearborn pub., London, 2001.
- Elrod Hal: **The family board meeting to create lasting connection with your children**, 2nd, summer pub., 2018.
- Linehan, Hugh,**Journalist Ethics, Twitter and The Reporting Of Gerry Ryans**

Death, Times Electronic Journal. 2010.

John: **Media in the digital age**, ColumbiaUniversity press, 2008. V. Pavlik –

– Whang, L., Lee, S., Chang, G., **Internet Over-Users' Psychological Profiles: A Behavior Sampling Analysis on Internet Addiction**, Cyberpsychology & Behavior, Vol. 6, No. 2.

دور الإعلام في التحفيز السلوكي الغير متوازن للمرأة المصرية

د. كريمة كمال عبد اللطيف توفيق

قسم الصحافة

كلية الإعلام وتكنولوجيا الإتصال

جامعة جنوب الوادي - مصر

ملخص الدراسة باللغة العربية:

سعت الدراسة للتعرف على تأثير وسائل الإعلام المصرية على سلوك المرأة، وآثار الرسائل السلبية التي ينقلها الإعلام للمرأة من تحريض وعنف والسؤال الذي تطرحه إشكالية هذا البحث هل هناك علاقة ارتباطية بين التعرض للرسائل التحريضية المقدمة في وسائل الإعلام والسلوك العدواني عند المرأة؟

وذلك من خلال إتباع المنهجية الكيفية وباستخدام المقابلات المتعمقة وتحليل مضمون البرامج التلفزيونية والصحف المصرية وكشفت الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين التعرض للعنف التلفزيوني والرسائل السلبية التي تشاهدها المرأة من خلال متابعة برامجها أو قراءة مجلاتها والسلوك العدواني.

وأظهرت الدراسة أن لوسائل الاعلام المختلفة تأثيراً سلبياً على المرأة من خلال تقديم وتغطية مضمونها الذي تنشده بالإعلام وحثها على العنف والعدوان والانحراف عن القيم والسلوك المعتدل، بالمقابل تستطيع وسائل الاتصال الجماهيري إذا أُستعملت بطريقة علمية منظمة ومدروسة أن تسهم في الوقاية من مثل هذا السلوك العدواني.

فوسائل الإعلام بالتنسيق مع الجهات التي تعنى بقضايا الانحراف والجريمة والعنف كالشرطة وأجهزة الأمن المختلفة و جهاز القضاء، والمدارس و جمعيات أولياء الأمور، و الجمعيات المختلفة التي تعنى بالطفل و الأسرة، و المؤسسات الدينية و المجتمع المدني ككل، إذا كان هناك تنسيق بين الجميع وإذا كانت هناك استراتيجية للتعامل مع أسباب و جذور و انعكاسات ظاهرة الجريمة و العنف و العدوان و الانحراف، حينذاك بإمكان المؤسسة الإعلامية أن تشارك في بناء شخصية المرأة في المجتمع للتعامل الإيجابي مع الرسائل المختلفة التي تتعرض لها في مختلف وسائل الإعلام. فالمشكلة معقدة وتتحمل مسؤوليتها جهات عديدة وليست المؤسسة الإعلامية فقط

كلمات مفتاحية:

الإعلام السلبي - عدوانية المرأة - تحريض المرأة - الإعلام والمرأة - المرأة العنيفة - أشكال العدوانية - آثار العدوانية - أسباب العدوانية

Abstract:

The study sought to identify the impact of the Egyptian media on women's behavior, and the effects of the negative messages conveyed by the media to women from incitement and violence. The question posed by the problem of this research: Is there a correlation between the exposure to provocative messages presented in the media and aggressive behavior in women? It will be answered through the use of in-depth interviews and analysis of the content of television programs and the Egyptian newspapers.

The study revealed a positive correlation between the exposure to television violence and the negative messages seen by women by fol-

lowing their programs or reading their magazines and aggressive behavior.

The study showed that the various media have a negative impact on women by providing and covering their content, which they seek by media and urging them to violence, aggression and deviation from the values and moderate behavior. In contrast, mass communication means, if, scientifically used organized and studied, can contribute to the prevention of such aggressive behavior. The media, in coordination with the bodies concerned with issues of delinquency, crime and violence, such as the police, the various security services, the judiciary, schools and parent associations, various associations dealing with children and the family, religious institutions and civil society as a whole, if there is a strategy to deal with the causes, roots and consequences of crime, violence, aggression and deviation, then the media institution can participate in developing the personality of women in society to deal positively with the various messages that are exposed to them in various media. The problem is and many parties bear responsibility, not only the media industry.

Keywords:

Negative media - Women's aggression - Women's incitement - Media and women - Violent women - Forms of aggression - Effects of aggression - Causes of aggression

مقدمة:

تعتبر الفضائيات من أحدث وسائل الاتصال الجماهيري وأخطرها في نفس الوقت، حيث تتميز بقدرتها الفائقة على جذب الصغار والكبار حول شاشاتها والتي تجمع ما بين الصوت والصورة والحركة. ولما كان هنالك نقص واضح في المعلومات المتاحة عن مضمون البرامج التي تقدمها هذه الفضائيات عبر شاشاتها وماله من تأثير إيجابي وسلب على المشاهدين بصفة عامة والمرأة بصفة خاصة، كان هنالك إحساس بوجود موقف يستلزم الدراسة والبحث. لقد بدأ الوعي بتأثير برامج المرأة التلفزيونية وما تحمله من رسائل تحريضية تعرض عبر شاشات الفضائيات.

فالمرأة شريك أساسي في تحقيق أهداف التنمية ومساهم فاعل في تطور مجتمعاتها، كما تعتبر وسائل الإعلام من أهم القنوات التي تستقي منها المرأة أنماط سلوكها العدواني والتي تشكل أهمية كبيرة في حياة الإنسان في هذا العصر، فلم يعد الإنسان المعاصر يستغنى عن زاد يتزود به يومياً من المادة الإعلامية سواء كانت مسموعة أم مقروءة أم مرئية.

وتلعب وسائل الإعلام دوراً محورياً في حياة المرأة اليومية حيث أنها تستحوذ على جزء كبير من وقتها، فبين مشاهدة التلفزيون وقراءة الصحف اليومية والمجلات واستهلاك الإعلانات المختلفة والاستماع للراديو والإبحار في مئات الآلاف من المواقع على الإنترنت تجد المرأة نفسها في نهاية اليوم أنها قضت وقتها مستقبلة ومستهلكة ما تقدمه وسائل الإعلام المختلفة من مواد إخبارية وترفيهية.

والإشكال المطروح هنا هو أن المرأة في المجتمع تعتمد على هذه الوسائل المختلفة لتشكيل وعيها وثقافتها وحسها وإدراكها ومن ثم الصور العديدة التي تحدد سلوكها وتصرفاتها في المجتمع. فوسائل الإعلام في عصر المعلومات والمجتمع الرقمي تلعب دوراً استراتيجياً في تحديد الوعي الاجتماعي والذاكرة الجماعية كما أنها تشكل الواقع كما تراه وليس كما هو - والذي يحدد في نهاية المطاف - إلى جانب متغيرات أخرى السلوك الاجتماعي في أي مجتمع. ما يلاحظ على الرسائل الإعلامية المختلفة هو محتواها الذي أصبحت تحده قوانين العرض والطلب وقوانين البيع والشراء. وفي هذا السياق أكدت نسبة كبيرة من الدراسات أن الإثارة والجريمة والعنف والجنس

والأحداث والوقائع السلبية تشكل محتوى وسائل الإعلام المختلفة.

وبمتابعه المحتوى الإعلامي المقدم في السنوات الأخيرة نجد أن هناك تأثيراً لوسائل الإعلام من تحريض وعنف والسؤال الذى تطرحه إشكالية هذا البحث هل هناك علاقة ارتباطية بين التعرض للرسائل التحريضية المقدمة في وسائل الإعلام والسلوك العدواني عند المرأة؟ فالدراسات والأبحاث العلمية في معظمها أكدت أن هناك تأثيراً سلبياً وعدد منها أكد أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين التعرض للعنف التلفزيوني والسلوك العدواني، فسلوك المرأة معقد ومركب وتحده عوامل عدة من بينها الصورة الذهنية التي يشكلها الفرد بناء على ما تعرض له واستهلكه في مختلف وسائل الإعلام الجماهيري.

وفي دراسة لهبة عبد العزيز بعنوان "الواقع السلبي لمجلات المرأة وكيفية تطويرها"، والتي توصلت إلى نتيجة صادمة وهي أن مجلات المرأة ظلمت المرأة، كما وجهت عديد من الانتقادات العنيفة لهذه المجلات النسائية، حيث توصلت إلى أن نسبة 63% لا يعترفن بهذه المجلات كمصدر للثقافة والوعي، ولم يحدث أن اشترين إحدى هذه المطبوعات وتقتصر علاقتهن بها على القراءة العشوائية التي تحدث بالصدفة، وأن 17% من العينة يداومن على شراء مجلة واحدة على الأقل من هذه المطبوعات، 20% يواظبن على قراءة مجلة واحدة على الأقل ولكن من خلال الاستعارة من المكتبات العامة أو الصديقات أو النسخ القديمة في محلات تصفيف الشعر، والغريب أن 96% من قراء المجلات النسائية حسب العينة المستهدفة يعتمدن على مصادر أخرى للثقافة والمعرفة العامة أهمها التلفزيون والصحف غير المتخصصة، كما انتقدت تركيز مجلات المرأة على القضايا التقليدية، والتي تتضمن الأزياء والطهي والأطعمة والديكور، أي أنها تتعامل مع المرأة على أنها أنثى فقط، ولم تهتم بالنواحي العقلية واحتياجاتها وأدوارها الأخرى في المجتمع، فضلاً عن التركيز على تغطية أخبار المشاهير من الفنانات وسيدات المجتمع، وعدم القيام بدور خبري ملموس يخدم ويلبي الاحتياجات النسائية والأسرية المختلفة، وطرح نماذج من الأزياء والديكور لا تتناسب إطلاقاً مع المرأة المصرية والعربية (هبة عبدالعزيز، 2008).

وفي دراسة ولاء الطاهر بعنوان "إتجاهات الجمهور المصري نحو معالجة العنف ضد المرأة في الأفلام العربية والأجنبية المقدمة بالقنوات الفضائية" والتي إستهدفت

التعرف على معالجة الأفلام السينمائية العربية والأجنبية المقدمة بالقنوات الفضائية للعنف ضد المرأة وتأثير هذه المعالجة على اتجاهات الجمهور المصري نحو العنف ضد المرأة في الواقع الاجتماعي تنطلق أهمية الدراسة من اعتبار قضية العنف ضد المرأة واحدة من أهم القضايا الاجتماعية التي تتخطى حدود الثقافة حيث تطورت نظرة المجتمع للمرأة واصبح واقعها يشكل معياراً فعلياً للحكم على درجة النمو الحقيقية للمجتمعات، كما ألفت الدراسة الضوء على كيفية معالجة الأفلام السينمائية، التي تعرض على الفضائيات سواء العربية أو الأجنبية، العنف ضد المرأة وتأثير هذه المعالجة على زيادته في الواقع الاجتماعي.

كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن المضامين الدرامية تخصص المهن الرئيسة للرجل مثل: القضاء، الطب، إدارة الأعمال، الهندسة والبحث العلمي، في حين تخصص المهن الثانوية للمرأة مثل التمريض، السكرتارية، الخدمة المنزلية، التمثيل والغناء، وغالباً ما تظهر المرأة إما مظلومة ومقهورة اجتماعياً وإما متمردة وعنيفة ومتسلطة، ونادراً ما تظهر كفاعلة اجتماعية رشيدة.

على مستوى قرارات الأسرة الرئيسة، تدعم الدراما دور الرجل في تحديد موازنة الأسرة واتخاذ القرارات مقابل بروز دور المرأة في رعاية الأطفال والقيام بالأعباء الداخلية وشراء المستلزمات المنزلية وأداء الواجبات الاجتماعية تجاه الأهل والأصدقاء.

واتضح أن العنف النفسي أحد أهم أشكال العنف ضد المرأة ظهوراً في الأفلام الواردة في عينة الدراسة، إذ جاء بنسبة 25، 30٪ فيما ركز الجمهور الوارد في عينة الدراسة على العنف اللفظي والجسدي الذي جاء بنسبة 8، 22٪.

كذلك أثبتت الدراسة التحليلية أن الأفلام العربية تفوقت على الأفلام الأجنبية من ناحية احتوائها مشاهد عنف ضد المرأة، إذ بلغت نسبة الأفلام العربية التي صورت أكثر من ثلاثة مشاهد في هذا المجال 8، 95٪ مقابل 5، 87٪ في الأفلام الأجنبية. (ولاء الطاهر -2010).

وفي دراسة (خطاب -1986) للكشف عن دور الدراما الفضائية في ظاهرة العنف عند الطلبة فقد تناولت العديد من الدراسات أثر ما تبثه الفضائيات من دراما في تشكيل مفاهيم العنف عند الطلبة، جاءت دراسته بعنوان "آثار التلفزيون الإيجابية

والسلبية على طلبة المرحلة الإعدادية في مدارس العين في دولة الإمارات العربية المتحدة» حيث تبين أن التلفزيون يساعد على الجريمة والعنف بنسبة (85 ٪)، بينما جاءت دراسة (شكري -1988) حول أثر التلفاز على تلاميذ المدارس الابتدائية في مصر، حيث تبين أن آثار التلفاز تكون متماثلة عند جميع التلاميذ، إذ إن لكل طفل شخصيته الفريدة وذاتية الخاصة به، ولقد أكدت دراسة (الوهيب -1990) بعنوان " الآثار النفسية والتربوية للتلفاز والفيديو على الأطفال " أن برامج العنف التي يعرضها التلفاز ويشاهدها الأطفال تخيفهم وتبقى في مخيلتهم لوقت طويل، كما أنها تسبب لهم أحلاماً مزعجة مما يؤدي ذلك إلى عدم الشعور بالأمان والتوتر وهذا ما يدفعهم إلى إتخاذ مواقف عدوانية للدفاع عن أنفسهم، أيضاً جاءت دراسة (عرفة -1992) بعنوان " التأثير السلوكي لوسائل الإعلام أن العلاقة ما بين المضامين العنيفة في وسائل الإعلام والسلوك العدواني أو العنف قد أصبحت مصدر قلق للجمهور العام وللعديد من باحثي الإتصال الجماهيري والعلوم الأخرى المهتمة بالموضوع، وأجرى (Deminck-1971) دراسة هدفت إلى معرفة أثر مشاهدة النماذج العدوانية والعنف في التلفزيون على مجموعة من الأطفال الذين يشاهدون النماذج العدوانية والعنف في التلفزيون بصورة مستمرة. وقد بينت الدراسة بأن أولئك الأطفال كانوا أكثر قبولاً للعنف، حيث يرون أن العنف هو الإستجابة الطبيعية الأفضل لمواقف العراك. أما، (Zillman-1973) فقد أجرى دراسة على مجموعة من البالغين المتابعين لبرنامج عنيف في التلفزيون، بينما تعرضت مجموعة أخرى مماثلة في الخصائص لبرنامج خال من العنف، وقد تبين من التجربة أن البرامج العنيفة تزيد من استثارة المستقبلين المتوترين، بينما أبدى المستقبلون المتوترون الذين تعرضوا للبرنامج الخالي من العنف درجة اقل من التوتر والعدوانية

مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على مدى تأثير البرامج الفضائية وما تحويه من مشاهد إيجابية وإضطرابات سلوكية تخص ناقليها، وتحريض مصرح بالعنف والعدوانية على المرأة، وما ينعكس عن هذه البرامج من مظاهر سلوكية سلبية تؤثر على المرأة والأسرة والمجتمع بعمومه.

فالإشكالية هنا تتمثل في تحفيز السلوك الغير متوازن والعدواني للمرأة من خلال

نقل رسائل تحريضية لها تحثها على ضرورة ممارسة هذا العدوان، وضرورة المساواة والاستقلالية، فجاء مضمون البرامج ومحتوى الصحف التي تحمل مضمون عن المرأة، ناقلة لرسائل سلبية لا تدعم المرأة بحقوق، قدر تأثيرها السلبي عليها وعلى أسرته من قبل وسائل الإعلام المختلفة وآثارها السلبية على أفراد المجتمع ككل.

فالسلك العدواني كظاهرة اجتماعية تنتشر اليوم في مختلف المجتمعات، كما تنتشر في المراكز الحضرية الكبيرة وفي المناطق ذات الكثافة السكانية الكبيرة والمناطق الشعبية.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة مما تثيره التساؤلات حول أهمية الدور الذي تلعبه شاشات التلفزيون بما تعرضه من برامج لقنوات فضائية تجاوز عددها المئات في تكوين السلوك العدواني، أو السلوك الغير متوان لدى المرأة المصرية، وما لهذا السلوك من اثر في حياتها الأسرية وانعكاسه على المجتمع، عسى أن يساهم ذلك في لفت أنظار المسؤولين في الدولة وفي المجال الإعلامي لوضع آليات لضغط ومراقبة وتحديد ما يبث على شاشات التلفزيون، وكذلك انتقاء البرامج المناسبة للمشاهدة.

فالبرامج التلفزيونية وسيلة مؤثرة في تشكيل الوعي والإدراك المجتمعي، خصوصاً أنها تعكس الواقع، وفي تكوين رؤية محدودة لهذا الواقع تؤثر في توجهات الرأي العام نظراً إلى ارتفاع نسبة المشاهدة وتنامي الجدل الاجتماعي حولها.

النظريات المستخدمة:

1 - نظرية الغرس الثقافي: وفقاً لنظرية الغرس الثقافي كلما زاد الوقت الذي يمضيه المرء أمام التلفزيون زاد احتمال تبنيه مفاهيم حول الواقع الاجتماعي تتطابق مع ما تقدمه الدراما عن الحياة والمجتمع خصوصاً تلك التي يتكرر عرضها، بالإضافة إلى تأثيرها النفسي الواضح، ما يضيف عليها مظهر الواقعية، ونظرية الغرس الثقافي هي من النظريات التي فسرت دور التلفزيون وتأثيره، والتي ساهم في وضعها الباحث الأمريكي (جورج غربنر)، وتقوم هذه النظرية على أن التلفزيون يعمل على تغيير نظرة الناس الى الواقع الحقيقي بسبب الاعتماد المفرط على مشاهدة التلفزيون تصبح بديلاً للواقع الحقيقي رغم أنه لا يمثل الحقيقة

ويتصرف الناس ويصدر أحكاماً نتيجة لهذه الرؤية التي تتكون في عقولهم عن العالم فمثلاً بسبب كثرة الأفلام والمسلسلات التلفزيونية التي تتحدث عن غزو مركبات فضائية للأرض أو وجود كائنات غريبة تعيش في كواكب أخرى وتقوم بمهاجمة الأرض فلقد كشفت إحدى الدراسات أن 45 بالمائة من أفراد المجتمع الأمريكي يعتقدون فعلاً أن الأرض قد تعرضت لزيارة أو دخول أجسام ومركبات غريبة إلى جو الأرض (الألوسي، 2012)

2 - نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام: يعد مدخل الإعتماد على وسائل الإعلام إحدى النظريات التي تهتم بدراسة التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام وقدرتها على تشكيل وتغيير الرأي العام وتعديل السلوك، فعلاقات الإعتماد على النظام الإعلامي بشكل عام وعلاقات الإعتماد على أشكال معينة مما تقدمه وسائل الإعلام على وجه الخصوص، تنتج عن الأهداف الشخصية التي يسعى الأفراد إلى تحقيقها، وعلى قدرة المصادر الإعلامية على تحقيق هذه الأهداف، بإعتبار نظام وسائل الإعلام جزءاً هاماً من النسيج الإجتماعي للمجتمع.

حيث وقدم كل من ساندرابول، وروكيتش وديفلور عام 1976 أول نموذج تأثيرات الإعتماد على وسائل الإعلام، وتتلخص فكرة المدخل في أن المتلقي داخل المجتمعات الحديثة يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات تساهم في تكوين معارفه.

ويهتم مدخل الإعتماد على وسائل الإعلام بالنظام الإجتماعي وأفراد المجتمع ووسائل الإعلام، وتتوقف درجة إعتماد أفراد الجمهور على المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام على أمرين:

1- درجة الثبات والإستقرار داخل المجتمع، حيث يؤكد الباحثون أنه يزيد الإعتماد على وسائل الإعلام خاصة عند وقوع الكوارث أو الأزمات في مجتمع ما، فيجد الأفراد أنفسهم في حالة من الغموض بسبب نقص المعلومات حول الأحداث الجارية، مما يدفعهم إلى الإعتماد على وسائل الإعلام لتصبح بذلك مصدر المعلومات الرئيسية بالنسبة لهم.

2- حجم وأهمية المعلومات المستمدة من وسائل الإعلام.

وبشكل عام فإن مدخل الإعتماد على وسائل الإعلام يقوم على الفروض التالية:

1 - تختلف درجة إعتماد الأفراد فيما بينهم على وسائل الإعلام، فالجمهور المهتم بقضية معينة يكون أكثر إعتمادا وتركيزا بما تقدمه وسائل الإعلام حول القضية نفسها عن غيرهم مثل الجمهور الرياضي، وكذلك يمكن أن يحدد الاختلاف في درجة الإعتماد على وسائل الإعلام تبعا للاختلافات في المتغيرات الديموغرافية للجمهور.

2 - إن درجة إستقرار المجتمع تؤثر على درجة إعتماد الجمهور على وسائل الإعلام للحصول على معلومات في المجالات المختلفة، كما يفترض المدخل أن طبيعة الاختلاف بين شرائح الجمهور تؤثر على إختلاف درجة الإعتماد على وسائل الإعلام.

3 - يقل إعتماد الأفراد على وسائل الإعلام الجماهيرية، كلما توافرت لديهم مصادر بديلة تمكنه من الحصول على المعلومات المطلوبة.

واستخدمت الدراسة الحالية مدخل الإعتماد على وسائل الإعلام كإطار نظري لها في صياغة وبناء فروض الدراسة إذ يعد هذا المدخل ملائما لهذه الدراسة لمعرفة دور الاعلام في التحفيز السلوكي الغير متوازن للمرأة المصرية للأسباب الآتية:

- يحاول هذا المدخل إختبار الدور الهام وتأثير الاعلام في تحفيز سلوك العدوان والسلوك الغير متوازن لدى المرأة، لهذا يعد مدخلا مناسباً لكونه يتضمن توصيفا دقيقا لدوافع الإعتماد على قنواته من خلال البرامج الحوارية، وصحفه من خلال المجلات النسائية، والاعلام الجديد المتمثل في مواقع الانترنت وقنوات اليوتيوب.
- يسمح هذا المدخل بقياس التأثيرات الناتجة عن الإعتماد على الاعلام، فكلما زاد إعتماد المرأة ومشاهدتها وتصفحها ومتابعتها زادت التأثيرات.

- إستفادت الباحثة بتطبيق مدخل الإعتماد على وسائل الإعلام في تلك الدراسة، وذلك من خلال مفهومها وفروضها وتأثيراتها في صياغة فروض الدراسة، كما أن فروض المدخل تتلاءم مع فروض الدراسة.

لذا يعد هذا المدخل بجانب الغرس الثقافي للقيم المجتمعية هما الأنسب لدراسة

درجة إعتقاد المرأة على الاعلام ودرجة تعرضها لمثل هذه البرامج والمجلات، وأهم التأثيرات الناتجة عن هذا التعرض.

علاقة البرامج التلفزيونية بالسلوك العدواني:

تناولت دراسات عديدة في هذا المجال عن "التلفزيون والسلوك الاجتماعي"، فلقد خصصت أربعة من مجلداته بحيث تناولت تأثيرات مشاهدة برامج العنف التلفزيونية، والواقع أن معظم الندوات والمقالات والدراسات التي تعرض لتأثيرات التلفزيون على المراهق تركز بحثها على هذه المسألة وحدها.

تساؤلات الدراسة:

- ما هو الهدف من تقديم مثل هذه البرامج بوسائل الإعلام؟ لماذا وكيف؟
- ما هي أخلاقيات التقديم والتغطية؟
- وما هي آليات هذه النقل الإعلامي؟
- وإلى أي مدى تتأثر المرأة بما يقدم لها؟
- وما هي علاقة استهلاك المادة الإعلامية التي تستعرض مثل هذه الرسائل التي تحمل عدوانية وتحريض بالسلوك غير السوي للمرأة في المجتمع؟
- هل تقديم مثل هذا السلوك يؤدي إلى الوقاية منه وتخفيض وقوعه في المجتمع أم أنه يؤدي إلى انتشاره وإقبال نسبة من النساء على تقمص هذه الشخصية العدوانية وتقليدها في الواقع؟
- هل هناك استراتيجية من قبل وسائل الإعلام في التعامل مع مثل هذه السلوكيات الغير متوازنة؟ أم أن الأمر يتوقف على البحث عن الإثارة والغرابة والخروج عن المعتاد لزيادة المشاهدة والمبيعات والحصول على أكبر عدد من المشاهدين والقراء؟
- هل تقديم وتغطية مثل هذا السلوك وتحفيز المرأة على فعله مجرد فعل إعلامي أم أنها وسيلة لتحقيق غاية؟

- هل أنها تستعمل لعلاج المشكلة لدى المرأة أم أنها تستغل لتحقيق مكاسب
السبق الصحفي ومكاسب مادية ليس إلا؟

مما سبق نجد أن لوسائل الاعلام المختلفة تأثير سلبي على المرأة من خلال تقديم
وتغطية مضمونها الذي تنشده بالاعلام وحثها على العنف والعدوان والانحراف عن
القيم والسلوك المعتدل، بالمقابل تستطيع وسائل الاتصال الجماهيري إذا استعملت
بطريقة علمية، منظمة ومدروسة أن تسهم في الوقاية من مثل هذا السلوك العدواني.
فوسائل الإعلام بالتنسيق مع الجهات التي تعنى بقضايا الانحراف والجريمة والعنف
كالشرطة وأجهزة الأمن المختلفة وجهاز القضاء، والمدارس وجمعيات أولياء الأمور،
والجمعيات المختلفة التي تعنى بالطفل والأسرة، والمؤسسات الدينية والمجتمع
المدني ككل، إذا كان هناك تنسيق بين الجميع وإذا كانت هناك استراتيجية للتعامل
مع أسباب وجذور وانعكاسات ظاهرة الجريمة والعنف والعدوان والانحراف،
حينذاك بإمكان المؤسسة الإعلامية أن تشارك في بناء شخصية المرأة في المجتمع
للتعامل الإيجابي مع الرسائل المختلفة التي تتعرض لها في مختلف وسائل الإعلام.
فالمشكلة معقدة وتحمل مسؤوليتها جهات عديدة وليست المؤسسة الإعلامية فقط.

وحتى ترقى وسائل الإعلام في مجتمعاتنا إلى أن تلعب دوراً مسؤولاً وإيجابياً في
التصدي للسلوك العدواني والرسائل السلبية والعنف فيجب أن تكون في مستوى
عال من المهنية والاحترافية ويجب أن تنتج وتصنع الرسالة التي تقدم للجماهير وفق
الرؤية والأيدولوجية العربية الإسلامية.

وهنا تقع مسؤولية كبيرة جداً على المسؤولين للنظر للمؤسسة الإعلامية كمؤسسة
تربوية تعليمية بالدرجة الأولى، وليس النظر إليها على أساس أنها آلة تحقق الملايين
من الدولارات كأرباح على حساب القيم والعادات والتقاليد والمصلحة العامة. فما
يبث هذه الأيام في الفضائيات المصرية وعلى الانترنت يبعث على الخجل حيث نلاحظ
رسائل سطحية، تبسيطية، ضحلة، برامج تخدش الحياء وإعلانات بعيدة كل البعد عن
الواقع، برامج لا تعكس واقع المرأة المصرية.

هذه الرسائل تهدم أكثر مما تبني حيث أن هدفها الرئيسي هو الاستهلاك والبيع
والجري وراء الكسب السريع وضمان أكبر عدد ممكن من القراء والمشاهدين

للحصول على أكبر حصة من الإعلانات. فوسائل الإعلام تعتبر المنتج الحقيقي للثقافات والمعتقدات والتوجهات والمشكل المحوري للرأي العام وهذا يعني أنه من واجبها تحمل المسؤولية وتأدية الرسالة على أحسن وجه وفقاً للقيم الأخلاقية والمعايير والمبادئ الإنسانية وعادات وتقاليد المجتمع. فالصناعة الإعلامية اليوم نظراً للمعايير التسويق والتجارة والبيع والربح تستغل الإثارة والغرابة وأخبار الجنس والجريمة والانحراف والعنف لزيادة مبيعاتها وللاستجابة لمتطلبات السوق والمجتمع بغض النظر عن التأثيرات السلبية والضرر الذي تلحقه بالناشئة وبالجمهور بصفة عامة. فمظاهر العنف والسلوك العدواني في وسائل الإعلام أصبحت تحتل حيزاً كبيراً وأصبحت قيماً خبرية تتسابق عليها المؤسسات الإعلامية.

ولو إستعرضنا وسائل الإعلام لأدركنا كم هي عميقة ومتنوعة وكم هي تتباين بين الإيجابية والسلبية.

كما تلعب وسائل الإعلام من التلفزيون والراديو، والصحف، والمجلات وغيرها من وسائل الإعلام الجديد دوراً كبيراً وبارزاً في عمليات التثقيف والتعليم والتوعية، وقد تؤثر سلباً إذا ما هيئت الأذهان لذلك أو قصدته.

استهدفت الدراسة التعرف على معالجة البرامج التلفزيونية المقدمة بالقنوات الفضائية أو المقدمة على قنوات YouTube وتأثير هذه المعالجة على السلوك العدواني للمرأة في الواقع الاجتماعي.

كما تنطلق أهمية الدراسة من اعتبار قضية عدوانية المرأة أو تحريضها ضد الرجل واحدة من أهم القضايا الاجتماعية التي تتخطى حدود الثقافة حيث تطورت نظرة المجتمع للمرأة وأصبح واقعها يشكل معياراً فعلياً للحكم على درجة النمو الحقيقية للمجتمعات.

الدراسة الإستطلاعية بوسائل الإعلام المصرية:

وبعد إستطلاع البرامج المقدمة للمرأة والتي في الغالب تقدمها امرأة أخرى، كشفت الباحثة وقوع مثل هذه البرامج في قفص الإتهام لأنها تجمع بين التحريض وتغيب الوعي والإسفاف والقباحة، فجاءت مثل تلك البرامج تحمل لهجة تحريضية للمرأة

ضد الرجل وإظهاره كذئب بشري، هجوم على الذكورية الشرقية وكأنها سبب كل المشكلات الأسرية، إحصائيات خاطئة حول نسب الطلاق والعنوسة والمرأة المعيلة تذكرها مقدمات البرامج دون وعي، تكرار ألفاظ تسيء للمرأة ك«العنوسة»، دعوات صريحة للتخلص من الرجل وللانتقام منه (برنامج إنتباه - للمذيعه منى عراقي - والمذاع مباشر على قناة المحور) بينما جاء برنامج (كلام رنوش - للمذيعه رانيا بدوى - والذي تخطت مشاهدته على قناتها كلام رنوش على YouTube حاجز 306 ألف مشاهد والذي لا يشاهده المصريات فقط بل المرأة العربية أيضاً) في دعوة منها عبر حلقات البرنامج للقباحة اللفظية، بشراء روبوت تستعويض به المرأة عن الرجل، لأنه يقوم بجميع الوظائف العضوية له، وغيرها من الحلقات التي تتحدث عن التشريع التبولى أو ضريبة التبول، في إسفاف إعلامي يحمل في طياته الإهانة للأسرة كركيزة قوية وكيان نحرض على تقويه دواعمه وصلاته، أيضاً نوهت في إحدى حلقات برنامجها (الحلقة السادسة تحديداً - بعنوان مجتمع ابن مرة) في إهانة بالغة للمرأة والتي من المفترض أن يكون برنامجها داعماً قوياً للمرأة وليس بوصفها بذلك.

الأمثلة البراجمية في التحريض للمرأة كثيرة مثل (برنامج هي وبس - للمذيعه رضوى الشربيني على قناة (CBC Sofra)، (برنامج صبايا) ومن قبل صبايا الخير - للمذيعه ريهام سعيد - على قناة الحياة ومن قبل على قناة المحور)

هذا هو حال برامج المرأة في الفضائيات والإعلام الجديد، وعلى الرغم من مشاهدة المرأة لهذه البرامج والمتابعة التي تحصل عليها مثل هذه البرامج برغم محتواها التحريضي إلا أنها تعرضت لانتقادات واسعة من الجمهور أبرزها تحريضها للزوجات بالمخالفة لتعاليم كل الأديان التي تدعو للسكن والمودة، ورفع نسب الطلاق المبكر وغياب تنشئة جيل واعٍ.

فنجدها تجمع بين الإسفاف والإيحاءات الجنسية فلا يوجد في مصر برامج للمرأة من الأساس، وإنما ما يقدم على الفضائيات هو إسفاف بين امرأة وامرأة أخرى على مرأى ومسمع من الناس.

كما أن تلك البرامج تعالج قضاياها بالخروج عن عادات وقيم المجتمع، وللأسف يتم مشاهدتها بكثافة من الجمهور، وغابت عن هذه البرامج قضايا المرأة ومشكلاتها

السياسية والاجتماعية وإنتاجها وعلاقتها بزوجها وأولادها وفترة الحمل والإنجاب ورعاية الأسرة وتكوين أبناء مصرين قادرين على تحمل مسؤولية البناء، كما لا توجد فضائية تعالج قضايا المرأة بشكل موضوعي وبه ثراء وقوة وتلتزم بالأخلاقيات، فكلها برامج سطحية بها خروج عن الأخلاقيات وخرافات بين المذيعات، وصور ومظاهر جميلة لهن، وضيوف ليسوا على قدر مميز وموضوعي، وإجاءات جنسية وخروج عن المؤلف».

وللأسف المرأة مشغولة عن أبنائها الآن، ونحتاج إلى برامج توعية لها كي تساعدنا على النهوض وتدعمها وتساعد على تقدمها للأفضل ومن ثم المجتمع كله على المستوى السياسي والاقتصادي والاجتماعي.

وعندما نقارن هذه البرامج ببرامج المرأة في الستينات والسبعينات على تلفزيون الدولة ندرك مدى السطحية في البرامج الحالية، ويجب على التلفزيون الرسمي للدولة أن يتبنى برامج المرأة والطفل كما كان يقدمها في السابق، لكن نتيجة الظروف الاقتصادية الصعبة التي يمر بها التلفزيون الرسمي تراجع دوره، ونأمل من خلال الهيئة الوطنية للإعلام أن يكون هناك تركيز على هذا الجانب لأن المرأة والطفل هما أعمدة يبنى عليها المجتمع.

كما أن الفضائيات الخاصة يقع عليها جزء من المسؤولية، ولا الأمر يقتصر على تحقيق الهدف الربحي، لكن الدور الخدمي الرئيسي يقع على الدولة وتلفزيونها الرسمي.

ف نجد أن البرامج الحالية المعروضة على الفضائيات لا تعتبر برامج متخصصة للمرأة فهي تنقل منتهى القيم السلبية للمجتمع، فليست هذه المرأة وليست هذه برامجها وقضاياها الحقيقية، وما تطرحه يعد تشويها وإساءة لقضايا المرأة والرجل والأسرة ومصر كلها، فالمرأة ليست كائناً يعيش منفرداً وإنما هي أم وأبنة وزوجة، وما تناقشه هذه البرامج لفئات لديها فراغ، وهي تشبه برامج النميمة والتي لا تحمل في طياتها أي أهداف متحضرة أو أي اهتمام لمشاهدتها وسماعها ونقلها للجمهور.

ونجد أننا بصدد مشكلة بالفعل، فلا يمكن منع هذه البرامج بالرقابة لأنها لا تُعرض على تلفزيون الدولة الرسمي وإنما على فضائيات خاصة، وإنما منع هذه البرامج يكون عن طريق جمعيات المشاهدة القوية التي توجه الجمهور وتنصحهم

بالامتناع عن البرامج السطحية، وتصدر تقارير تقييم لهذه البرامج، وبالتالي تقل نسب المشاهدة لها فتقل الإعلانات، لكن للأسف لا توجد لدى هذه الجمعيات آليات للوصول إلى أكبر عدد من الناس، فتحتوي مثل هذه البرامج، غير التحريض للزوجة وتعلم الخيانة، معلومات هشة تضيع من وقت المشاهد وتقدم محتوى بعيد عن عاداتنا وتقاليدينا، والعدوان والتنمر والتمرد على الحياة الزوجية، فظهرت مصطلحات كالفوضى الإعلامية والتي كان سببها أن كل من يريد أن يصبح إعلامياً طالما أن هناك منتجاً وراعياً للبرنامج، فتتاح الفرصة لمن ليسوا على دراية وعلم كاف للظهور على الشاشة فظهرت راقصات مذيعات تقدم المشورة وتحل المشكلات وهذه أزمة كبيرة.

وما كان بدوره سبباً في ازدياد المشكلات الزوجية: غياب الحوار الأسري، وصراع الأدوار، والتفكك الأسري، والفراغ العاطفي، فأصبح التلفزيون هو الملاذ الذي يؤثر على المرأة بالدرجة الأولى، فهي تحاول تقليد النموذج التي تراه في التلفزيون من ملابس وأسلوب الكلام وأسلوب الهجوم على الزوج بعيداً عن حل المشكلات، وبما إن الأم مدرسة فهي تؤثر على أطفالها.

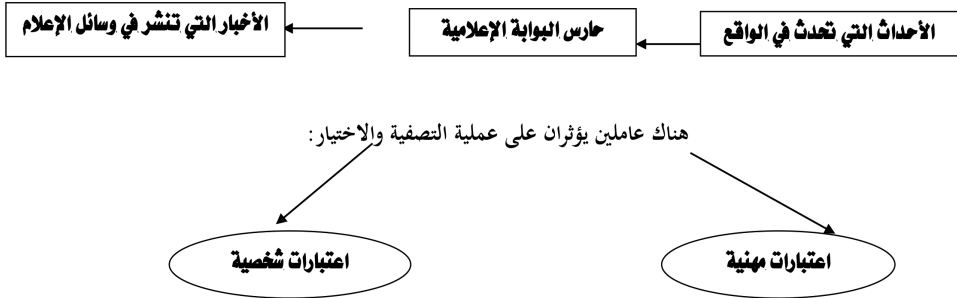
كما نجد الضرورة ملحة إلى استضافة برامج المرأة لأساتذة وأطباء متخصصين يعالجون مشكلات المرأة المثارة بدلاً من نقل المديعة معارفها وإدراكها وتجاربها للجمهور، وهذا أمر في منتهى الخطورة.

وبالرغم أن برامج المرأة كانت مقتصرة على عمليات التجميل والتخسيس والطهي فأصبح الاتجاه والنظرة للمرأة على أنها جسد فقط، وغاب الاتجاه العلمي والثقافي والديني وبات العقل خاوياً من العلم والمعرفة، إلا أنها الآن أصبحت أكثر خطورة بدورها التحريضي والتشجيعي على الانتقام، والخيانة، والتعامل بعدوانية، وتقديم نصائح لا تناسب الأسر المصرية المترابطة بل تشجع على الانحراف الأخلاقي وتحريض الزوجة على زوجها والعكس.

فنجد الضرورة ملحة للوقوف على ما يحمله الإعلام ويقدمه لمشاهديه ومتابعيه، والحرص على تقديم محتوى جيد يرتقي بحياة الإنسان، كما أن برامج المرأة لا تراعي الألفاظ التي تدخل بيت المشاهد، وتغفل مثل هذه البرامج الألفاظ التي

تُعمّر البيوت وتحث على الترابط الأسري والثراء الفكري والحميمية الجميلة والحب والقيم والعادات وقصص الصحابييات وأمّهات المؤمنين»

عملية التصفية والاختيار- عملية الانتقاء- رسمة توضيحية:



والسؤال الرئيسي الذي يجب أن تعمل الدراسة للإجابة عليه كيف تغير صورة المرأة في الإعلام ونخلق وعياً حقيقياً بقضاياها ومشاكلها؟ وكيف نتوصل إلى إرساء سياسيات إعلامية منصفة متوازنة تجاه قضايا المرأة وإشكالياتها، سياسات إعلامية لا تأخذ في الاعتبار المسؤوليات العديدة التي تتولاها المرأة في مجالات الإنتاج والتعليم والإبداع الفني والثقافي والعلمي وتسعى لإبراز العوائق الفعلية التي تحول دون إطلاق طاقات المرأة مثل تلك المورثات الثقافية والاجتماعية والأمية والفقر والبطالة ولا تراعي طرح آراء المرأة في كافة القضايا المجتمعية التي يهتم بها الإعلام في كافة المجالات

إن الإعلام هو البديل والذي نتطلع إليه يتميز بالطابع التربوي والتعليمي ويأخذ بالمنظور النقدي ويستهدف تغيير وجهات النظر التقليدية السائدة حول قضايا المرأة وي طرح رؤية نقدية تصمد أمام الإعلام التجاري ويكشف مساوئه ودوره في تزييف وعي الجمهور بوضع المرأة وأدوارها، ومن أجل تحقيق هذا يجب العمل على ضرورة الوعي بوضع إستراتيجية للإعلام عن المرأة تحدد الأولويات والسياسات والبرامج التنفيذية في مجال الإعلام المقروء والمرئي والمسموع تجاه قضايا المرأة، وضرورة التزام القيادات الإعلامية بمراعاة الوظيفة الاجتماعية والثقافية للإعلام وأدواره الحيوية في تشكيل الوعي الصحيح عن الواقع المجتمعي بكل ما يحويه من مورثات ثقافية وتحديات اجتماعية وطموحات إنسانية عادلة، وضرورة الاهتمام بإعداد برامج تدريبية وتثقيفية للإعلاميين والإعلاميات للنهوض بمستويات الوعي والأداء الإعلامي في مجال المرأة والأسرة.

فلن يتوقف النهوض بمستوى المرأة في المجتمع فقط بإعداد إعلام واع بقضايا المرأة وحسب وإنما انطلاقاً من ترابط قضايا المرأة مع قضايا المجتمع ككل ويقع على الإعلام الجهود الأكبر لإظهار هذه القضايا إلى المجتمع.

وتمثلت مشكلة البحث في أن الاهتمام بالمرأة وقضاياها لا يزال يأتي في مرتبة متأخرة لدى القائمين بالإتصال في المجال الإعلامي المرئي والمقروء، كما أن أغلب التغطيات التي تناولت المرأة في الصحف المطبوعة كانت ذات طبيعة خبرية بينما تراجعت نسبة التحقيقات الصحفية والمقالات التحليلية، وهو ما يعكس عدم الاهتمام الفعلي بقضايا المرأة، فلا تزال الرؤية النمطية التقليدية تجاه المرأة هي المسيطرة.

فجاءت بعض الصحف مثل صحف المعارضة والتي ركزت على المرأة كمجرمة ومثيرة جنسياً يلي هذا دورها كضحية ومتهمة.

بينما نجد أن الترتيب تغير قليلاً في المجالات تحتل المرأة الفنانة المرتبة الأولى، وهو ما يعكس نفس النهج الذي يهتم بالأدوار النمطية للمرأة على حساب بقية الأدوار الإيجابية الأخرى التي لم تتجاوز نسبتها 29% من إجمالي المواد الصحفية.

كما يوجد تجاهل واضح لمشكلات الغالبية العظمى من النساء في مصر وهو ما ظهر بشكل واضح في الغياب شبه التام لمعالجة مشكلات المرأة الريفية والمعيّلة والنساء المهمشات بالأحياء الشعبية، إذ لم تظهر هذه الفئات إلا نادراً وبنسبة تقل عن 5,0%.

كما كشف الرصد الصحفي عن تحميل الكوادر الإعلامية النسائية مسؤولية معالجة قضايا المرأة دون الرجال، في تجاهل النظر لقضايا المرأة في إطار نظرة أشمل لقضايا المجتمع دون أن ينفي ذلك أن معاناة المرأة هي الأكثر انتشاراً وعمقاً من معاناة الرجل، فجاءت الكتابات الصحفية أيضاً تحرض المرأة على الرجل مما يهدد الأمن الأسري في المجتمع.

وإذا كانت صورة المرأة غير حقيقية ومضللة فهي كذلك بشكل مقصود ومتعمد من جانب وسائل الإعلام وحتى في الأخبار تركز وسائل الإعلام على أخبار فئة معينة ويتم تجاهل أخبار النساء اللاتي لهن نشاط كبير وبارز ومؤثر في المجتمع، فغلبت على الكتابات الموجهة للمرأة لغة التحريض العدواني ضد الرجل بأسلوب مستنكر

ومستفز، لا يتماشى مع مكانة المرأة بأسرتها، والمجتمع، وكيونتها الراقية العالية.

كما أن المجالات المصرية خاصة النسائية تركز على مواد النميمة والمغامرات العاطفية خاصة للفنانات وهي بهذا تروج لثقافة النميمة على حد قولها للإلهاء عن القضايا الحقيقية للمرأة فهناك سيدات ناجحات جداً في شتى مجالات الحياة ولا يتم التركيز على أدائهن في الحياة العملية، ويتم التركيز على أخبار الفنانات حتى تصبح الفنانة قدوة دون المهندسة أو الطبيبة الناجحة.

كما أصبحت الصحافة المستقلة تنشر الحوادث الغريبة ولا تسعى لتنمية شخصية المرأة ولا تهتم بعقلها، ولا تساعد على الحياة بشكل متزن، كما أن هناك محاولات تغريب للمرأة وإبهارها بكل ما هو غربي.

الاجراءات المنهجية لادراسة:

أدوات الدراسة:

تهدف أداة الدراسة إلى التحقق من أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها، لذلك تم تطوير استبانة للكشف عن العوامل التي تؤثر في العلاقة ما بين مشاهدة برامج المرأة بالتلفزيون على القنوات الفضائية والسلوك العدواني والغير متوازن لديها، وهذا ما يتوافق مع طبيعة هذا البحث، وقد تم تطوير الإستبيان بعد الإطلاع على عدد من الدراسات والبحوث والنظريات المتعلقة بالآثار المترتبة على استخدام الفضائيات، حيث تكونت من (33 فقرة) موزعة على خمسة مجالات للعوامل التي تؤثر في العلاقة ما بين مشاهدة برامج المرأة على القنوات الفضائية وبين السلوك العدواني لديها.

أ- منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على Survey Method منهج المسح المستخدم على نطاق واسع في البحوث ودراسات الإعلام، وذلك لمسح عيّنة من مضمون الإعلامى المقدم بعينة من البرامج المصرية وقنوات الـ YouTube، والصحف المصرية بهدف تقييم تناول الإعلام المصري لقضايا المرأة وصورتها، وكذلك مسح عينة من النساء للتعرف على أنماط تعرضهن لوسائل الإعلام المختلفة وتقييمهن لمعالجة قضاياهن بها، إضافةً إلى مسح عينة من القائمين بالإتصال لتقييم البيئة المهنية التي يعملن بها.

ب- مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة التحليلية: يركز مجتمع الدراسة التحليلية في المضامين الإعلامية الموجهة في التلفزيون والصحف. وتم التركيز على التلفزيون في المرحلة الأولى باعتباره الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيراً في تشكيل الرأي العام المصري، وتنمية الوعي المجتمعي بالقضايا المختلفة إضافةً إلى أهمية الصحف في تشكيل رأي النخبة، ووضع قضايا في أجندة اهتمامات صانعي القرار.

كما تم التركيز على المضامين الصحفية والبرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، حيث تستهدف الدراسة تقييم الأداء الإعلامي أساساً في تشكيل الرأي العام وتنمية الوعي المجتمعي بقضايا وحقوق وصورة المرأة.

مجتمع الدراسة الميدانية: شمل مجتمع الدراسة الميدانية عينة من نساء مصر في الفئة العمرية من 25 - 45 عاماً من ذوات المؤهل الدراسي العالي وروعي في اختيارهن تنوع الخلفيات الاجتماعية والمستويات الاقتصادية، واختلاف خصائصهن الديموجرافية (السن - النوع - التعليم - المستوى الاجتماعي - المستوى الاقتصادي)

وتم تحديد هذه الفئة العمرية في ضوء نتائج الاختبار القبلي لصحيفة الاستقصاء الخاصة بالمرأة، ولأن هذا السن في مصر هو الأقرب لسن الزواج وكون المرأة فرداً داخل أسرتها بعد إنتهاؤها من كافة المراحل التعليمية والجامعية، إضافة إلى قدرتها وخبرتها على طرح مقترحات تسهم في تطوير معالجة الإعلام لقضاياها.

- الإطار الجغرافي للدراسة التحليلية والميدانية: طبقت الدراسة التحليلية بتحليل المضامين الإعلامية المقدمة ببرامج التلفزيون المصري، والمضامين الاخبارية بصفحات المرأة بالصحف العامة والصحف المتخصصة والمجلات النسائية لتقييم تناول الاعلام للمرأة ومدى تأثيره على تحفيز سلوكها بشكل غير متوازن، وتحريضها على العدوانية.

- الدراسة الميدانية لاستطلاع آراء عينة من سيدات مصر، بلغ عددهن (200) سيدة مصرية بشأن أنماط تعرضهن للإعلام وتقييمهن لمعالجة قضاياهن به.

عينة الدراسة:

- عينة الدراسة التحليلية:

- الإطار الزمني لعينة البرامج: شملت الدراسة تحليل مضمون أربعة برامج مصرية (ثلاثة تلفزيونية وواحد على YouTube channel) هي على التوالي (إنتباه لمنى عراقي - صبايا لريهام سعيد - هي وبس لرضوى الشربيني - كلام رنوش لرانيا بدوي) خلال عام 2018 (يناير 2018 - ديسمبر 2018) حيث تم تسجيل البرامج التلفزيونية المختارة لتحليل مضمونها.

جدول (1) عينة البرامج المختارة

البرنامج	إسم المذيعة	إسم القناة	حجم العينة
إنتباه	منى عراقي	المحور	6 حلقات
صبايا	ريهام سعيد	الحياة	48 حلقة
هي وبس	رضوى الشربيني	CBC-Sofra	48 حلقة
كلام رنوش	رانيا بدوي	Youtube	48 حلقة
إجمالي حجم العينة			150 حلقة

- الإطار الزمني لعينة المجالات النسائية: أيضاً قامت الباحثة بتحليل مضمون أربع مجالات متخصصة تخص المرأة وهي (سيدتي - نصف الدنيا - حواء - كل الناس) وجميعها أسبوعية تخص شؤون المرأة بواقع (192) عدداً خلال 2018م.

- معايير اختبار البرامج التلفزيونية:

ركزت عينة البرامج التلفزيونية على برامج الحوار الجماهيرية ذات الشعبية الواسعة والتي تحظى بنسب مشاهدة عالية وذات التأثير المتنامي في الرأي العام المصري لمعرفة الرسائل المقدمة للمرأة المصرية من خلال هذه البرامج وما تحثها عليه وما تشده من رسائل إعلامية لها.

- أدوات جمع البيانات:

أدوات جمع البيانات للدراسة التحليلية: استهدفت دراسة تحليل المضمون الكمي والكمي تقييم تناول الصحف وبرامج التلفزيون الحوارية بمصر والخاصة بالمرأة، ولتحقيق

الأهداف الفرعية للدراسة التحليلية تم الاعتماد على أدوات جمع البيانات الآتية:

- صحيفة تحليل المضمون الكمي والكيفي للمضمون التلفزيوني.

- صحيفة تحليل المضمون الكمي والكيفي للمضمون الصحفي.

أداة جمع البيانات للدراسة الميدانية الخاصة بالمرأة:

اعتمدت الدراسة الميدانية بالتطبيق على عينة من سيدات مصر من خلال صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات للتعرف على أنماط تعرضها لوسائل الإعلام وتقييمها لمعالجة المحتوى المقدم بالبرامج والصحف.

- أساليب جمع البيانات للدراسة:

أسلوب جمع البيانات التحليلية للدراسة:

- تم الاعتماد على تسجيل البرامج التلفزيونية محل الدراسة.

-الصحف (المجلات) تم الاعتماد على التوثيق الورقي والإلكتروني للمضامين.

- أسلوب جمع البيانات للدراسة الميدانية للمرأة:

-تم الاعتماد على المقابلة الشخصية لملء صحف الاستقصاء الخاصة بالسيدات محل الدراسة.

- الفترة الزمنية:

جمعت بيانات الدراسة الميدانية للمرأة خلال الفترة من سبتمبر 2018م وحتى ديسمبر 2018م.

ح - المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة:

- تم توظيف الحاسب الآلي في المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة التحليلية، وكذلك بيانات الدراسة الميدانية على عينة من نساء مصر، باستخدام البرنامج الإحصائية SPSS لإستخراج الجداول والمتغيرات، والاستدلال على العلاقات الارتباطية ذات الدلالة الاحصائية.

جدول رقم (2) يوضح ما اذا كانت المرأة تسعى لتنفيذ ما تشاهده أم لا

النسبة	التكرارات	الاحتمالات
51.5 %	103	نعم
7.5 %	15	لا
41 %	82	أحياناً
100 %	200	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن احتمالية سعي المرأة لتنفيذ ما تشاهده أو تقرأه من خلال تناول الإعلامى لقضاياها جاء بالايجاب بنسبة 51, 5 %، بينما جاءت احتمالية تنفيذ ما تشاهده المرأة أحياناً بنسبة 41 %، مما يؤكد دلالة التأثير الفعلي للمضمون الإعلامى الذى تحتويه مثل هذه البرامج على سلوك المرأة.

جدول رقم (3) يوضح تكرارات مشاهدة ومتابعة برامج وأخبار المرأة

%	التكرارات	مشاهدة ومتابعة برامج وأخبار المرأة
49 %	98	أتابع بصفة دورية منتظمة
8 %	16	أتابع بصفة غير منتظمة
43 %	86	عازفة عن المتابعة
100 %	200	الإجمالي
	44.29	الانحراف المعياري
	66.67	المتوسط الحسابي

المصدر: جمعت وحسبت من استمارة الاستبيان الخاصة بالبحث

يشير الجدول السابق إلى إرتفاع نسبة مشاهدة المرأة للبرامج والأخبار بصفة دورية منتظمة بنسبة 49 %، مما يؤكد دلالة التأثير لمثل هذه البرامج والأخبار على سلوك المرأة، بينما جاءت نسبة العازفات عن المشاهدة والمتابعة واللاتي كئنا يحرصن على المتابعة ولكن توقفن في الترتيب الثاني بنسبة 43 % مما يؤكد الأثر السلبى للإعلام المتمثل في مثل هذه البرامج على حياة المرأة ومواقفها الحياتية اليومية، وقد بلغ المتوسط الحسابي لهذه المشاهدة 66, 6 %، وانحراف معياري بلغ 44, 2 %.

جدول رقم (4) يوضح الوسيلة الأكثر تأثيراً في المتابعة

%	التكرارات	الوسيلة الاعلامية الاكثر متابعة
35 %	84	التلفزيون
12 %	24	المجلات
66 %	132	Social Media
100 %	240	الإجمالي
	54.11	الانحراف المعياري
	80	المتوسط الحسابي

المصدر: جمعت وحسبت من استمارة الاستبيان الخاصة بالبحث

يوضح الجدول السابق الوسيلة الإعلامية الأكثر متابعة وتأثيراً لدى المرأة والتي جاءت من نصيب Social Media بنسبة كبيرة بلغت 66 %، مما يؤكد الأثر الفعال للإعلام الجديد والمتابع كقنوات من خلال موقع YouTube، بينما جاء التلفزيون في المرتبة الثانية بنسبة 35 % مما يؤكد إثراء عاملي الحركة والصوت والصورة في استمرارية المتابعة، وأخيراً المجلات بنسبة 12 %، وقد جاءت الوسيلة الأكثر تأثيراً عند متوسط حسابي 80، مما يؤكد وسطية التناسب بين هذه الوسائل، وإنحراف معياري 1, 54 %.

جدول رقم (5) يوضح أسباب التحفيز على السلوك الغير متوازن للمرأة داخل مثل هذه البرامج والمجلات

%	التكرارات	أسباب التحفيز السلوكي الغير متوازن داخل البرامج والمجلات
18 %	43	إستخدام ألفاظ نابية وكلمات بذيئة
12 %	29	إستخدام إيجاءات جنسية ومفردات خادشة للحياء
25.40 %	61	ذكر مواقف أو أمثلة حياتية تدعم السلوك العدواني وتحفزه
21.60 %	52	الاسترشاد بنموذج نسائي وعرضه بتقرير البرنامج
23 %	55	الاسترشاد بتجارب شخصية تخص راويها ولا تعبر عن سلوك حياتي بالمجتمع
100 %	240	الإجمالي
	12.45	الانحراف المعياري
	48	المتوسط الحسابي

المصدر: جمعت وحسبت من استمارة الاستبيان الخاصة بالبحث

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن من أهم أسباب التحفيز على السلوك الغير متوازن

للمرأة هو ذكر مواقف أو أمثلة حياتية تدعم السلوك العدواني وتحفزه بنسبة 25, 40 %، بينما جاء الاسترشاد بتجارب شخصية تخص راويها في الترتيب الثاني بنسبة 23 %، مما يدل على أن عرض التجارب وربط المواقف بتجارب سابقة لأخرين ولو بالسردي يؤثر على الاهتمام بالمتابعة وتحفيز السلوك الغير متوازن للمرأة، وفي الترتيب الثالث جاء الاسترشاد بنموذج نسائي وعرضه بتقرير البرنامج بنسبة مقارنة بلغت 60, 21 %، مما يؤكد أهمية ذلك الاسترشاد، وفي المرتبة الرابعة جاء استخدام ألفاظ نائية وكلمات بذئية بنسبة 18 %، ويؤكد ذلك على الأثر السلبي للاعلام من خلال نقل إعلامي لا يحترم المشاهد والأسرة، بتكرار هذه الألفاظ والعبارات التي تحفز السلوك السلبي لدى المشاهد والقارئ، يليها استخدام إيجازات جنسية ومفردات خادشة للحياء بنسبة 12 %، وذلك بمتوسط حسابي بلغ 48، وإنحراف معياري قدره 45, 12.

جدول رقم (6) يوضح أكثر البرامج والأخبار التي تحفز السلوك الغير متوازن وتحفز التطبيق الفعلي للعدوان

إسم البرنامج أو المجلة	التكرارات	%
برنامج هي وبس	51	21.20 %
برنامج صبايا	52	21.60 %
برنامج إنتباه	54	22.50 %
برنامج كلام رنوش	61	25.50 %
مجلة سيدتي	6	2.50 %
مجلة نصف الدنيا	3	1.20 %
مجلة حواء	9	4 %
مجلة كل الناس	4	1.50 %
الإجمالي	240	100 %
الانحراف المعياري	26.41	
المتوسط الحسابي	30	

المصدر: جمعت وحسبت من استمارة الاستبيان الخاصة بالبحث

توضح بيانات الجدول السابق للسيدات عينة الدراسة أن برنامج كلام رنوش لرانبا بدوى على موقع يوتيوب جاء في المرتبة الأولى من أكثر البرامج المحفزة على إثارة الاستفزاز وتحفيز السلوك الغير متوازن لدى المرأة بنسبة كبيرة بلغت 5, 25 %، يليه برنامج إنتباه لمنى عراقى بنسبة 5, 22 %، ثم بنسب متقاربة في برنامج صبايا لريهام

سعيد بلغت 6, 21 ٪، يليه هي وبس لرضوى الشرينى بنسبة 2, 21 ٪، بينما في الترتيب الخامس جاءت مجلة حواء بنسبة 4 ٪، يليها مجلة سيدتي بنسبة 5, 2 ٪، ثم مجلة كل الناس بنسبة 5, 1 ٪، وأخيراً نصف الدنيا بنسبة 2, 1 ٪، هذا وقد بلغ المتوسط الحسابي 30، وإنحراف معياري 26, 41

جدول رقم (7) يوضح مدى درجة الاعتقاد في أن برامج وأخبار المرأة هي المحفز الرئيسي للسلوك الغير متوازن للمرأة

درجة الاعتقاد ان برامج وأخبار المرأة هي المحفز الرئيسي للسلوك الغير متوازن للمرأة	التكرارات	%
إلى حد كبير	129	64.50 %
إلى حد ما	69	34.50 %
نادراً	2	1 %
الإجمالي	200	100 %
الانحراف المعياري	63.53	
المتوسط الحسابي	66.7	

المصدر: جمعت وحسبت من استمارة الاستبيان الخاصة بالبحث

تؤكد بيانات الجدول السابق مدلول ما توصلت إليه الدراسة في تحديد درجة تحفيز هذه البرامج وما ينشره الاعلام السلبي من محتوى يبعث على تحفيز السلوك الغير متوازن لدى المرأة فجاءت انها تحفز السلوك الغير متوازن إلى حد كبير في الترتيب الأول بنسبة 5, 64 ٪، وهى نسبة كبيرة تؤثر في مواقف المرأة الحياتية وسلوكها تجاه أفراد عائلتها وقرارات حياتها، بينما جاء التحفيز إلى حد ما في الترتيب الثاني بنسبة 5, 34 ٪، وذلك بمتوسط حسابي 7, 66، وإنحراف معياري 5, 63.

جدول رقم (8) يوضح نتائج تأثير البرامج والأخبار على سلوك المرأة

نتائج تأثير البرامج والأخبار على سلوك المرأة المصرية	ك	%
العزوف والامتناع عن الزواج	61	25.40 %
تأخير سن الزواج	52	21.60 %
خلافات زوجية تصل لأقسام الشرطة والمحاكم	55	23 %
الطلاق الفعلي	29	12 %

الوعي بتجاوز الخلافات	43	18 %
الإجمالي	240	100 %
الانحراف المعياري	12.45	
المتوسط الحسابي	48	

المصدر: جمعت وحسبت من استمارة الاستبيان الخاصة بالبحث

تشير بيانات هذا الجدول إلى نتائج تأثير الاعلام السلبي المتمثل في برامج التلفزيون والفيديو وأخبار المجلات، حيث أوضح أن أهم نتيجة توصلت لها الدراسة العزوف والامتناع عن الزواج بنسبة 4, 25 %، وهي نتيجة سلبية تعكس ما تشاهده المرأة من خلال هذا الاعلام وتتأثر به لدرجة تجعلها تشعر بالخوف من تكرار ما شاهدته او قرأته، دون النظر لعوامل أخرى قد تجعلها تختلف عما شاهدته، بينما جاءت الخلافات الزوجية بين المرأة وشريكها في الحياة والتي وصلت لأقسام الشرطة والمحاكم في الترتيب الثاني بنسبة 23 %، وفي الترتيب الثالث جاء تأخير سن الزواج بنسبة 6, 21 %، يليها وعى بعض السيدات بتجاوز مثل هذه الخلافات وليس كل ما تراه معمم على الجميع بنسبة 18 %، وأخيراً جاء الطلاق الفعلي بنسبة 12 % وهي نسبة ليست بالقليلة في نتائج هذا التأثير، بسبب حالة التأثير السلبي المسيطرة على المرأة خلال تناوّلها ومشاهدتها ومحاماتها لما وصفته هذه البرامج بالنصائح والتوعية، وقد بلغ المتوسط الحسابي لنتائج هذا التأثير 48، وإنحراف معياري 12, 45.

مناقشة النتائج:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور الإعلام في تحفيز السلوك الغير متوازن والعدواني للمرأة، والعوامل التي تؤثر في العلاقة ما بين مشاهدة البرامج المقدمة لها وهذا السلوك، وقد بينت نتائج الدراسة أن هناك عددا من العوامل التي تؤثر على سلوك المرأة المشاهدة والقارئة للمحتوى الإعلامي المقدم لها، والذي يدفعها لتقليد ما شاهدته أو قرأته من خلال تفاعلها مع الإعلام المقدم لها وظهور السلوك العدواني لديها لفظياً وحركياً مما إضطر البعض من أزواجهم لتحرير محاضر ضد مقدمي البرامج وإرسال رسائل لهم عبر الانترنت تؤكد لهم التأثير السلبي لمثل هذه البرامج على الحياة الأسرية الخاصة بهم، وأوضحت نتائج الدراسة أنه هناك علاقة

طردية بين مشاهدة برامج التلفزيون محل الدراسة وزيادة السلوك العدواني لدى المرأة، والذي يظهر واضحاً خلال تعاملها مع زوجها وأسرتها، كما بينت الدراسة أن من أكثر العوامل المؤثرة في العلاقة ما بين مشاهدة برامج العنف والسلوك العدواني هي تلك المتعلقة بالبرامج المفضلة والإمكانات والتسهيلات، وقد اتفقت هذه النتيجة مع كثير من الدراسات مثل دراسة (القضاء، 2006) والتي توصلت إلى أنه هناك علاقة بين العمر والمحتوى البراجمي المقدم للمشاهد. ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة أيضاً هناك متغيرات عديدة تؤثر على سلوك المرأة أهمها: رغبتها في تغيير واقعها، التمرد على الزوج، وعدم الانصياع لمتطلباته السابقة، رغبتها في التجديد، رغبتها في السيطرة، كما تشاهد بالبرامج، وهذا ما توصلت إليه دراسة زيادات (1997) إلى معرفة عادات وأنماط مشاهدات طلبة جامعة اليرموك للبرامج الفضائية المتقطعة في الأردن، والتي تكونت عينة البحث من (186) طالباً وطالبة وقد تبين من نتائج هذه الدراسة ان ما نسبة 5, 73 % من الذكور، و 8, 83 % من الإناث تعتبر البرامج الفضائية محرجة لها ولعائلتها، وهذا مؤشر على عدم ملائمة برامج الفضائيات للأعراف والتقاليد الإجتماعية السائدة في المجتمع الأردني. كما تبين من الدراسة ان هدف التسلية والترفيه كان أكثر المبررات التي دعت لمشاهدة مثل هذه البرامج. كما دلت النتائج على وجود تأثيرات كبيرة تحدثها مشاهدة سلوكيات العنف، وانه لا توجد علاقة بين الجنس والتأثيرات السلوكية في أثناء المشاهدة إلا في حالات سلوكية مثل الرغبة في الانتقام والأحلام المزعجة والخوف وحدية المزاج، كما بينت دراسة خطاب (1986) نتائج هذه الدراسة وهي بعنوان "أثار التلفزيون الإيجابية والسلبية على طلبة الجامعات فحاء التلفزيون يساعد على الجريمة والعنف بنسبة 85 %، وان برامج التلفزيون تنمي السلبية والكسل. كما هدفت دراسة الجيوشي (1989) وهي بعنوان "تأثير التلفزيون على الأطفال" فتوصلت إلى التعرف على العلاقة بين برامج التلفزيون ذات المضامين الإيجابية والبرامج ذات المضامين السلبية، وبين سلوك الطفل من خلال التعرف على السلوك الذي يديه الطفل بعد المشاهدة، كما ثبت وجود علاقة ذات دلالة بين العمر والتأثيرات السلوكية بعد المشاهدة مثل اللجوء لفرض الرأي بالقوة، والتعصب للرأي وحب الانتقام، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج التجريبي واستخدمت أسلوب الملاحظة المنظمة لمجموعتين من الأطفال أحدهما تشاهد

مشاهد إيجابية وأخرى تشاهد مشاهد سلبية، وكانت مظاهر السلوك التي قيست هي: استعمال العنف اليدوي، نهب الأشياء، محاولة الاستئثار باللعب، محاولة السيطرة على اللعب، أما نتائج الدراسة فكانت انخفاض نسبة التعارف بين أطفال المجموعة التي شاهدت مشاهد العنف وارتفاع نسبة السلوك العدواني بدرجة دالة إحصائياً. أما المجموعة الأخرى التي لم تشاهد مشاهد عنف وإنما شاهدت برامج ذات مضامين إيجابية، فقد انخفضت عندهم نسبة العدوانية، أيضاً توصلت الدراسة إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين المرأة العاملة واستجابتها للأفعال المشاهدة، حيث أوضح الاستبيان ان المرأة العاملة كانت الأكثر تأثراً وانصياعاً لما تشاهده ببرامج المرأة، رغبة في الاستقلالية، واحساسها بالمسؤولية داخل العمل والمنزل وبالتالي هي صاحبة الرأي الصحيح دائماً، ومشورتها وتحقيق ما تريده ضرورة حتمية، وتفسير ذلك يكمن في أن الحكم على العوامل المؤثرة في العلاقة ما بين مشاهدة برامج العنف على القنوات الفضائية والسلوك العدواني عند المرأة يتأثر بالتعليم والعمل والعمر إذ أن التشابه يكون مستمداً من التشابه في المواقف الحياتية لنفس المرأة وتبادلها الخبرات مع غيرها من خلال الوقت الذى تقضيه خلال مشاهدة البرنامج أو قراءة الصحيفة، ومن التقاليد التي تؤثر في حياتها والمنبثقة من المجتمع الذي تعيش فيه.

توصيات الدراسة

- العمل على زيادة النماذج الإيجابية والتشجيعية للمرأة وعدم التركيز على النماذج السلبية والتقليدية.
- إخضاع البرامج التي تقدم للمشاهدين للرقابة، مع ضرورة سن تشريعات وقوانين تمنع بث ما يتنافى مع القيم والأخلاقيات وما يناسب تقاليد الأسرة المصرية.
- ضرورة وجود صوت قوي مؤثر لعلماء الإعلام والذي يتكون من أساتذة الإعلام في كل الجامعات والمعاهد بحيث يكون لهم تأثير مباشر لدى المؤسسات الإعلامية.
- أهمية تفعيل نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام في كل المؤسسات الإعلامية وبدعم من الدولة.

- التدريب المتواصل لقدامى الإعلاميين لإكسابهم التغيرات الحديثة في المجال.

- ضرورة وضع سياسة إعلامية واضحة ومستندة إلى قيم المجتمع وأولوياته مع مراعاة الالتزام بها.

الالتزام بالقانون في تعيين الإعلاميين وفي تكوين النقابات المتخصصة وعدم التهاون في تعيين غير المتخصصين.

- الاهتمام بالمهنية في الإعلام حيث أصبح القائم بالإتصال سواء في مجال الصحافة والإذاعة والتلفزيون ليس لديه الحس الإعلامي الأخلاقي.

- المطالبة بعودة وزارة الإعلام للتنسيق بين عمل الهيئات الإعلامية، وللقيام بدورها المنوط بها في رسم السياسات الإعلامية للدولة المصرية، ووضع الاستراتيجيات الإعلامية الخاصة بالمهنية والمصادقية.

- وضع ميثاق شرف أخلاقي إعلامي يحترمه القائم بالإتصال ويلتزم به.

- مشاركة باقي مؤسسات الدولة الفاعلة مع الإعلام فليس الإعلام وحده منوط بالتوجيه والتصحيح وتغيير المسار.

مقابلات أجرتها الباحثة:

- مقابلة مع أ.د/ محمد المرسى - الأستاذ بكلية الاعلام جامعة القاهرة. بتاريخ 2018 /7 /29.

- مقابلة مع أ.د/ نجوى كامل - الأستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة. بتاريخ 2018 /8 /12.

- مقابلة مع د. إيمان عبدالله - استشاري العلاقات الأسرية والزوجية وخبيرة علم الاجتماع، بتاريخ 2018 /9 /12.

- مقابلة مع أ/ نجلاء محفوظ - صحفية ومهتمة بشؤون الأسرة والمرأة لموقع لها أون لاين، بتاريخ 2018 /9 /16.

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- أحمد، عوض محمد (2002)، دراسة عن العنف الأسرى في السودان، أنماطه وأسبابه
<http://www.sudanile.com2008-05-19.../457-2009->
- الحربى، سلمى بنت محمد بن سليم (2008)، العنف الموجه ضد المرأة ومساندة المجتمع لها
(دراسة ميدانية على عينة من النساء في مكة المكرمة)، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة أم
القرى
- http://www.gulfkids.com/pdf/Onf_salmy.pdf
- الدراوى، محمد فكرى (2010)، المرأة على مر العصور
<http://www.ahlalheeth.com/vb/showthread.php>
- الدرويش، فواز (2011)، العنف الأسري: أنواعه ودوافعه
<http://www.husseinalsader.com/inp/view.asp>
- الرديعان، خالد بن عمر (2010)، العنف الأسري ضد المرأة دراسة وصفية على عينة من النساء
في مدينة الرياض، رسالة ماجستير، كلية الآداب جامعة الملك سعود
<http://www.dmslsa.com/articles.php?action=show&id>
- الزهراني، يحيى موسى (2009)، حقوق المرأة
<http://www.marnarsay.com>
- الشريجي، عادل (2003)، دراسة العنف ضد المرأة في صنعاء، بحث مقدم للجنة الوطنية للمرأة
في صنعاء
- الطنطاوي، أمال (2005)، العنف الموجه ضد المرأة في مملكة البحرين، مركز البحرين للدراسات
والبحوث
<http://www.almotamar.net/news/2156.ht>
- المجلس القومي للمرأة (2012)، دراسة بعنوان نحو حياة آمنة للمرأة المصرية
<http://www.ncwegypt.com>
- المجلس القومي للمرأة (2012)، العنف ضد المرأة، الطبعة الأولى
<http://www.ncwegypt.com>
- المجلس القومي للمرأة (2009)، دراسة عن العنف ضد النساء في مصر
http://ioethicsnetwork.files.wordpress.com/.../a-egypt_

-المركز الإقليمي لصحة وتنمية المرأة بالاسكندرية (2010)، العنف ضد المرأة في محافظة الاسكندرية

<http://www.albawabhnews.com/244436>

-المؤسسة المصرية للتنمية والتدريب (2012)، دراسة عن العنف الأسرى <http://www.ncwegypt.com>
-المهر، قدرة عبد الامير (2008)، العنف ضد الزوجة وعلاقته بالصحة النفسية لدى الزوجات العربيات المعنفات في مدينة مالو بالسويد، رسالة ماجستير، كلية الآداب، لأكاديمية العربية المفتوحة بالدنمارك

<http://www.acofps.com/vb/showthread.php?>

-حمدي، محمد السعيد (2009)، ممارسة العنف ضد المرأة وأثره على أداء أدوارها الأسرية، رسالة ماجستير، كلية الأقتصاد المنزلي، جامعة حلوان

http://www.uqu.edu.sa/files2/tiny_mce/plugins

- علي، عبد الحميد محمد (2009)، معاناة المرأة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة.
-صلاح الدين، سماح (2006)، المجتمع المصري والعنف ضد المرأة، ورقة عمل مقدمة الى مركز المرأة العربية للبحوث والتدريب بتونس

<http://www.genderclearinghouse.org/upload/Assets/Documents/>

- فايد، محمود (2009)، تطور تناول المجتمع لحقوق المرأة، هيئة بلان منطقة برامج الصعيد - مجاهد، على اسماعيل (2008) تحليل ظاهرة العنف وأثره على المجتمع

<http://www.policemc.gov.bh/reports/2013/October/1>

- عقييل، أيمن: الإعلام والعنف ضد المرأة ما بين المواجهة والتكريس، (مركز ماعت للدراسات الحقوقية والدستورية، (2007)

-ندا، أيمن: الصورة الذهنية والاعلامية" عوامل التشكيل واستراتيجية التغيير: كيف يرانا الغرب؟"، (جدة، المدينة برس، (2007)

- ميلود، جمال عيسى: "الدراما التلفزيونية: المضامين التربوية والمتطلبات الإعلامية"، (ليبيا، منشورات جامعة البيضاء، (2007)

- طابع، سامي: بحوث الإعلام، القاهرة: دار النهضة العربية، (2001).

- فؤاد، الألوسي، "العنف ووسائل الإعلام، دار أسامة للنشر، عمان، (2012).

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Bannerman, Richard (2013). In Ghana Women against Violence Factors Influencing Domestic and Marital, <http://www.sciencedirect.com> –
- Cheong, Wing (2013). Violence Against Women in Singapore, Journal of Family Violence, Volume 34, Issue 8 <https://www.amherst.edu/system/files/media/0049>
- Dartnal, Elizabeth (2013). Sexual violence against women in the countries of South Africa., <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S15>
- European Commission (2015).EU Commission actions to fight FMG in the EU and Worldwide.<http://www.europa.eu/rapid/press-release> –European Union Agency for Fundamental Rights (2014)
- Violence against women: an EU-wide survey. Results at a glance., <http://fra.europa.eu/en/publication/2014/vaw-survey-results>
- Kar SK, Babu BV (2009). Domestic violence against women in eastern India, <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/19426515>,
- Khan, Mehr (2000). Domestic violence against women and girls., <http://www.unicef-irc.org/publications/213>
- Krantz, Gunilla (2013). Intimate partner violence against women in rural Vietnam. <http://www.sciencedirect.com>
- Kumar, Anant (2013). Violence against women and mental health, sciencedirect, Volume 1. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S15>
- 10- Lutalo, Tom (2003). Domestic violence in rural Uganda. Website, <http://www.sciencedirect.com>
- Mavrikiou, Petroula (2014). Risk factors for the prevalence of domestic violence against women in Cyprus. <http://www.sciencedirect.com>
- Ribeiro, Karla (2014). Violence against women: Profile of the aggressors and victims and characterization of the injuries, sciencedirect, volume 23., <http://www.sciencedirect.com>

- Sarkar, Madhutandra (2010). A study on domestic violence against adult and Adolescent females in a rural area of West Bengal, Indian journal of community medicine, Volume: 35 [http: //www.ijcm.org.in /contributors.asp /](http://www.ijcm.org.in/contributors.asp/)
- SB Kader, M Hoque (2009). Domestic violence among rural pregnant women In, South Africa.,[http: //www.sciencedirect.com,](http://www.sciencedirect.com)
- Tamang, Jyotsna (2011). Women's Status and Violence against Young Married Women in Rural Nepal., [http: //www.biomedcentral.com](http://www.biomedcentral.com)
- Watts, Charlotte (2002). Violence against women: global scope and magnitude, The Lancet, Volume 359, Issue 9313
- [http: //www.thelancet.com /journals /lancet /article /PIIS0140-](http://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-)
- Wikipedia (2014). Violence against women. [http: //en.wikipedia.org /wiki /Violence](http://en.wikipedia.org/wiki/Violence)
- Wolday, Shanko (2013). Domestic violence against women in eastern Ethiopia, science direct, Volume, ` 19.
- [http: //www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com)
- World Health Organization (2014). Female genital mutilation.
- [http: //www.who.int /mediacentre /factsheets /fs241 /en /](http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs241/en/)
- World Health Organization (2014).Violence against women by intimate partners.,[http: //www.who.int /gender /violence /who_multicountry_study /](http://www.who.int/gender/violence/who_multicountry_study/)

دور الخدمة الاجتماعية في مواجهة الإعلام السلبي

د. هدى محمد شوقي محمد

دكتوراه خدمة فرد
جامعة حلوان - مصر

أ. د. حمدي محمد ابراهيم منصور

أستاذ خدمة الفرد، رئيس لجنة ترقيات
الأساتذة في اللجنة العلمية الدائمة
للخدمة الاجتماعية، عميد المعهد العالي
للخدمة الاجتماعية بينها - مصر

The problem of the research:

Mass media is the most impressive means of public effect, it played a great role in the life of human societies during the ignorance age, we found the interest of the tribes with the poets because the poet was the tongue and the defender of his tribe in front of the others we can say that the poet was the media channel of his tribe during that time so the media is an old social phenomena, it started and developed to fit the shape and the needs of the society.

The social and psychological scientists confirm that media with its various means is the most effective way on the minds and thoughts of the people it forms their directions towards objects and daily life attitudes, as a result the ministry was published for the media to fit the shape and the needs at the society.

The media is considered a place to store the information; it provides the individuals with the latest news and the new discoveries.

The media can change the points of views of the others with its great effect on them, also media facilities introducing the information which affirms the beliefs of the society, so it is important to distinguish between the faithful media and the false propaganda which declares unreal facts.

The importance of the research:

- To attract the attention to the different dangers that appears as a result of the misuse of the mass media.
- To recognize the great horizon of the media, it's positive and negative points
- to give recommendations about the best way of using the mass media means in a safe way.

Relating to that the social service which is represented in the personality of the social worker should have an important role in fighting the negative rumors in all fields that he works in.

–The concepts of the research:

The definition of media: it is a set of communication channels that are used to spread the news or the advertisements.

The negative media: it is negative if it depends on spreading false news suspecting on what the others achieve and the journalism fabrication in declaring the news, this kind of media is completely refused from wise persons.

–the effects of the media:

–the economic effects.

- the social effects.**
- the political effects.**
- the media theories:**
- the media and technology theory.**
- the media and culture theory.**
- the effects of media are varied some of these effects are:**

First, the results of spreading the bad culture and the negative media.

- un stabilizing the thoughts and the values of the societies, also stopping the development of the human resources and the progress of the society.
- Wasting the time and the energy of the youth in useless activities.
- Destroying the financial abilities of the audience in different ways.
- Spreading to bad manners among the youth and neglecting the scientific researches.
- changing the concepts in front of the audiences.

In the negative media, the thief becomes a champion, the robbery becomes intelligence, the violence is the shortest way to achieve the dreams, obeying parents is humiliation.

- stirring the sexual instincts and encouraging drinking the wines through indirect ways.
- some positive points of the mass media:

The media is a very important element, it serves different levels such as the communicative, cognitive, cultural and legal levels.

–the negative media can be faced and attacked by the social worker in the different institutions as the following:

–At schools:

–Reinforcing the motivation among the students to choose what is good of the means through holding the lectures.

–encouraging the regulators to put the laws which protect the society from the dangers of the negative media.

–In the universities:

–building the awareness in the students.

Strengthen the skills of receiving and successful dealing with the media.

–forming mature educational vision to distinguish between what is good and what is bad, relating to the media.

–Fixing the concept of self – censorship and reinforcing the self – confidence.

– Youth – centers:

–not giving complete confidence for the boy or the girl.

–finding a social system to fill the free time.

–directing and guiding the youth to restrict with the laws of the communication.

–the educators should know what the mobile phones of their sons and daughters have; also, parents should develop the religious conscience in their sons and daughters.

-In the media: through

-following to what extent the mass media is restricted with the systems, laws and ethics of the media.

-speaking to the owners of the mass media.

-punishing the media which misuses the freedom and destroys the values of speaking to the companies of satellite and communication.

-Methodological procedures;

The type of study; descriptive study approach, analyzing the content of a sample of the users of the social media and Facebook.

The questions of the study;

The study tries to answer the following questions;

-is the Facebook a way to spread the rumors?

-what kind of rumors that the Facebook spread (political-economic)

- What kind of effect that the rumors have on the users of the Facebook?

-The results of the research, relating to the kind of the rumors.

أولاً: مشكلة البحث:

يعتبر الإعلام أهم وسيلة من وسائل التأثير الجماهيري. وقد لعب دوراً كبيراً في حياة المجتمعات الإنسانية، ففي العصر الجاهلي وجدنا اهتمام القبائل بشيء قدر إحتفائها بظهور الشعراء فيها، لأن الشاعر كان لسان قبيلته والمدافع عنها أمام الآخرين، أي إنه كان وسيلتها الإعلامية في ذلك الوقت. فالإعلام ظاهرة إجتماعية قديمة نشأت

مع نشوء وتطور الجماعة البشرية لتتلاءم في النهاية مع شكل المجتمع وإحتياجاته الأمر الذي تطلب وجود وسائل أعلام تستجيب لحاجات المجتمع وتحقق الوظيفة الأزلية للاتصال. أما وسائله فهي كثيرة لا تكاد تحصى منها: الصحف وجميع أنواعها الورقية والألكترونية والإذاعة والتلفزيون والأترنت والسينما والمسرح والخطابة والمحاضرات.

ويؤكد علماء الاجتماع والنفس بأن الأعلام بوسائله المتعددة هو أكثر وسائل التأثير على عقول وأفكار الناس وبذلك فإنه الوسيلة الأولى التي تشكل اتجاهات الناس نحو المواضيع والمواقف الحياتية اليومية التي يعيشها وتواجهها المجتمعات. ولذلك أصبح الإعلام يستخدم في التنظيم والبناء الاجتماعي المتكامل من أجل مصلحة الفرد والمجتمع. وإنطلاقاً من هذه المفاهيم كانت السبب من وراء انشاء وزارات خاصة للإعلام. ونشأت تكتلات شبابية وطنية التي تسعى حثيثاً لأداء دورها وهو الأفاع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام وهو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت وهو ليس تعبيراً ذاتياً من جانب الشباب. ولذلك فإن دورنا اليوم يختلف تماماً عن الدعاية الرخيصة التي يعنى منها جهوداً مقصودة للتأثير في الغير لإقناعه بفكرة أو سلعة أو رأي بهدف تغيير سلوكه وتعمد إحداث تأثير، وقد تتضمن معلومات لا تتسم بالصدق أو الدقة أو الأمانة في بعض أنواعها.

ويتفق معظم الباحثين علي وظيفة الإعلام وأهمها الإعلام التثقيفي، الترفية، التسويق، الإعلان، الدعاية، التوعية ولعل أهم هذه الأدوار اجتماعياً تأتي وظيفة التوعية التي تجد طريقها إلى الجماهير من خلال الإعلام التوعية التي تكتسب أهميتها نظراً لصلتها الوثيقة باستقرار وامن المجتمعات. كما يدرك القارئ الكريم بان التوعية هي ما يستهدف إثارة الوعي والإحساس لدي الجماهير أو المواطنين بأي مشكلة او قضية ووضعها في منطقة الشعور بالنسبة للفرد غير الواعي وذلك بهدف تغيير الأنماط السلوكية أو تغيير وتعديل اتجاهات الرأي العام تجاة هذه القضايا من اتجاهات سلبية إلى اتجاهات إيجابية أو من مجرد تعاطف إلى رفض ومواجهته حسب طبيعة القضية وتأثيرها في المجتمع

انطلاقاً من هذه المفاهيم أدعو القارئ للتحرك بالعمل الجاد على الإستفادة بالدور الإيجابي الذي حققه ويحققه الإعلام وخصوصاً الفيس بوك في تنمية التواصل

الاجتماعي، والمشاركة السياسية ونشر الوعي العام وتوجيهه لخدمة قضايا ذات أبعاد وطنية، وخلق صورة ذهنية إيجابية لدي المواطنين لتحقيق الصالح العام المشترك لكافة أبناء المجتمع. وتنمية روح المشاركة والأرتباط بين أجهزة الدولة وابداء المجتمع علي أساس أن تحقيق الأمن والاستقرار يمثل ضرورة أساسية لكل أبناء المجتمع وهذا يتطلب تكاتف جهود الجميع. التعريف بالأنشطة المختلفة التي تقدمها أجهزة الدولة التي يحتاج اليها المواطنون. ونشر الثقافة الإجتماعية والمعرفة بين صفوف الجماهير. والتصدي للمؤثرات السلبية على الأمن الاجتماعي والعمل على تحصين أفراد المجتمع. وتوعية لكل ما هو جديد في نطاق الجريمة خاصة جرائم الإرهاب والمعلوماتية وغيرها من أنواع الجرائم الجديدة التي بدأت بالظهور في المجتمعات المعاصرة. وغرس المفاهيم الصحيحة عن الوطن والمواطنة و تحصيله من الوقوع في براثن الجريمة بما يدعم أوجه التعاون بينهم وبين الجهات المختصة ومراعاة الأمانة والصدق وأتباع الأسلوب المهني في العمل (اتفاق الأقوال مع الأعمال) وأتباع طرق البحث العلمي ونشر ثقافة الوعي ونبذ ممارسة القبليّة السياسيّة والعصبية الدينيّة. الأبتعاد عن الأنفعال والتعميم والمبالغة. العمل لكسب ثقة الجماهير بالعلاقات العامة وهي مسؤولية الجميع ولا تنسوا تعاضم دور الشباب في مجال الإعلام والبناء ولا سيما دور الشباب اللجنته التنسيقية للإعلام التي أصبحت تضم هذه اللجنته معظم الكوادر الإعلامية والأكاديمية والحزبية والاقتصادية والسياسية في بلادنا وبالتالي يجب علينا ان نكون علي قدر المسؤولية ونتحمل تبعات هذا العمل التطوعي الوطني الكبير ولا بأس من النقد اذا كان النقد بناء بغرض الإصلاح وطرح البديل الأحسن. ويجب علينا أن نبعد انفسنا عن الاعلام المضلل والشتائم والبذاءة والوقاحة التي لا يقدم ولا تؤخر بل تزرع المزيد من الشتات والتطاحن والفرقة والإنشغال بالقضايا الأنصرافية (آدم كردي: 2016).

ويجب أن لا نهمل دور الاعلام حيث يعدّ الإعلام مستودعاً لحفظ المعلومات، فهو يزود الأفراد حول آخر الأخبار أو الاكتشافات الجديدة، وبسبب قوة تأثيره على الآخرين، فيستطيع تغيير وجهات نظرهم، كما يسهل عرض المعلومات التي تؤكد على معتقدات المجتمع السابقة، لذا من المهم امتلاك القدرة على التمييز بين وسائل الإعلام والدعايات الإعلامية الكاذبة، إذ يمكن أن تحرّف الحقائق أو تصرّح بها بطريقة صحيحة واقعية.

- أهمية البحث:

- لفت الأنظار للمخاطر المتعددة الناتجة عن اساءة استخدام وسائل الاعلام وتوضيح مخاطرها.

- أهداف البحث:

- التعرف على الاعلام وآفاقه الواسعة وسليباته وإيجابياته.
- الخروج بتوصيات من أجل استخدام هذه الوسائل بشكل أمثل.
- وبناء على ذلك ينبغي ان يكون للخدمة الاجتماعية ممثلة في شخص الأخصائي دورا هاما في محاربة الشائعات السلبية في كافة المجالات التي يعمل بها.

- مفاهيم البحث:

تعريف الإعلام:

- مجموعة من قنوات الاتصال المستخدمة في نشر الأخبار أو الإعلانات الترويجية أو البيانات (Media: business dictionary:2017)

- ويُعرف الإعلام بأنه الوسيلة الاجتماعية الرئيسية للتواصل مع الجماهير. (Oxford dictionary. com: 2017)

- من التعريفات الأخرى للإعلام أنه المعلومات التي تُنشر بواسطة الوسائل الإعلامية، مثل الصحافة والإذاعة والتلفزيون،

- كما أن الإعلام يكون بمجموعة من الوسائل التي تُؤثر على نطاق كبير من الأفراد، كالإنترنت والمجلات. (Media: dictionary. com: 2017).

- تعريف الاعلام السلبي:

سلبي اذا اعتمد على نقل المعلومة الخاطئة والتشكيك فيما يحققه الآخر والفبركة الصحفية في نقل الخبر أو الرأي وهذا النوع من الاعلام مرفوض من العقلاء. (محمد الدويش: الاعلام السلبي)

ويمكن تحديد الإعلام بكونه عملية نقل للأخبار والأفكار والمعلومات والأحداث من طرف لآخر، أما وسائل الإعلام فهي جميع الوسائل والمؤسسات والتقنيات من أجهزة وأدوات وبرامج تستخدم في عملية نقل الأخبار وتداول المعلومات ونشرها محلياً ودولياً. شهد العصر الحديث تطوراً تكنولوجياً متميزاً في وسائل الإعلام، من خلال ظهور تقنيات ووسائل إعلامية جديدة، بحيث لم يعد التلفاز أو الراديو هي المصادر الأولية للإعلام، فقد ظهرت المصادر الإعلامية الإلكترونية واستخدام الإنترنت، بالإضافة لوسائل التواصل الاجتماعي من الفيس بوك واليوتوب وتويتر وغيرها من البرامج، والتي أصبح لها تأثير مهم وفعال داخل المجتمعات المعاصرة وإنجازاتها.

- ثانياً: الإطار النظري للبحث:

تأثيرات الإعلام:

ترتبط بالإعلام مجموعة من التأثيرات التي تؤثر على مختلف مجالات الحياة، وتُقسم إلى الآتي:

- التأثيرات الاقتصادية:

هي مجموعة التأثيرات المرتبطة بالإعلام الخاص بالتسويق، والذي يساهم في توصيل المنتجات من المنتجين إلى الزبائن، مما يؤدي إلى تفعيل دور الإعلام في المشاركة في التنمية الاقتصادية عن طريق تحفيز الناس لشراء المنتجات الجديدة. يرى بعض المفكرين الاقتصاديين أن كثافة الإعلانات الخاصة بالمنتجات تُعتبر نوعاً من أنواع إهدار المال، كما قد تؤثر على العلامة التجارية، وتجعل المستهلكين يبحثون عن علامات تجارية جديدة، وغالباً تتم إضافة تكلفة الإعلانات إلى أسعار بيع السلع. (محمد أبو حليف: 2018)

التأثيرات الاجتماعية:

هي مساهمة الإعلام في التأثير على المجتمع؛ بسبب استخدامه مجموعة من الوسائل الإعلامية في التواصل مع الأفراد، مثل التلفاز والصحف، كما قد يستعين الإعلام باستخدام أساليب تُساعد على إقناع الناس في العديد من الأفكار، مثل شراء سلع

مُعَيَّنَة. التَّأثيرات السياسيَّة: هي ارتباط الإعلام في التَّأثير على الحياة السياسيَّة في الدول، ومن الأمثلة على ذلك استخدام وسائل الإعلام في الحملات الانتخابيَّة للمرشَّحين في الانتخابات؛ إذ ساهمت الإعلانات في تقديم دعم مُهمِّ للمرشَّحين من أجل شغل مناصب سياسيَّة، فساعدت الرسائل الإعلاميَّة في التَّركيز على إنجازات المرشَّح، ممَّا يساهم في تعزيز فرصته للنجاح في الانتخابات (الموسوعة العربيَّة العالميَّة: مؤسسة أعمال).

- نظريَّات الإعلام:

ظهرت العديد من النظريَّات التي اهتمت في دراسة الإعلام عن طريق ربطه مع مجموعة من المجالات الفكريَّة، ومن أهم هذه النظريَّات:

- نظرية الإعلام والتكنولوجيا: هي نظرية اهتمت بالأساس الماديّ للإعلام؛ إذ اعتمدت على دراسة الموصفات التكنولوجيَّة وتأثيرها على تنميَّة المُجتمع والأفراد. قال أحد المفكرين الذي يدعى مارشال ماكلوهان إنَّ تكنولوجيا الإعلام تُساهم في تشجيع الوسائط الفكريَّة التي تُؤدِّي إلى تأثيرات اجتماعيَّة واضحة، ومن الأمثلة على ذلك ظهور الكتب المحمولة التي من الممكن قراءتها بسهولة.

- نظريَّة الإعلام والثقافة:

هي نظريَّة اهتمت بدراسة التفاعل بين وسائل الإعلام والإنتاج الثقافيّ، ويُعتبر مُفكِّرو مدرسة فرانكفورت من أكثر الأشخاص اهتماماً في التحليل الثقافيّ المُعتمد على وسائل الإعلام. تُشير نظرية الإعلام والثقافة إلى ارتباط أيديولوجيَّة وسائل الإعلام مع صناعة الثقافة، والتي تُؤثِّر بدورها على العلاقات الاجتماعيَّة عن طريق الاستفادة من الإعلام الجماهيريّ. قال المفكر والتر بنيامين إنَّ تكنولوجيا الاتّصالات الحديثة مثل التصوير السينمائيّ، أدت إلى تغيير الأعمال الفنيَّة، إلا أنَّها ساهمت في ظهور ثقافة إعلاميَّة حديثة. (theories of media – encyclopedica.com: 2017)

(عهد أحمد: 2016). استخدام وسائل الإعلام كوسائل هيمنة

في القرون الماضية تم استخدام السلاح كوسيلة لفرض السيطرة والاحتلال ضدّ بلدان العالم الثالث، إلا أنَّه في الوقت الحاضر يتم استغلال وسائل الإعلام خصوصاً

الإلكترونية منها ووسائل التواصل الاجتماعي في فرض الهيمنة الفكرية في محاولة للسيطرة على شعوب هذه البلدان، فهناك قدرة عميقة لوسائل الإعلام في التأثير على عقول الناس والسيطرة على أفكارهم وتوجهاتهم، مما جعل هذه الوسائل الإعلامية وخصوصاً الحديثة منها تغزو عقول الناس، من حيث قدرتها على زرع الأفكار والتوجهات التي لم تكن موجودة من قبل مثل مصطلح إسلامافوبيا، ومن جهة أخرى لعبت وسائل الإعلام الحديثة، وبالخصوص وسائل الاتصال الاجتماعي في التأثير على الأفراد بحيث جعلتهم عبارة عن أسرى يخضعون لهيمنة أجهزتها وبرامجها بحيث أصبحوا أقرب إلى ما يكون رهينة للبرامج الإعلامية التكنولوجية، مما أثر سلباً على طبيعة العلاقات الاجتماعية خصوصاً العلاقات الأسرية.

الثقافة الهابطة والإعلام السلبي:

- التغيير، والتنفيس، والاسترخاء، والاستمتاع، والابتهاج، والتخلص من الملل والعزلة.

- نجحت وسائل الإعلام والتلفزيون بشكل خاص، في إشباع هذه الحاجات الإنسانية للترفيه والتسلية، وازداد الطلب عليها من المشاهدين.

- نتيجة لذلك ازدهر الاتجاه التجاري في صناعة التلفزيون والقنوات الفضائية، وارتبط ذلك بالمعلنين الباحثين عن أكبر نسبة مشاهدة وتوزيع، وكذلك المعلنين الباحثين عن المضمون الإعلامي الذي يدعم القيم الاستهلاكية

- مع كثرة القنوات الفضائية التجارية، واشتداد المنافسة فيما بينها لتحقيق الأرباح، من خلال الإعلانات والدعايات والخدمات التفاعلية وغيرها، فقد أدى ذلك إلى أن تقوم بعض القنوات الفضائية التجارية بالتنافس والتزاحم لتقديم المادة المثيرة المغربية، الخارجة عن المؤلف، مهما تكن هابطة وسلبية

- هذا الوضع التنافسي المحموم بين ملاك بعض القنوات الفضائية التجارية أدى إلى اختراق قيم المجتمعات، والتضحية بأخلاقيات الإعلام، وانتهاك معايير المهنية، وسوء استخدام حرية البث، والتجاهل التام للمسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام.

أولاً: نتائج انتشار الثقافة الهابطة والإعلام السلبي: (فهد بن عبد الرحمن: 2010)

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

أما نتائج انتشار الثقافة الهابطة والإعلام السلبي فنختار منها ما يأتي:

- خلخلة فكر المجتمعات وقيمها ونسيجها المترابط، وإعاقة حركة نهوضها وتقدمها وتنميتها البشرية.

- تقليل قدرة الإنسان على أن يبذل جهداً عقلياً منظماً لتطوير نفسه وبناء ذاته، وتطوير مجتمعه.

- استنزاف أوقات الشباب وطاقتهم، وإلهائهم عن حياتهم، وإغراقهم فيما لا يعود عليهم بالفائدة.

- استغلال الموارد المالية للمشاهدين، واستنزاف قدراتهم المادية، بأساليب متعددة ومتنوعة.

- تحويل الشباب العربي إلى مستهلكين شديدي الولاء للجوانب السلبية في الثقافات الأجنبية، فلا يتم تسويق قيم العمل وأخلاقه، ولا البحث العلمي وأدواته، ولا الالتزام المجتمعي ومؤسساته، ولا الحراك الحضاري وآلياته، وإنما يقوم الإعلام السلبي بتسويق أخلاقيات الشوارع المظلمة، والطبقات السفلى من الثقافات الأجنبية.

- تغيير وتبديل وقلب المفاهيم، وتزييفها أمام المشاهدين، فالإعلام السلبي يجعل اللصوصية بطولة، والغدر كياسة، والخيانة فطانه، والاحتيال ذكاء، والعنف هو أقصر الطرق لتحقيق المآرب، وعقوق الآباء محرر، وبر الوالدين ذل، والزواج رق واستعباد، والنشوز حق، والعفة كبت.

- إثارة الغرائز الجنسية، وتشجيع انتشار الرذيلة، والترويج لشرب الخمر، وتناول المسكرات، وتعاطي المخدرات، ولا يكون ذلك بإعلانات مباشرة، ولكن

بالتضمين والإدراج والإيجاء، في سياق المحتوى الإعلامي، الذي يجعل من هذه الانحرافات شيئاً شهياً مغريباً، يحفز الإنسان لتجربته.

إذاً فما بعض إيجابيات وسائل الإعلام؟ (عبدالكريم حميد: 2011)

لقد تعددت إيجابيات الإعلام، وتضافرت حسناته على الفرد والمجتمع والكون برمتيه، حتى أصبح من الصعب تحقيق المستوى المعيشي والتواصلي المطلوب بدونه، بل وأضحى عنصراً هاماً في هذا الكون الذي نعيش فيه؛ وذلك لأنه يخدم مستويات كثيرة من واقعهم ومجتمعهم.

وههنا ذكّر لبعض هذه المستويات:

المستوى التواصلي - المستوى المعرفي - المستوى الثقافي - المستوى الحقوقي

- المستويات التواصلي:

فتح آفاق التّواصل: ويتجلى دور الإعلام - في هذا المستوى - في ذلك التطور المهول الذي عرفه مجال الاتصال في الجانب السّمي والبصري والمكتوب؛ إذ لم يعد هذا الاتصال مقتصرًا على عنصرين متقاربين فقط، بل أصبح بإمكان أي شخص أن يفتح على العالم بأكمله، دون حواجز أو مُثَبّطات؛ لأن ما حدث اليوم من ثورة حقيقية في عالم الاتصال، وما ظهر فيه من تقنيات عالية متجددة، جعل للاتصال وظائف جديدة لم تكن في مُتناول الفكر الإعلامي من قبل؛ إذ لم يعد يقتصر على نقل الحدث فقط، بل تعدى ذلك إلى تفسيره وتحليل مضمونه ومُحتواه، وكذا صناعة الحدث نفسه، بل وصياغة القرار، واقتراح الأوجه الممكنة في الخبر، حتى يتمكّن المتبّع من المشاركة والإدلاء برأيه ومواقفه

وبذلك تطوّرت وسائل الإعلام من دور التّبلغ من شخص إلى شخص آخر، إلى دور التّبلغ بين جماعات منظمة، ثم إلى دور التّبلغ الجماعيّ بواسطة وسائل الإعلام الجماهيري.

تيسير التّواصل: أي تيسير الوصول إلى الحدث في مدّة وجيزة، والانفتاح على العالم الخارجي - كما ذكر آنفًا - بل ونقل ذلك العالم بكل أحداثه المعقّدة والمتلاطمة إليه، ويتجلى ذلك في قصر المدّة التي يقطعها الفرد العاديّ لمشاهدة الخبر في التلفاز، وبرامج

الإذاعات العالمية، أو تصفح الجرائد والمجلات، وبخاصة في أوقات الأزمات العالمية المتواصلة، ثم تقليب صفحات الإنترنت، وزيارة المواقع المختلفة على الشبكة الدولية؛ لمعرفة المزيد من أحوال العالم الذي يعيش فيه، بعد أن كان ذلك يكلف الأيام الطوال. حيث إن الإعلام أصبح من الوسائل التي أجمع علماء التربية على نجاحتها بالنسبة لنقل المعارف للتلميذ ويتجلى ذلك فيما يلي

- المستوي المعرفي

- حفظ ونقل المعارف والعلوم والمفاهيم وذلك باستخدام وسائل الإعلام كأداة لنقل المعارف وتعميمها، وجعلها في متناول التلاميذ يرجع إليها وقت ما شاء، وكيفما شاء.

- ترسيخ هذه المعارف والقيم وبنائها: فقد أصبح الإعلام يمتلك قدرة على البناء وترسيخ القيم، كقدرته على الهدم وإبدال القيم وذلك لما لهذه الوسائل الحديثة من تأثير على المجتمع المتلقي، مما دفع بأهل الاختصاص في مجال الدراسات الإعلامية إلى تناول وتصنيف هذا التأثير من خلال نظريات ودراسات علمية تؤكد على دور الإعلام في تحقيق أهداف تواصلية كثيرة.

- كثرة موارد الحصول على المعلومات، وتوفرها:

وذلك أن المعرفة لم تعد تتوقف على مصدر واحد، أو مصدرين كما يحدث قديماً فلم تعد حكراً على جنس أو صنف دون آخر، بل وجدت هناك مصادر جديدة، وموارد متعددة تمكن طالب العلم من الاطلاع على الموضوع الواحد انطلاقاً من مصادر متعددة مختلفة.

- المستوي الثقافي

ويتجلى ذلك في كون وسائل الإعلام تقوم بدور حيوي في نشر ثقافة عامة موحدة بين فئات وشرائح المجتمع الواحد من ناحية، مثلما يعمل من الناحية الأخرى على التقريب بين الثقافات المختلفة، ويساعد بالتالي على نشر روح الاحترام من خلال التعرف على تلك الثقافات المغايرة، وعلى هذا الأساس يمكن اعتبار الإعلام جسراً يربط بين حياة الأفراد الشخصية الخاصة، والعالم الكبير الذين يعيشون فيه؛ بحيث يستطيع الفرد أن يرى نفسه من خلال البرامج التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة.

- المستوثون الحقوق:

إذ إن وسائل الإعلام من أهم الوسائل التي تؤدي دور نشر ثقافة حقوق الإنسان، وقد أكّدت على ذلك منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة في مؤتمرها العشرين، ونشرت بياناً تتحدث فيه عن: إسهام وسائل الإعلام في دعم السلام والتفاهم الدولي، وتعزيز حقوق الإنسان، ومكافحة العنصرية والفصل العنصري، والتحرّض على الحرب.

- سلبيات وسائل الاعلام: (عبد الكريم حميد: 2011)

لقد تعدّدت سلبيات وسائل الإعلام وتَشَعَّبَتْ، حتّى أصبحت طَافِحَةً على سطح المجتمع، ولا مَسَتْ جوانب متعددة من حياتهم، سواء أكانت عقائدية أم اجتماعية، أم تربوية أم غير ذلك، وها هنا ذكر لبعض تجليات هذه السلبيات على هذه الجوانب حسب نوعها ويمكن أن نقسمها إلى خمسة جوانب

الجانب العقدي - الجانب الاجتماعي الأخلاقي - الجانب التربوي - الجانب النفسي - الجانب الصحي.

الجانب العقدي

- نشر المذاهب الفاسدة، والعقائد الباطلة، والترويج لها عن طريق تلميع صورة معتنقيها، وإبراز شعائرهم، وتخليد ذكورها، ولا أدل على ذلك من ذلك الزخم الإعلامي الذي يعرضون به الصليب والقديس مثلاً، وتبجيلهم لمختلف الآلهة التي يعتقدون بوجودها، مثل آلهة الحب والجمال، وآلهة الشر والخير.
- نشر الدجل والخرافات والشعوذة والسحر، والكهانة المنافية للتوحيد.
- الإيحاء بقدره بعض الخلق على مضاهاة الله في الخلق والإحياء والإماتة، وذلك بإظهاره في صورة ذلك البطل الذي لا يقهر، ولا يشق له غبار، فهو القاهر القادر، وهو المقتدر الجبار!

الجانب الاجتماعي الأخلاقي:

- الدعوة إلى الجريمة بعرض مشاهد العنف والقتل، وظهور مُصيبة الاغتصاب

التي عمّت بها البلوى، وتأذى منها الصّغير والكبير، والرجل والمرأة، بشهادة الواقع والغربيين أنفُسهم، فقد أثبتت دراسات أمريكية أنّ الأطفال الذين يشاهدون التّلغاز وبخاصّة الأفلام الإباحية يقعون في زنا المحارم، ويعتدون على أخواتهم الصّغار جنسياً، وقد وجدت وكالة الأنباء الأمريكية (fbi) بعد مقابلة 24 مجرماً في السّجون كلّ واحد منهم متهم بجريمة اغتصاب، وقتل عدد كبير من البالغين والأطفال - أنّ نسبة 81٪ منهم كان يداوم على متابعة الأفلام الإباحية والخليعة.

• السعي إلى خلع رداء الحياء، والترويج لذلك، وجعل العلاقة بين الجنسين في قمة التحرّر من كلّ قيد ديني أو أخلاقي أو غيره، عن طريق تأسيس منتديات نسائية، يتداول فيها ما قُبِح واستُهجن من أفانين القول القبيحة والمستهجنة، فدُبحت بذلك الفضيلة بسكّين الرذيلة، وطعن الصالحون في عقور ديارهم.

• انتشار العنف، وجعله أمراً طبيعياً على أرض الواقع؛ حيث إنّ المجرم يُعرض في المسلسلات والأفلام كالبطل والنّجم الساطع الذي لا يُبلغ جنابه، فيكون ذلك سبباً لمحبتته من لدن المتابعين، وتصبح الجريمة والقتل آنذاك أمراً عادياً يوحى إلى البطولة والشموخ، وقد أثبتت الدّراسات أن أمريكا وكندا قد ارتفعت فيهما نسبة الجريمة بين سنتي 1945 و 1974؛ أي: في الفترة التي ولج فيها التّلغاز إلى هاتين الدّولتين.

• انتشار الفساد، وظهور الخيانة الزوجية من كلا الطرفين؛ فقد أصبح هذا أمراً عادياً، ما دام البطل أو البطلة في الفيلم يصنع ذلك، وهذا من باب ضياع الهويّة وطمس البصيرة، ولا أدلّ على ذلك من تلك السهرات الماجنة التي يُقام لها ولا يقعد، فهتكت الأعراض واستبيحت المنكرات، وذلك كله بسبب ما تروّج له وسائل الإعلام بمختلف أنواعها، فلا نجد في هذه المسلسلات التي تذاق بمرأى ومسمع من الجنسين - والحالة هذه - إلا ما يزيد الطين بلّةً، والأمور تفاقماً وتعقيداً.

شهادة: "فهذه الدكتور ليلي عبدالمجيد - وكيلة كلية الإعلام بجامعة القاهرة - تقول: إنّ بعض ما يُقدّم في وسائل الإعلام يقوم بعمل تنميطٍ للنماذج البشرية، أو لبعض السلوكيات الاجتماعية، أو لدور المرأة، فتأخذ الدراما مثلاً جزءاً من الواقع، وتقدّمه على أنّه كل الواقع، وهذا خطأ إعلاميٌّ كبير؛ لأنّ الدراما بصفة خاصّة تحظى بمشاهدة

عالية، فيأخذ المشاهد ما يُقدّم فيها، ويحتزّنه، ويستدعيه في المواقف المشابهة، ويُحاول تقليده، أو الاقتداء به".

• ارتفاع نسبة السرقة، وجعلها فناً واحترافاً، بالإضافة إلى الاختلاس والتزوير، وقبض الرشاوي، فظهر ما يُسمّى بالجريمة المنظّمة، والعصابات مُحكّمة التّسيق؛ اقتداءً بما يُعرض على شاشات العرض، وقاعات الأفلام.

• تشويه معنى القدوة والأسوة، التي تعتبر من أهمّ مرتكزات إصلاح المجتمع؛ إذ أصبحت تلك الراقصة التي تعرّي عن جسدها، والمغنيّة التي تكشف عن محاسنها، والممثلة التي انسلخت من كلّ مبادئ الحشمة والحياء - أصبحت هي القدوة المثلى بالنسبة للفتيات، بل لا نبالغ إذا قلنا: إنّ بعض الفتيات يثرن على أهل بيتهنّ، ويُحاصن مجتمعاتهنّ؛ من أجل بلوغ مرتبة هذه المغنيّة أو الممثلة!

والشيء نفسه بالنسبة للشباب الذين يعتقدون أنّ البطل الأسطوري هو ذلك الممثل الذي تحدّى أمّه وأباه؛ من أجل إرضاء محبوبته، وأنّ ذلك الشاب الذي تعدّدت عشيقاته، وصادق هذه، وخان تلك، ووقع مع أخرى - هو الأسوة الذي تشرّب له الأعناق، وترنو له القلوب والأبصار، ويجب عليهم اتّباعه.

• زوال الشّعور بالمسؤوليّة اتجاه الأسرة، واللامبالاة بحال الأبناء، والزوجة التي تحتاج إلى من يقف بجانبها؛ من أجل التخفيف عنها، ومواساتها في بعض ما تجد من أعباء المنزل، ومشاكل تربية الأبناء.

• شيوع الألفاظ البذيئة مما يستخدم في كثير من الأفلام والمسلسلات، ودعوة المجتمع إلى الاستهتار، وعدم الحشمة في ارتداء لباسٍ معيّن.

• انعدام المراقبة وعدم التوجيه للأبناء، وهذا له أثره السلبيّ على التحصيل الدّراسي، ومتابعة الدّروس، ولا يخفى الأثر السيّئ للأفلام التي تقذف الأخلاق بسهامها على شخصية الطفل وتهيئته للانحراف، مع وجود ما نعرفه من أنّ بعض الأفلام تصوّر الكذب والخداع والمراوغة على أنّها خفة ومهارة وسطارة، ومعها يُنزع الحياء نزاعاً من قلوب أطفالنا، والآداب التربوية السامية في حياتنا.

الجانب التربوي: أمّا بخصوص الجانب التربوي، فهناك أيضاً مجموعة من السّلبات،

من تنمية الروح السَّلبية لدى المتلقِّي، خصوصاً الأطفال الذين يتقبَّلون جميع الأفكار دون نقد، أو تفكير؛ حيث يتعوَّد المشاهد عموماً سهولة التَّحصيل دون بذلِ أدنى مجهودٍ للحصول على المعلومات، أو اكتساب المهارات والقدرات، مكتفياً بما يقدمه الجهاز الإعلامي من حلولٍ أو نتائج.

• على حياة الأطفال الاجتماعيَّة وعلاقتهم بالأسرة، وبهذا يقلُّ اكتسابهم للمعارف والخبرات من الأهل والأصدقاء، كما يصرفه أيضاً عن اللعب، ومتعته مع أقرانه.

• تمرُّد الأبناء على الآباء بفعل المشاهد التي يرونها في وسائل الإعلام، والتي كان يشارك في مشاهدتها الأب نفسه، وهذه نتيجة حتميَّة، على الأب أن يجني ثمارها، شاء أم أبى؛ لأنَّه هو الذي ساعد ابنه على تطبيع هذه المشاهد، واعتبارها شيئاً عادياً،

ومن أجل ذلك فإنَّ كثيراً من الآباء يشكون من عقوق أبنائهم، ولا يدركون أنَّهم هم أنفسهم كانوا السَّبب على زرع هذا الشُّذوذ الأخلاقيِّ في تربية أبنائهم؛ بواسطة ما يُدخلونه على أبنائهم من وسائل إعلام، دون مراقبة أو تقنين، فمَن زرع شيئاً جنى ثماره، فقد أضاعوا فرصة تربية أبنائهم تربية سليمة

• التعوُّد على مظاهر العنف المادِّي والمعنوي، تبعاً لما يُعرض من مشاهد العنف والتدمير، حتَّى في بعض البرامج الموجهة للأطفال، مثل الرسوم المتحرِّكة، وقد فسَّر بعض علماء التربية سببَ ميول بعض الأطفال إلى التدمير والعنف بتأثيرهم ببعض برامج الأطفال التي تُجرح إلى صُور العنف والانتقام، ولو كانت رُسوماً متحرِّكة.

• ضياع الأوقات، وذهابها هدرًا، بفعل تلك الأوقات الطويلة التي يقضيها المتعلِّم أمام هذه الوسائل، وبالتالي غفلته عن واجباته المدرسية التي يجب عليه أن يُنجزها باهتمام وعناية.

• دُخول الأطفال عالم الكبار قبل الأوان فيما يسمَّى بـ"اختراق المرحلة العمرية"، دون أن تتوفر لديهم الخبرة اللازِمة لذلك؛ فقد أثبتت الدِّراسات أنَّ برامج التلفاز تتيح للأطفال أساليبَ للتعامل ما كانوا يُدركونها أو يُمارسونها؛ مثل عمليات الهروب خارج الحدود، وتعاطي المخدِّرات، والقَتْل والاعتداء، وأساليب التَّحايل

والكذب، فيعيش الطفل عالماً غير عالمه، وعمرًا غير عمره، فلا يُربى التربية السليمة، ولا ينشأ النشأة الطبيعية التي يجب أن ينشأها ويثب عليها.

• ظهور المراهقة المتقدّمة؛ بفعل التعوّد على مشاهد التي يكون أبطالها مراهقين، وهذه النتيجة تابعة، وتالية لما سبق من سلبيّات.

• ضعف العلاقات مع كلّ من الأسرة والمدرسة، وظهور الانعزال عن المجتمع، وانفصام الرّوابط بين الأقارب بفعل الانشغال بوسائل الإعلام، وحصر المشاهد مع واقع جديد، ممّا يُضعف فرص التّعامل الاجتماعي والأسري.

• تربية الطّفل تربية مشوّهة غير منتنّمة، لا تراعي البعد الحضاريّ للطفّل، ولا تعير اهتماماً لمرجعياته الدّينية والأخلاقيّة، ولا تحترم خصوصيّات الوسط الذي يعيش فيه، فينشأ الطّفل انطلاّقاً من أفكارٍ واردة خارج بيئته، ويتبنّى عاداتٍ وتقاليدهُ مخالفةً لما عليه مجتمعه وواقعه.

الجانب النفسي:

• إفساد واقعية الأطفال، وتشويه عالمهم الجميل البسيط الذي يؤمن في هذه المرحلة باللموس الواقعيّ، وذلك بعرض المشاهد المنافية للواقع، والمخرّبة للفطرة.

• تربية الطّفل تربية مشوّهة غير منتنّمة، لا تراعي البعد الحضاريّ للطفّل، ولا تعير اهتماماً لمرجعياته الدّينية والأخلاقيّة، ولا تحترم خصوصيّات الوسط الذي يعيش فيه، فينشأ الطّفل انطلاّقاً من أفكارٍ واردة خارج بيئته، ويتبنّى عاداتٍ وتقاليدهُ مخالفةً لما عليه مجتمعه وواقعه.

• ضعف الشخصية، وتردّدها في كلّ ما تُقدّم عليه، وعدم الرّسوخ على موقف معيّن؛ بسبب الاستهلاك السّلبّي لوسائل الإعلام، وعدم التّمييز بين ما هو أصلّ، ويجب التمسك به، وما هو طارئٌ لا يجب الالتفات إليه.

تضارب المواقف عند الجيل النّاشئ بسبب التّعارض الفكريّ والثقافي الذي يبرز بشدّة في وسائل الإعلام، حتّى يضحى أحدهم لا ينكر منكرًا، ولا يعرف معروفًا نتيجةً لهذا الذي ذكر

• زرع بذور الخوف والقلق في نفوس أطفالنا بما يعرف من أفلام مرعبة، تخيف الكبير قبل الصّغير كأفلام الخيال، وغزو الفضاء، ورجال الفضاء والقصاص التي تدور أحداثها حول الجنّ والشياطين والخيال، وكلّها تُوقع الفزع والخوف في نفوسهم، إلى جانب أنّها لا تحمل قيماً أو فائدة علمية، وينعكس أثر ذلك على أمن الطفل وثقته بنفسه؛ مما يُشاهده من مناظر مفرّعة، تجعله يعيش في خوف وقلق، وأحلام مزعجة.

الجانب الصحي:

• ضعف البصر؛ بسبب الإضرار به عن طريق كثرة تعريض العين للأشعة التي تبعثها وسائل الإعلام المرئية؛ مثل: الحاسوب والتلفاز؛ وذلك ما أكّده الأطباء والواقع، إذ إنّ أغلب الذين يعانون من ضعف في البصر يحصل لهم ذلك بسبب كثرة الإدمان على مشاهدة وسائل الإعلام المرئية فترات طويلة، خصوصاً في الفترة الليلية التي تحتاج فيها العين إلى جهد مضاعف؛ من أجل النظر.

• الإصابة بالأرق والسُّهاد، والإحساس بأوجاع على مستوى الرأس؛ بسبب السُّهر، والمداومة على مشاهدة بعض هذه الوسائل خلال ساعات متأخرة من الليل.

• كثرة النسيان وعدم التركيز أثناء حضور حصة أو مناقشة؛ بسبب الإعياء الشديد الذي تُسببه قلة النوم، وعدم تمكين الجسم من حقّه الطبيعي من هذا النوم.

• تأخر الطفل في النوم، والجلوس أمام التلفاز لساعات طويلة؛ مما يؤدي إلى اعتلال صحة الجسم، ويتسبب أيضاً في الخمول الذهني، وتعطيل ذكاء الطفل.

• الانصراف عن ممارسة الرياضة البدنية، والإصابة بالكسل والخمول والسمنة؛ لقلّة الحركة، واكتساب العادات السيئة، وتدهور الصحة العامة.

مما سبق يمكن أن نخلص إلي أن:

وسائل الإعلام بجميع أشكالها وألوانها تلعب دوراً سلبياً خطيراً، يجب الاحتياط منه، وتلعب في الآن نفسه دوراً إيجابياً عظيماً لا يمكن إغفاله أو التناكُر له؛ أي: إن هذه الوسائل باختصار سلاح ذو حدين، ومن أجل ذلك فالسؤال الذي يُطرح بشدة هو:

كيف يمكن أن نستفيد منها والحالة هذه، دون أن نُصاب من الاقتراب منها بأيّ أذى؟
ومن هنا كان لابد من:

- البحث عن الوجه المشرق في هذه الوسائل من حيث الاستخدام؛ أي: نوظفها فيما يعود على الشخص والأمة بالنفع في جميع الجوانب، فقد أثبت علماء التربية مثلاً من الناحية التربوية أنّ بعض وسائل الإعلام تؤدي إلى رفع قدرة الطفل على القراءة والكتابة، والتعبير الشفوي، والقدرة على الاستماع والتركيز، وتعلم الثقافة العامة، والعلوم واللغات الأجنبية، والتربية الفنية والرياضيات، كما أنّها تقوي المقدرة على حلّ المشكلات التي تُواجهه، وتُساعد على التوافق الاجتماعي، وتطوير هواياته ومواهبه، واستغلال وقت فراغه.

- أن يكون الشخص ذا حسّ نقدي، يُميّز بين الصّالح والطالح؛ حتّى ينخل الأفكار التي يتلقّاها ويمحصّها، ولا يكون عبداً لها للمعرفة، دون تمييز، بل يجب عليه أن يتمعّن، ويتدبّر، ويحسّ؛ حتّى يأخذ ما هو أهلٌ للأخذ، وي طرح ما هو أهلٌ للنفور والاشمئزاز.

- الاهتمام بالتربية الدّينية التي ترسّخ في الإنسان مبادئه الأخلاقية، وعقائده الإسلامية، وتوجهه الأخلاقي؛ حتّى يُصان من كل انحراف، أو زيغ عقائديّ، أو ديني.

- مراقبة الأبناء، وتوجيههم الوجهة الصحيحة أثناء استهلاك واستقبال ما تُنتجه هذه الوسائل.

- تنمية الإحساس بالدّين والوطن والانتفاء؛ حتّى يكون المتلقّي ذا مناعة قوية أمام كلّ ما من شأنه أن يجرّده من انتمائه وأصوله، أو يחדش في عقيدته ودينه.

- التّقنين وتنظيم الوقت، وحُسن توزيعه دون أن يغلب الوقت الذي يُخصّص لاستهلاك ما تطرحه هذه الوسائل على حساب الواجبات والالتزامات الأخرى.

- وبناءً على ما تقدم فإن دور الأخصائي الاجتماعي في مواجهة الاعلام السلبي يتمثل من خلال التدخل من خلال النموذج المعرفي السلوكي كالتالي:

- كلنا نفكر.. لكن العبرة ما هي طبيعة الأفكار التي نفكر فيها؟ فالكثير منا يسجن نفسه داخل مجموعة من الأفكار السلبية والمشوهة التي تهدد صحته النفسية. وتوقعه فريسة للمرض النفسي.

- فإن كانت الفكرة هي المسؤولة عن المشاعر والتي بدورها هي المحرك للسلوك، فإن الاهتمام بتعديل الفكرة هو الأولى ليعتدل السلوك. لأن تكرار الأفكار السلبية يؤدي إلى الانفعال والتوتر النفسي المستمر. وما يصاحبه من أعراض نفسية وجسيمة.

- ويفترض علماء النفس أن التفكير هو المحرك الأول والمسبب للانفعال. وأن أنماط التفكير السلبية والغير منطقية هي التي تسبب الاضطراب والمرض النفسي للفرد. وذلك نتيجة لسوء تفسيره وتأويله للأمر، وذلك بناء على الأفكار والمعتقدات الغير منطقية والسلبية التي يتبناها.

- وكثيرة هي الأفكار السلبية التي نسجن أنفسنا داخل إطارها، ونحرم ذاتنا من العيش براحة والتمتع بالحياة.

- والفكرة السلبية بدورها تنمي الحوار الداخلي السلبي. ويستمر حتى يصبح قناعة واعتقاداً لدى الشخص. يتصرف بموجبها بالسلوك المناسب لها.

- فمثلاً لو تكررت فكرة "أنا فاشل في دراستي" وسيطرت على طالب. فإنه حتماً كلما دفع نفسه نحو الاجتهاد خطوة. ترددت في ذهنه الفكرة، وشكلت حواراً سلبية مدعماً بالمواقف الفاشلة والهازمة للذات، فلا يلبث أن يتراجع خطوات. لرسوخ القناعة لديه بالفشل. فأحجمت السلوك عن العمل.

- والأخطر من ذلك عندما ينحرف التفكير عند الشخص، بحيث يشكل التربة الخصبة لنمو المشكلات النفسية والانفعالية. فهناك العديد من أنماط التفكير الخاطئة والشائعة التي تمثل القاعدة الأساسية في بعض الأمراض النفسية ونذكر هنا أربعة من أهم تلك الأنماط:

- تهميش الإيجابيات

- وتعني رفض الفرد للخبرات الإيجابية بإصرار على أنها "لا تعد شيئاً" فإذا عمل

عملاً جيداً فإنه سيحدث نفسه بأن هذا العمل غير جيد بدرجة كافية، أو أن هذا العمل يمكن إنجازه بواسطة أي شخص. وليس بالشيء المهم ليكون إيجابياً ومحل تقدير. فتهميش الإيجابيات يسلب الحياة متعتها ويجلب الشعور بعدم الملائمة والفائدة.

- ويكثر انتشار هذا النمط من التفكير في حالات الاكتئاب.

- التعميم الزائد

- وتعني أنه يعمل الشخص على تعميم خبرة سيئة مر بها في حياته على باقي الخبرات الحياتية المشابهة "كل الأزواج سيئون" نتيجة تجربة زواجية مخففة. ويكثر في حالات الهلع والغضب.

- الكل أو لا شيء (المثالية)

- ترى الأشياء إما أبيض أو أسود، إذا كانت الحالة أقل من الكمال اعتبرت فشلاً كاملاً، فلا وسطية. إما نجاح أو إخفاق، فإذا لم يكن العمل على أكمل وجه فهو فشل ذريع كالأم التي تُحبط من صغيرها، ترى نفسها سيئة تماماً وفاشلة في تربيته وكل الأمهات أفضل منها. فهو بمعناه التطرف في التفكير، ويكثر في اضطرابات الاكتئاب والرهاب الاجتماعي.

- التفكير الكوارثي (قراءة المستقبل):

- ويعني توقع سوء الحظ والأحداث السلبية في المستقبل كتفكير أحدهم بأنه سوف يفشل في عمله وستقبله عقبات كبيرة تجعله يتسبب في خسارة الشركة وبالتالي خسارة عمله. ويشيع بشكل واضح في اضطراب القلق.

- والعلم يؤكد أننا قادرون على برجة أنفسنا وعقولنا وسلوكنا بأكمله، بتغيير طريقة تفكيرنا ونظرتنا لما حولنا. فليست الأحداث الضاغطة والصدمات هي من تصنع السلوك المضطرب والاضطرابات النفسية بشكل عام. إنها هي عامل مساعد، والعامل الحقيقي طريقة تفسيرنا لتلك الضغوط والأحداث. وخير دليل على ذلك أن البشر بإجمالهم قد مروا في حياتهم بضغوطات وصدمات متنوعة، ولكن لم يصب منهم إلا نسبة معينة، وهي التي قد قررت اتخاذ النظرة السلبية والمنحرفة في التفكير والعيش فيها دون التحرر من قيودها.

- ولذا فان أي تغيير يبدأ في حياتنا لابد أن يحدث أولاً في داخلنا. في الطريقة التي نفكر بها. فاستبصارنا بنوعية أفكارنا. واقتلاع السلبي منها وتعديل أخطاء التفكير يمنحنا الانطلاقة في الحياة والإيجابية.

- إن تراكم الأفكار السلبية وانحراف التفكير يؤدي إلى إعادة المشاعر السلبية للسطح بشكل دائم، نظراً لارتباطها بالأفكار مما يحاصر صاحبها ويشعره بالضغط والأسى الذي يدخله في بوابة الاضطرابات النفسية.

- فإذا كانت الأفكار هي من أهم مسببات الاضطرابات النفسية.. فان الحل يبدأ بتعديلها.

- فتعديل أخطاء التفكير هي نقطة مركزية لا غنى عنها في العلاج المعرفي السلوكي لكل الاضطرابات النفسية. فالإنسان قادر على التخلص من مشكلاته الانفعالية واضطراباته النفسية إذا تعلم أن ينمى تفكيره الإيجابي ويتخلص من تلك الأفكار السلبية والمشوهة بمراقبة تفكيره وإيقاف أي فكرة سلبية وزرع الإيجابية مكانها لتنمية الحوار الإيجابي الداعم للذات. واستخدام الاسترخاء كسلاح ضد أي مشاعر أو انفعالات سلبية قد تراوده.

- وأن يحاول إعادة صياغة أي مشكلة تواجهه وتُظهر أفكاراً سلبية أو مُشوهة بشكل مبسط والتفكير بها من جوانب أخرى. وأفضل طريقة لذلك هي أن ينفصل عن المشكلة وكأنها لا تخصه، وينظر لها من زوايا متعددة وكأنه يريد تقديم نصح لحامل المشكلة، عندها سيتجرد من سيطرة المشاعر ويفكر بطريقة أكثر عقلانية مما يجعله يغير من نمط تفكيره السلبي والمنحرف.

- ويعتمد التخلص من المشكلات النفسية على مدى قدرة الفرد على التعرف على تلك الأفكار وتعديلها والاستمرار في ذلك. لأن عقولنا نحن من نملكها ونزرع فيها ما نحب، بأن نفكر فيه ونرسم به منهجنا في الحياة.

- كما يمكن مواجهة الاعلام السلبي من خلال الأخصائي الاجتماعي في المؤسسات المختلفة كالتالي:

1- في المدارس:

- تعزيز الدافعية لدي الطلاب لحسن الانتقاء والاختيار من خلال التوعية الاعلامية والندوات.

- حث الجهات التنظيمية لاصدار قوانين تحمي المجتمع من مخاطر الاعلام السلبي.

2 - في الجامعات:

- بناء الوعي لدي الطلاب.

- صقل مهارات التلقي والتعامل الناجح مع وسائل الاعلام.

- تكوين رؤية تربوية ناضجة للتمييز بين السلبي والايجابي.

- ترسيخ مفهوم الرقابة الذاتية وتعزيز الثقة بالذات.

3- مراكز الشباب:

- عدم منح الثقة بشكل كامل للشباب أو الفتاة.

- ايجاد نظام اجتماعي لشغل أوقات الفراغ.

- توجيه الشباب للتقيد بقوانين الاتصال.

- على المربين أن يكونوا علي اطلاع تام بما تحويه هواتف أبنائهم وتنمية الوازع الديني لديهم.

4- في الإعلام: من خلال:

- متابعة مدى التزام وسائل الاعلام بالأنظمة والقوانين وأخلاقيات الاعلام.

- مخاطبة ملاك وسائل الاعلام والحوار معهم.

- مقاضاة وسائل الاعلام التي تسيء استخدام حرية البث وتنتهك قيم المجتمع وترفض مبدأ الحرية المسئولة.

- مخاطبة شركات الأقمار الصناعية وشركات الاتصال.

رابعاً: الإجراءات المنهجية:

- نوع الدراسة: وصفية.
- منهج الدراسة: تحليل محتوي علي عينة من مستخدمي السوشيال ميديا (الفييس بوك) وتم بناء أداة تشكل منهج تحليل المحتوي.
- عينة الدراسة (40) من مستخدمي السوشيال ميديا بشكل يومي.
- تساؤلات الدراسة:
- تسعى هذه الدراسة للاجابة علي التساؤلات التالية:
- هل يعتبر الفييس بوك وسيلة لنقل الشائعات؟
- ما نوع الشائعات التي يتم نقلها من خلال الفييس بوك(سياسية - اقتصادية....؟
- ما نوع تأثير الشائعات علي مستخدمي الفييس بوك؟

الجدول الفييس وانتشار الشائعات

هل يعتبر الفييس وسيلة لنقل الشائعات؟

تأثير الشائعات			نوع الشائعات					لا	نعم	
اختلال نفسي	اختلال فكري	تؤثر على الأمن القومي	بلبلية	ثقافية	اجتماعية	اقتصادية	سياسية	فنية		
			✓		✓				✓	1
			✓			✓	✓		✓	2
ليس لها تأثير							✓		✓	3
✓						✓			✓	4
ليس لها تأثير					✓				✓	5
✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	6
			✓		✓				✓	7
ليس لها تأثير				✓	✓	✓	✓	✓	✓	8

ليس لها تأثير					✓	✓	✓			✓	9
✓								✓		✓	10
✓	✓	✓					✓	✓		✓	11
✓			✓				✓			✓	12
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	13
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	14
✓	✓	✓		✓	✓		✓			✓	15
✓	✓		✓		✓			✓		✓	16
✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	17
✓		✓	✓	✓			✓			✓	18
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	19
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	20
✓		✓	✓	✓		✓				✓	21
✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓		✓	22
✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓		✓	23
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	24
✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓		✓	25
✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓		✓	26
✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	27
	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	28
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	29
✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓		✓	30
	✓	✓		✓	✓		✓	✓		✓	31
ليس لها تأثير				✓	✓		✓	✓		✓	32
	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓		✓	33
✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓		✓	34
✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓		✓	35
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	36
✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	37
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	38
✓		✓					✓	✓		✓	39
	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	40

جدول رقم (1) يوضح نوع الشائعة

الترتيب	النسبة المئوية	ك	نوع الشائعة
2	72.5	29	فنية
1	77.5	31	سياسية
4	62.5	25	اقتصادية
1	77.5	27	اجتماعي
3	65	26	ثقافية

جدول رقم (2) يوضح تأثير الشائعة

الترتيب	النسبة المئوية	ك	تأثير الشائعة
3	62.5	25	بليلة
1	70	28	تؤثر على الأمن القومي
2	67.5	27	اختلال فكري
1	70	28	تأثير نفسي
4	12.5	5	ليس لها تأثير

نتائج البحث:

- من حيث نوع الشائعة:

توصلت النتائج إلى أن الشائعات السياسية والاجتماعية هي الأكثر انتشاراً من حيث تأثيرها على الفيس بوك يليها الشائعات الفنية ثم الثقافية وأقلها تأثيراً الشائعات الاقتصادية.

- من حيث تأثير الشائعة:

تؤثر الشائعات بشكل كبير على الأمن القومي كما لها أيضاً تأثير نفسي ثم يلي هاتين التأثيرين الاختلال الفكري ثم البليلة. وتوصلت النتائج إلى أن نسبة 5, 12 % من العينة لا تؤثر عليها الشائعات بشكل مباشر

المراجع العربية:

- آدم كردي شمس: مفهوم الأعلام ودور الشباب في التوعية ومواجهة الأزمات بقلم، صحيفة سودانايل، نشر بتاريخ: 29 تشرين 1/ أكتوبر 2016
- - أديب خضور، "الإعلام"، الموسوعة العربية، أطلع عليه بتاريخ 3-8-2017
- فهد بن عبد الرحمن، التربية الاعلامية كيف نتعامل مع الاعلام، الطبعة الأولى، الباب الثاني: ما الذي يخفيه عنا الاعلام MEDIA EDUCATION، 2010
- - عبد الكريم حميد: شبكة الألوكة 2019
- عهد أحمد: (دور وسائل الإعلام في المجتمع) يونيو 2016
- محمد أبو حليف: تعريف الاعلام، 2018.
- محمد الدويش: الاعلام السلبي.
- "الإعلام"، المعاني، أطلع عليه بتاريخ 8-3-2017
- - الموسوعة العربية العالمية (1999)، (الطبعة الثانية)، المملكة العربية السعودية: مؤسسة أعمال الموسوعة للنشر والتوزيع، صفحة 290، 291، 292، 293، 297، جزء 2.

- المراجع الأجنبية:

- Soumi Biswas (24-3-2016), "Mass Media Plays A Crucial Role In Influencing People's Mind"، www.esolz.net, Retrieved 31-7-2018. Edited. ↑ "THE INFLUENCE OF MEDIA ON SOCIETY RETHINK MEDIA" www.soroptimistinternational.org,26-8-2016، Retrieved 31-7-2018. Edited.
- "media", Business Dictionary, Retrieved 8-3-2017.
- "media", Oxford Dictionaries, Retrieved 8-3-2017.
- "media", Dictionary.com, Retrieved 8-3-2017.

"electronic media", Business Dictionary, Retrieved 8-3-2017. Edited

- "Media - THEORIES OF MEDIA", Encyclopedia.com, Retrieved 8-3-2017. Edited.

- <https://www.alukah.net/culture/0/30164/#ixzz5etFZj41U>

- <https://www.alukah.net/culture/0/30164/#ixzz5etG9ouPp>

الإعلام السلبي ودور الأسرة في الحد من العنف ضد الأطفال "دراسة حالة من إمارة عجمان"

د. ختام حسين تميم

عضو الهيئة التدريسية
كلية الإنسانيات والعلوم (قسم علم الاجتماع)
جامعة عجمان
الإمارات العربية المتحدة

Negative information and the role of the family in reducing violence in children

The research included the following: Chapter I Theme Wallpapers.

First: Introduction: Media is a term used to refer any technology, means, organization, non-profit organization or private or public business, official or informal, whose mission is usually to transmit and disseminate news and information through the media, But some of them are currently dealing with a variety of topics, including entertainment and entertainment, which spread specifically after the invention of television, and the term also refers to the media and the media, in addition to the organizations that run.

We all agree that the media plays a big role in our societies, and we also agree that the family has a big role as well, which may increase and decrease, in influencing the role of these means. It is therefore

necessary to provide the family with the procedures and steps that help them acquire their children since their childhood Early, the skill of conscious interaction with the media, be influential and not just affected.

The TV and the Internet were chosen as a model for the media because they took over most of our children's time, compared to newspapers, magazines and radio, and because our children and until recently chose television to spend time; television also addresses the senses of hearing and sight, Children, of movement, fun and attractive. The Internet is widely available among children.

And everyone watching the children watching attractive programs used a satisfactory technique of sound, image and output; find them gathered in front of the screen, and they opened their mouths and eyes, so that we count them dances are awakening! Therefore, if the family is able to give their children the skill to interact with the television screen, they will be able to use the same tools with the rest of the media.

تضمن البحث ما يلي: الفصل الأول خلفيات الموضوع.

أولاً: مقدمة البحث: وسائل الإعلام هي عبارة عن مصطلح يطلق على أي تقنية، أو وسيلة، أو منظمة، أو مؤسسة غير ربحية أو تجارية خاصة أو عامة، رسمية أو غير رسمية، والتي عادةً ما تكون مهمتها نقل الأخبار والمعلومات ونشرها عبر وسائل الإعلام، إلا أن بعضاً منها بات حالياً يتناول مواضيع متنوعة ومتعددة ومنها، مواضيع الترفيه والتسلية، والتي انتشرت تحديداً بعد اختراع التلفاز، ويطلق مصطلح وسائل الإعلام أيضاً على الجهات التكنولوجية التي تتولى مهمة الإعلام، إضافةً إلى المنظمات

التي تديرها. (1) جميعاً نتفق على أن وسائل الإعلام تلعب دوراً كبيراً في مجتمعاتنا، ونتفق أيضاً على أن الأسرة لها دور كبير أيضاً، قد يزيد وقد ينقص، في التأثير على دور هذه الوسائل، لذا فإنه من الضرورة بمكان تزويد الأسرة بالإجراءات والخطوات التي تساعدها في إكساب أفرادها منذ طفولتهم المبكرة، مهارة التفاعل الواعي مع وسائل الإعلام، بحيث يكونوا مؤثرين بها وليس فقط مجرد متأثرين.

تم اختيار جهاز التلفاز والإنترنت في هذه الدراسة كنموذج لوسائل الإعلام؛ نظراً لاستحواذهما على أغلب أوقات أطفالنا، مقارنة بالصحف والمجلات والإذاعة، ولأن أطفالنا وإلى وقت قريب كانوا يختارون التلفاز لقضاء الأوقات؛ وأيضاً فإن التلفاز يخاطب حاستي السمع والبصر، إضافة إلى الطريقة التي تُقدّم بها برامج الأطفال، من حركة ومنتعة وجاذبية. كما بات توفر الإنترنت بشكل واسع بين شريحة الأطفال.

وكل من يراقب الأطفال وهم يشاهدون برامج جذابة استخدمت فيها تقنية مُرضية من الصوت والصورة والإخراج؛ يجدهم وقد تجمعوا أمام الشاشة، ففغروا لها الأفواه والأعين، حتى إننا لنحسبهم رقاداً وهم أيقاظ! لذلك؛ إن استطاعت الأسرة إكساب أطفالها مهارة التفاعل الواعي مع شاشة التلفاز؛ فإنهم سيتمكنون من استخدام الأدوات ذاتها مع بقية وسائل الإعلام.

ثانياً: مشكلة البحث:

تضمنت نقطتان أساسيتان تم التركيز فيهما على:

1. ما تأثير وسائل الإعلام على الأطفال؟

وللإجابة عن هذا التساؤل العام، تم طرح مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية:

أ. البحث في الآثار السلبية لوسائل الإعلام والتعمق في التلفزيون.

ب. البحث في الآثار الإيجابية لوسائل الإعلام في عالم الطفل.

2. ما مدى تأثير دور الأسرة على الأطفال في عالم الميديا؟

(1) موقع موضوع تعريف بوسائل الإعلام، بتاريخ 14 / 1 / 2019 Google www.

- أ. الوقوف عند دور الأسرة في توجيه الطفل نحو استخدام التلفزيون والإنترنت.
ب. ماعلاقة الإندماج في وسائل الإعلام باكتساب الأطفال بعض القيم والعادات الاجتماعية؟

ثالثاً: أهداف البحث:

- نوه في الأهمية إلى تسليط الضوء على بيان دور التلفزيون والإنترنت على سلوكيات ومفاهيم الأطفال من خلال دراسة مايلي:
1. بيان الآثار السلبية المترتبة على استخدام الأطفال للتلفزيون والإنترنت.
 2. بيان الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام الأطفال للتلفزيون والإنترنت.
 3. كيف نحمي أطفالنا من خطر وسائل الإعلام.
 4. هل للعنف في وسائل الإعلام تأثير على الأطفال.

رابعاً: أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة من ضرورة الاهتمام بالطفولة:

يعتبر موضوع الإعلام ووسائله من أهم الموضوعات ذات الأبعاد الاجتماعية التي تنافس الأسرة في تنشئة الطفل. كما أن تنشئة الأبناء اجتماعياً من أعظم المسؤوليات المتعلقة بمؤسسات التنشئة الاجتماعية وخاصة على الأسرة والمجتمع. لأن صلاح الأطفال من صلاح المجتمع، إن الانفتاح الكبير والمباشر للأطفال على وسائل الإعلام المختلفة وخاصة التلفزيون والقنوات الفضائية ما سبب وجود منافسة شديدة بين التربية الإعلامية والتربية الأسرية. والتطور الهائل لوسائل الإعلام الإلكترونية المرئية والمسموعة والمكتوبة للأطفال وعالمهم.

1. يسعى البحث ليكون نواة لأبحاث تجرى على نطاق أوسع.
2. دور الأسرة في إكساب أفرادها منذ طفولتهم المبكرة مهارة التفاعل الواعي مع وسائل الإعلام، بحيث يكونوا مؤثرين بها وليس فقط مجرد متأثرين.
3. تتضح أهمية الدراسة من خلال الدور المهم لمنظمي ومعدّي برامج الأطفال

والمواد المنشورة في وسائل الإعلام بما فيها التلفزيون والإنترنت.

4. دور الأسرة في غرس أسس التربية السليمة للأطفال منذ نعومة أظفارهم.

سادساً: منهجية البحث العلمي: تم استخدام المنهج الوصفي، المنهج التاريخي، ودراسة الحالة.

سابعاً: دراسة حالات حول إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام بالتركيز على التلفزيون والإنترنت.

ثامناً: الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام، الأسرة، الطفل، التنشئة الاجتماعية، التلفزيون. العنف ضد الأطفال.

الفصل الثاني: العنف في وسائل الإعلام وتأثيرها على الأطفال

من المعلوم أن التشديد على الاهتمام بالأطفال كبنية أساسية للمجتمع، حيث تشكل رعاية الطفولة وحمايتها الاهتمام المحوري والجوهري في حياة الأسرة والمجتمع. وبالتالي تلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً بتأثيرها على الأطفال (سلباً أو إيجاباً) من خلال مساهمتها، بمضامينها الموجهة لهم وبفتحها آفاق العالم أمامهم، في بناء شخصية الطفل، وتوسيع مداركه، وإغناء علاقاته الاجتماعية، كما تساهم في تعميق القدرة الأدبية لديه، وتُرهِف حسّه وذوقه السليم. وبذلك فهي تؤدي دوراً مهماً في التنشئة، إضافة إلى ما تقوم به قنوات التنشئة الأخرى في المجتمع. وتلعب وسائل الاتصال الحديثة دوراً هاماً في وقتنا الحاضر، كونها أصبحت اللغة المشتركة في كافة أنحاء العالم التي تجعل جميع الناس على اتصال، ومهتمين بعضهم ببعض في القرية الكونية الصغيرة.

من هنا يأتي دور أهمية الأسرة في عالمنا هذا عالم اتسم بغزارة المعلومات وهي الدرر الحصين، كما جاء في لسان العرب، وبما أن الأسرة هي جماعة اجتماعية أساسية ودائمة، ونظام اجتماعي رئيسي، وهي ليست أساس وجود المجتمع فحسب؛ بل هي مصدر الأخلاق، والدعامة الأولى لضبط السلوك، والإطار الذي يتلقى منه الإنسان أول دروس الحياة الاجتماعية.⁽¹⁾

(1) من مقال لـ (أ.أروى الغلاييني) بتصرف يسير، 2019.

ودلالة الأسرة، لغة واصطلاحاً، في مجتمعاتنا توحى أن الأسرة يضمها رباط وثيق، هذا الرباط يعلم أفرادها القيم والأخلاق، ويقيدهم عن ارتكاب المعاصي والمنكرات. إن من دور الأسرة الحيوي ومسؤوليتها في هذا الزمن الذي وسم بتدفق المعلومات، تدريب أطفالها من سن مبكرة منذ نعومة الأظافر على التحدث عن أثر وسائل الإعلام وخطورتها، خاصة برامج التلفاز، ويستمر هذا في جميع مراحل نموهم، حتى إن أصبحوا شباباً؛ أصبحوا قادرين بكفاءة على نقدها، وتحليل مضامينها، ثم يتمكنوا بفعالية من استخدامها بنضج وذكاء؛ لإيصال أفكارهم وتطلعاتهم ونموذجهم الذي يمثلهم فعلاً إلى المجتمع؛ ليتحمل المجتمع مسؤولياته تجاه الشباب، ويساعده في تحقيق هذا النموذج.

وقد حذر من خطر التلفاز وآثاره السلبية، "إن الحل لا يكمن في الابتعاد عن التلفاز نهائياً، ولكن لا بد أن يكون وفق نظام محدد، مع ديمومة التشجيع على التواصل العاطفي والنفسي بين أفراد الأسرة، والتركيز على تعلم الطفل القيم الاجتماعية، وتعريفه بالخطأ والصواب".⁽¹⁾

هذا النظام المحدد، أعني في التربية الإعلامية، من شأنه أن ينقل الأسرة إلى حالة استثمار لجهاز التلفاز، بدلاً من أن تكون في حالة حرب، أو في وضع الهزيمة، وعدم الاقتصر على نقد محتوى برامج التلفاز، بل تستخدم هذا المحتوى في تحويله إلى أداة تثري ملكة النقد عند الطفل، والقدرة على الاختيار، ومهارة الحوار، واستخدام المنطق في الحكم على الأشياء. لا حيادية في الإعلام.

إن على الأم والأب والراشد في الأسرة استشعار مسؤولياتهم وفهم التحدي، خاصة "أن الخطاب الإعلامي بصفة خاصة، هو خطاب (مؤدج)، وليس صحيحاً ما يردده بعض الإعلاميين والمثقفين العرب بقولهم: "إن الحيادية أساس الرسالة الإعلامية"، حيث أن كل إعلام ينتمي؛ إما لعقيدة، أو وطن، أو نظام. ومثل الإعلام غير المنتمي مثل بائع الصحف، الذي يوزع مضامين لا يفقه معناها. ودلائل هذه الحقيقة مبثوثة في الواقع المشاهد، وفي بطون الكتب الإعلامية المتخصصة". وبرامج الأطفال، التي تبث لهم، والتي أكثرها مستوردة غير مستثناة من هذا الخطاب.

(1) إيهاب رمضان، ورقة عمل مؤتمر الأعصاب والصحة النفسية 2018.

عند استخدام التلفاز لا بد من الأخذ بالاعتبار أنه ليس شيئاً محايداً في المنزل، وأنه في اللحظة التي تضاء فيها الشاشة يتحد ذهن ومشاعر المشاهد، في عملية معقدة لإدراك وفهم واستيعاب ما يُعرض، خاصة لدى الطفل. والآباء الحريصون على تربية أطفالهم عليهم أن يستخدموا هذا الجهاز؛ لينقل الطفل من حالة (الضحية) أو (المنهزم) التي تشكو منها أكثر الأسر، إلى وضع المنتصر والمستثمر لهذه الأداة، والسبيل إلى هذا هو التربية الإعلامية التي نتاولها فيما يلي.⁽¹⁾

مفهوم العنف:

لو أردنا أن نتطرق إلى مفهوم العنف فهو يشمل جميع أشكال السلوكيات الإنسانية التي تتخذ طابعاً عنيفاً عدوانياً في التعامل مع الآخر، فالتعامل الطبيعي بين البشر إذا خرج عن إطاره الصحيح، واستخدم فيه الضرب أو الشتم أو الصراخ كان ذلك الفعل فعلاً عنيفاً يعبر عن حالة سلبية قد تكون مؤشراً على مرض نفسي، أو قهر اجتماعي، أو تغير في ثقافة المجتمع ونظرته إلى مفهوم العنف، وربما انعكاس المعايير في تعريف مفهوم العنف لدى بعض المجتمعات.

أولاً: الإنترنت والعنف على الأطفال: لا شك في أن التطور الذي طرأ على البشرية ألقى بظلاله على جميع مرافق الحياة فيه إذ شمل جميع مفاصلها وتركيباتها خصوصاً الاجتماعية منها حتى كاد لا يستثنى شيئاً منها ولا أحداً فيها. ولم تكن وسائل الإعلام بمنأى عن ما حدث إذ أنها أصبحت الوسيلة الفاعلة والمساهمة والمؤثرة في صياغة التطور الاجتماعي للشعوب حيث كان نصيب الأسرة بشكل عام والأطفال على وجه الخصوص كبيراً من ذلك التأثير. وتراجع دور القيم في تأثيرها على الأفراد لصالح الإعلام ووسائله فغابت أو كادت أن تغيب عادات وتقاليد الأسر وعراقتها وتقلص دور الأسرة والمدرسة وأصبح كلاهما في قبضة الإعلام ووسائله.

وتأسيساً على حقيقة أن الأطفال عماد المستقبل ومنجم الفكر كان يجب أن يكون لهم عناية خاصة ولعقولهم اهتمام بالغ. فالطفولة تعتبر من أهم مراحل البناء الفكري وأفضل المراحل العمرية لتعليم واكتساب المهارات، علمية كانت أو معرفية. لما كان الأطفال بطبيعتهم لا يحبون الالتزام ويشدهم دوماً اللهو واللعب والتسلية ويغلب

(1) مرجع سبق ذكره، ايهاب رمضان، ورقة عمل مؤتمر الأعصاب والصحة النفسية 2018.

عليهم طابع الفضول لأجل معرفة المزيد لذا يجدون ضالتهم في وسائل الإعلام كالتلفزيون والانترنت كي يملأ عليهم فراغهم ويتناغم مع خصوصيتهم الأمر الذي سهل مهمة الإعلام في تأدية رسالته في ظل وجود متلق مستعد لاستلام هذه الرسائل فتمت قيادة مجتمعات بأسرها ابتداء من شريحة الأطفال ومرورا بالكهول والانتهاه بالأجداد وبما أن جهازي التلفزيون والانترنت بشكل رئيسي هما أحد أهم مفاصل هذه الوسائل بصفتها الوسيطان اللتان تقدمان الصورة والصوت ومزايا تكنولوجياية أخرى كثيرة معاً، فقد كانا أكثر هذه الوسائل مساهمة وأشدّها تأثيراً على الأفراد خصوصاً شريحة الأطفال منهم.

والمشكلة أن وسائل الإعلام قد تنوعت وتشعبت في السنوات الأخيرة مثل: الإنترنت، ألعاب الكمبيوتر، الهاتف الخليوي، الذي أصبح وسيلة إعلام خطيرة وأصبحت الرسائل الإلكترونية المتبادلة خلاله من أسرع وسائل الإعلام شيوعاً لأنها تتخطى كل الحواجز، إن خطورة مراحل الطفولة وما يمكن أن يترتب عليها من نتائج خطيرة على تقدم المجتمع من عدمه كانت أحد أهم بواعث الغوص في موضوع هذا البحث الذي نتمنى أن نكون قد وفقنا في تقديم ما أمكننا لخدمة مجتمعنا العربي.

1. شريحة العمر التي تتعامل مع الإنترنت:

كان من الصعوبة على الأطفال دون سن الثانية عشرة استخدام الإنترنت لعدة أسباب، منها عامل اللغة الذي يلعب دوراً أساسياً في تفهم الأطفال لكيفية التعامل مع الإنترنت، كما أنه حتى في هذا العمر يمكن للأهل أن يتمكنوا من مراقبة أولادهم، أو حجب الاتصال عن الحاسب المتوفر في المنزل، وبالتالي عدم تمكين الأطفال من الدخول إلى الإنترنت.

ولكن مع التقدم المستمر وسعي الدول مع الأشخاص إلى تأمين هذه الخدمة لكل فرد في المجتمع، سوف يتمكن الأطفال، منذ سن الخامسة، من الدخول إلى الشبكات، سواء في المدارس أو في café Internet أو في أيّ مكان للألعاب.

وليتمكن الطفل حالياً من دخول الإنترنت لا بدّ من توفر حاسب في المنزل ومن وجود اشتراك في الشبكة؛ أي أن الأشخاص المثقفين أو الممتنين إلى الطبقة الوسطى فما فوق يمكن أن تتوفر لأطفالهم هذه الخدمة، وبالتالي ينعكس تأثيرها على نسبة 10 %

من المجتمع كحدّ أقصى، ابتداءً من سن الثانية عشرة. لكننا نعود ونؤكد أن هذه النسبة تتزايد تزايداً سريعاً وملحوظاً خلال السنين القادمة.

2. نوعية البرامج ومدى تأثيرها على الأطفال:

عند دخول الأطفال إلى الإنترنت من الصعب الوصول مباشرة إلى أية مواقع عنف؛ وإنما المدخل الأساسي للأولاد هو الألعاب بشكل عام. ومن خلال هذه المواقع يتم اختيار الألعاب حسبما يرغب به الأولاد، لا من رقيب ولا من حسيب. قد تكون الألعاب عنيفة، أو قد تكون هادفة وسلسلة، أو قد تكون موجّهة بحيث تلعب دوراً نفسياً يشد الأطفال إليها لتمير الأفكار المرغوبة.

هناك أيضاً المواقع الخاصة بالشخصيات التلفزيونية الكرتونية التي تشد الأطفال (مثل البوكيمون وغيرها) والتي تحوي عدة أنواع من الألعاب، بعضها مفيد مثل الـ puzzle.

نجد مما تقدّم أن الإنترنت لا تشكل عاملاً أساسياً حالياً في عرض العنف، بل خطر من النواحي الأدبية للمستخدمين، حيث إن غالبية هذه المواقع تكون مبطنّة المضمون وغير واضحة؛ وغالبيتها من صنع الهواة، مما يجعلها تشكل خطراً على نظام الحاسب. ولكن نظراً لعدم وجود رقيب ينبغي خلق رقيب ذاتي عند الأطفال لدى تجوهم في هذا العالم الرقمي.

ثانياً: العنف في ألعاب الكمبيوتر:

1. العمر الذي يتعامل مع الكمبيوتر:

قدر عدد مستخدمي الحواسيب بنسبة لا تقل عن 50-60 %، حيث يمكن للطفل أن يبدأ بالتعامل مع الحاسب منذ عمر الأربع سنوات، وذلك من خلال الألعاب التي يقدمها الأهل لأولادهم التي تكون مخصصة لهذه الأعمار.

2. بيئة الأطفال اللذين يتعاملون مع الكمبيوتر:

نبين نوعين من الأطفال اللذين يتعاملون مع الحاسب:

أ. أطفال توجد في بيئة مثقفة نسبياً، يستطيع فيها الأهل أن يسايروا التكنولوجيا

ويوجّهوا أولادهم فيها. في هذه البيئة يكون من السهل التأكد من نوعية البرامج التي يتعرض لها الطفل لأن الأهل هم الذين يختارون؛ وهذا ممكن حتى سن الثانية عشرة أو حتى العمر الذي يبدأ فيه الطفل بأخذ مصروف معين من أهله (وهو عادة يكون في سن العاشرة).

ب. أطفال توجد في بيئة غير مساندة للتكنولوجيا، حيث يشعر الأهل بضرورة تعلم ولدهم استعمال الحاسب، ويعملون على تأمينه، ولكنهم غير قادرين على توجيه أطفالهم في هذا الموضوع.

في هذه البيئة ليس فيها من رقيب؛ وقد يكون المساعد على اختيار البرنامج أحد الأصدقاء أو المعارف أو صاحب محل البرامج الذي غالباً ما يهتم بتسويق برامجه أكثر من الاهتمام المفرط بنوعية البرامج المقدّمة للطفل.

3. نوعية الألعاب:

إن كافة البرامج (وخاصة الألعاب) تعتمد على عناصر ومؤثرات ضوئية وصوتية تشد الصغار بشكل كبير وفعال (حتى إنها تشد الكبار أيضاً!)، نظراً لتمكنها من إخراج صور وألوان معينة قد لا يتمكن مخرجو السينما والتلفزيون من تنفيذها. وهنا يكمن خطر البرامج؛ إذ إن التركيز العالي على البرنامج يجعل المتلقي يستقبل كل شيء منه، دون أن يفوته أي شيء. لذا وجب الاهتمام بما يقدمه البرنامج.

نستطيع أن نقسم ألعاب الحاسب إلى الأنواع التالية:

- ألعاب تعليمية تعتمد على قصة أو شخصية كرتونية: هذا النوع من الألعاب مفيد جداً للأطفال. فهو يبدأ في تثقيفهم بثقافة سهلة وسلسلة تعتمد على شخصيات محببة للأطفال، مثل Dr Poo، الدب الذي يعلم القراءة والحساب وحتى بعض الأغاني. وضمن هذا المجال نجد أيضاً بعض البرامج باللغة العربية التي تدعم الثقافة العربية. وهذه البرامج (سواء الأجنبية أو العربية) يمكن أن يبدأ معها الطفل من سن الرابعة.

- ألعاب فكرية (تقوية الملاحظة أو التركيز): عملياً تعتبر هذه البرامج للصغار، ولكنها تشد الكبار أيضاً نظراً لأنها تقوي المخيلة (تساقط المكعبات)، سرعة

البديهة (الأوراق المتشابهة بشتى الأشكال)، الذاكرة، إلى ما هنالك من ألعاب ذهنية؛ ويبدأ بها الطفل من سن السابعة. إلا أننا نلاحظ أنه لا يستطيع التركيز معها طويلاً نظراً لما تتطلبه من جهد، مهما كان بسيطاً، ولكن لا غنى عنه.

- الألعاب القتالية المصنعة من قبل الهواة وخطرها:

هذا النوع من الألعاب هو أخطرها على الإطلاق لعدة أسباب: إن الشركات المصنعة للألعاب القتالية والاستراتيجية تسعى جاهدة لأن تقدم، بنوع ما، موضوعاً جيداً للقصة؛ وهي غالباً عالية الثمن (البرامج الأصلية). أما بالنسبة لبرامج الهواة فهي تعتمد على بعض البرامج السلسلة للحاسب، ولا تهتم كثيراً بالقصة، بل تضع، بشكل أساسي ومباشر، شرطياً يلاحق لصاً أو العكس. وهي غالباً تتوفر بأسعار رخيصة، فتكون في متناول الجميع. لذلك تركز هذه الألعاب على إثارة اللاعب قدر الإمكان ليلعب، وتعطيه ما أمكن من مظاهر القوة. فإحدى الألعاب، مثلاً، عندما تنتهي تسألك: "هل تريد العودة لعالمك الممل؟" فإن قلت "نعم"، تبدأ الدماء تسيل من أعلى الشاشة إلى أسفلها حتى تصير الشاشة حمراء، ثم تخرج من اللعبة! فأية قيم نقدمها لأولادنا من خلال هذه الألعاب؟!!

-الألعاب التي تعتمد استراتيجيات حربية (تحتاج إلى وضع الخطط): هذا النوع من الألعاب يُعتبر، بنوع ما، من المراحل المتقدمة التي تحتاج إلى نضج عقلي؛ ويبدأ بها من سن العاشرة والمراهقة، حتى الشباب وأكثر؛ إذ أنها تتدرج صعوبة مرحلة فمرحلة.

سندرس على سبيل المثال برنامج Edge of Empire الذي تعتمد فكرته على إمبراطور بيني مدينته، حيث يأمر العبيد بالزراعة، ومن ثم بصنع القوارب، ثم يعبئ خزاناته، ويستعد لغزو العدو، ينتصر أو يخسر، يوسّع رقعة إمبراطوريته أو يقلصها. في هذه اللعبة نلاحظ التالي:

- على الرغم من عدم وجود عنف مباشر ولوحدات دموية، إلا أنها تركز الأنا عند المستخدم وتضخمها، وتجعل البرنامج ملاذاً يهرب به من واقعه ومن إمكانياته الحقيقية، راسماً لنفسه واقعاً ومدينة وعالمًا هو الحاكم الأوحد وله مطلق الحرية في التصرف فيه.

• صحيح أن هذه اللعبة تعتمد على التخطيط العقلي ورسم مستقبل للمدينة، إلا أن مبدؤها يعتمد على المادة؛ إذ أن هدف الإمبراطور زيادة رقعة بلاده، وهو يخسر عندما تفرغ مخازنه من المؤن. ونظراً للإقبال الشديد على هذا البرنامج تظهر تباعاً أجزاء جديدة تحمل درجات وإمكانيات قتالية جديدة.

• إن مبدأ اللعبة هو "إما أنا حي وإما الآخر حي"، ولا يمكن أن نحيا معاً بنفس الوقت؛ فلا بدّ من أن يخطط كل منا للقضاء على الآخر! وهذه الفكرة، باعتقادي، هي قمة العنف الفكري.

مثال آخر لعبة تعتمد أيضاً على استراتيجيات قتالية، وتدعى "دم وشرف"، وتصاحبها واجهة حمراء وأشكال لشياطين.

مثال آخر لعبة "الكهف". تتلخص مقدمة البرنامج الخاصة في وجود عمليات إنقاذ لرجال الكهوف من الهياكل العظمية. للوهلة الأولى يترأى لنا هدف نبيل: إنقاذ. ولكن عند البدء باللعب لا نشاهد سوى مناظر مفزعة، وعندما نموت إثر ضربات الهياكل العظمية المتكررة نرتمي على الأرض، والدم يتدفق من أصابع اليد بشكل لزج (يا له من منظر لطيف لولد في العاشرة من عمره!).

وقد نتساءل هنا عن لعبة الشطرنج العالمية؛ فهي أيضاً لعبة حربية قتالية تعتمد على حياة شخصية واحدة هي الملك. ولكن في الشطرنج تتوفر العوامل التالية:

- لا يمكن لعملية الشطرنج أن تضخّم الأنا لأن اللعب له قوانين، وهناك دائماً لاعب في المواجهة، وهو لاعب شرس، على الرغم من أن الإنسان هو الذي يحدّد درجة صعوبة اللعبة (في حال كان يلعب مع الحاسب).

- تعتمد لعبة الشطرنج كثيراً على التخيل، وهو أمر لا يمكن للاعب أن ينجح بدونه؛ إذ إن عليه أن يرسم المخطّط في دماغه، وأن يتخيله، ثم يلعب ويعدّل في مخطّطه طبقاً لتحرك الخصم. ولكن في جميع الأحوال لا يمكن لمقدار المؤن في المخازن أن يحدّد مقدار قوة اللاعب، بل عليه السعي جاهداً للربح. وفي حال "شاه مات" لا يمكن أن نرى دمماً تسيل على الأرض!

4. مكمّن العنف في الألعاب السابقة وسبب إقبال الأطفال والبالغين عليها:

بيناً في بداية عرضنا للألعاب مدى تشويقها، كونها تعرض الأمور بمؤثرات عالية الجودة من ناحية الصوت والصورة والإضاءة. تكمن مشكلة العنف هنا في أن غالبية هذه الألعاب تسهّل عمليات القتل أو تفرّضها للوصول إلى الهدف. فكلما قتل اللاعب زومبي أو رجل أو أي شيء تجده يصيح من الفرح لأن هذا سيقربه من هدفه. ورويداً ورويداً لا يعود لموضوع القتل أهمية عنده؛ وفي لحظات أو في شطحات معينة قد ينجرّف الإنسان وراء هذا الـ"إحساس" بإنسانية الآخر، فيسرق أو يقتل أو... وبأعصاب باردة! ناهيك عن كثرة الدماء التي يراها على الشاشة، ومنظر الخصوم وهم يتساقطون متألّمين، إلى ما هنالك من إعطاء اللاعب لذة في القتل. وهنا مكمّن الخوف: أن تتحول هذه اللذة الخيالية إلى الرغبة باللذة الحقيقية!

ثالثاً: وسائل الإعلام وأثرها على الطفل:

يحظى الإعلام بأهمية كبيرة في حياة الناس اليومية؛ لدوره المهمّ والفعل في بناء المجتمع وتأسيسه على أسس حضارية وعلمية، بالإضافة إلى أنه مرتبط بشكل قويّ بالأنظمة الاجتماعية السائدة في المجتمع، وذلك من خلال تأثيره بسلم المعرفة والتطور المجتمعيّ، سواء من خلال استمراره أو توقّفه، بذلك فهو ليس حالة آنية أو ظرفية مؤقتة، بل هو وسيلة لنقل الأفكار والمعتقدات من جيل لآخر، وتنمية العلاقات والروابط بينها، والتأثير بسلوك الإنسان ووعيه في جميع مراحل حياته، سواء أكان طفلاً أم بالغاً أم كبيراً في السن، وفي هذه المقالة سنتحدّث عن تأثير وسائل الإعلام على الطفل، إيجابياً وسلبيّاً⁽¹⁾.

لا شك أن التطور الذي طرأ على البشرية ألقى بظلاله على جميع مرافق الحياة ولم تكن مفاصلها وتركيباتها خصوصاً الاجتماعية منها حتى كاد لا يستثنى شيئاً منها ولا أحداً فيها وسائل الإعلام بمنأى عن ما حدث إذ أنها أصبحت الوسيلة الفاعلة والمساهمة والمؤثرة في صياغة حيث كان نصيب الأسرة بشكل عام والأطفال على وجه الخصوص، التطور الاجتماعي للشعوب وتراجع دور القيم في تأثيرها على الأفراد لصالح الإعلام ووسائله فغابت أو كادت أن تغيب عادات وتقاليد الأسر وعراقتها، كبيراً من ذلك

(1) March 17, 2008, Filed Under: Articles, Media & Information Literacy

التأثير وتقلص دور الأسرة والمدرسة وأصبح كلاهما في قبضة الإعلام ووسائله. كان يجب أن يكون لهم عناية، وتأسيساً على حقيقة أن الأطفال عماد المستقبل ومنجم الفكر خاصة ولعقولهم اهتمام بالغ. فالطفولة تعتبر من أهم مراحل البناء الفكري وأفضل المراحل العمرية لتعليم واكتساب المهارات، علمية كانت أو معرفية. لما كان الأطفال بطبيعتهم لا يجنون الالتزام لابل يشدهم دوماً اللهو واللعب والتسلية ويغلب عليهم طابع الفضول لأجل معرفة المزيد ضالتهم في وسائل الإعلام كالتلفزيون والانترنت كي يملأ عليهم فراغهم ويتناغم مع خصوصيتهم الأمر الذي سهل مهمة الإعلام في تأدية رسالته في ظل وجود متلق مستعد لاستلام هذه الرسائل فتمت قيادة مجتمعات بأسرها ابتداء بشريحة الأطفال ومروراً بالكهول والانتهاه بالأجداد وبما أن جهازي التلفزيون والانترنت بشكل رئيسي هما أحد أهم مفاصل هذه الوسائل بصفتها الوسيطان اللتان تقدمان الصورة والصوت ومزايا تكنولوجية أخرى كثيرة معاً، فقد كانا أكثر هذه الوسائل مساهمة وأشدها تأثيراً على الأفراد خصوصاً شريحة الأطفال منهم. يرى كثير من علماء الاجتماع أن تجارب الطفولة تعتبر بمثابة محدد أساسي من محددات السلوك البشري فالمعروف عن الطفل أنه يتلقى المعلومة بسرعة ويتفاعل معها بسرعة، وإن حصيلة ما يتلقنه الطفل من معلومات حتى سن بلوغه تفوق كل ما يتلقاه من علم ومعرفة طوال بقية عمره مهما امتدت عشرات السنين ومن يدافعون عن الآثار الإيجابية لوسائل الإعلام دائماً وسائل الإعلام الحديثة الإيجابية على شخصية الطفل يرون أنها تنمي الجانب الاجتماعي لدى الطفل بمشاركة الآخرين وتبادل أطراف الحديث معهم، وتصقل وجدانه وأحاسيسه وتدريب حواسه منذ صغره على الإصغاء والمتابعة والربط والتحليل، كما توسع خبرات الطفل كمصدر من مصادر المعرفة التي تمدد بالقيم المعرفية والسلوكية وتنقل له الثقافة والمعرفة، وتنمي الملكات العقلية والفكرية لدى الطفل وتشبع لديه حب الاستطلاع من خلال البرامج الثقافية، بالإضافة إلى أنها تستثير الخيال الواسع وتزوده بالخبرات والمهارات التي تدفعه إلى اتباع العادات الصحية في كافة مناحي سلوكه اليومي، وتفتح أمامه آفاقاً لا حدود لها. التأثير الواضح للطفولة من المشاهدة المستمرة لبرامج الطفل في القنوات الفضائية.

1. مفهوم التربية الإعلامية:

يعرف الإعلام بأنه "يحمل الخبر أو النبأ من جهة إلى أخرى، ونشره بواسطة الإذاعة

والتلفاز والصحافة. ثم تطور حتى صار مفهومه تبني قضية من القضايا، وطرحها من خلال قنوات معينة بقصد إيصالها إلى المتلقي، سامعاً، أو مشاهداً، أو قارئاً⁽¹⁾.

وأما التربية الإعلامية فقد عرفت بأنها: "التربية التي تختص في التعامل مع كل وسائل الإعلام الاتصالي، وتشمل الكلمات، والرسوم المطبوعة، والصوت، والصورة الساكنة، والمتحركة؛ التي يتم تقديمها عن طريق أي نوع من أنواع التقنيات"⁽¹⁾.

وإذا نظرنا إلى تطور التربية الإعلامية؛ نجد أن الفهم السائد، في الخمسينات والستينات الميلادية، عن عقل المشاهد أنه كاللوح الأملس، فكانت الأجندة التعليمية هي (التطعيم)، وجعل المشاهد يميز بين الإعلام الجيد والإعلام الفاسد، وأن يقدر جمال الإعلام الجيد.⁽²⁾

هذا المفهوم تطور في السبعينات والثمانينات الميلادية إلى توجيه أسئلة (إيديولوجية) للإعلام، بدلاً من الأسئلة الجمالية، على سبيل المثال:

لمصلحة من يعمل الإعلام؟ كيف ينتجون المعاني؟ هل يعبرون عن الواقع؟ ما هو الواقع الذي يعبرون عنه؟

ثم في التسعينات الميلادية لم يعد الجمهور متلقياً أو ناقداً؛ فحسب بل ومنتجاً للمعاني الإعلامية، ذات الصلة بالنواحي الشخصية وبالمجتمع.⁽³⁾

والهدف من التربية الإعلامية هو "تمكن أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم لوسائل الإعلام الاتصالية التي تستخدم في مجتمعهم، والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، ومن ثم تمكنهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين".

والتأمل في تعريف التربية الإعلامية، وفي الهدف الذي تسعى لتحقيقه، وتطورها حتى وصلت إلى ما وصلت إليه؛ يدرك أنها لا تحاطب ولا تحمل وسائل الإعلام، على نحو مباشر، مسؤولية الآثار السلبية التي يتعرض لها الأطفال إثر تعرضهم لهذه

(1) مؤتمر التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية الرقمية، المنعقد في (فيينا) عام 1999م

(2) نفس المرجع السابق.

(3) عبدالرزاق محمد الدليمي، وسائل الاعلام والطفل، دار المسيرة، <https://www.massira.jo/content/>

الوسائل؛ بل يرى أنها تتجه إلى متلقي ومستخدمي وسائل الإعلام، مطالبة الأسرة التي هي الحصن الأول للمتلقي، والدرع الحصين له، أن تؤهل الطفل؛ لفهم ماهية الإعلام ووسائله، منذ طفولته المبكرة، وهو أوجب ما ينبغي على الأسرة فعله تجاه أفرادها والصغار منهم خاصة إذا أرادت أن تتخطى آثار الإعلام السلبية أو تقللها على أقل تقدير.⁽¹⁾

2. العنف في دعايات الصغار:

هذه الدعايات تُبثُّ في أثناء برامج الأطفال؛ وهي عادة ما لا يشاهدها الأهل أو لا يعرفونها. نأخذ كمثال عليها دعاية لمصاصات أطفال يطلب فيه الطفل المسكة من نوع الدعاية، فيقدّم له البائع نوعاً مختلفاً؛ يكتشف الطفل الذكي أن هذا ليس هو الطعام الذي طلبه، فيتحوّل عندها إلى وحش ويبدأ بالصراخ؛ يعرض عليه البائع نوع آخر من المسكة فيهدأ، وعندما يكتشف أنها ليست هي المطلوبة يتحوّل مجدداً إلى وحش هو وكل الأطفال؛ ثم يعطيه البائع نوعاً آخر، وهكذا دواليك حتى يحصل على النوع المطلوب! كما هو في الدعاية.

نورد الآن، كمثال آخر بناءً وإيجابي شركة "كتاكت" المصنّعة للبسكويت التي كانت دعايتها لشهر تموز، آب 2002 لوحات طرية كبيرة تحوي صور المتفوقين في الشهادة الثانوية مع تهنئة منها. هذا النوع من الإعلانات هادف وبنّاء، ينمّي في الطفل التوق إلى تحقيق أفضل، ومن ناحية أخرى، يرفع من أسم الشركة عالياً، ويحمّس الأهل لأن يشتروا من منتجاتها، لا أن ينفروا من الوحوش المخيفة!

أ. مدى تعلق الأولاد بالدعاية وأثرها السلبي:

إن الدعاية هي أكثر وسائل الإعلان التي يتأثر بها الطفل، نظراً لما تستخدمه من صور متنوعة، بالإضافة إلى الموسيقى المصاحبة التي تشد الأطفال بدءاً من سن السنتين أو الثلاث. من هنا يأتي التأكيد على الاهتمام بنوعية ما تقدمه هذه الدعايات للأطفال من مواد. فمثال المصاصة لا أظن أن أحداً يرغب أن يراه طفله أو يتأثر به، ولكنه في الحقيقة يراه. والأمر هنا كذلك نسبي؛ ويجب توعية القيمين على وسائل الإعلام

(1) (أ.أروى الغلاييني) بتصرف يسير، 2019

لتوجيه هذه الدعايات لمصلحة الطفل. فمثلاً، بدلاً من تحول الأطفال إلى وحوش، لا يحصل الطفل على المصاصة إلا بعد غسل يديه. هذه الصورة توجه الأطفال للعناية بأنفسهم وبالحفاظ على نظافتهم. وهناك العديد من الأفكار الواجب طرحها على الأطفال في السنين المبكرة كي نحصل، قدر الإمكان، على جيل لا تشوّهه مختلف المفاهيم الغريبة عن مجتمعاتنا الأصيلة.

3: العنف في الرسوم المتحركة:

لم يلتفت انتباه الناس في البداية إلى مدى العنف الذي تعرضه الرسوم المتحركة. ولكن بعد فترة من انتشار هذا الفن نتوقف للحظات لنستعرض التالي:

أ. اعتماد الرسوم المتحركة اعتماداً كبيراً على المواضيع القتالية:

إن أول فلم قتالي للرسوم المتحركة لاقى نجاحاً كبيراً، وكان يعتمد على الخيال العلمي، وشدّ انتباه جميع المشاهدين، هو مسلسل "غرندايزر". وعلى الرغم من أن بعض الأطفال حاولوا تقليده بالقفز من أماكن مرتفعة، إلا أنها كانت حالات استثنائية ونادرة، وانتهت الظاهرة.

بعد ذلك لم نعد نشاهد إلا أفلاماً قتالية، وحروب فضاء، ومواضيع لا معنى لها سوى القتال بين سكان الكواكب، ولم يعد هناك من موضوع سواه! ونعود هنا لتركز على موضوع الهواة والشركات الصغيرة، مع احترامنا للجميع. فالذي يحدث أن هذه الشركات تسعى للربح، وهذه الأفلام لها شعبية واسعة. لذلك تعمد على تكثيف إنتاجها، دون العمل على موضوعها؛ كما تزيد من المؤثرات الصوتية، وتزيد حدة النيران المتصاعدة واللهب وعدد الأشخاص الذين يموتون في كل حلقة "حتى ولو كانوا أشراراً نعود لفكرتنا عن التعود على القتل وعدم الإحساس بالآخر".

ولكن مع غمرة هذه الأفلام يجب ألا نهمل أن بعضها إيجابي. فمسلسل "ساسوكي"، مثلاً، كان يحمل، في كل حلقة منه، قيمة إنسانية معينة؛ كما أن أغنية الشارة كانت ذات معنى وطني وإنساني رائع.

أمام هذه الظاهرة نؤكد على أنه لا ضابط سوى الوعي والتوجيه. ونريد هنا أن نوضح نقطة هامة: في الرسوم المتحركة، شأنها شأن ألعاب الكمبيوتر، تنوع الصورة والكلام

لا حدود له، وهي تُعرض على شاشات التلفزيون؛ لذا فإن لها أوسع جمهور. وإضافة إلى ذلك فإن الكثير من الكبار يشاهدونها أيضاً، نظراً لأنها تروّح عنهم أعباء النهار بطرافتها، ويفرح الصغار جداً عندما يشاركونهم الأهل لهوهم، والرسوم المتحركة من عالمهم. لذلك من المهم جداً الانتباه إلى المواضيع وتوجيهها.

كمثال على الرسوم المتحركة الموجهة نعرض لفيلم ديزني "الملك الأسد" Lion King. إن هذا الفيلم يعرض الصراع بين الخير والشر، فيحفز الإنسان على النضال من أجل استرداد حقوقه وعدم الاستسلام، ويشجعه على مواجهة ماضيه بشجاعة، مهما كان هذا الماضي، وذلك من أجل التقدم نحو المستقبل؛ كما أنه ليس بعيداً عن الواقع الإنساني الذي يعيشه كل فرد، ولا نلمس فيه المواضيع العنيفة، كالقتل لمجرد القتل.

مثال آخر مسلسل علمي بشكل رسوم متحركة هو "كان يا مكان" الذي كان له حضور مميز جداً، وكان يقدم المادة العلمية عن جسم الإنسان تقدماً سلساً ومفيداً، بحيث ترسخ في ذهن الطفل.

ب. تحويل الألعاب الرياضية إلى ألعاب قتالية حربية:

هذه الظاهرة، وسيلة لاستخدام غطاء الرياضة الجميل؛ ولكن الموضوع يبقى كما هو، قتالاً واقتتالاً، له مبرر حيناً، ولا مبرر له أحياناً. كما أنها تعتمد على مفردات لا علاقة لها بالرياضة مثل: "الضربة اللولبية الملتهبة"، "الضربة الصاروخية"، إلخ، البعيدة جداً عن الواقع الحقيقي للرياضة. أضف إلى ذلك إظهار أبطالها على هيئة "سوبرمان" لا يقاوم، وهي الموصفات التي لا يمكن أن توجد في أي فرد بشري؛ لذا فإنها، بنوع ما، تحطم معنويات المشاهد؛ إذ أنه يحلم بأن يصير كالبطل. ولكن هذا مستحيل.

2: ماهي القيم التي يتلقاها الأطفال من خلال الوسائل الإعلامية:

رسوم متحركة، ألعاب كومبيوتر، دعايات...

من خلال عرضنا السابق نجد أن الإعلام يسهم إسهاماً كبيراً ومباشراً في تكوين شخصية الطفل. لذا وجب أن نهتم بما نقدمه له، على كافة الأصعدة الفكرية، النفسية، الاجتماعية، والثقافية.

نأخذ كمثال صورة إحدى شخصيات ألعاب الكمبيوتر، وهي Tumb Riddre، وهي لعبة معروفة جداً ومتداولة تداوياً كبيراً بين الأولاد والكبار، تظهر فيها شخصية فتاة مقاتلة ومقدمة جداً؛ ولكن الشخصية الأنثوية مصوّرة بطريقة لا علاقة لها بالأنوثة واحترام المرأة في مجتمعاتنا الأصيلة. فما هذه الشخصية التي نرغب لفتياتنا أن يتشبهن بها، ولا نرغب أن يعجب بها أولادنا؟! كما أن الفوز في هذه اللعبة يقدم لنا في صورة هذه المقاتلة لا نرغب أن يراها أطفالنا أو شبابنا من الناحية العقلية الأدبية.

ليس كل ما هو متوفر جيد. وواجبنا نحن، كل منا من موقع عمله وفي واقعه ومحيطه، أن يسعى لأن يقدم لأطفالنا الثقافة الضرورية لتنمية مواهبه وقدراته. فوسائل الإعلام سلاح ذو حدين: فقد تقوم بدور فعال في توجيه الأطفال وتنشئتهم، أو تكون عكس ذلك تماماً من خلال المضامين والمواضيع التي تعالجها.

ونؤكد هنا على المادتين 17 و29 من حقوق الطفل:

تشجّع وسائل الإعلام على نشر المعلومات والمواد ذات المنفعة الاجتماعية والثقافية للطفل، وفقاً لروح المادة 29:

- توافق الدول الأطراف على أن يكون تعليم الطفل موجهاً نحو تنمية شخصية الطفل ومواهبه وقدراته العقلية والبدنية إلى أقصى إمكاناتها.

- تنمية احترام حقوق الإنسان والحريات والمبادئ المكرّسة في ميثاق الأمم المتحدة.

- تنمية احترام ذوي الطفل وهويته الثقافية ولغته وقيمه الخاصة والقيم الوطنية للبلد الذي يعيش فيه الطفل والبلد الذي نشأ فيه في الأصل والحضارات المختلفة عن حضارته.

- إعداد الطفل لحياة تستشعر المسؤولية في مجتمع حرّ بروح من التفاهم والسلم والتسامح والمساواة بين الجنسين والصدّاقة بين جميع الشعوب والجماعات الإثنية والوطنية والدينية والأشخاص الذين ينتمون إلى السكان الأصليين.

- تنمية احترام البيئة الطبيعية.⁽¹⁾

3. واجب المجتمع اتجاه العنف في وسائل الإعلام:

أ. أن تقوم الدولة بمهمة الرقابة على ما يعرض في وسائل الإعلام المختلفة، ومحاسبة

(1) جامعة المنستوية، التعليق العام رقم 1(2001) للجنة حقوق الطفل بشأن أهداف التعليم، المادة 29 (1) من اتفاقية حقوق الطفل.

المسؤولين عن نشر تلك المشاهد وتداولها من خلال تشريع قوانين تجرم تلك الأفعال.
ب. وضع منظومة أخلاقية تحافظ على أخلاق المجتمع، وتصون أعرافه وتقاليده ضد هذه الظاهرة السلبية، تتضمن تربية الأجيال على نبذ تلك الصورة من العنف وعدم تقبلها في أي حالة من الأحوال، وصناعة وعي شعبي رافض لها.

الفصل الثالث: الآثار الإيجابية والسلبية لوسائل الإعلام

أولاً: الآثار الإيجابية:

لوسائل الإعلام تأثيرٌ إيجابيٌّ على الطفل في عدّة نواحٍ منها:

1. مخاطبة حواسّ الطفل، خاصّةً حاستيّ السمع والبصر، ممّا يساعد على جذب انتباهه، ونقل المعرفة إليه.
2. تنمية وتطوير خيال الطفل، وتحفيزه على التفاعل مع المعرفة التي يتلقاها سواءً من التلفاز أو الحاسوب، ممّا يساعد على تغذية قدراته.
3. الجُمع بين الدور الثقافيّ والتربويّ والترفيهيّ في وقتٍ واحدٍ، وبالتالي ضمان حصول الطفل على المعرفة، والتربية الصحيحة، والتعرّف على السلوكيات الصالحة ودفعه للقيام بها، بالإضافة إلى الترفيه عن نفسه وتسليته بشيء مفيدٍ.
4. إشباع حاجات الطفل الإنسانيّة في تلك المرحلة، وبالذات المتعلقة بنموّه العقليّ، كالبحث، والاستطلاع، والاكتشاف.

ثانياً: الآثار السلبية:

بعد استعراض الفوائد الإيجابية لوسائل الإعلام على الطفل، لا بدّ من ذكر الآثار السلبية لها، وعدم الاستخفاف بها، ومن هذه الآثار ما يلي:

1. تقديم مفاهيم عقائديّة وفكريّة مخالفة لفطرة الطفل، بالإضافة إلى اشتغالها على بعض العبارات التي تهاجم الدين كالاغتراض على حكمة الله، والحثّ على السحر والشعوذة.
2. تنمية مشاعر العدوانيّة والعنف، وحبّ الجريمة، والاستهانة بحقوق الآخرين في سبيل تحقيق غايته.

3. إعاقة تطوّر قدرات الطفل التأملية، والتي تدفعه للإبداع والابتكار.

4. اضطراب نظام الطفل اليومي، وعدم التزامه بأوقات النوم والطعام، ممّا ينمّي لدى الطفل مبدأ الاستهتار بالوقت، وعدم الاكتراث له.

5. إصابة الطفل بالكثير من الأمراض الصحية والجسميّة، فالجلوس الطويل أمام وسائل الإعلام يؤدّي إلى الكسل، والتأثير على قوّة نظره، وأعصابه، بالإضافة إلى إصابته بالسمنة الناتجة عن كثرة تناول الطعام أثناء فترة جلوسه، وقلة الحركة في الوقت نفسه.

6. التأثير على التحصيل الدراسي للطفل ومستواه الأكاديمي بشكلٍ سلبيّ، ممّا يؤدّي إلى تراجعته وتدنيّ تحصيله.

7. إصابة الطفل ببعض المشاكل النفسية كالفرع والخوف، ممّا يؤدّي إلى تبوّله ليلاً خلال نومه؛ بسبب خوفه من الذهاب إلى الحمام، وتفكيره الدائم بالشخصيّة الشريرة التي شاهدها. من سلبيات وسائل الإعلام أيضاً إثارة الفرع والشعور بالخوف عند الأطفال عبر شخصية البطل والمواقف التي تتهدده بالخطر، والغرق في الظلمة والعواصف والأشباح خاصة إذا كان الطفل صغيراً ويتخيل كل الأمور على أنها حقائق وفي ظل هذا التطور والتقدم المذهل لوسائل الإعلام وجدنا أنفسنا أمام هجمة شرسة مفروضة من الإعلام وغزواً يحتاج عقول أطفالنا. ومع هذا الوضع الذي يتيح لأطفالنا كل شيء، أصبح معه أمر المنع غير مناسب ولا معقول فلا بد من التعامل بحذر مع المادة الإعلامية، وإيجاد البديل المناسب، ولا بد من صناعة إعلامية تصل لعقل الطفل ولا تجعله يشعر بالغرابة، ولا شك أن المسؤولية مشتركة بين البيت والمدرسة والمسجد وأجهزة الإعلام والثقافة ومن المجتمع بشكل عام، وأن ينتبه الجميع إلى خطورة تأثير وسائل الإعلام على الأطفال إذا لم توجه بشكل صحيح وتحت مراقبة وتوجيه من الوسائط التربوية، كي تكون وسائل بناء وتربية، وليست وسائل هدم وفقدان هوية للأطفال.

للتفاعل الواعي مع وسائل الإعلام ستة أبعاد أو مؤشرات يفترض أن تعمل بصفة متكاملة وهي:

أ. الاعتراف بوجود جوانب سلبية وإيجابية لتعرض أعضاء الأسرة لوسائل الإعلام.

ب. إدراك استحالة تجنب تعرض الأولاد لوسائل الإعلام بصورها المختلفة بصفة مباشرة أو غير مباشرة.

ت. إدراك أهمية الأخذ بأساليب تربوية متعددة ومتكاملة، لمواجهة تأثير هذه الوسائل بصفة سلبية على الأبناء.

ج. وجود قدر من الاتفاق بين الوالدين في النظرة إلى وسائل الإعلام وفي أساليب التعامل معها.

ح. الاهتمام بتوفير الدعم العاطفي للأولاد كوظيفة مكاملة لمهام التنشئة الاجتماعية.

خ. مقاومة عرض كل ما يتعارض مع القيم الدينية والاجتماعية والقواعد الأخلاقية الإنسانية سواء في وسائل الإعلام المحلية أو العالمية، والمشاركة الفعالة في مضمون وأساليب الرسائل الإعلامية.

ثالثاً: تأثير التلفزيون على التنشئة الاجتماعية للطفل:

تأثير وسائل الإعلام خاصة التلفزيون في عملية التنشئة الاجتماعية للطفل، لاسيما أن التلفاز يعتبر جزءاً لا يتجزأ من حياة الأطفال لما يقدمه من برامج ثقافية وتربوية ورسوم متحركة... تترك انعكاساتها النفسية والتربوية على الطفل وتأثر في تكوينه الشخصي معرفياً وقيماً وسلوكياً. يعتبر التلفزيون من الوسائل الإعلامية ذات الأهمية القصوى من خلال البعد الثقافي والتربوي والتثقيفي والإعلامي والترفيهي في حياة الأفراد والمجتمعات، وتصنف هذه الوسيلة من بين أكثر وسائل الإعلام انتشاراً بين الأطفال لاسيما في المراحل العمرية الأولى، لأن أغلبيتهم يشاهدونه بصفة منتظمة فهو مصدر رئيسي الذي يستقطب الأطفال ويقتطع جزء هاماً من أوقاتهم. ولعل سر اهتمام الأطفال بالتلفزيون وانجذابهم نحوه يعود إلى جملة من الخصائص المميزة له عن غيره من الوسائل الأخرى، نظراً لما يتمتع به من مزايا تتعلق بالصوت والصورة المتحركة والألوان إلى جانب ما يملكه من مؤثرات فنية وإخراجية.

فقد أخذ التلفزيون ينافس الأسرة في مسؤوليتها تجاه الأطفال من خلال المساهمة في

الإعداد والتنشئة الاجتماعية، وتشير بعض الدراسات أن الأطفال يقضون ساعات طويلة أمام الشاشة قبل التحاقهم بالمدرسة، وهناك من يرى أن للتلفزيون له إيجابياته وسلبياته تجاه الأطفال لما له من تأثير على سلوكهم وقدراتهم العقلية والنفسية، ويرى البعض أن التلفزيون يعمل على تعميق العادات السلبية ويقود الأطفال نحو الانعزال عن المجتمع وانفصام الشخصية، وهناك من يرى أنه يعمل على تشجيع العنف والانحراف والجريمة، بينما يرى الكثيرون عكس ذلك أن التلفاز يقوم بدور المربي الذي يساهم في تربية وتنشئة الأطفال ويساعد على إكسابهم المعرفة والمعلومات وتعميق المعلومات المدرسية، مما يؤدي إلى زيادة التحصيل المدرسي وتحقيق الاندماج الاجتماعي لهم وبناء علاقات اجتماعية من المحيط الاجتماعي. وفي هذا السياق تحدث قي روشي (G. Rocher) أن التنشئة الاجتماعية التي تتم بصورة أوسع وتمس المجتمع ليست محصورة فقط في المؤسسات الاجتماعية والتربوية غير النظامية مثل الأسرة والمدرسة ولكن تعتبر وسائل الإعلام (الإذاعة، التلفزيون، الكتب، المجلات، والصحافة.) من أهم المؤسسات الاجتماعية والثقافية وأخطرها في عملية التنشئة الاجتماعية للأطفال لاسيما في المرحلة الأولى من الطفولة، فهذه الوسائل بها تحملها من مثيرات جذابة ومؤثرات فاعلة وبما تتضمنه من معلومات وخبرات وسلوكيات وقيم واتجاهات عبر المضامين الإعلامية والثقافية والترفيهية التي تسوق لهم من خلال الرسوم المتحركة (الكارتونية) أو من خلال الأفلام والمسلسلات وغيرها من المحتويات التي تقدم بطريقة مغرية وجذابة تستميل انتباه المشاهدين لموضوعات وسلوكيات ومواقف مرغوب فيها، إضافة إلى توفير فرص الترفيه والترويح والاستمتاع بقضاء أوقات الفراغ سواء الأطفال والمراهقين على حد سواء، فالحديث عن وسائل الإعلام. فالتلفزيون أهمية كبيرة وخطيرة في تعزيز بعض القيم الإيجابية ومن جهة وتعزيز القيم السلبية من جهة أخرى.

وانطلاقا مما تم طرحه يمكن لنا طرح الإشكالية والتساؤلات التالية: إلى أي مدى يساهم التلفزيون والإنترنت في تأثيرهما على الطفل في إطار عملية التنشئة الاجتماعية؟

ما هي الآليات التي يستخدمها التلفزيون في التأثير على الطفل خلال مرحلة التنشئة الاجتماعية؟

وما علاقة التنشئة الاجتماعية بالتلفزيون؟

وهل يساهم التلفزيون بشكل إيجابي أم سلبي في عملية التنشئة الاجتماعية للطفل؟

رابعاً: أهمية التلفزيون وخصائصه:

التلفزيون (Télévision) لغة: كلمة مركبة من مقطعين هما (Télé)

معناها باليونانية (عن بعد) و (Vision) ومعناها باللاتينية (الرؤية)، فالترجمة الحرفية بالعربية: الرؤية عن بعد وشاع اسمه في اللغة العربية بالشاشة الصغيرة، أي مقابل الشاشة الكبيرة التي نطلق عليها السينما.

اصطلاحاً: عرفه معجم المصطلحات الإعلام بقوله: التلفزيون وسيلة نقل الصورة الصوت في وقت واحد عن طريق الدفع الكهربائي، وهي أهم الوسائل السمعية الإعلامية.⁽¹⁾

1. يعتبر التلفزيون وسيلة تقنية متطورة تساعد على مواجهة المشكلات التعليمية والتربوية، فهو وسيلة تربوية ناجحة ووسيط جيد في مساعدة الطلاب على اكتساب مهارات علمية وإبداعية، فالأطفال بشكل خاص يستفيدون من البرامج التربوية التي يقدمها التلفزيون، فالرغبة الموجودة عند الأطفال في مشاهدة برامج تجعلهم يقلدون ما يرون فيها ونمطاً وسلوكاً وأفكاراً.⁽²⁾

2. يعتبر التلفزيون بما لديه من طاقات فنية وجهود بشرية وآلية وتقنيات علمية متطورة على تحويل المجردات إلى محسوسات تجعله في سلم الوسائل الإعلامية الهامة في تيسير الفهم والاستيعاب خاصة بالنسبة للأطفال الذين تنقصهم القدرة الكاملة على فهم المعاني المجردة بسبب ما يتعرضون له من نمو عقلي وجسمي وانفعالي وخبرات وقدرات تؤهلهم لفهمها واستيعابها كما هو الأمر عند الكبار.⁽³⁾

(1) الطيب عيساني رحيمة، مدخل إلى الإعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2007

(2) عبد الفتاح، أبو معال، أثر وسائل الإعلام على تعلم الأطفال و تثقيفهم، مرجع سبق ذكره، ص 81.

(3) الطيب، عيساني رحيمة، مدخل إلى الإعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص 109.

3. إن جهاز التلفزيون يجمع بين الكلمة المسموعة والصورة المرئية وهذا ما يزيد من تأثيره على الناس ويزيد من فائدته في التثقيف لاعتماده على وسيلتين هامتين من وسائل التثقيف المتنوعة، والمعروف أن هذه الوسيلة ذات الأثر المباشر على الناس كباراً وصغاراً هي تعتمد على أكثر من حاسة من الحواس الإنسانية، فالصورة في التلفزيون تزيد من وضوح الكلمة مما يؤدي إلى زيادة فهم معناها والكلمة نفسها توضح ما تتضمنه الصورة من أفكار ودلالات ومعان ومفاهيم هذا كله يساعد على سهولة فهم واستيعاب الموضوع الموجه من خلال البث التلفزيوني⁽¹⁾

رابعاً: كيف نحمي أطفالنا من خطر وسائل الإعلام؟!

1. دور الأسرة في حماية الأطفال، التنشئة الاجتماعية، أهمتها وأهدافها:

2. المفهوم اللغوي والاصطلاحي للتنشئة الاجتماعية:

أ. التنشئة الاجتماعية لغة:

جاء هذا اللفظ أنشأ، نشأة بالمعنى اللغوي في القرآن الكريم في العديد من المواضيع القرآنية حيث قال الله تعالى هُوَ أَنشَأَكُم مِّنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا⁽²⁾ أي ابتداء خلقهم منها وخلق منها أبوكم آدم.⁽³⁾ وقد جاء في لسان العرب لابن منظور كلمة التنشئة من ابن كثير الفعل نشأ، ينشأ، نشؤاً ونشأ بمعنى ربا وشب.⁽⁴⁾

إن التنشئة الاجتماعية هي (Socialisation) في اللغة الفرنسية و (Socialization) في اللغة الإنجليزية، والتنشئة الاجتماعية لفظ غير معتمد في قواميس اللغة العربية ومعاجمها ولم ترد مجتمعة حيث يمكن أن لفظ كلمة تنشأ ونشأ وتنشئة وهي معاني تتضمن النمو والحياة وممارسة بعض الحركات والعمليات التربوية التي تعمل في مجموعها على جعل الصغير ينمو ويكبر، فكلمة تنشئة تعني «أقام» ونشأ الطفل

(1) أبو معال، عبد الفتاح، (2006)، أثر وسائل الإعلام على تعلم الأطفال وثقافتهم، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، ص 80.

(2) سور هود، الآية 60.

(3) ابن كثير، تفسير القرآن الكريم، ج 2، دار الفكر، مصر، ص 456

(4). ابن المنظور أو الفضل جمال الدين، (1997)، لسان العرب، بيروت، دار الطباعة والنشر، ج 3، ص 196

معناها شب وقرب من الإدراك ويقال نشأ في بني فلان أي ربي فيهم وشب⁽¹⁾. التنشئة الاجتماعية بمفهومها الاصطلاحي من الكلمات الحديثة التي ظهرت في السنوات الأخيرة مرتبطة بحركة التجديد التربوي في البلاد العربية في الربع الثاني من القرن العشرين. وكانت تستخدم كلمة التنشئة الاجتماعية للدلالة على كلمات مثل «التربية» «التعلم»، «التأديب»، «التهذيب»، «التطبيع»، هذا مما أضفى خصوبة على معناها ومرادفاتهما، إلا أن المترادفات الواسعة الانتشار والقريبة من مفهوم التنشئة الاجتماعية هي مفهوم التطبيع الاجتماعي والتعلم الاجتماعي⁽²⁾.

ثانياً: أهمية وأهداف التنشئة الاجتماعية:

1. أهمية التنشئة الاجتماعية:

تلعب عملية التنشئة الاجتماعية دوراً هاماً في حياة الفرد والمجتمع إذ عن طريقها يتم تلقين الفرد للقيم ومعايير وثقافة المجتمع الذي يعيش فيه مما يؤهله لأنه يؤدي أدواره بكفاءة ونجاح ومن هنا تبرز مدى الأهمية التي تحتلها عملية التنشئة الاجتماعية⁽³⁾. تظهر أهمية التنشئة الاجتماعية في كونها تلعب دوراً أساسياً في تشكيل شخصية الفرد في المستقبل وفي تكوين الاتجاهات الاجتماعية لديه وفي إرساء دعائم شخصيته فالشخصية هي نتاج هذه الأساليب وعلى ذلك فإن الدعائم الأولى للشخصية توضع في مرحلة الطفولة وطبقاً لأساليب التنشئة الاجتماعية التي يمارسها الوالدان على الطفل في هذه المواقف، وفي هذا الإطار يؤكد أحد الباحثين أن أهمية عملية التنشئة الاجتماعية ترجع إلى البناء الاجتماعي الذي يهدف إلى تحقيق التوازن بين التأثيرات الثقافية وأساليب الضغط الاجتماعي البناء، وإلى إيجاد التوافق بين الحاجات الشخصية ومطلب البناء الاجتماعي وإلى إيجاد نوع من السلوك يحقق رغبات الأفراد ويرضى عنه الآخرين⁽⁴⁾.

(1) مزوز، بركو، (2009)، التنشئة الاجتماعية في الأسرة الجزائرية، الخصائص والسمات، مجلة شبكة العلوم النفسية العربية، العدد 21-22، جامعة باتنة، الجزائر، ص 43.

(2) محي، الدين أحمد حسين (1982)، التنشئة الاجتماعية وأهميتها من منظور سيكولوجي، الكتاب السنوي للعلوم الاجتماعية، العدد الثالث، القاهرة، دار المعارف، ص 62.

(3) الطاهر، علي موهوب، التنشئة الاجتماعية وعلاقتها بالمشاركة السياسية، مرجع سبق ذكره، ص 58.

(4) طارق، عبد الرؤوف عامر، (2008)، أصول التربية «الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية» دار المعارف للنشر والتوزيع، الأردن، ص 129.

ثانياً: دور الأسرة في التنشئة الاجتماعية للطفل:

الأسرة هي الوحدة الاجتماعية الأولى التي ينشأ فيها الطفل، فهي محيطه الأول منذ إطلالته الأولى، ويرى بستالوزي أن "الأسرة هي مصدر كل تربية صحيحة يتأثر بها الطفل" وقد أثبتت الدراسات أن نحو 50 من النمو المعرفي يتشكل عند الطفل خلال السنوات الأربعة الأولى من حياته في المنزل و تتأثر التنشئة الأسرية بعدة عوامل ذات علاقة بالوالدين والأبناء والأسرة نفسها وتتفاوت وفق ظروف أسرية واجتماعية⁽¹⁾ فمرحلة الطفولة المبكرة (خمس سنوات الأولى) تعتبر أهم مرحلة في حياة الإنسان إذ هي الأساس الذي يعتمد عليه نمو الطفل في جميع مناحي شخصيته في المراحل التالية وذلك لما تمتاز به هذه المرحلة من المرونة وقابلية الطفل للتأثر بكل ما يحيط به والتشكل به أيضاً. ويكاد يجمع علماء النفس بأن المكونات الأساسية للشخصية تتشكل ببلوغ الطفل الخامسة من عمره، فيتعلم استجابات عقلية وبدنية وعاطفية إلى جانب بعض المهارات الأولية⁽²⁾. ما تسهم الأسرة بصورة غير مباشرة في غرس القيم في نفوس الأطفال وذلك من خلال أسلوب المتبع فإذا كان الأب متسلط في علاقته بأفراد الأسرة بات من المحتمل أن يؤدي ذلك لدى الأبناء إلى قيم الإكراه والسلبية والخنوع وفي المقابل إذا كان ديمقراطياً فإنه يؤدي إلى غلبة قيم الحرية والمساواة.⁽³⁾ فالأسرة هي البيئة التربوية الأولى التي ينشأ فيها الفرد وضمنها تتم عملية تطبيع شخصيته تطبيعاً فردياً واجتماعياً، وفيها يكتسب الفرد أساليب ومهارات التعامل مع الآخرين أثناء سعيه لإشباع حاجاته وتحقيق مصالحه وتمتد أنماط هذا السلوك الذي يكتسبه الفرد من عضويته في جماعة الأسرة ضمن جماعات اللعب وجماعات المدرسة وكذا جماعات العمل (أي إلى المجتمع بشكل عام) فيؤثر فيها ويتأثر بها وبمعنى عام فإنه يتأثر بمجموعة من العوامل تندرج كلها ضمن ما

(1). هناء، العابد، (2010) التنشئة الاجتماعية و دورها في نمو التفكير الإبداعي لدى الشباب السوري، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة ST.Clements العالمية، الشارقة للاستشارات الأكاديمية والجامعية، قسم علم الاجتماع، سوريا، ص 25.

(2). شبل بدران، أحمد فاروق محفوظ، مرجع سبق ذكره، ص ص 79-80

(3) سمير خطاب (2004)، التنشئة السياسية، إيتراك للنشر والتوزيع، مصر، ص 38

يعرف بالنظام الثقافي والاجتماعي للأسرة⁽¹⁾.

وتعتبر التنشئة الاجتماعية خلال مرحلة الطفولة ركيزة هامة من ركائز التربية وأساس هام من الأسس التي يقوم عليها فالإنسان طويل الطفولة حين يواجه الحياة وما فيها من مؤثرات طبيعية وفيزيائية وكيميائية وإنسانية يحاول أن يتكيف معها وفق متطلباتها وشرائطها، لهذا يعد موضوع تنشئة الطفل من الموضوعات ذات الأهمية في الوقت الحاضر وتعد تجارب السنوات الأولى من حياة الطفل التي تهيئ للمراحل الأخرى من نضجه العقلي والنفسي والاجتماعي مرتبطة وثيق الارتباط بتصورات الآخرين الذين يشكلون المجموعة التي ينتمي إليها، بقيمتها وعاداتها وعلى وجه الخصوص بسلطة الأسرة التي يتأثر بها تأثيراً عميقاً⁽²⁾. فلا شك أن الوظيفة الظاهرية لعملية التنشئة الاجتماعية هي تدريب الطفل على أداء أنماط معينة من السلوك والتي يرضى عنها المجتمع، ويتخذها الشخص دعامة لسلوكه طوال حياته أما وظيفتها الكامنة فهي توحيد الطفل مع الأنماط الثقافية للمجتمع تعرف باسم (القيم الاجتماعية) التي يتكون منها البناء الأساسي للشخصية⁽³⁾ فالطفل من خلال تفاعله مع والديه، يمكنه أن يكتسب العادات الخاصة بالرعاية البدنية والعلاقات الاجتماعية وإدراك العالم المادي أو الواقع من حوله والولدان يمثلان أمام الطفل رمز القوة والسلطة ومن ثم يتعين على الطفل أن يخضع رغباته لمقتضيات الطاعة والامتثال لتلك القوى الخارجية⁽⁴⁾.

إن دور الأسرة لا ينتهي عند وضع الطفل أمام الجهاز، ولا أن تنتظر من وسائل الإعلام أن تقوم بدور المربي بالنيابة عنها إن الاهتمام بالطفل قبل السادسة والحفاظ عليه من كل ما يمكن أن يكون له أثر سلبي على شخصيته يندرج تحت دور الأسرة الكبير الذي يتمثل في تفعيل الدور التربوي للأبوين، وتقنين استخدام وسائل الإعلام

(1) محمد بومخلوف، بوزيد صحراوي وآخرون، (2008) واقع الأسرة الجزائرية والتحديات التربوية في الوسط الحضري، القطيعة المستحيلة، دار الملكية للطباعة والنشر والتوزيع والإعلام، ص 85.

(2) زكرياء الشربيني، يسرية صادق، (2000) تنشئة الطفل وسبل الوالدين في معاملته ومواجهة مشكلاته، دار الفكر العربي للطبع والنشر، القاهرة، ص 50.

(3) فاروق محمد العادلي، التنشئة الأسرية للطفل القطري، مرجع سبق ذكره، ص 30.

(4) أحمد خاطب (1984)، الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، ص 395.

المختلفة داخل البيت، فلا يسمح للأطفال بالبقاء لمدة طويلة أمام هذه الوسائل دون رقيب، وتقلص الزمن بالتدريج وأن تترك الأجهزة في مكان اجتماع الأسرة بحيث لا يخلو بها الطفل في غرفته.

ويصبح من الضروري أن يشاهد الكبير مع الصغير، وأن يقرأ الوالدان مع الأبناء، ولا يترك الصغار هدفاً للتأثيرات غير المرغوبة لثقافات غريبة، عن مجتمعنا العربي المسلم ونقف نحن الكبار نشكو من الغزو الثقافي للأمة فالرقابة على ما يعرض للأطفال، والبقاء معهم أثناء العرض من أجل توجيه النقد ينمي لدى الطفل القدرة على النقد وعدم التلقي السلبي ولا ينبغي أن تغفل وسائل الترفيه الأخرى كالخروج، والنزهات، واللعب الجماعي وغيرها، فلها أثرها على عدم المتابعة، وعدم الالتصاق بهذه الوسائل الإعلامية، وتقليل حجم التأثير السلبي.

1: أثر الأسرة في تشكيل التفاعل الواعي مع وسائل الإعلام.

تعتبر الأسرة أهم المؤسسات التربوية التي يعهد إليها المجتمع بالحفاظ على هويته وضبط سلوكيات أفرادها لتأمين استقراره، ويشارك الأسرة العديد من المؤسسات التربوية التي يتوقع أن تعمل بصورة متساندة ومتكاملة لتحقيق الاستمرار والتوازن للمجتمع. لقد أشار العديد من التحليلات إلى أهمية تأثير وسائل الإعلام على الأفراد في مجالات مختلفة، كما أكدت نتائج عدد من الدراسات أهمية الدور الذي تمارسه وسائل الإعلام في توجيه السلوك، وتشكيل الإدراك. إلا أن غالبية هذه التحليلات والدراسات تميل إلى تجاهل المحيط الاجتماعي الذي يتم خلاله التأثير من وسائل الإعلام على المتعرضين لها، فكما تؤكد النظرية الاجتماعية النفسية فإن سلوكيات الأفراد ليست مجرد ردود أفعال للمواقف بل هي ناتج لقدرتهم على إدراك معاني الرموز وتفسير الواقع أو المواقف⁽¹⁾، كما لا تبرز هذه الدراسات أنماط وأساليب التفاعل الإيجابي الواعي مع هذه الوسائل الإعلامية وذلك مما يمكن أن تتيحه الأسرة باعتبارها وسيطاً صافياً ومؤثراً وقامعاً بين الفرد ومحيطه الاجتماعي والثقافي⁽²⁾.

(1) Francis M Abraham, Modern Sociological theory: an introduction Oxford Press, Delhi, 1980: 209– 210.

(2) William Goode, The Family, Prentic-Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, 1964: 2.

كما أن هناك بعض الإذاعات التي أثرت إيجاباً من خلال برامجها التثقيفية اجتماعياً وديناً في شرائح المجتمع التي أدت إلى إكسابهم العادات والقيم الإيجابية وتغيير العادات السلبية الضارة.⁽¹⁾ بينما بعض البرامج التلفزيونية أظهرت الدراسات تأثيراتها السلبية بعد تعرض الأطفال للتلفزيون والتي تمثلت في التدهور وتدني القراءة وتعلمهم العنف والعدوانية،⁽²⁾ بينما هناك أيضاً برامج تلفزيونية تعرض الأطفال لمشاهدة الكوابيس المتكررة وهلاويس فكرية واستمرار صور ذهنية لهذه المشاهد المرعبة،⁽³⁾

ثالثاً: دور المتخصصين في أقسام برامج الأطفال:

لا ننكر في هذا المقام الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في إعداد البرامج المحلية بواسطة تربية استشارية ومتخصصين في أقسام برامج الأطفال، وإعداد المواد الإعلامية التي تتناسب مع المراحل العملية المختلفة، وتطوير الإنتاج المحلي على أساس عقائدي وبيئي وتربوي يُناسب الأطفال وحاجاتهم.

إن على القائمين بالاتصال بالطفل عبر وسائل الإعلام دوراً كبيراً في الاهتمام بالطفل وفي الحفاظ على الهوية العربية الإسلامية لأطفالنا من خلال توفير البديل الإعلامي والثقافي الإسلامي ليكون متواجداً جنباً إلى جنب مع المنتج الإعلامي الثقافي الأجنبي في عصر الفضاء وعصر المعلومات ويكون ذلك عبر إبراز التاريخ الإسلامي وأبطاله الذين تحفل الصفحات بأحداثهم وخبراتهم، وليكن القصص القرآني الكريم النبع الأول التي تستقى منه هذه البطولات وصور القدرة مثل قصة فرعون وموسى. ويمكن أن تحل شخصيات إسلامية مثل عمر بن عبد العزيز والأئمة الأربعة وكبار العلماء والمسلمين محل 'بات مان' 'سوبر مان' أبطال الديجيتال في نفوس وعقول أبنائنا، فإن الأبناء عندما يعيشون في أجواء الصالحين سيكبرون وهم يحملون همهم وطموحهم وأحلامهم.

(1) بدر أحمد كريم

www.kau.edu.sa/Postgraduate/Thesis.asp,Id=520&Dept=&name=

(2) فوزية محمد الفحطاني

www.kau.edu.sa/Postgraduate/Thesis.asp,Id=520&Dept=&name=

(3) Documents/mass Media and Parents Protection052007-02-.file://c:/Documents and Settings/xyzMy

3- دور الرقابة: مهما بلغ حجم الدعوة لإطلاق الحريات فإن الدولة أن تتحرى الأمانة في اختيار الأنظمة التقنية المناسبة التي تحمي المجتمع قبل فوات الأوان وأن تظلم مسؤوليتها كاملة في تقدير حدود الانفتاح والتوجيه والرقابة لتحقيق التوازن كما أن مراقبة البرامج المستوردة تمنع ما يتعارض مع المثل والقيم الدينية والاجتماعية والحقائق التاريخية، والاتجاهات الفكرية الطبيعية المتعارف عليها.

وهكذا تكون وسائل الإعلام مطوعة للحفاظ على الموروث الحضاري، وتضيف إليه كل جاد ونافع بطرق فعالة تستولي على العقول وتحول دون استلاب ثقافي إعلامي يهيمن على الطفل، ويدخل عليه بما يخالف دينه وقيمه وتقاليد بيئته ونشأته وعقيدته وبذلك تكون وسائل الإعلام مؤثرة إيجاباً في تكوين اتجاهات الطفل وميوله وقيمه ونمط شخصيته، بما يعكس التميز والتنوع الثقافي العربي والإسلامي حتى لا نكون أمة متفرجة في الصفوف الأخيرة.

رابعاً: دراسة حالة من المجتمع الإماراتي حول أثر وسائل الإعلام على الأبناء

الدراسة الأولى: أسرة تتكون من ستة أشخاص الوضع الاجتماعي والاقتصادي جيد من بيئة محافظة، متمسكين بالقيم الدينية، الأبناء متفوقون دراسياً، الزوج والزوجة يعملان في مهنة مختلفة يوجد فارق بالعمر بينهما، إلا أن العلاقات مستقرة يجلسون دائماً مع الأبناء ساعة على الأقل متواصلة، يعملان معاً على مصلحة الأبناء ويهتمون في مشاعر الرضا عندهم، يستخدم الأبوين أساليب تربوية متعددة من أهمها الإرشاد والنصح والتوجيهات المباشرة لهم والإقناع، وبالمقابل لا يوجد هواتف نقالة مع الأبناء، يسمح لهم باللعب في البلاي ستيشن ولكن فترة اللعب مرة في الأسبوع فقط وتم توفير خدمة الانترنت ولكن لمتطلبات الدراسة فقط وبحدود وممنوع استخدامه للعب.

الدراسة الثانية: أسرة تتكون من خمسة أفراد، من بيئة محافظة، الأب طبيب والأم ربة منزل الأبناء متفوقين في دراستهم، لوحظ أن هناك قدر كبير من الحزم في تربيتهم، ممزوجاً بعناية كبيرة بتأمين احتياجاتهم، أفاد الوالدان بأن جهاز الكمبيوتر وضع في الصالة بحيث يستطيع الوالدان مشاهدة كل مايفعلونه ولاينشغلون عنهم، الانترنت متوفر لهم فقط للدراسة، تم تخصيص نصف ساعة فقط بالأسبوع لاستخدام التلفزيون أو الألعاب الإلكترونية، ليس بحوذة الأبناء مبيالات ولكن يمكن استخدام مبيالات

الوالدان عند الضرورة. الأسرة سعيدة ولا تعاني من مشكلات مع الأبناء.

الفصل الرابع: توصيات ومقترحات وخاتمة البحث

أولاً: توصيات ومقترحات البحث:

1. أن تقوم الدولة بمهمة الرقابة على ما يعرض في وسائل الإعلام المختلفة، ومحاسبة المسؤولين عن نشر تلك المشاهد وتداولها من خلال تشريع قوانين تجرم تلك الأفعال.

2. وضع منظومة أخلاقية تحافظ على أخلاق المجتمع، وتصون أعرافه وتقاليده، ضد هذه الظاهرة السلبية، تتضمن تربية الأجيال على نبذ تلك الصورة من العنف وعدم تقبلها في أي حالة من الأحوال، وصناعة وعي شعبي رافض لها.

3. التركيز على دور الأسرة في غرس أسس التربية السليمة للأطفال منذ نعومة أظفارهم، والتمسك بالقيم الأخلاقية وزرع الوازع الديني الصحيح في الأبناء.

4. دور الأسرة الكبير الذي يتمثل في تقنين استخدام وسائل الإعلام المختلفة داخل البيت، فلا يسمح للأطفال بالبقاء لمدة طويلة أمام هذه الوسائل دون رقيب.

5. تدريب الأبناء على ثقافة الحوار والابتعاد عن العنف، وعلى حل النزاعات بالطرق السلمية، علماً أن هناك برامج وألعاب تعتمد على هذه الأساليب. كما أن إدخال هذه المفاهيم إلى المناهج التربوية في المدارس ضرورة ملحة للحد من ظواهر العنف.

6. تفعيل دور الإرشاد الأسري، من خلال متابعة الأسرة ومشكلاتها والعمل على إيجاد التوجيه والتوعية لحل مشكلاتها بالطرق المثلى.

7. التوعية والتوجيه للمستوردين لهذه الألعاب، وعلى صعيد الأهالي والمجتمع المحيط. إن عملية التوعية تهدف إلى إيجاد رادع داخلي في الإنسان تجاه هذه الألعاب، وخلق وعي لديه بعدم تسويقها.

ثانياً: خاتمة البحث:

ختاماً نقول إن أماننا الكثير من العمل لكي نتمكن من خلق ثقافة لاعنفية بعد أن

تم ترسيخ ثقافة عنفية. لكن الأمر يستحق بذل الجهد في سبيله! فلا يمكننا أن نقف مكتوفي الأيدي ونرى العالم يغرق رويداً رويداً في بؤرة عنف لا عودة منها. كما أن خلق بيئة صحية للأطفال يتطلب الكثير من الجهد والوقت. ولا يمكننا أن ندّعي بأن هذا لا يحدث لأولادنا، وأنا نهتم فقط بأولادنا السليمين؛ إذ يجب علينا أن ننتبه إلى أنه في كل مرة يوجد فيها طفل معنّف، يعاني من صحة نفسية غير سليمة، فإن هذا الطفل يكبر ويؤذي طفلنا الذي عاش في بيئة سليمة ويتمتع بكامل الصحة النفسية. فبنية المجتمع واحدة، وليس فقط مجتمعنا بل العالم بأسره، لأنه رويداً رويداً، مع التقدم التكنولوجي، لن تعود هناك حدود، وأي خلل في أي جزء من العالم سوف ينعكس على العالم قاطبة.

فأين المفر؟!

ثالثاً: المراجع والموارد المستخدمة بالبحث:

1. موقع موضوع تعريف بوسائل الإعلام، بتاريخ 14 / 1 / 2019 Google. www.
2. أروى الغلاييني، إيهاب رمضان، ورقة عمل مؤتمر الأعصاب والصحة النفسية 2018.
3. جامعة المنستوية، التعليق العام رقم 1 للجنة حقوق الطفل بشأن أهداف التعليم، المادة 29(1) من اتفاقية حقوق الطفل، 2001.
4. مؤتمر التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية الرقمية، المنعقد في (فيينا) عام 1999م.
5. عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الاعلام والطفل، دار المسيرة.
<https://www.massira.jo/content>
6. March 17, 2008, Filed Under: Articles, Media & Information Literacy
7. الطيب عيساني رحيمة، مدخل إلى الإعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
8. أبو معال، عبد الفتاح، أثر وسائل الإعلام على تعلم الأطفال و تثقيفهم، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.
9. سور هود، الآية 60.
10. ابن كثير، تفسير القرآن الكريم، ج2، دار الفكر، مصر.
11. ابن المنصور أو الفضل جمال الدين، لسان العرب، بيروت، دار الطباعة والنشر، ج3، 1997.
12. مزوز بركو، التنشئة الاجتماعية في الأسرة الجزائرية، الخصائص والسمات، مجلة شبكة العلوم النفسية العربية، العدد 21-22، جامعة باتنة، الجزائر، 2009.
13. محي الدين أحمد حسين، التنشئة الاجتماعية وأهميتها من منظور سيكولوجي، الكتاب السنوي للعلوم الاجتماعية، العدد الثالث، القاهرة، دار المعارف، 1982.
14. الطاهر علي موهوب، التنشئة الاجتماعية وعلاقتها بالمشاركة السياسية، مرجع سبق ذكره، 2010.
15. طارق، عبد الرؤوف عامر، أصول التربية ” الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية“ دار المعارف للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
16. هناء العابد، التنشئة الاجتماعية ودورها في نمو التفكير الإبداعي لدى الشباب السوري، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة ST.Clements العالمية، الشارقة للاستشارات

- الأكاديمية والجامعية، قسم علم الاجتماع، سورية، 2010.
17. شبل بدران، أحمد فاروق محفوظ، أسس التربية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005.
18. سمير خطاب التنشئة السياسية، إيتراك للنشر والتوزيع، مصر 2004.
19. محمد، بومخلف، بوزيد صحراوي وآخرون، واقع الأسرة الجزائرية والتحديات التربوية في الوسط الحضري، القطيعة المستحيلة، دار الملكية للطباعة والنشر والتوزيع والإعلام، 2008.
20. زكرياء الشربيني، يسرية صادق، تنشئة الطفل وسبل الوالدين في معاملته ومواجهة مشكلاته، دار الفكر العربي للطبع والنشر، القاهرة، 2002.
21. فاروق، محمد العادلي، التنشئة الأسرية للطفل القطري، مرجع سبق ذكره.
22. أحمد خاطب، الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1984.
23. Francis M. Abraham, Modern Sociological theory: an introduction. Oxford Press, Delhi, 1980: 209210-.
24. William Goode, The Family, Prentic-Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey,
25. بدر أحمد كريم www.kau.edu.sa/Postgraduate
26. فوزية محمد القحطاني [/www.kau.edu.sa/Postgraduate](http://www.kau.edu.sa/Postgraduate)
27. Documents/mass Media and Parents Protection05-02-2007

Social Service Sector: Effect of media coverage during crisis

Main Author:

Khodr Awad, MT; MPH; PhD.

Jinan University Chairperson

Medical Social Assistance Department.

Lebanon

Co-Author:

Emad SeifEldine, PhD.

Jinan University –

Education Department.

Lebanon

Acknowledgment:

The researchers express their deepest gratitude to all the individuals who have participated in this study. Also, they wish to thank Jinan University for its support and encouragement throughout the research planning and execution. Special thanks go to Mrs. Ghida El Baba for her expert provision of linguistic assistance and Mrs. Soukna Abbas for her expert assistance in SPSS statistical program.

Abstract

The media is a major source from which the public can obtain information about social problems during crises. This information helps people to build up an attitude towards what the social service system provides and does during crises. To this effect, there is an increasing evidence that the media coverage can influence the attitude of the public towards the social service system and the social issues presented during crises. Since the Lebanese public is not different from other nations around the world, it was important to find out whether this in-

fluence could pose a risk to the trustworthiness of the social service sector in Lebanon. Ferreira (2014) indicated that the attitude and the behavioral reactions of the public are the reflection of their exposition to the media. Ferreira (2014) also showed that “the media has a clear intention of mobilizing attitudes, behaviors and the audience, passive and unprotected responded as an organism responds to the inoculation of a potion that is directly injected into the vein.” Thus, this study examined the effect of the media coverage on the attitude of the public towards the social service sector during crises in Lebanon. A review of the literature, yielded little research on this topic in Lebanon which reflected the importance for carrying out the study.

The population of the study was N=279 Lebanese persons. The study was an associated research design. It attempted to identify correlations but did not try to identify any causation. Participants were selected from all public places such as malls, mosques, churches, universities, schools, factories etc... The questionnaire designed for this study was distributed by trained students and self-completed. The survey responses were analyzed using SPSS version 20 and revealed significant relationships between media coverage and the attitude of the respondents towards the social service sector.

Introduction

Recent times have witnessed a great deal of concern about how the media affects the attitude of the public towards the social service sector. It is widely known that the media plays a significant role in shaping the public's attitude. The media does not only reflect what is happening but also defines the issues of concern. It is known that certain media coverage and portrayals of social cases during crisis can increase the

risk of negatively shaping the public's attitudes towards the social service sector. Stanfield and Beddoe (2013) demonstrated that the social stories presented by the media were almost all negative and were based on limited or biased information and had undesirable and unintended consequences for the vulnerable citizens in need. Also, Hamblen (2001) revealed that media coverage of disasters could be harmful to all viewers in general and children in particular.

In connection with this, the researchers examined the effects of media coverage on the attitude of the public towards the social service sector during crises in Lebanon. A Crisis is an event such as a flood or a terrorist attack that could have a negative impact on the attitude of people. During crises, the media tends to challenge the social service system on the issue of injustice when it comes to helping and serving vulnerable individuals. On the other hand, the social service sector aims at helping individuals, families, groups, and communities in need during crises to improve and strengthen their social functioning and quality of life. Its services encompass human rights, social justice, integrity, competence, respect, and dignity.

The advent of media in the 1990s has improved the world's communication system. Bernard and Dzanndza (2018) revealed that "the evolution of the internet has led to its usage as the best medium of communication, whereby two-third (23 /) of the internet world's population visits social networking sites (SNSs), thus serving as communication and connection tools." Boyd and Ellison (2007) defined the networking as social media.

The social media including the on-line television, magazines, and newsletters have become significant tools to transmit and provide

information to the public all the time in general and during crises in particular. This information includes the media coverage which could be news on the behalf of a person, social cases, entertainment, or anything that the media sees as news worthy. People became able to use the social media and get exposed to the media coverage on their personal computers or mobiles at any time and in any place. The social media enables the public to share their own content and information with each other regarding the media coverage being presented.

Asur and Huberman (2010) indicated that communication through social media has become so easy like walking to a residential area to provide its residents with a piece of information or vice versa. Thus, literature review shows that coverage presented by different forms of media including social media has advantages and disadvantages. There is an obvious relationship between exposure to media coverage and shaping the attitude of the public. Some people think that the media coverage can present issues of concern and stories of social cases that the public should know about. Others think that the way the media coverage presents some social cases during crises can pose a great risk of social punishment for the social cases being covered.

The formation of the public attitude is related to the interaction that takes place between the public and the media. The notion of trust for the public is formulated as a result of such interactions and credibility of the media. Ingram (2018) reported that the United States (US) citizens barely had trust in the media coverage. The trust rate of the US citizens was 45 %. The decrease in the rate of trust in the US had to do with the type of text used and the perception of the individuals presenting the media coverage. There were other factors that could have

played a role in the decrease of public trust in the media in the US such as politics, religion, missing supporting evidence, and individual biases.

Belaid (2018) showed that internet users in the Middle East showed frustration towards completing online surveillance because many of them believed that their governments used the social media to check their online activities. The use of smartphones to gain access to the internet in order to obtain on-line media coverage was increasing in some Arab countries, while the rate in the number of people listening to the radio (59 % in 2013 to 49 % in 2017), watching television (98 % in 2013 to 93 % in 2017), read newsletters (47 % in 2013 to 25 % in 2017), or magazines (26 % in 2013 to 19 % in 2017) was dramatically decreasing. Belaid (2018) also revealed that Lebanese internet users got their media coverage from the television more than from online sources. WhatsApp (67 %) was the main source for obtaining media coverage in the Arab world compared to Facebook (63 %), and YouTube (50 %).

Dajani (2013) showed that the Lebanese media had been seen as the freest media in the Arab World. However, none of the media institutions spoke on behalf of all the Lebanese; instead each media institution presented the issues of concern in accordance of what was convenient to its political or sectarian faction. This individuality in presenting media coverage encouraged divisions in the society and created a huge gap of mistrust in the media institutions among the Lebanese public. In connection with this, there was a remarkable problem in the issue of public trust towards the social service sector in Lebanon. After being exposed to the media coverage during crises the public tended to feel disappointed of the services being provided to the vulnerable social

cases. In addition, during crises, the media coverage tended to play a major role in the misunderstanding the nature of work of the social service sector. Mason (2018) revealed that media coverage had misrepresented the social service sector that sought to protect the vulnerable persons.

Literature review showed that cooperation and coordination between the media and the social service sector were of importance when presenting social cases during crisis. Many countries in the world have developed educational projects that focused on the interface between the social service sector and the media. However, Lebanon did not seem to have such interface. The literature also indicated that such projects were important because of the followings:

- The responsibility of the social service sector to benefit from the social cases presented by the media.
- The need of the social service sector to develop media–related skills.
- The risk of social victimization for the social cases presented by the media due to misrepresentation.

To this effect, this study was imperative to assess whether a relationship existed between media coverage and the attitude of the public towards the social service sector during crisis in Lebanon. Thus, this study was descriptive and correlational. It used SPSS version 20 for data analysis. It placed an emphasis on public satisfaction towards the

media coverage and the social service sector.

Problem Statement

There is a substantial body of literature that deals with the effect of media coverage on public attitude. Therefore, there is an increasing evidence that the media coverage can influence the attitude of the public towards the social service system and related social issues being presented during crises. Many issues such as economic problems and domestic political considerations can play a key role in how the media coverage affects the attitude of the people. Moy and Pfau (2000) stated that the effects of the media coverage are conditioned by the actual content presented by the media institution. Lafif (2015) emphasized that media coverage has a heavy influence and impact on individuals and society, as many people rely on the media for obtaining information during crisis without even In addition, past experiences of the public towards the provision of the governmental services presented during crisis could also affect the attitude of the public without questioning its trustfulness. Lebanese people are not different from any other people around the globe. Lebanese people's attitude can be influenced in few minutes after exposure to the media coverage. For example, a news coverage concerning the provision of shelters to the victims of crisis may focus only on how the government was unable to provide appropriate services and fail to mention the point view of the government and its explanations which will make the viewers sympathize with the victims and ignore the government. There is also a growing mistrust of the social service sector as a result of media exposure and the way the media presents the social cases. All the above-mentioned elements have become a source of worry to many researchers in general and to

who believe in freedom of speech and the provision of appropriate social services in particular. The public could take negative attitude as a final truth and maintain false ideas regarding the social services system and the media coverage.

It is of great importance to explore some of the trending issues facing the public's trust in the media coverage and the social service system during crisis in Lebanon. Thus, the problem of the study intended to investigate the effect of media coverage on the attitude of the public during crisis in Lebanon.

Main Research Question

1. To what extent the media coverage affects the attitude of the public towards the social service sector during crisis in Lebanon?

Sub-Research Questions

I. To what extent the public's trust of the social service sector is affected by the media coverage during crisis?

II. To what extent the political consideration of the media institution affect he attitude of the public towards the social service sector?

Main Hypothesis

1. The media coverage negatively affect the attitude of the public towards the social service sector during crisis in Lebanon.

Sub-Hypotheses

I. The trustfulness of social service sector by the public is questioned as the result of exposure to media coverage during crisis.

II. The political considerations of the media institution play a role in formulating the attitude of the public towards the social service sector during crisis in Lebanon.

Significance of the study

This study is significant to the researchers in general and people working in the field of social service and media in particular.

- ✓ This study will help the people working in the social service system and media institutions to know the influence of media coverage on the attitude of the public.
- ✓ This study will reveal how the media and the social service system are connected with each other and to make good use of this platform.
- ✓ This study will hopefully urge the media institutions and social service sector for further future cooperation and coordination.
- ✓ This study will contribute to the improvement in the provision of media coverage and the social services during crisis in Lebanon.
- ✓ This study will hopefully shed the light on the negative influence of the political considerations of the media institutions on the attitude of the public which in turn could not be helping the overall national strategy of the country.
- ✓ This study will add significant information in this regard to the Lebanese research data.

Objectives of the Study

- ✓ The objective of the study generally is to examine the influence of the media coverage on the attitude of the public towards the social ser-

vice sector during crisis.

Specifically, the study seeks;

- ✓ To determine the trustfulness of the public towards the media coverage and the social service sector.
- ✓ To examine the level of cooperation and coordination between the media institutions and the social service sector.
- ✓ To ascertain how the exposure to media coverage has influence on the attitude of the public.
- ✓ To ascertain how political considerations of the media institutions has influence on the attitude of the public.
- ✓ To determine the level of media exposure.
- ✓ To determine the level of public satisfaction with the social service system and the media coverage.

Study Limitations

Although many researchers have studied the effect of media coverage on the attitude of the public, this study did not provide a complete picture of assessment. Therefore, this study had the followings limitations:

- Lack of generalization due to the fact that the researchers used convenient sampling.
- The findings of the study only represented the sample population being investigated.
- The sample size was average (N=279) due to limitation in time and cost.

- The questionnaire was self-completed. The researchers had no control over the accuracy of the information. Thus, uncertainty could creep into the data.
- Lebanese researches on the area of media impact on the attitude of public towards the social service sector during crises are limited.

Assumptions

The researchers assumed that getting respondents to complete the survey was not an obstacle and the respondents would be willing to complete the questionnaire and provide accurate and truthful answers.

Methodology

The sample size of the study was composed of N=279. The sample size was part of the population in Sidon city. According to Wikipedia (2019) the total population of Sidon city is 163544. The investigators used the on-line statistical formula of SurveyMonkey to calculate the sample size at 95 % confidence level and 0,05 % margin of error. The sample size needed, based on the calculation of SurveyMonkey was 157 people.

The sample population was selected based on convenience. Convenience sampling (also known as availability sampling) is a non-probability sampling where the research participants are conveniently selected because of their convenient accessibility to participate in the study.

✓ The researchers used the first available primary data source without any additional requirements. Therefore, the researchers sought participants wherever they can find them.

Therefore, the findings of the study are considered an initial primary data regarding the issue under investigation which open the door for a future random study that can allow generalization of the results.

Even though convenience sampling is vulnerable to selection bias and may have high level of sampling error, but it is still considered as an acceptable research methodology because it is helpful for pilot studies and data collection especially in the presence of limited budget and time.

Explorable (2019) indicated that “in all forms of research, it would be ideal to test the entire population, but in most cases, the population is just too large that it is impossible to include every individual. This is why most researchers rely on sampling techniques like convenience sampling, the most common of all sampling techniques”. Thus, the results of the study could not be generalized to the entire population in Sidon city or the entire Lebanese population. Therefore, the sample size represented only the population sample being investigated.

All the respondents spoke either Arabic or English. Therefore, the study questionnaire, which was originally in English, was translated into Arabic for those who were not English educated. Back to back translation was done to ensure accuracy and quality. Back to back translation is a procedure which allowed translators interpret the previously translated questionnaire into Arabic back to its original English version.

The researchers used descriptive and correlational methods. The descriptive method allowed the researchers to collect data from the general public found in malls, streets, cafés, businesses, universities,

mosques, churches, gymnasium, and other public places. On the other hand, the correlational methods were used to identify the existence of any relationship between media coverage and the attitude of the public towards the social service sector during crises in Lebanon. The researcher trained a group of university students on how to properly disseminate and collect the data from the general public placed in Sidon city. The city of Sidon was selected due to convenience, time and cost constraints.

The questionnaire included a consent form that guaranteed confidentiality. The respondents were informed that the information received from the study would be only used for academic purposes. Respondents were asked not to write their names on the questionnaire to ensure anonymity. However, each questionnaire was coded per its region to know where to return it if further follow up was needed.

The 279 completed questionnaires were used for data analysis. The return rate of the questionnaires was 79,71 % (questionnaires completed and returned from the original distribution of questionnaires (N=350)). Babbie (2002) indicated that a response rate above 50 % is suitable for data analysis, and therefore, 79,71 % response rate was considered good. Beutell (2017) indicated that typical response rates range from 30 % to 60 %. However, any response rate that is higher than 60 % was considered good.

The questionnaire's validity and reliability were done. A test-retest coefficient at 2-week interval was computed using statistical package for social sciences (SPSS) version 20. The test-retest coefficient was found to be 0,8, which indicated good reliability. Therefore, the reliability testing produced accurate and consistent results. In connection

with this, content validity was done by having a panel of five experts from the field of medical social assistance / social work and media review the questionnaire to determine the extent to which the questionnaire was able to measure what it was supposed to measure. The members of the panel read the scale and completed the 37-item version of the questionnaire. The 4-point Likert scale ranged from “not important” to “somewhat important”, “important”, and “very important”. Thus, items were kept only if three of five panel members agreed that they were important or very important. The panel members’ review resulted in a 32-item questionnaire.

During data analysis, the researchers used SPSS version 20 for descriptive and correlational analysis to assess the effect of media coverage on the attitude of the public towards the social service sector during crises in Lebanon.

RESULTS

The results of the study were presented, analyzed, and discussed in relation to the following research question: To what extent the media coverage affects the attitude of the public towards the social service sector during crises in Lebanon. The purpose of the study was to investigate the effects of media coverage among the general public on their attitude towards the social service sector during crises in Lebanon.

The data was collected from various public places that were more likely to have different attitudes among the general public. However, the data was convenient and did not make the sample representative enough to allow generalization of the study findings.

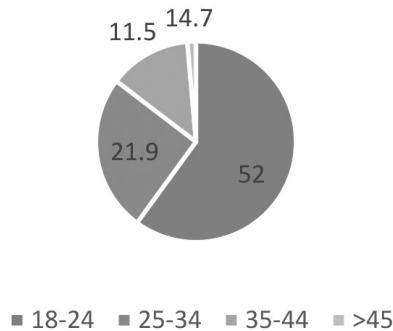


Figure 1: Age Distribution

Age distribution of respondents indicated that the majority (52 %) of the respondents were between 18– 24 years. This age group was more likely to get more exposure to all types of media in general and the social media in particular including on–line television, newsletter, and magazines than other groups. Therefore, their attitude on the effect of media coverage on the social service sector was of importance. This agree with Smith and Anderson (2018) who revealed that “social media stories extend well beyond Facebook. The video–sharing site YouTube is now used by nearly three–quarters of U.S. adults of 18 –24 years old”.

The majority (58 ,1 %) of the respondents were females, while the males were 41 ,9 %. This slight imbalance was unlikely to affect the study findings because the questions in the questionnaire were not gender sensitive.

The educational level of the participants ranged from less than high school (7 %), high school /vocational school (22 %), Some college, no degree (11 %), undergraduate college degree (54 %), and graduate degree (6 %). The findings showed that the data collected had adequately varied attitudes representative of every level of education. However,

it was noted that the majority of the respondents had an undergraduate college degree (54 %). Therefore, the respondents were more likely to have good media literacy which allowed them to access, critically evaluate, and formulate their own attitudes about what they get exposed to on the media coverage. This agrees with Wikipedia (2019) which indicated that media literacy encourages people to question what they read, write, hear, and see.

The income level of the respondents ranged from very good (3,5 %), good (36,2 %), average (39,8 %), below average (17,6 %), and bad (2,9 %). It was noted that the majority of the respondents had an average income (39,8 %). This indicated that the majority of the people might have had the financial capacity that allowed them to have access to cable television, social media including Internet, Facebook, WhatsApp, and YouTube.

When the respondents were asked how often they were exposed to the media including WhatsApp, Facebook, Internet, and YouTube, 60,6 % of them selected 12– hours per day followed by 28 % who selected 34– hours per day. Thus, the chances of the respondents who got exposed to some sort of media coverage during the range of 12– hours of exposure to the media including on–line media were more likely to develop an attitude towards what they watched, read, and heard. Hamblen (2001) revealed that the media provides needed information makes announcements, and gives instructions regarding services that are available to victims and their families. During crisis, the media coverage could become a resource for the community and would provide a source of hope. However, too much trauma related media coverage might have

a negative impact on people.

The respondents were asked to select the three main sources where they got their media coverage. A majority (71 %) said Facebook, (63,8 %) WhatsApp, and (55,9 %) said Television. New York Times July Report (2010) revealed that Facebook had had from 200 million to 500 million users in the last 15 months.

It was remarkable that the findings showed that most respondents watched the media coverage when they had nothing else to do and felt bored. It was noted that most respondents watched media coverage for entertainment and curiosity (80,2 %) while 19,8 % watched the media coverage for obtaining news. Thus, the respondents were more likely to become media literate by getting exposed to the media coverage and develop their own attitude towards the social service sector and the media coverage. According to the Center for Media Literacy (2019), media literacy intends to provide a framework to access, analyze, and promote awareness among the general public. Those results are hand in hand with the respondents' answer; 36,2 % considered the media coverage was not reliable source of information, while 44,1 % were. Also, 62,6 % were dissatisfied and 21,9 % were undecided with the honesty and transparency of the media coverage when dealing with affected social cases during crises. In addition, 81 % were dissatisfied and 12,2 % were indecisive with the nature of the governmental social services provided during crises.

The respondents were asked to rate to what extent the listed attitude statements applied to them. Table 1 shows the findings.

Table 1: Results of Attitude Statements

Statement	Strongly Agree	Agree	Neutral	Disagree	Strongly Disagree
Media coverage presents reality of social cases presented.	2.5%	25.1%	29.7%	22.2%	19.7%
Media coverage is affected by political influence of the reporting institution.	44.4%	35.5%	14.0%	5.0%	1.1%
Media coverage mainly focus on justice and liberty of social cases being presented.	3.2%	13.7%	24.5%	38.1%	20.5%
Media coverage could pose negative effects on the social cases being presented.	26.2%	59.5%	5.7%	8.6%	0%
Media coverage always respect personal freedom and confidentiality of the social cases being presented.	2.5%	12.2%	20.1%	43.3%	21.9%
Media coverage plays a major role in shaping the public understanding about the social cases being presented.	15.8%	54.1%	13.3%	12.5%	4.3%
Media coverage causes emotional distress, frustration, and strong feeling	21.1%	52.3%	19.7%	6.1%	0.8%

Statement	SA	A	N	D	SD
Media coverage makes the vulnerable prone to social conflicts and aggression .	13.6%	52.7%	20.8%	11.8%	1.1%
Media coverage takes into consideration the norms and values of society when presenting the social cases.	1.1%	20.1%	25.8%	38.7%	14.3%
People feel disappointed for the way the media coverage presents the social cases.	23.3%	53%	16.8%	5.8%	1.1%
Media coverage misrepresents the effective role of the social service sector.	11.8%	52%	24.7%	8.2%	3.3%
Media coverage of social cases being presented triggers the feeling of mistrust among the public towards the social service sector.	20.4%	62%	12.5%	4.3%	0.8%
Media coverage can present the social cases more properly if the media coverage has prior planned coordination with the social service sector.	38%	50.2%	11.5%	0.3%	0%
Social service sector is vulnerable to abuse From the media coverage when presenting the social cases.	17.6%	53%	19%	8.6%	1.8%

Statement	SA	A	N	D	SD
Social service sector can make use of the social cases being presented on the media to develop social policies .	17.2%	65.6%	14.3%	2.9%	0%
There is an absence of a liaison between the media coverage related institutions and the social service sector.	35.5	49.4%	11.8%	2.2%	1.1%
Media coverage plays a role in placing the blame on the social service sector for not doing its job.	17.6%	57%	20.8%	3.9%	0.7%
Media coverage related institutions reflect the respect to the rights of privacy of social cases adopted by the social service sector.	1.1%	14.2%	36.6%	32.3%	15.8%
Personal presentation of the media coverage of social cases lack theoretical knowledge on how to deal with complex social cases.	14.3%	47.4%	26.9%	10%	1.4%
Media coverage makes the public believe that the social service sector does not have much to be proud of and its engagement is limited.	15.4%	63.5%	15.4%	5%	0.7%
Social service sector should be involved in future crisis readiness plan that includes a strategic approach on how to deal with vulnerable social cases.	51.7%	33.3%	11.1%	2.5%	1.4%

Table:2 Correlation between exposure to media coverage and attitude of respondents towards the social service sector.

Attitude statements during crisis in Lebanon		Exposure to media coverage	
		Pearson's Correlation (r)	Significance (2 tailed)
1	Media coverage always presents the reality of the social cases being presented	0.016	0.787
2	Media coverage is affected by political influence	0.093	0.126
3	Media coverage focuses on justice and liberty of social cases	-0.010	0.868
4	Media coverage poses negative effects on social cases	-0.070	0.247
5	Respect of personal freedom and confidentiality	0.088	0.14
6	Media coverage shapes public understanding	-0,050	0.410
7	Media coverage causes emotional distress and frustration	0.002	0.968
8	Media coverage makes vulnerable people be prone to social conflicts	-0.026	0.670
9	Media coverage takes into consideration norms and values	0.157	0.009
10	People feel disappointed for the way the media coverage presents the social cases	-0.076	0.211
11	Media coverage misrepresents the effective role of the social service sector	-0.196	0.001
12	Media coverage triggers feeling of mistrust among the public towards the social service sector	-0.176	0.003

13	Media coverage can present social cases more properly if they have prior planned coordination with the social service sector	-0.046	0.44
14	Social service sector is vulnerable to abuse from the media	-0.102	0.090
15	Social service sector can make use of the social cases being presented to develop social policies	-0.199	0.001
16	There is absence of a liaison between the media coverage and the social service sector	-0.086	0.156
17	Media coverage places the blame on the social service sector	-0.154	0.011
18	Media coverage respects rights and privacy of social cases adopted by the social service sector	0.187	0.002
19	Personal presentation of media coverage lacks theoretical knowledge on how to deal with complex social cases	-0.081	0.181
20	Media coverage makes the public believe that the social service sector doesn't have much to be proud of and its engagement is limited	0.012	0.839
21	Social service sector should be involved when the government prepares future crisis readiness plan	-0.267	0.00

A Pearson's correlation test was carried out and showed no significance at 0,05 between media coverage and items 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8,10,13,16,19, and 20. However, the findings revealed a significant relationship with attitude of the respondents at $< 0,05$, with weak correlation between media coverage and items 9, 12, 14, 15, 17, 18, and 21. Items 11, 12, 14, 15, 17, and 21 had negative weak correlation. These negative correlations indicated that when the media coverage increases, the items listed above decrease. On the other hand, a weak positive correlation indicated that the relation was real and not due to chance.

Conclusion:

It was evident that the media coverage played an imperative role in shaping the attitude of the respondents. However, respondents had certain attitudes that were merely due to their own concepts and the general cultural atmosphere about injustice and mistrusting the media. This mistrust was due to the fact that all media institutions represented political parties and presented issues that come in agreement with their politics and beliefs. Young adults (18– 24 years) represented the majority of the responds and were exposed mainly to media coverage through Facebook and WhatsApp. The respondents were mainly college educated with media literacy that allowed them to assess what they get exposed to from the media coverage and shape their own attitude based on that. The majority of the respondents did not take into consideration the norms and values when presenting social cases during crises in Lebanon. Findings indicated a necessary call for coordination and liaison between the media sector and the social service sector in order to avoid the misrepresentation of the effective role of the social service sector and the triggering of mistrust among the general

public towards the media and the social service sector. In addition, the coordination between the two sectors avoids the social service sector to get abused by the media coverage. It also allows to making use of the social cases being presented to develop social policies to protect the vulnerable persons during crisis in Lebanon. Such coordination ensures the respect for the rights and privacy of the social cases being presented. Finally, there is an urgent need for the government to involve the social service sector when preparing any future crises readiness plan.

It is the opinion of the researchers that the social service sector and the media coverage should be valued and considered as an integral part when presenting social cases during crises in Lebanon. Towards achieving this goal, the researchers recommend the following:

1. Repetition of the study on random bases in order to allow generalization and support the concept of evidence based.
2. Encouragement of coordination and cooperation between the media sector and the social service sector to ensure the provision of proper media coverage and the effectiveness of the social service sector.
3. Encourage liaison to unite social messages provided by the media without letting the political and religious differences affect the messages' trustworthiness.
4. Encourage joint educational programs between the media and social work for the purpose of enhancing social work and media related theoretical knowledge.
5. Work on the public in general and the young adults in particular to

increase their trust in both sectors in order not to fall victims to directed negative messages that aim to destroy the media system, social service system, or both.

6. The national disaster readiness plan should consider a strategic approach that takes into consideration a joint and coordinated work between the social service system and the media system in order to be able to help the vulnerable individuals effectively.

References

- Asur,S. & Huberman, B.A. (2010). Predicting. The Future with Social Media. International Conference on Web Intelligence and Intelligent Agent Technology. DOI:10 , 1109.
- Babbie.E (2002). Survey Research Methods. Retrieved from ResearchGate www. research gate.net.
- Beddoe, L. & Stanfield, D. (2013). Social Work and the Media: A Collaborative Challenge. DOI:10 , 11157 /anzswj-vol25issu4id62.
- Belaid, N. (2018). The Arab World is Changing and so is its Media Use. European Journalism Observatory. P.1– 3. Retrieved from www.en.ejo.ch.
- Boyd, D. & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of computer-mediated communication,13(1) P.210 –230. DOI:10 , 1111 /j.1083– 6101 , 2007 , 00393.x.
- Bernard, K. & Dzandza, E. (2018). Effects of Social Media on Academic Performance of Students in Ghanaian Universities: A Case Study of University of Ghana. Library Philosophy and Practice e Journal. P. 1– 7. Retrieved from www.digitalcommons.unl.edu.
- Beutell, N. (2017). The Accepted Response Rate of a Survey. P. 1– 5. Retrieved from www.researchGate.com.
- Dajani, N. (2013). The Myth of Media Freedom in Lebanon. Arab Media Society. Issue (18), Retrieved from www.databank.com.lb.
- Explorable (2019). Semantic Scholars.org.
- Ferreira, R. (2014). Media Effects on the Audience and Behavior. DOI: 10 , 11606 / Issn.19828160-.v8i /p 255– 269.
- Hamblen, J. (2001). The Effects of Media Coverage of Terrorist Attacks on Viewers. National Center for PTSD. Retrieved from www.au.af.mil.

Mason, S. (2018). A Warped View of Social Work in the Media is Unfair—and Dangerous. The Guardian. Retrieved from www.theguardian.com.

Lafif, S. (2019). www.quora.com

Wikipedia (2019). List of Cities and Towns in Lebanon. Retrieved from www.wikipedia.org.

الإعلام السلبي وتأثيره على التعليم العالي في العمل الاجتماعي

أ. سنا نمر

طالبة دكتوراه في العمل الاجتماعي
جامعة القديس يوسف - لبنان

1. ملخص

يتمحور البحث حول وصف تأثير الإعلام السلبي على التعليم العالي في العمل الاجتماعي من خلال إيجاد الروابط بين ظاهرة الاعلام السلبي والتعليم العالي. يركز البحث بصورة عامة على هذا المفهوم اجتماعياً وثقافياً وفكرياً في العالم بشكل عام من خلال نظريات علمية ثابتة وبعض الوثائق التي المت بموضوع التعليم والعمل الاجتماعي لإعطاء الاطار النظري للموضوع. من ثم تحاول ورقة البحث إيجاد علاقة وثيقة بين ما يحدث في العالم من تغييرات وتأثيرات على ضوء ما تقدم به بعض الباحثين حول الموضوع وما يحدث في لبنان, علماً " اننا نفتقد في لبنان الى الدراسات العلمية في كل المجالات ولاسيما في المجال الذي تم ذكره آنفاً". ان موضوع الدراسة فريد من نوعه اذ انه يحاول استنباط التأثير المباشر وغير المباشر بين مكون الاعلام والمكون الخاص بالتعليم العالي في مجال العمل الاجتماعي في لبنان، ويحاول البحث إيجاد كيفية تأثير الاعلام السلبي على التعليم في العمل الاجتماعي مما ينعكس بشكل سلبي على اداء الاختصاصيين في العمل الاجتماعي في المستقبل القريب اي في اطار ممارسة مهنة العمل الاجتماعي في وقت لاحق.

يؤثر الاعلام بشكل عام في الكثير من النواحي الحياتية للإنسان فكيف اذا تم التركيز على الاعلام السلبي ومحاولة الكشف عن تأثيره في طلاب العمل الاجتماعي لجهة بلورة افكارهم واتجاهاتهم مما يؤثر حتماً في الممارسة المهنية لهؤلاء الاختصاصيين لجهة وضع خطط عمل تتلاءم مع احتياجات المستفيد والمجتمع في لبنان.

يقدم هذا البحث مراجعة لتأثير الاعلام السلبي على التعليم العالي في الاختصاص الاجتماعي حيث وجدنا ان هذا الاعلام يؤثر في الاختصاص من خلال التدريس لجهة الارتباط النظري الوثيق بين وسائل الإعلام والتعليم في مجال الاتصال الجماهيري وايضا" من خلال التوصل الى إجماع على الإطار المرجعي النظري في تدريس وتوجيه طلاب الاختصاص في العمل الاجتماعي على ضوء نظريات علمية تشرح كيفية تأثير الفرد بما يدور حوله وخاصة نظرية الإنساق في العمل الاجتماعي.

الكلمات المفاتيح: العمل الاجتماعي، الإعلام السلبي، التعليم العالي

ABSTRACT

The research focuses on describing the impact of negative media on higher education in social work by finding the links between negative media phenomenon and higher education. The research focuses in general on this concept socially, culturally and intellectually in the world in general through scientific theories and some of the documents that have been devoted to the subject of education and social work to design the theoretical framework of the subject.

The paper tries to find a close relationship between what happens in the world as changes and effects in light of what has been presented

by some researchers on the subject and what is happening in Lebanon, noting that "we are missing in Lebanon to scientific studies in all areas, especially in the area mentioned above."

The study is unique in that, it tries to show the direct and indirect influence between the media component and the special component of higher education in the field of social work in Lebanon and tries to find how negative media affects education in social work, which negatively affects the performance of social workers in the near future. In general, the media affects many aspects of life, so the focus is on negative media trying to reveal its impact on students of social work in terms of crystallizing their ideas and attitudes, this inevitably affects "the professional practice of these social workers to develop work plans that fit the needs of the beneficiary and society in Lebanon.

This paper presents a brief review of the impact of negative media on higher education in social work, where we found that this media affects the competence by giving models that don't fit with our society. Focusing on theoretical link between the media and education in the field of mass communication, we tried to show the theoretical frame of reference in teaching and guiding students in social work in the light of scientific theories that explain how the individual is affected by what is going on around him, especially the theory of "Systems in social work

Key words: Social work, negative media, higher education

1. المقدمة

ألقى التطور التقني والعلمي وخاصة ثورة وسائل التواصل الاجتماعي والاعلام بكل أشكاله ووسائله بظلاله وتأثيراته الإيجابية والسلبية على جميع أنماط حياة الإنسان في كل مكان في العالم. وتعتبر دورة التعليم اي مكانة التعليم في حياة البشر من الانساق الاساسية التي ينتمي اليها الفرد وتؤثر فيه بشكل مباشر لاسيما وانها تحضره لفترة ممارسة المهنة التي اختارها في المجتمع. يشكل التعليم العالي المرحلة الاساسية التي تجعل من الفرد قادرا" على التعاطي مع شتى المواضيع لتحضيره للحياة العملية وتحدد اطار علاقاته الاجتماعية مع الآخرين، وفي ظل فضاء الإعلام الاجتماعي المفتوح أصبح من الضروري ملاحظة الدور الفاعل لهذا الاعلام في صياغة أنماط جديدة من السلوك بين الطلاب الذين يتابعون مرحلة التعليم العالي في الجامعات، وهنا يخص هذا البحث التأثير المباشر على الاختصاصيين في العمل الاجتماعي.

تعددت الآراء حول أثر الإعلام السلبي على الناس والمجتمع بشكل عام، فهناك من يدافع عن دور الإعلام باعتباره يُنمّي الجانب الاجتماعي لدى كل الفئات في مجتمع ما مما يساعدهم في تنمية ملكاتهم العقلية والفكرية وتوسيع خبراتهم ومعرفتهم، ولكن نجد ايضا" وفي الجانب الآخر الكثيرين ممن يفكرون أن الإعلام بأدواته المختلفة له انعكاس سلبيّ على البشر في مختلف المراحل العمرية ومختلف الفئات الاجتماعية، وأن التأثير السلبي للإعلام يلحق الضرر بالفرد على الصعيد الفكري والاجتماعي والثقافي. يمثل الإعلام فضاءً شاسعاً عابراً للحدود الجغرافية، لذا استطاع اختراق كل الانساق التي ينتمي اليها الفرد وترك اثرا" سلبيا" على كل جوانب حياته. استطاع الاعلام السيء أيضاً اختراق مؤسسات المجتمع الرسمية المكلفة بتربية الاجيال كالمدارس والجامعات، ومن هنا فإنّ الإعلام أصبح يُشكّل مصدراً موازياً للتعليم لا يصلح المعلومات الى الطلاب وبطريقة سريعة جدا". ويشير علماء الاجتماع إلى أنّ الإعلام الاجتماعي وبالتحديد مواقع التواصل الاجتماعي إلى أنها قد أثرت سلباً في دائرة العلاقات التي تربط الفرد بالانساق التي ينتمي اليها. نشير هنا الى ان التأثير السلبي الاول هو التباين بين النظريات ونشوء فجوة في الأفكار بين الاختصاصي في العمل الاجتماعي وبين المستفيد مما يترك اثرا" على العلاقات والتقارب في الأسرة والمجتمع لصالح علاقات "الصدّاقة الافتراضية". ومن جهة ثانية، هناك خطر من

الإعلام على منظومة القيم الأخلاقية والاجتماعية التي يتمسك بها العمل الاجتماعي اذ ان الاعلام السلبي له تأثير واضح يتجلى في التقليد الأعمى للمأكل والملبس وأنماط السلوك،وعليه ينطلق البحث من التساؤلات التالية:

- ما تأثير الإعلام السلبي على التعليم العالي في الجامعات بما يتعلق باختصاص العمل الاجتماعي؟

- ما دوره في تغيير فكر وثقافة الافراد في المجتمع وإحلال ثقافات جديدة تؤثر في سلوكيات البشر؟

- ما هي الخطوات او التدابير الواجب اتخاذها للحد من اثار هذا الاعلام في المستقبل من خلال التعليم العالي؟

تعريف مصطلحات الدراسة:

• تعريف العمل الاجتماعي حسب الاتحاد الدولي للعاملين بالخدمة الاجتماعية

ان مهنة العمل الاجتماعي في القرن ال21 يجب أن تفهم كعمل ديناميكي دائم التطور ولا وجود لتفسير نهائي له. مهنة العمل الاجتماعي تدعم التطور الاجتماعي وتحاول تقديم الحل للمشكلات في العلاقات الانسانية وتعمل على تشجيع الأفراد وتحريرهم من أجل توفير الرخاء، وذلك باستخدام النظريات الخاصة بالسلوك الانساني والنظم الاجتماعية. يتدخل العمل الاجتماعي عند نقطة تفاعل الفرد مع بيئته. فمبادئ حقوق الانسان والعدالة الاجتماعية هي أساس العمل الاجتماعي. يخاطب العمل الاجتماعي بأشكاله المختلفة التعاملات المتعددة والمعقدة بين الفرد وبيئته ومهمته هي تمكين كل الافراد من تنمية طاقاتهم لاثراء حياتهم وتفادي أي خلل في الوظائف الاجتماعية. العمل الاجتماعي المحترف يركز على حل المشكلات وتوفير البدائل وبذلك يصبح العاملون في هذا المجال وكلاء عن التطور الاجتماعي في حياة الافراد والعائلات والجماعات التي يخدمونها. العمل الاجتماعي هو نظام يربط بين القيم والنظريات والتطبيقات العملية.

• تعريف الإعلام السلبي: الإعلام هو مصطلح يطلق على أي وسيلة أو تقنية أو منظمة أو مؤسسة، عامة أو خاصة، مهمتها نشر الأخبار ونقل المعلومات، تمتلك

وسائل الإعلام بموادها ومضامينها وأساليبها قدرة هائلة على التأثير في الناس، وتغيير نظرتهم إلى أنفسهم وإلى العالم من حولهم، وتعديل اتجاهاتهم واستبدال قيمهم أيضاً، وتكوين صور ذهنية أو نمطية حول موضوعات شتى. هذه القدرة التأثيرية التي يُراد بها البناء والإصلاح، تكون مدمرة أحياناً كثيرة، خاصة حين تحدث الخلل في منظومة ما تقدمه المجتمعات وما تحاول وسائل الاعلام الترويج له في شتى المجالات. تركزت أكثر الدراسات، في مجال تأثير وسائل الإعلام على الجمهور المتلقي، حول موضوع العنف. يؤثر الاعلام السلبي من خلال تقديم نماذج عنيفة على سبيل المثال فيقوم المتلقي بتقليد هذا النموذج وتطبيقه في الحياة اليومية. كما أن استمرار التعرض للبرامج الإعلامية، التي تشتمل على مشاهد عنف وجرائم يؤدي إلى الميل لقبولها كأمر واقع، والتسامح معها.

تطلق على التكنولوجيا التي تقوم بمهمة الإعلام والمؤسسات التي تديرها اسم وسائل الإعلام، كما يُطلق على الأخيرة تعبير السلطة الرابعة للإشارة إلى تأثيرها العميق والواسع.

• **التعليم العالي**، وهو المرحلة الأخيرة من المراحل الدراسية والتي يدرس فيها الطالبُ فرعاً من الفروع الدراسية بشكل أكثر تخصصاً، ومن التعريفات الأخرى للتعليم الجامعي: وهو المستوى التعليمي الذي يأتي مباشرة بعد التعليم الثانوي، وبعد التخرج من التعليم الجامعي يحصل الطالب على شهادة تؤهله من الحصول على عمل معين ضمن مؤهلاته التعليمية، أو تساعده في الاستمرار بدراسة مراحل متقدمة من الدراسات العليا في الجامعة.

وتجدر الإشارة هنا الى ان الميثاق الدولي للحقوق الاقتصادية والاجتماعية، ينادي بتوفير التعليم، وينص على أهميته ل "التنمية الكاملة لشخصية الإنسان وإحساسه بكرامته". إن روح الميثاق تحدد الأهداف التنموية المستدامة SDGs التي تعترف بأن الحصول على التعليم العالي أمر حيوي للتعلم مدى الحياة. يشمل الهدف الرابع للتنمية المستدامة فرص الحصول على التعليم العالي والذي ينادي "بحلول عام 2030، توفير الفرص المتساوية لجميع النساء والرجال في التعليم بأسعار معقولة والجودة التقنية والمهنية والتعليم العالي، بما في ذلك الجامعي". وهذا الهدف يشدد على أن التعليم العالي يجب أن يكون متاحاً على مستوى العالم وللجميع وبجودة

عالية". التعليم العالي يساعد الناس على توسيع قدراتهم وزيادة التنمية العالمية المستدامة. التعليم العالي يساعد الأفراد على توسيع معارفهم ومهاراتهم، كما يساعدهم على التعبير عن أفكارهم بوضوح سواء شفاهياً أم كتابياً، وفهم المفاهيم المجردة والنظريات، وزيادة فهمهم عن العالم ومجتمعهم.

اهمية الدراسة

يعتبر هذا البحث مهماً لناحية تسليط الضوء على الترابط القائم بين التأثير المباشر للاعلام السلبي وبين التعليم العالي في العمل الاجتماعي بشكل خاص حيث ان مهنة العمل الاجتماعي تعتبر من المهن الانسانية التي تعتمد بشكل كبير على العلاقات المهنية التي تربط الاختصاصي بالعمل الاجتماعي بالمستفيدين في مختلف ميادين التدخل. هذه العلاقات المهنية تحكمها مجموعة من القواعد التي تعتمد على اراء الاختصاصي في العمل الاجتماعي وسلوكياته تجاه المستفيد. يقوم التعليم الجامعي بتزويد الطلاب بالمهارات والمعلومات ويوفر لهم التدريب الميداني للتصدي للمشاكل الاجتماعية ومحاولة التدخل لادخال التغيير على حياة الافراد والاسر والمجموعات الصغيرة وصولاً الى المجتمعات. اذا نظرنا الى الاعلام وحاولنا معرفة تأثيراته على العمل الاجتماعي لوجدنا انه يمكن ان يساهم في المعالجة لقضايا القوة المرتبطة بإنتاج الرسائل مما يؤدي إلى الاهتمام بطبيعة القضايا التي تدافع عنها المواقف والتفسيرات التي تقدمها وسائل الإعلام إلى جمهورها كما انها تسعى لتحديد المستفيد من نشر مفاهيم معينة للعلاقات بين الذكور والإناث، وتعزيز الصور التي تشجع التوافق الاجتماعي، والحفاظ على المساواة في الوصول إلى المعلومات.

تعتبر هذه الورقة بمثابة اطار نظري عام يوفر التعريفات للمصطلحات المستخدمة ومن خلال النتائج التي تقترحها يمكن ان توفر إطاراً «عملياً» للقيام بدراسات مقبلة في هذا الاطار.

الاهداف

1 - توضيح أثر الإعلام السلبي على التعليم العالي في العمل الاجتماعي في لبنان.

2- اقتراح التوصيات والاقتراحات للحد من تأثير هذا الاعلام في اطار التعليم العالي في العمل الاجتماعي في المستقبل.

يعتبر العمل الاجتماعي في لبنان على اهميته من المهن التي تفتقر الى التنظيم ويعاني من مشاكل عديدة يواجهها الاختصاصي في العمل الاجتماعي حين يبدأ بالعمل. المشاكل تم تحديدها في العديد من الاوراق الدراسية في لبنان - وقد انجزت هذه الاوراق على هامش بعض المؤتمرات او في اطار الانجاز العلمي للحصول على شهادة الماستر او شهادة اخرى ولكن لم تتم دراسة الموضوع بشكل علمي وكذلك لم يتم انجاز اي بحث ميداني يتناول هذا الموضوع - اكدت على ان هناك ناحية من المشاكل تناولت التعليم الجامعي لجهة اعداد هذا الاختصاصي والهوية المهنية التي يجب ان تحدد بدءاً من هذا الاختصاص وقبل الشروع في العمل الميداني.

المشكلة

يعتبر الاعلام السلبي من العوامل الخارجية التي تؤثر في اعداد الاختصاصي بالعمل الاجتماعي لانها تؤثر في تشكيل شخصيته وتصرفاته وتؤثر في مواقفه تجاه الاخرين لاسيما المستفيدين على اختلاف هوياتهم. توفر بعض الجامعات في لبنان الاعداد الاكاديمية والتدريب الميداني للاختصاصيين الاجتماعيين: الجامعة اللبنانية كلية الصحة العامة - جامعة القديس يوسف - جامعة هايكازيان - الجامعة اللبنانية الاميركية - الجامعة الحديثة للإدارة والعلوم - جامعة الجنان، ويختلف محتوى هذا التدريس مع وجود العديد من اوجه التشابه بين محتوى المناهج في مختلف الجامعات. ما توفره الجامعات من اطار نظري وتطبيقي يعتبر أساسياً في المهنة الا ان التحديات المستجدة على ارض الواقع والتي يصطدم بها الاختصاصي في اثناء تأدية مهنته تبقى كبيرة لان التعامل مع الانسان لا يمكن ان تحكمه المقاربات النظرية الجاهزة والتدخلات المعلقة. لذلك فان التأثيرات الخارجية ومنها اثر الاعلام السلبي تشكل عاملاً أساسياً في تحديد الهوية المهنية وقولبة مواقف الاختصاصي بالعمل الاجتماعي واتجاهاته.

يضاف الى كل ما تم ذكره ان الطلاب يتعاطون مع الاعلام ووسائله كمصادر للمعلومات لذلك فان الاعلام السلبي قد يؤثر في طبيعة المعلومات التي يريد الاختصاصي الحصول عليها حتى انه يوفر معلومات خاطئة ومغلوبة، لذلك يجب

التعاطي مع هذا الموضوع بحذر من خلال التدريس لتوجيه الطلاب الى المصادر الحقيقية والموثوقة للحصول على معلوماتهم.

حدود البحث

- اقتصرت الدراسة على مراجعة بعض البيانات والوثائق والدراسات التي تناولت الموضوع في العالم وفي لبنان وذلك لوضع الاطار النظري للدراسة الذي يمكن استخدامه فيما بعد للتعمق اكثر بالدراسات النوعية للتأثير السلبي لهذا الاعلام على الاختصاصيين في العمل الاجتماعي. تناولت ورقة البحث تأثيرات الإعلام السلبي على ضوء دراسات سابقة قام بها بعض الباحثين المهتمين بهذا الموضوع.
- عدم وجود مقالات او ابحاث او كتب تناولت اثر الاعلام السلبي بشكل مباشر على التعليم العالي في العمل الاجتماعي في لبنان مما يجعل من هذه الورقة فريدة من نوعها.
- ضيق الوقت لتغطية هذا الموضوع الشائك والذي يتأثر بالكثير من العوامل التي يصعب الاحاطة بها في الوقت المحدد.
- تشعب جوانب الموضوع وعدم القدرة على الاحاطة به بشكل كامل.

2. المنهجية والاجراءات

- يندرج هذا البحث ضمن الدراسات النوعية وقد تم استخدام المنهج الوثائقي للحصول على البيانات والمعلومات من الوثائق العالمية والوطنية الضرورية لتحقيق هذه الدراسة.
- يقوم البحث على استنباط التأثير للاعلام السلبي في التعليم العالي في العمل الاجتماعي من خلال وصف الظاهرة وفق رؤية عامة واستخدام نظرية علمية ثابتة لتعليل هذا الاستنباط.

الاطار النظري للدراسة

في اقسام هذا البحث تم تسليط الضوء على المفاهيم الاساسية التي تمثل ركيزة هذه الورقة البحثية، وفي البحث العلمي يعتبر تحديد المفاهيم بمثابة تحديد الاطار النظري

الذي سيمكننا من بلورة الموضوع وتوفير منهج لقراءة المعطيات. يعتمد هذا الاطار النظري على تحديد المفاهيم لقراءة المعطيات.

في هذا الاطار، تجدر الاشارة الى فهم منظور الآثار الذي يسلط الضوء على البرامج التي تهدف إلى تثقيف الشباب لمخاطر الآثار السلبية من وسائل الإعلام. نعتقد أن وسائل الإعلام في كثير من الأحيان تنقل صور مشوهة للواقع، خاصة من حيث العناصر المعادية للمجتمع (العنف، الصورة النمطية، العنصرية، التحامل، التمييز الجنسي، وما إلى ذلك). وفقاً لهذا المنظور، فإننا نقوم بتقدير التأثير السلبي الذي يمكن أن يطال التطور النفسي للشباب من خلال اقناعهم بالصور المشوهة للواقع.

في اطار هذه الدراسة، المنظور الاساسي هو منظور التعليم ومهمته الكلام عن الاعلام السلبي فيصبح الشباب على علم بهذه الجوانب السلبية المحتملة فيقومون بتطوير مهاراتهم في الحكم النقدي فيما يتعلق بالإعلام. يستطيع الطلاب الشباب من خلال ذلك اكتساب المعرفة للتعرف على الرؤية المشوهة للواقع والمقترحة في وسائل الإعلام. ركز JACQUES PIETTE على الخلط الخطير بين الواقع والخيال في عقول الشباب. فالاعلام السلبي ينقل برامج تستهدف الشباب ولا يمكن اعتبار الشباب قادرين على تطوير وسائل دفاعية تلقائية للاستقلال عن وسائل الإعلام. لذلك تبقى هذه المهمة للبالغين الذين يتعين عليهم التدخل لمواجهة آثار وسائل الإعلام. اضافة الى ما سبق يعتبر منظور الاستخدام والرضى اساسي اذ إن الشباب هم الذين يعرضون أنفسهم لمحتوى الاعلام. يعتمد هذا المنظور على توفير معرفة أفضل من قبل الشباب عن الاعلام وفهم أفضل لكيفية إنتاج المنتجات الاعلامية فيصبحون مشاهدين منتقدين إذا كانوا قادرين على فهم طبيعة العلاقة التي لديهم مع وسائل الإعلام. ينبغي ان يركز التعليم في المقام الأول على تحليل دور وتأثير وسائل الإعلام في خلق التباينات وإعادة إنتاج القضايا الاجتماعية، من خلال دراسة الأبعاد الاقتصادية والسياسية. يضاف الى ما تقدم يأتي المنظور الأخلاقي لسلط الضوء على مسألة القيم التي تنقلها وسائل الإعلام وهي المصدر الرئيس للقلق اذ تهدف الى إثارة اهتمام الشباب حول مواضيع تتعلق بالقيم والنظم الاجتماعية مثل تأثير العنف والتمييز الجنسي و الصور النمطية في وسائل الإعلام. من خلال ما تقدم نجد الرابط الاساسي بين خطاب وسائل الإعلام وتأثيره على طلاب العمل الاجتماعي، فاذا نظرنا الى اللغة التي تستخدمها وسائل

الإعلام والتواصل مثل الدور والوظيفة والصوت والصورة والنص، الموسيقى، الآثار، الميزات الخاصة، التدريج، هيكل السرد والأشكال، الخطب التي تفضلها وسائل الإعلام، إلخ. نجد ان الطالب يقوم بتحليل الرسالة لتحديد العناصر المختلفة التي تساهم في هيكله معنى الرسائل بالنسبة له (الصوت، الصورة، اللون، تأطير، تحرير، تقارير الصور النصية، وما إلى ذلك).

ناقشت العديد من الوثائق موضوع التعليم وتأثير الاعلام في العمل الاجتماعي وقد تم الاعتماد عليها في جزء من هذا البحث نذكر منها Media and Social Work⁽¹⁾ و TEACHING SOCIAL WORK STUDENTS TO USE ADVOCACY و Internet and Social و SKILLS THROUGH THE MASS MEDIA⁽²⁾ و Media Impact⁽³⁾ on Social Work والعلاقات الاجتماعية اضافة الى العديد من الوثائق العلمية تم ذكرها في المراجع سمحت للبحث بالوصول الى استنتاجات عن طريق استنباط العلاقة الوثيقة بين الاعلام السلبي وتأثيره في التعليم العالي في العمل الاجتماعي.

تأتي نظرية General systems theory وهي أكثر النظريات استخداماً في حقل الخدمة الاجتماعية (Rodway, 1986: 515)، لتفسر العلاقة بين كل ما تقدم والتأثير المباشر في الاختصاصيين في العمل الاجتماعي كأفراد في المجتمع.

وتنظر نظرية الأنساق العامة إلى العالم على أساس ترابطي، فكل كيان قائم بذاته ينظر إليه من ناحية علاقاته بالكيانات الأخرى والتي تؤثر وتتأثر به، ولا ينظر إليه من ناحية الخصائص المكونة له (Hartman & Larid, 1983: 63). كما تفترض نظرية الأنساق العامة بأن الكل أكبر من مجموع الأجزاء المكونة له، وأن الارتباط القائم بين الأجزاء المكونة لأي نسق يؤدي إلى وجود خصائص جديدة في النسق هي بالضرورة نتيجة لهذا الارتباط والاعتمادية المتبادلة بين الأجزاء المكونة للنسق. ويرى قوردن

(1) International Journal of Science Research Volume 5(Issue 8):71 –74 · August 2016

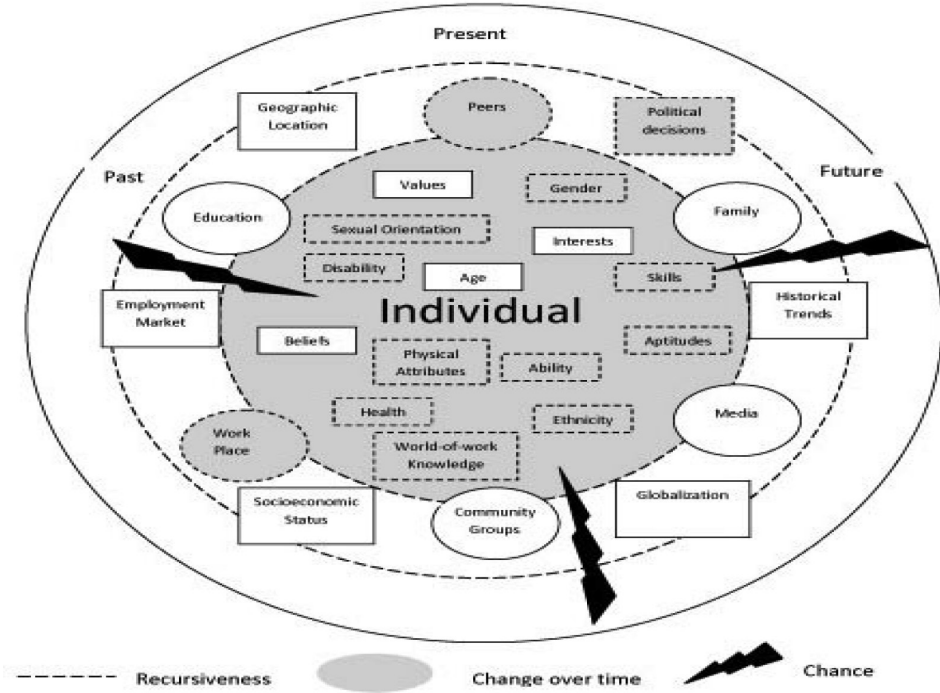
(2) Edward Allan Brawley و Journal of Social Work Education و Vol 33, No 3 (Fall 1997), pp 445 و 460–Published by: Taylor & Francis, Ltd on behalf of Council on Social Work Education Page Count: 16

(3) Aaron Tooley, Ph.D. ONLINE MSW PROGRAMS

هيرن (Gordon Hearn) أن طبيعة نظرية الأنساق العامة تشير إلى أنها تأخذ اتجاهين رئيسيين الاتجاه التحليلي والاتجاه الشامل.

رسم بياني يظهر العلاقة بين الفرد والمحيط من خلال نظرية الانساق تم.

A Systems Theory Framework for Careers Development⁽¹⁾



ويأخذ الاتجاه التحليلي طبيعة العمل مع نسق ما على مستوى معين ودراسته لإيجاد ما إذا كان له خصائص معينة تحكمه والتعرف على طبيعة العلاقات بين أجزاء ذلك النسق، ومن ثم الانتقال إلى نسق آخر على مستوى آخر للتعرف على إذا ما كان له نفس الخصائص والسمات لذا فإن حقيقة ما أو ظاهرة ما على مستوى معين قد تقود إلى تكوين فرضية أو مجموعة من الفرضيات لتختبر في مستوى آخر. وباستخدام الاتجاه التحليلي، من الممكن اختبار مجموعة من الفرضيات والوصول إلى نظرية جديدة. أما

(1) Patton, W., & McMahon, M. (1999). Career Development and Systems Theory A new relationship. Pacific Grove: Brooks /Cole Publishing Company.

الاتجاه الشامل فهو يختلف حيث أن هناك محاولة لإيجاد نموذج عام. فبدلاً من التركيز على مستوى واحد فقط، يتم التعامل مع عدة مستويات في أنساق مختلفة في نفس الوقت ومحاولة تقنينها داخل نموذجاً نظرياً موحداً قادراً على وصفها كل على حده وكذلك على وصفها مجتمعة. وتفترض النظرية كذلك بأن أي تغيير يطرأ على أي من الأجزاء المكونة للنسق فإنه يؤدي بالضرورة إلى حدوث تغيير في النسق بصفة عامة، كما يؤدي إلى حدوث تغيير في الأجزاء الأخرى المكونة لنفس النسق. وتفترض نظرية الأنساق العامة بأن لكل نسق إطاراً مرجعياً محدداً، ويقصد بالإطار المرجعي مجموعة العادات والتقاليد والقيم وكل ما من شأنه أن يحدد سلوك الأفراد داخل النسق، لذا فإن تحديد الإطار المرجعي يكون ضرورياً لفهم الأنساق.

أصبحت "التغذية العكسية" feedback و "نسق العميل" client system و "نسق المساعدة" helping system إضافة إلى نظريات أخرى من المفاهيم الثابتة والمسيطرّة في حقل الخدمة الاجتماعية. بالإضافة إلى ذلك، فإن نظرية الأنساق العامة خدمت كإطار نظري العديد من النماذج القائمة أساساً للتعامل مع الأسرة، وتعد من المداخل في العلاج الاسري. في الواقع، ان هذه النظرية تركز على الفرد في الموقف person-in-situation للوصول الى تحليل المشكلة في البيئة person-in-environment.

ان طبيعة وخصائص الأنساق الحية تصور نظرية الأنساق العامة على أنها أنساق مفتوحة دائماً، أي أنها لا تصل إلى مرحلة الانغلاق التام أبداً. فعلى الرغم من وجود حدود لهذه الأنساق إلا أن هذه الحدود يجب أن تكون مرنة إلى حد ما بحيث تسمح بمرور المعلومات والطاقة. ويجب أن تستورد الأنساق الحية، إذا ما أرادت المحافظة على وضعها والاستمرار في الوجود، المعلومات والطاقة من خارج محيطها، أي من البيئة المحيطة. فالأنساق الحية بتفاعلها مع البيئة المحيطة بها تتكون عندها القابلية للنمو growth وزيادة معدل الفروق الفردية differentiation وزيادة التخصصية specialization داخل النسق. فعلى حد تعبير هارتمان ولاريد (Hartman & Larid) إن عدم قدرة الأنساق الحية على المحافظة على وجود الحدود المفتوحة يؤدي بالضرورة إلى العشوائية randomness داخل الأنساق ومن ثم إلى نهاية هذه الأنساق.

وقد تعطي الأنساق الحية المفتوحة الانطباع أنها في حالة سكون بينما هي في الواقع تكون في حالة حركة وتفاعل مستمر. والواقع أن كل جزء من أجزاء النسق له مستوى

سكون وحركة خاص به، من هنا يمكن قراءة التأثير المباشر للاعلام السلبي على كل الافراد في المجتمع بشكل عام كنتيجة حتمية للتفاعل بين هذه الانساق غير المغلقة وبالتالي فان هذه القراءة تنسحب ايضا" على التعليم العالي في الاختصاص الاجتماعي كنسق من انساق المجتمع.

3. النتائج

على ضوء استخدام النظريات التي ذكرت في الاطار النظري وجدنا نتائج تؤكد على تأثير الاعلام السلبي على طلاب العمل الاجتماعي اذ انه وفي ظل العولة والانفتاح على وسائل الاتصال والتواصل الرقمي فإن هناك الكثير من المهددات والتحديات التي تُنذر بتهديد التعليم العالي في مجال العمل الاجتماعي ويمكن تحديدها على الشكل التالي:

1. ان الاعلام السلبي وفقا" لكل منظور تمت الاشارة اليه في الاطار النظري يترك اثرا" سلبيا" على كل افراد المجتمع وهذا الطالب هو فرد من هذا المجتمع.

2. الجامعة جزء من المجتمع (نسق من الانساق) وتتأثر بموجة الاعلام السلبي لجهة الترويج لمفاهيم خاطئة تتضارب مع مفهوم بناء الانسان.

3. تأثير الإعلام الاجتماعي على التنشئة الاجتماعية: تبدأ عملية التنشئة الاجتماعية أو ما يُعرف بالتربية الاجتماعية أو التطبيع الاجتماعي في الأسرة ويعرفها Rocker: بأنها العملية التي يكتسب الفرد من خلالها العناصر الاجتماعية والثقافية في محيطه.

4. تأثير الإعلام على الشخصية: (الشخصية المصطنعة) يلجأ الكثير من الطلاب الى اختلاق شخصية افتراضية من خلال انتحال أسماء مزيفة أو جنس مزيف أثناء تواصلهم مع أصدقائهم الافتراضيين، "وفي الغالب تميل هذه الشخصية إلى الكذب أو الإيقاع بالآخرين، وقد تلجأ هذه الشخصيات المصطنعة الى التعبير عن ذاتها بأفكار شاذة أو سخيفة

5. تأثير الاعلام الاجتماعي على التفاعل الاجتماعي واللغة والتحصيل الجامعي: إن استخدام الطلاب الجامعيين في العمل الاجتماعي للإعلام الاجتماعي (شبكات

التواصل الاجتماعي) قد يُفقد مهارة التفاعل الاجتماعي التي تتطور من خلال الحديث المباشر مع الآخرين

6. نشر ثقافة العولمة وعدم احترام ثقافات الآخرين لأنها مختلفة: من خلال نظرية الانساق نجد ان الاختصاصي في العمل الاجتماعي يتأثر ويؤثر في الجامعة وبالاعلام السلبي وان التفاعل القائم لجهة تلقي الضغوطات الخارجية يجعل من الاختصاصي فريسة للتوتر (مشاكل نفسية).

7. محاكاة ثقافة الآخرين وتقليدها مما يؤدي الى الاستخفاف بثقافة المستفيد

8. إشاعة فكر التعصب والعنف

9. الاستغناء عن المواطنة وعدم الشعور بالانتماء الى المجتمع وبالتالي عدم التمكن من فهم احتياجات المستفيد.

10. أن التكنولوجيا وثورة الاتصال الرقمي أصبحت واقعاً لا بدّ منه واستخدامها والتعامل معها من ضمن الاطار التدريسي في الجامعات امر اساسي لاننا نطلب في معظم الاحيان من الطلاب ان يبحثوا عن المعلومة من خلال هذه الشبكات.

11.. تبدل عناصر السلوك اذ ان التغيير الفكري الذي أحدثه الإعلام الاجتماعي قد طال عناصر السلوك الاجتماعي للأفراد ومنها السلوك الفطري وأصبح السلوك الإنساني في أغلبه مكتسباً فردياً أو جماعياً، وقد أدى الإعلام الاجتماعي إلى تبدل في الخصائص الثقافية والقيمية فظهرت انماط جديدة من السلوكيات الهجينة وغير المقبولة من المجتمع.

5. التوصيات

• تناول البحث إشكالية العلاقة بين الإعلام وتأثيراته المختلفة على التعليم العالي في العمل الاجتماعي وبالتحديد تأثيراته وانعكاساته السلبية على البنية الاجتماعية والثقافية والفكرية والقيمية، ولا سيما ان الاختصاصي في العمل الاجتماعي يعمل

من ضمن مهنته على توفير الأمن الاجتماعي والفكري والثقافي والقيمي في مواجهة المشاكل والاشكاليات في المجتمع اللبناني

• هذا التقدم التقني، والانفجار المعرفي، وانفتاح المجتمعات على بعضها، وتبادل الثقافات عبر الشبكة العنكبوتية قربت المسافات بين البشر وأتاحت لهم التواصل عبر فضاءات مفتوحة لا يقيدوها مكان أو زمان واثرت كذلك على افكارهم وتوجهاتهم ومواقفهم وسلوكياتهم ويعتبر الاختصاصيين في العمل الاجتماعي من ضمن الفئات المعنية لذلك يجب تحصينهم لمواجهة هذه الاخطار

• أن تقوم المراكز البحثية والجامعات في الوطن العربي وفي لبنان بإجراء الأبحاث والدراسات المتخصصة حول أثر الإعلام السلبي على العمل الاجتماعي وخاصة في مجال التعليم العالي والاستفادة من هذه الأبحاث في وضع حلول منهجية تضمن تسليح الاختصاصيين بالمعلومات والتقنيات اللازمة.

• أن تتضمن المناهج الدراسية في الوطن العربي مواضيع متخصصة في استخدام الشبكة العنكبوتية ووسائل التواصل بشكل آمن والتوعية حول مخاطر الاستخدام غير المقنن.

• أن تُشرِّع الجهات الرسمية المعنية في الوطن العربي قوانين حازمة تُجرِّم كل شخص يقوم باستخدام المواقع الالكترونية بشكلٍ مسيء.

• تطوير البرامج التعليمية ومواكبة متطلبات العصر في العمل الاجتماعي لاسيما المصطلحات المستخدمة.

• تطوير الابحاث وتشجيع الطلاب على القيام بابحاث جديدة في الاطار التعليمي للاستفادة من التطورات العالمية ومواكبة المستجدات العلمية في اطار العمل الاجتماعي

• اعتماد نماذج حديثة في التعليم العالي والابتعاد عن النمطية في توجيه الرسائل العلمية والتعليمية (هذا نموذج لارسال الرسالة وكيفية اعتمادها على التغذية الراجعة لتطويرها

6. الخاتمة

يقترح البحث ان يتم الاستعانة بالاعلام لبلورة المواقف والاتجاهات من اي قضية شائكة, والمقصود هنا ان يتم اللجوء الى توضيح المفاهيم بما يتعلق بالاعلام السلبي في التعليم العالي في العمل الاجتماعي وذلك على ضوء ما يلي:

• ان تكنولوجيا الإعلام الجديد غيرت من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من الانتباه فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل (active) يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه, لذلك فان استخدام هذه التقنيات يتطلب ان يكون المستخدم ملماً ومتابعاً لكل المستجدات. بالاضافة الى ان الشبكة العنكبوتية العالمية جعلت بإمكان أي شخص لديه ارتباط بالإنترنت أن يصبح ناشراً وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر, وهذا تطور يجب الاستفادة منه في تطوير مقاربات العمل الاجتماعي.

• ارسال الرسالة بهدف التعليم لم يعد يتطلب وجود المرسل والمتلقي في نفس الوقت، فالمتلقي بإمكانه الحصول على المحتوى في أي وقت يريده وهذا ما يعزز امكانية التعلم وانتشار الافكار بشكل واسع بين عدد كبير من الطلاب دون التزامن بين ارسال الرسالة ووجود المتلقي بالاضافة الى سمة الانتشار وعالمية الوصول من خلال انتشار الخبر ووصوله إلى جميع شرائح المجتمع تقريبا، إضافة إلى عالميته وقدرته على تجاوز الحدود الجغرافية.

المصادر والمراجع

- أبو شنب، حسين، محاضرة بعنوان الإعلام التفاعلي (2016).
- بيلي، اولجا جوديس، وبارت كاميرتس، ونيكو كاربنتيير، ترجمة: علا احمد صلاح (2009): فهم الإعلام البديل، ط1، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر.
- الألوكة (2012)، ملخص بحث: الإعلام الجديد ما له وما عليه.
- البرغوثي، بشير، البهبهاني، يعقوب (2004): النظام الإعلامي الجديد، ط2، دار رؤى للنشر والتوزيع، عمان.
- جعفري، نبيلة، (2017)، "انعكاسات شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية، الفيس بوك نموذج، " مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد31، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر.
- حماد، تحرير شكري، (2014)، " أثر شبكات التواصل الحديثة على العلاقات الاجتماعية والأسرية، " ورقة بحثية، المؤتمر العلمي الرابع لكلية الشريعة، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين.
- حمود، عاصي، أحمد، سهاد، (2015) " أثر الثقافة الموجهة على أمن وهوية المجتمع "، مجلة الفراهيدي، العدد23، بغداد العراق.
- ساري، حلمي، (2016) " تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية "، دراسة منشورة، مجلة جامعة دمشق، العدد (1 و2)، دمشق، سوريا.
- الغامدي، فينان عبد الله، (2012): التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمني، 20.
- خليفة، شيرين (2012): الإعلام الجديد، ورقة بحثية في مساق الصحافة الإلكترونية، الجامعة الإسلامية.
- المحارب، سعد بن محارب (2012): الإعلام الجديد التحديات النظرية والتطبيقية، الإعلام الجديد أولوية الوسيلة، ورقة مقدمة في المنتدى السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، الرياض
- زهران، سامي، محاضرة بعنوان "ثورة الإعلام الجديد"، نادي القصيم الأدبي بالتعاون مع كرسي صحيفة الجزيرة.

شيخاني، سميرة (2010): الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة دمشق - المجلد 26، العدد الأول.

صادق، عباس (2007): الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة.

عاشور، نقاط التماس بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، مقالة على الكترونية على - موقع:

<http://www.arageek.com/2012/01/14/new-media-vs-old-media.html>

عبد العزيز، فهد، الإعلام الرقمي أدوات تواصل متنوعة ومخاطر أمنية متعددة

عبد الحميد، محمد (2009م): المدونات: الإعلام البديل، عالم الكتب، (الطبعة الأولى).

كاتب، سعود صالح (2011): الإعلام الجديد وقضايا المجتمع، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة.

Aaron Tooley, Ph.D. ONLINE MSW PROGRAMS Complexity. New York: Oxford U.P. Luhmann, N. (1995). Social Systems. Stanford, Cal.: Stanford U.P.

Edward Allan Brawley Journal of Social Work Education Vol. 33, No. 3 (Fall 1997), pp. 445-460 Published by: Taylor & Francis, Ltd. on behalf of Council on Social Work Education Page: 16

Kauffman, S. (1995). At Home in the Universe. The Search for the Laws of Self Organization and Miller, J.H., and Page, S.E. (2007), Complex Adaptive Systems, An Introduction to Computational Models of Social Life.

Princeton: Princeton U.P. Parsons, T. (1977), Social Systems and the Evolution of Action Theory, New York: Free Press. Wiener, N. (1948).

Patton, W., & McMahon, M. (1999). Career Development and Systems Theory A new relationship. Pacific Grove: Brooks/Cole Publishing Company.

الإعلان عبر المواقع الالكترونية وإنعكاسه على النزعة الإستهلاكية لدى الجمهور العربي

أ.د. محمد محفوظ الزهري احمد

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة والإعلان
ووكيل كلية الإعلام لشؤون الدراسات العليا والبحوث
جامعة جنوب الوادي بقنا - مصر

تمهيد:

عرف الإعلان منذ العصور الأولى وانتشر انتشاراً واسعاً فقد تم استخدامه من قبل الانسان البدائي عن طريق النحت على الجدران والخشب إلى ان ظهرت الطباعة فيما بعد فإحدثت نقلة نوعية في الطباعة بشكل عام والإعلان بشكل خاص وظهر الإعلان المطبوع وانتشرت المجلات وتطور التعليم وتقدمت الصحف مما أدى إلى انتعاش الاقتصاد وراجت المنتجات وازدادت القدرة الشرائية مما دفع اصحاب السلع والمنتجات والمؤسسات الاقتصادية إلى الأهتمام به وظهرت حاجة هذه المؤسسات للتعريف بسلعهم وبظهور الاذاعه والتليفزيون زادت الاعلانات وتنوعت من خلال هذه الوسائل ونظراً للتطور التكنولوجي الهائل والسريع وظهور الانترنت اصبح لها جمهور عريض وظهر ما يسمى بالاعلان الالكتروني وظهور المواقع الالكترونية التي تصدر من خلالها انواع عدة من الاعلانات بمختلف التصاميم والاشكال التفاعليه واصبح الاعلان الالكتروني نوعاً أساسياً من انواع الاعلانات في وقتنا الحالي واكثرها انتشاراً ورواجاً ونجاحاً سواء كان هذا الاعلان يصدر من خلال الصحف والمجلات الالكترونيه او اعلانات الشركات التي لها مواقع الكترونيه بشكل عام سواء كانت تقدم سلعة او خدمة.¹

وفي وقتنا هذا لم تعد وسائل الإعلام والاتصال وسيلة نقل ورصد للأخبار ولكن

تخطت وسائل الإعلام هذا الدور ووصلت قوتها بانها تخلق وتوجه وتغير الصورة الذهنية والنمطية في عقول المتلقين وتوجيه هذه العقول وتكوين افكار ومعتقدات وتصورات ترغب بها هذه الوسائل.

ويعد الإعلان من أهم وسائل الاتصال التي لا يمكن الاستهانه به في التأثير على افكار المتلقين وتوجيه سلوكهم مهما كان نوع هذا الإعلان ومهما كانت الوسيله التي يقدم من خلالها فهو قوة ذات تاثير فعال ويحتوي الإعلان على مجموعة من العناصر لكي يصبح فعالاً واهمها العنصر البشري بشكل عام والمرأة بشكل اكثر خصوصية وتعد المرأة من اهم العناصر التي يتكون منها الاعلان ويعتمد عليها في هذا بشكل كبير حيث اشارت العديد من الدراسات أن اصحاب الشركات يعتمدون علي المرأة بشكل رئيسي في الترويج لمنتجاتهم ويتم استغلال المرأة بشكل مهين لها لأنها الأكثر تأثيراً في قرار الشراء

ويعتبر الإعلان أحد الأنشطة التسويقية والترويجية المهمة للمشروعات الإنتاجية والخدمية، ويهدف الإعلان- كعملية اتصال بالجمهور- إلى إمداد المستهلكين بالمعلومات عن السلع والخدمات وخلق الإدراك الكافي عنها لديهم، من خلال وسائل واسعة الانتشار، وباستخدام العديد من الأساليب للتأثير في الأفراد والجماعات مختلفى الثقافات والحاجات والدوافع ووفقاً للتطورات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في المجتمع.

ولعل اعتقاد الناس في صدق ما يرونه عبر الإعلان هو ما يمنحه إمكانيات تأثيرية عالية يتفوق بها على جميع الوسائل الإعلامية الأخرى، فإذا كان لديك رسالة إعلانية تعتمد على التفاصيل البصرية أو الرؤية أو الأدلة، فلا يوجد وسيلة تناسبها أفضل من الإعلان الثابت او المتحرك، فنحن نعتقد دائماً فيما نشاهده بأعيننا يمثل الحياة.

ومن سلبيات الإعلان التركيز على النزعة الإستهلاكية حيث يعيش الإنسان المعاصر في لحظة فارقة على مستوى صراع القيم، يشهد فيها تناقضات صارخة بين محاولاته الانخراط في قيم الحدائة الغربية والإفادة من منتجاتها الحديثة، وسعيه للحفاظ على إرثه التقليدي، لكن سرعان ما يكتشف أن منطق الحدائة الغربية يحمل نزعات عدوانية ضد القيم الإيجابية والتقاليد النافعة والأبعاد التراحمية التي يحملها المجتمع التقليدي؛

فيجد نفسه فردا وحيدا أمام آليات السوق والاقتصاد المتغولة وأدوات الإعلام والإثارة ووسائل التحكم والسيطرة، ويفقد المعنى وتفكك هويته الثقافية والجماعية وتنسف خصوصياته وتفترس لغته وتسرق أحلامه؛ لتصبح طموحاته وتطلعاته محكومة بقيم ورؤى مجتمع آخر، فتكون النتيجة حالة اغتراب يعيشها الإنسان المعاصر، تحول معها مظاهر حياته وقيمه وشبكة علاقاته وبنياته الاجتماعية والثقافية إلى حالة علمنة كامنة فاعلة تبرز في سلوكياته الاجتماعية وحركته ورؤيته الحضارية وخريطته الإدراكية، فيصير الإنسان في أبعاده المركبة وأسراره العميقة وتطلعاته الثورية عبارة عن كائن اقتصادي مستهلك لا يحمل أية قضية أو رسالة أو مرجعية، فهو مادة استعمالية خادمة للقوى العولمة وللشركات العالمية، وقابل للتوظيف الإعلامي والثقافي والاقتصادي والسياسي بهدف تعظيم الربح واللذة لاستمرار التلاعب بالعقول.

وتشارك النزعة الاستهلاكية مع الإمبريالية - كما أشار الكثير من الباحثين - في الكثير من سماتها وخصائصها، فالاستهلاكية توسعية تسعى إلى تحويل ذات الإنسان إلى سوق يمكن أن تلقى فيه بالسلع، لكنها تمتاز عن الإمبريالية في كون مجالها الحيوي هو النفس البشرية، بوجدانها وشعورها ونماذجها الإدراكية وتطلعاتها. فبدلا من القيام بالغزو العسكري المباشر والتدخل المادي عبر إرسال الجيوش لاستعمار الأراضي والأسواق، تقوم أدوات الترويض الجديدة من إعلام وسينما وموضة و سلع إستهلاكية غير ضرورية وغيرها بغزو الإنسان والهيمنة عليه والسعي لإنتاج سيكولوجية الإنسان المقهور والمهدور..

وترتكز فلسفة النزعة الاستهلاكية في فهم طبيعة النفس البشرية على أنها لا تشبع قط في غياب الحدود والقيم، ويمكنها أن تتمدد دون توقف إلى أن تفني ذاتها، فهي تنكر عليها أي ثبات وترى أنها في حالة صيرورة دائمة، لا تفرق بين أبيض وأسود أو أصفر، فكلهم مجرد مادة نزع عنها القداسة ومادة خام محايدة صالحة للتمدد الدائم والانتشار الثابت، حيث يقول في ذلك بعض الباحثين: قررت الإمبريالية الغربية توسيع رقعة السوق لا عن طريق الانتشار الأفقي في الخارج الذي يتطلب القوة وإنما عن طريق الانتشار الرأسي داخل النفس البشرية (الجوانية) ذاتها، التي تتحول إلى سوق.

كما يحدد النسق الاستهلاكي الاستعماري الهدف من وجود الإنسان في الأرض ليس

بالبحث عن الحق والخير والجمال أو الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وإنما إدخال الإنسان في حلقة الإنتاج والاستهلاك المفرغة، فينتج ليستهلك ويستهلك لينتج، بل تتحول الوسائل في سياق الحداثة المنفصلة عن القيمة إلى غايات، وهكذا يتحول الإنتاج إلى غاية في حد ذاته. كما ترمز صورة الإنسان الكامنة في الحداثة المنفصلة عن القيمة إلى ذلك الفرد صاحب السيادة الكاملة المطلقة، الذي يصبح مرجعية ذاته ومكتفيا بذاته، هدفه تحقيق المصلحة الشخصية وتعظيم المتعة وزيادة اللذة وعبادة الشهوة، فهو إما إنسان اقتصادي يتمركز حول قيم الثروة والربح والمصلحة الاقتصادية، أو إنسان جنسي متمركز حول قيم اللذة وخاضع للحتميات الجنسية، وفي جميع الأحوال هو إنسان طبيعي / مادي لا علاقة له بالخير أو الشر أو بأي قيم خارج نطاق حواسه الخمسة؛ فهو حيوان اقتصادي جسماني لا يبحث إلا عن منفعته الاقتصادية ولذته (الجسدية)، وسلوكه لا بد أن يصبح نمطيا حتى يمكن أن يستهلك السلع التي تنتجها خطوط التجميع.

وتعد الموضة إحدى أهم تجليات الحداثة المنفصلة عن القيمة، إذ ترمز إلى التغيير الدائم والتطلع الحاد نحو الاستهلاك واللهث وراء جديد الأنماط والأشكال والأزياء، فهي تجسد رؤية للعالم بوصفه مادة متحركة، حيث تعيش البشرية مع طاعوت الموضة وألتها الجهنمية المستندة على سلطة الإعلان وسحر الشاشة ونتوءات الجسد، حالة من الاستصنام إزاء استهلاك ثقافتها، بل تتحول الموضة من وسيلة للإغواء والإغراء بالاستهلاك إلى قيمة مطلقة، تريد تحقيق الربح على حساب الحاجة الحقيقية للإنسان، وعلى حساب إنسانية الإنسان، فكأنما صارت إله العصر التي تسيطر على كل شيء.

لكن الأمر يتعدى كون الموضة طريقة للخداع والتحايل والاستغفال من أجل الإقناع بالزيادة المفرطة في الاستهلاك إرضاء للرأسمالية الشرهة والشرسة، بل تتجلى الخطورة في انتقالها من مجال الاقتصاد إلى مجال الثقافة، بهدف تغيير نسق السلوكات والقيم والمراجعيات والمعايير، وتكريس عقلية تقوم بتأسيس منظومة من التبريرات والتفسيرات من أجل منح شرعية متجددة لاستهلاك قيم الموضة وأنماطها، فتكون لحظة التماهي المطلق مع سلطان الموضة، فرصة لاستحمار للعقول واهتزاز المعايير الجمالية والمراجعيات نحو الإعلان الضمني عن إفلاس العقل البشري المركب واستلاب خصوصيات الهوية الحضارية، وسقوط الأدمية وتسليم الإنسانية مفاتيح

عقلها لفلاسفة الموضة ومصمميها لصياغتها كما تشاء والسعي لقتل التفكير النقدي وتفكيك الإنسان/ الروح.

الإعلان ودلالة الألوان:

والألوان أحد أدوات تأثير الإعلان فهي الشيء الجميل في حياتنا والذي يعطي معنى للحياة، فلولا الألوان لما استطعنا تمييز الأشياء، ولأصبحت حياتنا بائسة تفتقر المرح والسرور حيث أنها تعتبر باعثا للحبوية والنشاط والجمال، تحتوي الطبيعة على العديد من الألوان بتدرجاتها ويختلف تفضيل الألوان من شخص لآخر ومن خلال معرفة اللون المفضل لدى كل شخص فإن ذلك يساعد في معرفة طبيعة ذلك الشخص، فعادة ما نرى أن الأشخاص الذين يمتازون بالحكمة والعقلانية يفضلون اللون الأخضر بينما الأشخاص الذين يفضلون العزلة أو الانطواء فإنهم بالغالب يفضلون اللون الأزرق.

ويعتبر علم النفس اللوني احد الفروع الحديثة لعلم النفس، ومن أوائل الذين اهتموا بدلالة الألوان هي شركات التسويق حيث ربطوا بينها وبين كيفية الترويج لأن لكل لون دلالات معينة ارتبطت به ويتم استخدامه لدلالة عليه سواء أكانوا أفراد أم شركات للفت انتباه المستهلكين فاللون الأحمر يدل على القوة، الإثارة، العاطفة واللون الأزرق يدل على الثقة، الأمان، حب المغامرة، الحب، الطاقة، الخطر واللون الأصفر يدل على الانتماء للعمل، الموثوقية، والهدوء، الاستقرار، النجاح، المهنية، واللون البرتقالي يدل على الفضول والبهجة والسعادة، المرح، التفاؤل، الإبداع. واللون الأخضر يدل ويرمز على الطبيعة، البيئة، على الشباب، الراحة، الإبداع، المرح. واللون الأبيض يدل على النقاء، الصفاء، التجديد، الصدقة، الصحة، النمو. واللون الأسود يدل على الفخامة، البساطة، النظافة، الوضوح، البراءة. واللون الزهري يدل على النعومة، الجمال، الرسمية، الأناقة، الجدية، والغموض. واللون البنّي يدل على المتانة، الفردية، الرقة، الرومانسية، النضارة، الأمومة، الحنان. واللون البنفسجي يدل على الروحانيات والخيال والموثوقية لون الطبقة العليا. حتى وأن تشابهت دلالات بعض الألوان مع بعضها البعض، إلا أن هنالك تفصيلا فالنساء يفضلن اللون الأصفر والذكور اللون البرتقالي حتى أن دلالات الألوان تختلف بين الحضارات والشعوب، ويمكن تفسير دلالة الألوان في السطور التالية:-

اللون الأسود من أكثر الألوان شهرة لدى العديد من الناس وأقوى الألوان المحايدة ويسمى بملك الألوان ويعتبر اللون الأسود مسؤولاً عن الأناقة والقوة والسلطة والفخامة وله جانب سلبي أيضاً حيث أنه يقترن بالموت والشر، ويتميز الأشخاص الذين يفضلون اللون الأسود في لباسهم بالقوة والاحترافية.

اللون الأبيض: هو من أكثر الألوان سطوعاً ووضوحاً ويتميز بأنه يستطع تقليل سطوع أي لون آخر بجانبه ويعبر عن النقاء والوضوح والنظافة ويوحى بالطمأنينة والسلام والسكون، كما يرمز للتفاؤل والحب والطهارة، لهذا نرى العرائس يرتدين اللون الأبيض في الأعراس وتميز الأشخاص الذي يفضلون اللون الأبيض في لباسهم بقلة الملاحظة والتركيز.

اللون الأحمر: من الألوان النارية والقوية والذي يعبر عن الحب والنشاط والقوة كما انه يفتح الشهية ويزيد تفاعل الأفراد مع بعضهم البعض، لهذا يفضل وجوده في غرف الطعام والأشخاص الذين يفضلون اللون الأحمر في لباسهم يبدون أكثر جاذبية في عيون الآخرين، كما أنه يزيد الثقة بالنفس.

اللون الأصفر: يعتبر من أقوى الألوان نفسياً حيث ينشط الدماغ والعمليات العقلية، كما يدل على الثقة بالنفس والإشراق والدفء ويمنح الشعور بالإبداع والانطلاق.

اللون البرتقالي: هو مزيج من اللونين الأصفر والأحمر ولهذا فهو يحمل معاني اللونين معاً، فيدل على القوة والطاقة والنشاط، كما يدل على الثقة بالنفس، والقدرة العقلية الكبيرة، والتفكير الإيجابي.

اللون الأخضر: هو لون البهجة والسرور ومن أكثر الألوان إراحة للبصر، وذلك لأنه اللون الأساسي للطبيعة من حولنا ويعبر اللون الأخضر عن الإنتاجية، والعمل، وروح الشباب ويعبر أيضاً عن الصحة والمال.

اللون الأزرق: من الألوان التي تبعث على الهدوء في النفس ويدل على النضوج والمصداقية والواقعية ويعبر أيضاً عن عمر الشباب.

اللون البنفسجي: من الألوان التي تستحث العقل ولهذا يتم استخدامه في جلسات

العصف الذهني ويبعث على الشعور بالانتعاش ويتميز الأشخاص الذين يفضلون اللون البنفسجي بالرقمي والروحانية.

ويعتبر اللون الأحمر من الألوان الجذابة والملفتة للنظر فقد تكون مفضلة لدى معظم الأشخاص وخاصة الرومانسيين كونه يعتبر دليلاً على الحب واللون الأحمر يرمز الى العديد من الدلالات وهي:

الطاقة: حيث يعزز هذا اللون من مستوى الطاقة الجسدية في الإنسان ويمكنه أن يزيد من معدل ضربات القلب. والحفاظ على ضغط الدم واطلاق سراح هرمون الأدرينالين.

الحركة من خلال تحفيز الجسد على زيادة الحركة والنشاط وإنجاز الأعمال بسرعة.

الرغبة: قد يزيد اللون الأحمر من زيادة القدرة الجنسية والانجذاب نحو الشريك وأكبر دليل على ذلك اتخاذه رمزاً لعيد الحب.

العاطفة: يعنى اتخاذ العاطفة في بعض القضايا كأن يدل على الحب الشديد أو العكس تماماً وهو الكره والغضب. ويمكن تجميع دلالة الألوان في الشكل التالي:-



شكل رقم (1) يبين دلالة الألوان

فالألوان لها دور كبير في نجاح الإعلان، حيث تضفي على المادة الإعلانية واقعية ومحاكاة للطبيعة، كما تحقق الإعلانات الملونة جذب الانتباه أكثر من الإعلانات التي تكون باللونين الأبيض والأسود. وتشير الدراسات إلى أن الألوان بصفة عامة لها أثر قوى في جذب الانتباه خاصة عندما يستفيد المصممون من خصائص الألوان في تصميم الإعلانات في وسائل النشر المختلفة. وللألوان رموز وإيحاءات متعددة فاللون هو أكثر هذه العناصر أهمية بل هو جوهر فن التصوير.

نعم لقد زين الإنسان المعابد القديمة التي كان يعتبرها أقدس الأمكنة بالصور الزاهية الألوان، وتستخدم الشركات الدولية الألوان في إعلاناتها لتحقيق التأثير في متلقي الرسالة الإعلانية.

الإطار المنهجي للدراسة:

أولاً: مشكلة الدراسة وأهميتها:

تعد عملية جذب انتباه المستهلك ومحاولة التأثير عليه احد أهم المشاكل التي تواجه القائمين على عملية الاتصال الاعلاني ويمكن تقسيم مجال التأثير الاعلاني إلى ثلاثة مجالات هي الآثار المعرفية وتشمل كل ما يرتبط بالمعرفة والآراء والآثار العاطفية والوجدانية ويقصد بها الاتجاهات والمشاعر والآثار السلوكية أي الميل إلى الإقدام على سلوك معين. وتأخذ عملية التأثير في الإدراك وعرض المضمون الإعلاني لدي المستهلك لبناء المعني وتشكيل الحقائق لتكوين الصورة الذهنية الأهمية الأولى فيما يتعلق بعملية الإدراك الأساسي لدي القائمين بالاتصال التسويقي إذ يهتمون أساساً بكيفية التأثير علي الصورة الذهنية المنطبعة لدي المستهلكين حول السلعة وبناء المعاني والمعتقدات والأفكار والصور الرمزية حول السلعة حيث تبين مدي أهمية الصورة الذهنية في التأثير على السلوك الشرائي للاختياري للمستهلكين من بين السلع المختلفة المتاحة.

كما يجب مراعاة التباين الاجتماعي والاقتصادي والبيئي وتأثيره في اختيار السلعة. ولهذا فان مشكلة الدراسة تتمثل في التعرف على الإعلان عبر المواقع الالكترونية وإنعكاسه على النزعة الاستهلاكية لدى الجمهور العربي.

وتنبع أهمية الدراسة الحالية انطلاقاً من عدة اعتبارات أهمها:

1 - اكتسبت المواقع الالكترونية بمرور الوقت ونتيجة لزيادة ساعات المشاهدة والمتابعة والمداومة عليها من الجمهور ميزة هامة هي القابلية للتصديق إذ أصبح لدى نسبة غير قليلة من متابعي ومتصفحى المواقع الالكترونية الاستعداد لتصديق كل ما يشاهدونه ويتابعونه عبر المواقع الالكترونية.

2 - إن الإعلان الالكتروني يمر بأطوار الاندفاع الكمي العشوائي نتيجة متغيرات اقتصادية وثقافية وفكرية هبطت على مجتمعات عربية غير مهيةة موضوعياً وذاتياً لمجابهة هذا الضرب من النشاط الاعلاني الفوضوي، وقد أدخلت هذه المتغيرات الفجائية إلى مضمار النشاط الصناعي والتجاري فئات اجتماعية تبحث عن ربح آن مضمون بعيداً عن هموم التنمية.

3 - تسلك الدولة في العديد من المجتمعات العربية، سلوك القطاع الخاص إذ تنهافت الشركات والمؤسسات الاقتصادية على أرباح الإعلان السريع والسهل -بغض النظر عن طبيعة السلعة- متجاهلة بعض أهم مسؤولياتها الاجتماعية تجاه المجتمع متغافلة عن الضرر الذى تتعرض له جهود التكيف الاقتصادي مع معطيات العولمة، ومن الآثار السلبية لهذه الهجمة الإعلامية.

4 - أهمية الدور الذى تقوم به المواقع الالكترونية فى التأثير على السلوك الإنسانى والمكانة المتميزة التى تحظىها من بين الوسائل الإعلامية الأخرى والتى تتمثل فى أن انها اصبحت فى متناول الجميع.

5 - الحاجة الماسة لدراسة التعرض لإعلان الإلكتروني وتأثيره على اتجاهات الجمهور العربى نحو السلوك الشرائى فتشخيص الداء أول خطوات العلاج الفعال.

6 - هذه الدراسة لا تقتصر على دراسة حجم التعرض للإعلان الالكتروني للجمهور العربى ودوافع هذا التعرض والعوامل التى تجذب المشاهدين لمتابعة الإعلان الالكتروني ولكنها تتناول أيضاً تأثير التعرض للإعلان ومدى مصداقية المشاهدين فى المعلومات التى تقدم من خلالها الإعلانات الالكترونية والأسباب

التي تؤدي إلى التأثير على قرار شراء السلع، وأيضاً تتناول اتجاه الجمهور العربي نحو محتوى الرسالة الاتصالية للإعلان.

7 - هذه الدراسة تقوم على دراسة تأثير الإعلان الإلكتروني وانعكاسه على النزعة الاستهلاكية في أكبر الدول العربية عدداً وإستهلاكاً.

وعلى الرغم من وجود أشكال إعلانية مختلفة مثل الإعلانات المطبوعة، البريد المباشر، الإعلانات التلفزيونية، إعلانات الراديو، هذه الوسائل لها أهمية فائقة إلا أنها أحياناً تعتبر مضيعة للوقت، فنجد العديد من الأفراد الذين يتجهون بشكل تلقائي إلى الإعلان عبر الإنترنت، ووفقاً لدراسة اكدتها الباحثة Zenth Aptimedia أن المستهلكين يتجهون إلى استخدام الإعلان عبر الإنترنت بشكل كبير حيث وصلت تكلفة الإعلان عبر الأنترنت إلى 25,2 بليون دولار خلال عام 2012 محققة نسبة نمو تبلغ حوالى 36 % بمعدل 34,4 بليون دولار لعام 2013 (www..march 2019) 10 Nile7.com).

ونجد كثيراً من المواقع الإعلانية مجانية تقدم خدمات من أجل الإعلان عبر المواقع دون عناء من التكلفة حيث يمكن التفضيل بين الوسائل الإعلانية التي تريد استخدامها لتحقيق الأهداف الإعلانية المختلفة فقط كل ما على المتابع البحث داخل جوجل عن العرض الذي يتوافق مع الهدف الإعلاني الذي تريد توجيهه للجمهور، ولا شك أن المنافسة شرسة عبر مواقع الدعاية والإعلان المختلفة والذي يتم من خلالها انفاق الملايين من الدولارات، وتوجد العديد من المواقع التي تعد أفضل المواقع الإعلانية هي:

- 1- Google ad. wards.
- 2- Microsoft ad center.
- 3- Search.
- 4- Facebook advertising.
- 5- Twitter advertising.

6- Stumbleupon paid discovery

7- Linkedin ads

8- Online advertising words

واظهرت العديد من الدراسات خطورة الإعلان ليس فقط في التصدى للاختراق العلماني على الأبعاد الأخلاقية السطحية الجزئية مثل التمرکز في الخطاب الدعوي على ضرورة ارتداء الحجاب والفصل بين الجنسين وعدم الاحتفال بأعياد الميلاد ورأس السنة دون اعتبار أن الاستغراق في النموذج الاستهلاكي الرأسمالي والسقوط في نسقه هو جوهر العلمانية الشاملة وهو الأمر الأخطر.

وتطالب الدراسات العربية بضرورة إدراك آليات الاختراق الثقافي العميق، فالتابع لإعلان الشركات الدولية مثل اعلانات الكوكاكولا ويشاهد همبورغر - تيك او اي ثم طبقه بطريقة نمطية، فالإعلان التجاري يغري المستهلك العربي بمزيد من الاستهلاك من سلع لا يحتاج إليها في المقام الأول وخاصة يعاني من ظروف اقتصادية صعبة.

فيعيش الإنسان المعاصر في لحظة فارقة على مستوى صراع القيم، يشهد فيها تناقضات صارخة بين محاولاته الانخراط في قيم الحداثة الغربية والإفادة من منتجاتها الحديثة، وسعيه للحفاظ على إرثه التقليدي، لكن سرعان ما يكتشف أن منطق الحداثة الغربية يحمل نزوعات عدوانية ضد القيم الإيجابية والتقاليد النافعة والأبعاد التراحمية التي يحملها المجتمع التقليدي؛ فيجد نفسه فردا وحيدا أمام آليات السوق والاقتصاد المتغولة وأدوات الإعلام والإثارة ووسائل التحكم والسيطرة، فيفقد المعنى وتتفكك هويته الثقافية والجماعية وتنسف خصوصياته وتفترس لغته وتسرق أحلامه؛ لتصبح طموحاته وتطلعاته محكومة بقيم ورؤى مجتمع آخر، فتكون النتيجة حالة اغتراب يعيشها الإنسان العربي المعاصر، تحول معها مظاهر حياته وقيمه وشبكة علاقاته وبنياته الاجتماعية والثقافية إلى حالة علمنة كامنة فاعلة تبرز في سلوكاته الاجتماعية وحرسته ورؤيته الحضارية وخريطته الإدراكية، فيصير الإنسان في أبعاده المركبة وأسراره العميقة وتطلعاته الثورية عبارة عن كائن اقتصادي مستهلك لا يحمل أية قضية أو رسالة أو مرجعية، فهو مادة استعمالية خادمة للقوى العولمية وللشركات

العالمية، وقابل للتوظيف الإعلامي والثقافي والاقتصادي والسياسي بهدف تعظيم الربح واللذة لاستمرار التلاعب بالعقول.

فالإعلان جعل الإنسان أسير السلعة وليس أسير الحاجة إليها.

ثانياً: أهداف الدراسة:

نحاول في هذه الدراسة فهم التأثير السلبي للإعلان كأحد الأدوات الفعالة والمسيطرّة للإعلام ونشر النزعة الإستهلاكية لدى الجمهور العربي ويتفرع من هذا الهدف الرئيس مجموعة من التساؤلات على النحو التالي:-

ثالثاً: تساؤلات الدراسة:

- 1- ما مدى إهتمام الشباب العربي بمتابعة الإعلان عبر المواقع الإلكترونية؟
- 2- ما دوافع الشباب العربي من متابعة الإعلان عبر المواقع الإلكترونية؟
- 3- ما أهم المواقع الإلكترونية الإعلانية الأكثر انتشاراً؟
- 4- ما أهم الفنون المستخدمة في الإعلان الإلكتروني؟
- 5- ما مدى مناقشة الشباب العربي ما يتبعونه من محتوى إعلاني مع بعضهم البعض؟ وثقتهم في المحتوى الإعلاني؟
- 6- ما أوجه تأثير الإعلان الإلكتروني على قرار شراء السلع الاستهلاكية؟
- 7- ما أهم السلع والخدمات التي زاد اقبال الشباب عليها بعد متابعة مضمون الاعلان الإلكتروني؟
- 8- ما هي اتجاهات الجمهور العربي نحو مستوى لغة الإعلان الإلكتروني؟
- 9- ما هي الاتجاهات السلبية للجمهور العربي نحو الإعلان الاستهلاكي عبر المواقع الإلكترونية؟
- 10- ما أهم مقترحات الجمهور العربي لمواجهة النزعة الإستهلاكية السلبية للإعلان؟

رابعاً: نوع الدراسة والمناهج المستخدمة:

تدخل هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية Descriptive Studies التى تستهدف وصف الأحداث والأشخاص والمعتقدات والاتجاهات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام وأنماط السلوك المختلفة. وتسعى إلى وصف وتحليل التعرض للإعلانات الإلكترونية وإنعكاسها على النزعة الاستهلاكية لدى الجمهور العربي.

وتستخدم هذه الدراسة منهج المسح: بهدف جمع البيانات من خلال صياغة أسئلة يقوم أفراد العينة بالإجابة عليها وغير ذلك من جوانب موضوع الدراسة.

وفي إطار منهج المسح تم تصميم صحيفة استبيان بأسلوب المقابلة المباشرة لتطبيقها على عينة الدراسة للتعرف على وصف وتحليل التعرض للإعلانات الإلكترونية وإنعكاسها على النزعة الاستهلاكية لدى الجمهور العربي. وتتكون استمارة الاستبيان من العديد من الأسئلة التى تستهدف تحقيق أهداف الدراسة، والإجابة عن تساؤلاتها.

خامساً: مجتمع الدراسة:

يمثل مجتمع الدراسة الذكور والاناث من طلاب الجامعة في المرحلة العمرية المحصورة بين 18: 25 عاماً تقريباً كجزء من المجتمع العربي وممثلاً له، وعلى اعتبار ان المجتمع المصري من أكبر المجتمعات العربية عدداً وأكثرها استهلاكاً وهى سوق كبير مفتوح مما يثير اهتمام كبريات الشركات الاقتصادية الدولية والأقليمية والمحلية للتعامل معه، وقد وقع الاختيار على طلبة كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال بجامعة جنوب الوادى كمجال للتطبيق لمجموعة من الأسباب من أهمها:

أ- إن الكلية تقبل الطلاب من مختلف محافظات القطر المصري أي أنهم يمثلون جميع توجهات وأماكن المجتمع المصري.

ب- إن طلاب الإعلام أكثر طلاب الجامعة إدراكاً ووعياً لتأثير الإعلان على توجهاتهم نحو المضمون والمنتج بحكم دراستهم المتخصصة في مجال الإعلام.

ج- أن الطلاب يمثلون مستويات اقتصادية مختلفة (المرتفع - المتوسط - المنخفض) لأنها جامعة حكومية ومعيار القبول التفوق الدراسي وفقاً لمؤشر تنسيق المجلس الأعلى للجامعات.

د- الباحث يعمل بالكلية ولديه القدرة المستمرة للتواصل مع طلبة وفي ظروف مختلفة.

هـ- التجانس الثقافي والعمرى بين أفراد العينة مما يجعل النتائج قوية ومعبرة عن مجتمع الدراسة.

سادساً: عينة الدراسة:

ثم اختيار عينة قوامها 320 مفردة موزعين بالتساوى بين النوع (ذكر - انثى) وعلى مستوى الفرق الدراسية الأربعة بواقع 80 طالباً وطالبة لكل فرقة دراسية بطريقة عشوائية بسيطة. وتم استبعاد الاستمارات الغير مكتملة الأجابة وبلغ عددها 23 مفردة أي أن الاستمارات الصحيحة الخاضعة للدراسة بلغت 297 مفردة بنسبة 92, 81 % للاستمارات الصحيحة.

نتائج الدراسة:

1 - تشير نتائج الدراسة الميدانية أن 27,3 % من عينه الدراسة تشاهد الإعلانات الإلكترونية بشكل دائم و 50,8 % حجم تعرضهم نادراً، و 21,9 % غير متابعين للإعلان الإلكتروني. كما تبين ان حجم تعرض الأناث يفوق حجم تعرض الذكور.

2 - كشفت نتائج الدراسة أن أهم دوافع الجمهور لمتابعة الإعلان الإلكتروني تتمثل في معرفة كل ما هو جديد وهذا يؤكد إن التعرض للإعلان الإلكتروني مقصوداً وهادفاً.

3 - يتبين من الدراسة أن الألوان المستخدمة تعد أحد أهم العوامل التى تجذب الجمهور العربى لمشاهدة الإعلانات الإلكترونية يليها الابتكار فى تصميم الموقع بنسبة 36, 5 % ثم الإبهار فى عرض السلعة بنسبة 30, 2 %، والتركيز على أكثر من حاسة بنسبة 21, 3 %، ثم عرض خصائص ومميزات السلعة بنسبة 15, 2 %، ثم تقديم كل ما هو جديد بنسبة 14, 3 % . وتبين اختلاف وجهات نظر الجمهور الذكور والاناث حول أولويات العوامل التى تجذبهم لمشاهدة الإعلانات الإلكترونية، فالأناث تجذبها الألوان اكثر من الذكور والذين يجذبهم المضمون أو المحتوى.

4 - أظهرت بيانات الدراسة أن أهم المواقع الإعلانية التي تحظى باهتمام أفراد العينة لمتابعة الإعلان الإلكتروني جاءت وفقاً للترتيب التالي: facebook advertising جاءت في الترتيب الأول يليها twitter advertising، ثم في الترتيب الثالث online advertising words، يليها google ad. wards.

5 - جاء الأهم في الألوان في الترتيب الأول من وسائل الأبراز في تقديم الإعلان الإلكتروني وعلى حساب المضمون الأكثر اهتماماً من أفراد عينة الدراسة يليها تصميم الموقع والتفاعلية والروابط المتعلقة بالسلعة.

6 - أكدت نتائج الدراسة أن 76,6% من أفراد العينة يناقشون مضمون الإعلان الإلكتروني بعد المتابعة، أجاب 63,8% بأحياناً و 12,8% بدائماً، بينما لم يوافق على ذلك 4,23%، وجاء زملاء الدراسة في الترتيب الأول بنسبة 4,74% من أهم الأفراد المفضلين لمناقشة مضمون الإعلان الإلكتروني وخاصة لدى الأناث وهذا يتفق مع المرحلة العمرية.

7 - تشير نتائج الدراسة الميدانية أن 69% من عينة الدراسة تثق في المعلومات التي تقدم من خلال الإعلان الإلكتروني عن السلع، منهم 7,60% حجم ثقتهم متوسط و 3,8% حجم ثقتهم مرتفعة و 31% حجم ثقتهم ضعيف.

8 - أوضحت بيانات الدراسة مدى تأثير الإعلان الإلكتروني على قرار شراء السلعة حيث أشار 6,50% إلى أن تأثرهم بالإعلان الإلكتروني أحياناً، وأجاب 3,24% بنعم، بينما عبر 1,25% من إجمالي حجم العينة بعدم تأثرهم من الإعلان الإلكتروني عند شراء السلعة وتتمثل أهم أسباب التأثير في: خلق الرغبة في شراء السلعة بنسبة 1,44%، تكرار الإعلان يؤدي إلى تقبل السلعة بنسبة 6,37%، وتثبيت السلعة في ذهن الجمهور بنسبة 6,36%، الاستعانة بالشخصيات المبهرة بنسبة 2,29%.

9 - يتبين من الدراسة أن أهم السلع والخدمات التي زاد إقبال الجمهور عليها بعد مشاهدة الإعلانات الإلكترونية هي الملابس، وجاءت في الترتيب الأول يليها أجهزة المحمول وخدماته، ثم مستحضرات التجميل والموضة.

10 - جاء الابهار من حيث الالوان والتصميم كأهم الاستمالات المستخدمة في الإعلان الالكتروني يليها إظهار تميز مقتنى السلعة، ثم التركيز على خصائص المنتج.

11 - أظهرت نتائج الدراسة عدم رضا الجمهور العربي عن مستوى لغة الإعلان التلفزيونى، إذ وصلت درجة عدم الرضا 4, 64٪ عبر 2, 43٪ أنه مستوى متوسط و8, 15٪ أنه مستوى ضعيف و4, 5٪ أنه مستوى ضعيف جداً، ويرجع ذلك إلى المستوى الضعيف للغة الإعلان الالكتروني.

وبالنسبة للأثار لسلبية نحو الإعلان الالكتروني كما يراها أفراد عينة الدراسة جاءت كما يلي:-

- "يرفع من ترويج السلعة" أجاب بالموافقة من الجمهور المصرى على هذا الاتجاه بنسبة 6, 95٪ منهم 6, 64٪ بالموافقة و31٪ بـ إلى حد ما.

- "يعمل على إثارة الغرائز" أجاب بالإيجاب على هذا الاتجاه 1, 73٪ منهم 7, 34٪ بالموافقة و4, 38٪ بـ إلى حد ما ولم يعارض هذا الاتجاه سوى 9, 26٪ من جمهور الشباب.

- "ينمى روح الاستهلاك والتبذير" عبر بالموافقة الصريحة على هذا الاتجاه 4, 35٪ وأجاب بـ إلى حد ما بنسبة 9, 36٪ وعارض هذا الاتجاه 7, 27٪.

- "يعمل على زيادة استهلاك السلع الترفيهية" أجاب بالموافقة الواضحة على هذه العبارة 4, 49٪ و إلى حد ما 6, 39٪ وعارض هذا الاتجاه 11٪.

- "يعمل على تضليل المستهلك" أجاب بالموافقة على هذا الاتجاه 4, 85٪، أجاب بالموافقة الصريحة "أوافق" 3, 65٪ و1, 20٪ بـ إلى حد ما، وعارض هذا الاتجاه 6, 14٪.

- "ينمى الشعور بالحرمان والفوارق الاجتماعية، أجاب بالإيجاب على هذه العبارة بنسبة 2, 86٪، أجاب منهم 8, 60٪ بالموافقة وبنسبة 4, 25٪ إلى حد ما، بينما عارض ذلك 8, 13٪.

- "كثافة تكرار الإعلان تؤدي إلى فقدان المصدقية"، أجاب بالإيجاب على هذه العبارة 5, 87٪، منهم 4, 52٪ أوافق، و 1, 35٪ إلى حد ما، وعارض ذلك 5, 12٪.

توصيات الدراسة:

- ضرورة وجود شركات إعلانية عربية ذات امكانيات عالية تخاطب الجمهور العربي وفقاً لثقافته التي تتفق مع عاداته وتقاليده وقيمه.

- ضرورة وضع قيود على انتشار نشاط الشركات الدولية والحد من تأثير إعلاناتها المبهرة والمكثفة في وسائل إعلامنا.

- إجراء العديد من الدراسات لمعرفة تأثير إعلانات الشركات الدولية على: النواحي الاقتصادية والثقافية والاجتماعية وما تحمله تلك الإعلانات من تأثير على الهوية الوطنية والنواحي الأمنية

- تحرير الإنسان العربي من قبضة تأثير بعض الإعلانات الدولية ذات النزعة الاستهلاكية الغربية من خلال الحد من إعلاناتها عبر الوسائل الإعلامية العربية ووضع القيود على انشطتها داخل المجتمع العربي.

- التركيز على ثقافة ترشيد الاستهلاك وتشجيع المنتج الوطني وعدم الانسياق وراء الإعلانات الدولية.

مصادر الدراسة ومراجعتها:

- (1) مصطفى أحمد تركي، "وسائل الإعلام وأثرها في شخصية الفرد"، مجلة عالم الفكر، المجلد الرابع عشر، العدد الرابع، الكويت: وزارة الإعلام، فبراير - مارس 1984، ص 102: 105.
- (2) صفوت العالم، عملية الاتصال الإعلاني، الطبعة الخامسة (القاهرة: مكتبة النهضة المصرية، 2002م)، ص 9.
- (3) السيد بهنسي، ابتكار الأفكار الإعلانية، الطبعة الأولى، (القاهرة: عالم الكتب، 2007م) ص 266.
- (4) سهير جاد، وسائل الإعلام والاتصال الاتقاعى، الطبعة الأولى، (القاهرة: لهيئة المصرية العامة للكتاب، 2003م) ص 190.
- (5) خليل صابات، الإعلام: تاريخ - أسسه وقواعده - فنونه وأخلاقياته، الطبعة الثالثة (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1997م) ص 14.
- (6) جون فيليب جوتر، التسويق والإعلان وأثرهما على المستهلك، ترجمة هشام الدجاني، الطبعة الأولى (السعودية: العبيكان، 2001م) ص 21.
- (7) سامى عبد العزيز، "تأثير الإعلان على السلوك الشرائى للطفل"، مجلة بحوث الاتصال، العدد السادس، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ديسمبر 1991م، ص 193.
- (8) فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، الطبعة الأولى، (دمشق: دار الفكر، 2002م) ص 48.
- (9) فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأى العام: تصميمها وإجراؤها وتحليلها، الطبعة الأولى (القاهرة: دار النشر للجامعات، 2001م)، ص ص 93، 94.
- (10) أمانى السيد فهمى، "الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير فى الراديو والتلفزيون، العدد السادس، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، أكتوبر/ ديسمبر، 1999، ص 209.
- (11) محمد عبد الحميد، البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية، الطبعة الأولى، (القاهرة: عالم الكتب، 2000م) ص 58.
- (12) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة: عالم الكتب، 1997م) ص 262: 264.
- (13) فريال مهنا، مرجع سابق، ص 152: 154.
- (14) منى سعيد الحديدى، وسلوى إمام على، الإعلام والمجتمع، الطبعة الأولى (القاهرة: الدار

المصرية اللبنانية، 2004م) ص 90.

(15) استفاد الباحث في تصميم هذا النموذج من كتاب على عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، (القاهرة: عالم الكتب، 2000م) ص 128.

(16) صفوت العالم، مرجع سابق، ص 66.

(17) فريال مهنا، مرجع سابق، ص 49، 50.

(18) محمد الوفاي، الإعلان، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1989م)

(19) سامى عبد العزيز، مرجع سابق، ص 193: 221.

(20) فوزية عبد الله العلى، "الطفل في إعلانات تليفزيون دولة الإمارات العربية المتحدة: دراسة ميدانية"، مجلة بحوث الاتصال، العدد السابع، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يوليو 1992م، ص 53: 78.

(21) عبد الرحمن العناد، "تقدير البالغين لأثر الإعلان التجارى في التلفزيون على السلوك الاستهلاكي للطفل"، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، الآداب والعلوم الإنسانية، م 5، 1992م.

(22) عدلى سيد محمد رضا، "أثر إعلانات التلفزيون على السلوك الشرائى للجمهور المصرى: دراسة ميدانية على عينة من مدينة القاهرة الكبرى"، مجلة بحوث الاتصال، العدد التاسع، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يوليو 1993م، ص 87: 114.

(23) محمد رضا الجمال، "تقويم أساليب الإعلان التلفزيونى فى مصر: دراسة عملية وميدانية"، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1993م.

(24) ابتسام أبو الفتوح الجندى، "اثر التعرض للمضمون اللفظى بالإعلانات التلفزيونية على لغة الطفل: دراسة كمية- كيفية"، مجلة بحوث الاتصال، العدد التاسع، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يوليو 1993م، ص 55: 80.

(25) عصام نصر سليم وفوزية عبد الله العلى، "علاقة الطفل بالإعلان التلفزيونى التجارى فى الإمارات"، مجلة شؤون اجتماعية، العدد 50، الإمارات العربية المتحدة، 1996م.

(26) تحسين منصور، "اتجاهات طلبة جامعة اليرموك نحو الإعلان التلفزيونى وعلاقتها ببعض المتغيرات"، مجلة بحوث اليرموك، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 14، العدد 1998م).

(27) منير حسن على السيد، "أثر صفات المستهلك الديموغرافية على كفاءة الإعلانات التلفزيونية الدولية الموجهة إلى المستهلك فى المملكة العربية السعودية"، مجلة الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك عبد العزيز، م 13، ع 1، 1420هـ/ 1999م.

28) تحسين منصور، "أثر الإعلان التلفزيوني في السلوك الاستهلاكي: دراسة ميدانية على سكان شمال الأردن بمدينة إربد"، مجلة مؤتة للبحوث والدراسات، المجلد السابع عشر، العدد الثاني، المملكة الأردنية الهاشمية، 2002م.

29) أحمد بن عبد الله المطوع، "اتجاهات الوالدين نحو الإعلانات التلفزيونية الموجهة للأطفال: دراسة ميدانية في مدينة الرياض"، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، الاقتصاد والإدارة، م16، ع2، 1423هـ/2002م.

30) أمال حسن الغزوى، "الجانب الأخلاقي للإعلان التلفزيوني على القنوات الأولى المصرية الأراضية والفضائية: دراسة تحليلية"، المؤتمر العلمي السنوى التاسع أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، الجزء الثاني، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مايو 2003م.

31) أشرف جلال حسن، "القيم الاجتماعية في إعلانات التلفزيون المصري وأثرها على اتجاهات الجمهور نحو الإعلان"، المؤتمر العلمي السنوى التاسع، أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، الجزء الرابع، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو 2003م، ص137.

32) سامى الصادى، "دور الدعاية في الإعلان التجارى: دراسة مسحية لاتجاهات المستهلك الأردنى"، الملتقى العربى الثانى التسويق فى الوطن العربى: الفرص والتحديات، الدوحة، قطر، 6-8 أكتوبر 2003م.

33) ناصر محمود عبد الفتاح، "تعرض طلاب الجامعات للإعلانات التلفزيونية وعلاقته باستخدامهم للإنترنت والتليفون المحمول"، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، المجلد السادس، العدد الأول، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، يناير/ يونية 2005م، ص125: 177.

34) عز الدين على أبو سنينة، "أثر الإعلان التلفزيوني على السلوك الشرائى للمستهلكين الليبيين: بحث ميدانى لعينة من سكان مدينة بنغازى، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، الاقتصاد والإدارة، م2، ع1، 1427هـ/2006م..

(35) http://mawdoo3.com/%D9%85%D8%A7_%D9%87%D9%8A_%D8%AF%D9%84%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA_%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%A7%D9%86

(36) Yi Xie, Rajeev Batra and Siqing Peng, (2015), "An Extended Model of Preference Formation Between Global and Local Brands: The Roles of Identity Expressiveness, Trust, and Affect", Journal of International Marketing, March, Vol.23, No.1, pp.50-71.

(37) M. Berk Talay, Janell D. Townsend, and Sengun Yeniurt, (2015), Global Brand

Architecture Position and Market-Based Performance: The Moderating Role of Culture”, *Journal of international Marketing*, June, Vol.23, No.2, pp.55-72.

(38) Yi-Lin Tsai, Chekitans.Dev, and Pradeep Chintagunta, (2015), «whats in a Brand Name? Assessing the impact of Rebranding in the Hospitality Industry», *Journal of Marketing Research*: December, Vol.52, No.6, pp.865-878.

Doi: <http://dx.doi.org/10.1509/jmr.13.0221>

(39) Kristopher o.Keller, Marnik G Dekimpe and Inge Geyskens, (2016), «15-Let your Banner Wave? Antecedents and Performance Implications of Retailers, Private-Label Branding Strategies», *Journal of Marketing*: July, Vol.80, No.4, pp.1-19.

Doi: <http://dx.doi.org/10.1509/jm.15.0154>

(40) Robert Azuayi, (2016), “International Branding Strategies of Global Companies: A case Study of Sony Ericson”, SMC University, Copenhagen, Denmark

متاح على :

<https://WWW.omicsonline.com/open-access/international-branding-strat>

(41) Helena F.Allman, Anton P.Fenik and Fllicia.Morgan, (2016), " Brand Image Evaluations: The Interactive Roles of Country of Manufacture, Brand Concept, and vertical line Extension Type", *Journal of international Marketing*, June, Vol.24, No.2, pp.40- 61.

(42) Luping Sun, Xiaona Zheng, Meng su, and L.robin Keller, (2017), Intention-Behavior Discrepancy of Foreign Versus Domestic Brands in Emerging Markets: The Relevance of consumer Prior Knowledge", *Journal of international Marketing*, March, Vol.25, No.1, pp.91- 109 .

(43) Chelsea Bevins, (2014), Get schooled: A visual semiotic Analysis of Targets Branding using instagram. MAS Theses, Faculty of liberty university Communication studies. Available online URL <http://digitalcommons.Liberty.edu/cgi/viewcontent.cgi?context=masters>.

انعكاسات الأخبار الكاذبة على السلوك الإنساني وتعامل استراتيجية التسويق الاجتماعي معها

أ. د. خليل عبد المقصود عبد الحميد

أستاذ الخدمة الاجتماعية
جامعة أم القرى بمكة المكرمة
المملكة العربية السعودية

أ. د. هند عقيل الميزر

أستاذة الخدمة الاجتماعية
جامعة الملك سعود بالرياض
المملكة العربية السعودية

The repercussion of “False News” on human behavior, and how social marketing strategy deals with

The study aimed to investigate the relationship between the repercussions of false news on human behavior and the social marketing strategy. Knowing that modern media, such as websites and social media networks, are considered as quick sources of false and misleading information, this social survey relied on the intentional sampling method. The sample size was 156. The results showed that "social media networks" are the main and first source of false news, and the "traditional media" as the last source of this news. The purpose of the publication of false news, from the point of view of the sample of the study, is to “instigate sedition and corruption”. Regarding the positive and negative behavioral responses to false news, the sample response was that “searching for the source of the news” and “believing the news” came in the first order. The thing that indicates that the mem-

bers of the sample, after investigating the source of the news, believe it based on the source of the news.

At the level of the terminologies of the social marketing strategy, the sample study finds that "the method of persuasion by persuading people not to believe what is published and circulated from undocumented news" is the method to be used. There was a statistically significant positive correlation between the social marketing strategy and positive and negative behavioral at the levels of 0.01 and 0.05 respectively. There were no statistically significant differences in both positive and negative behavioral responses due to differences in social variables (age, gender, marital status, employment status, educational level and place of residence), except for differences in positive behavioral responses due to different locality variables. The differences between the study group members from the Eastern Region and the group of study sample members from the Western and Southern regions are in favor of the group of study sample members living in the Eastern Region. There are statistically significant differences at the level of 0.01 on the axis of the social marketing strategy due to the difference in any of the social variables (gender, age, marital status, employment status and place of residence). There are no statistically significant differences on the axis of social marketing strategy methods due to the variable level of education.

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين انعكاسات الأخبار الكاذبة على السلوك الإنساني وتعامل استراتيجية التسويق الاجتماعي معها. وتنبع أهمية الدراسة من التأثير السلبي في تلقي ونقل الأخبار الكاذبة على السلوك الإنساني والبيئة الاجتماعية، حيث تعتبر وسائل الإعلام الحديثة بما تتضمنه من مواقع إلكترونية وشبكات تواصل اجتماعي مصادر سريعة لإرسال واستقبال المعلومات الزائفة والمضللة، واستخدمت

الدراسة منهج المسح الاجتماعي بأسلوب العينة العمدية، وقد بلغ حجم العينة 156 مفردة. وتوصلت الدراسة لعدة نتائج حيث أوضحت النتائج أن "شبكات التواصل الاجتماعي" هي المصدر الأول للأخبار الكاذبة، بينما جاءت "وسائل الإعلام التقليدي" كمصدر أخير لهذه الأخبار. وفيما يتعلق بأغراض نشر الأخبار الكاذبة فقد كان الغرض الأساسي من وجهة نظر عينة الدراسة هو "زرع الفتنة والفساد". وفيما يتعلق بالاستجابات السلوكية الإيجابية والسلبية تجاه الأخبار الكاذبة فقد كانت الاستجابة الأكثر تكراراً لعينة الدراسة هي "البحث عن مصدر صحة الخبر"، كما جاء "تصديق الخبر" على التوالي بنفس الترتيب الأول مما يشير إلى أن أفراد العينة بعد التحري عن مصدر الخبر يصدقونه بناء على مصدر الخبر.

وعلى مستوى عبارات محور استراتيجية التسويق الاجتماعي فقد رأت عينة الدراسة أن "أسلوب الاقناع من خلال إقناع الناس بعدم تصديق ما يتم نشره وتداوله من أخبار غير موثقة" هو الأسلوب الذي يجب أن يكون الأكثر استخداماً. ووجدت الدراسة أن هناك علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية التسويق الاجتماعي وبين كل من الاستجابات السلوكية الإيجابية والاستجابات السلوكية السلبية عند مستويي (0,01، 0,05) على التوالي. كما أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول كل من الاستجابات السلوكية الإيجابية والسلبية ترجع إلى اختلاف أي متغير من المتغيرات الاجتماعية (العمر، الجنس، الحالة الاجتماعية، الحالة الوظيفية، المستوى التعليمي ومكان الإقامة) عدا الفروق حول الاستجابات السلوكية الإيجابية والتي ترجع لاختلاف متغير مكان الإقامة، فكانت دالة عند مستوى معنوية 0,05 وكانت هذه الفروق بين مجموعة أفراد عينة الدراسة من المنطقة الشرقية من ناحية وبين مجموعة أفراد عينة الدراسة من المنطقتين الغربية والجنوبية لصالح مجموعة أفراد عينة الدراسة ممن يقيمون في المنطقة الشرقية. وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0,01 حول محور استراتيجية التسويق الاجتماعي ترجع إلى اختلاف أي من المتغيرات الاجتماعية (الجنس، العمر، الحالة الاجتماعية، الحالة الوظيفية ومكان الإقامة). ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي ترجع لمتغير المستوى التعليمي.

الكلمات المفتاحية/ الأخبار الكاذبة Feck News، التسويق الاجتماعي Social marketing.

مقدمة الدراسة:

تعد ظاهرة الأخبار الكاذبة من الظواهر القديمة إذ شهد التاريخ على نماذج عديدة نُشرت من خلال استخدام وسائل الإعلام لتحقيق أغراض عديدة ترتبط بمن يملكون تلك الوسائل، أو تستهدف الأنظمة القائمة أو فئات محددة من المجتمع، وقد ظلت الأخبار الكاذبة جزءاً رئيسياً من حملات الدعاية والحروب النفسية عبر عقود من الزمن، وقد تصاعد الاهتمام بالأخبار الكاذبة وتأثيرها على المجال العام بسبب الانتشار الكثيف للأخبار المضللة عبر وسائل الإعلام الحديث ووسائل التواصل الاجتماعي التي من خلالها أصبح الملايين من المستخدمين منتجين للأخبار وأصبح كل شخص قادر على نشر الصور والمقاطع المصورة والأخبار ومشاركتها مع الآخرين، وتعددت الدوافع والحاجات خلف نشر الأخبار الكاذبة، فقد يكون الدافع لذلك الفعل البحث عن الشهرة، أو إثارة الفتن، أو إثارة الخوف والرعب، كما أن البعض يلجأ لنشر الأخبار الكاذبة رغبة منه في لفت الانتباه، وتحقيق الحاجات العليا في هرم الحاجات البشرية كت تحقيق وتوكيد الذات التي يرى (ماسلو) أن دافعية تحقيقها لا يتوقف عند حد الإشباع الجزئي فحسب بل يسعى الفرد إلى تحقيق المزيد من الإشباع لمثل هذه الحاجات لأنها دائمة الإلحاح ولا تشبع بصفة دائمة.

وقد تختلف وتنوع ردود أفعال الأشخاص المتلقين للأخبار الكاذبة تبعاً لنوع الخبر ومصدره وسرعة انتشاره ومدى ارتباطه بقضايا المجتمع وما يشغل الرأي العام، فقد يكتفي البعض بالاطلاع على الخبر في حين أن آخر قد يساهم في انتشاره من خلال إعادة إرساله ومشاركته مع الآخرين من خلال مواقع وسائل التواصل الاجتماعي التي تعتبر في الوقت الحاضر أحد أهم ركائز التسويق الاجتماعي، التي يتم من خلالها الترويج للأفكار والأخبار الكاذبة التي تصل إلى أكبر عدد من أفراد المجتمع في أقصر مدة ممكنة وأقل تكلفة.

ونشر الأخبار الكاذبة أو نقل الأخبار السيئة لها تأثيراتها السلبية التي تنعكس على الصحة النفسية والعقلية والجسدية، فالشخصية الإنسانية تعيش في هذا الزمن بين مؤثرات بيئية بسبب ما تتناقله وسائل الإعلام من أحداث العالم وما أفرزته الحروب من دمار ونقص في الموارد المالية والبشرية، وفي المقابل قد يواجه الشخص سماع خبر سيئ يرتبط بالإصابة بمرض أو موت قريب أو فقدان عمل الخ.

وتعمل مهنة الخدمة الاجتماعية لإحداث عملية التغيير المخطط لتحسين حياة الناس أفراداً وجماعات ومجتمعات من خلال مهامها في الاستشارات وإدارة الموارد والتعليم، وتستخدم مجموعة من الاستراتيجيات لتحقيق أهدافها العلاجية أو الوقائية أو الإنمائية. ويعتبر التسويق الاجتماعي أحد الاستراتيجيات التي تحدث تغيير مقصود في السلوك الإنساني.

وتساهم هذه الورقة بدراسة انعكاسات الأخبار الكاذبة على السلوك الإنساني وتعامل استراتيجية التسويق الاجتماعي معها.

مدخل لمشكلة الدراسة

يقوم الإعلام والاتصال بدورا بارزا ومؤثرا في المجتمعات الإنسانية، وعلى كافة الأصعدة المحلية والإقليمية والدولية. كما يؤثر ويتأثر السلوك الإنساني بما يحيط به من مشيرات بيئية سواء أكانت اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية أو ثقافية. وعلى الرغم من أهمية ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في حياة الشعوب، إلا أن التطورات التكنولوجية قد تساهم في زعزعة الأمن النفسي من خلال نشر الأخبار الكاذبة والتي بدورها لها تأثير على تشكيل الرأي العام. حيث أن آثار وتبعات الأخبار المزيفة في عصر التواصل الرقمي تصبح أهم بكثير من الخبر المزيّف، لأن انتشار الخبر يصبح من الصعب التخفيف من حدة وطأته حتى وإن ظهر بالدليل الثابت أنه مزيّف (سعيد، 2018:99).

وقد بدأت لجنة الاتصالات الفيدرالية كوكالة حكومية تشرف على نشر البيانات الإخبارية في عام 2004م بعدما عُرض الفيديو في 40 محطة تلفزيونية بأمريكا عن فوائده قانون الرعاية الطبية المدعوم من البيت الأبيض والذي كان من أهدافه مساعدة المسنين الأمريكيين، واثناء نهاية العرض على الهواء ظهر صوت سيدة أمريكية تقول: "تقرير كارين ريان" من واشنطن. وقد أفادت شركة الإنتاج لاحقاً بأنها استأجرت "كارين ريان" لقراءة النص الذي سبق إعداده من الحكومة الفيدرالية. وبعد التحقيق أوضح مكتب المساءلة الحكومية أن فيديو قانون الرعاية الطبية لم يكن سوى دعابة قصدتها الحكومة الأمريكية.

واليوم أصبحت وسائل الإعلام الحديثة بما تتضمنه من مواقع إلكترونية أو شبكات

اجتماعية مصدر لنقل وتناقل الأخبار الصحيحة بصفة عامة والكاذبة بصفة خاصة. ويرى مايكل بيترز (2017) أن عدد الأخبار المزيفة قد فاق عدد الأخبار الواقعية الصادقة عن الانتخابات الأمريكية في فترة انتخابات "ترامب وكلينتون" كما يؤكد على أن مفهوم الأخبار المزيفة ترافق ظهوره مع الانتخابات الرئاسية الأمريكية الماضية (Peters,2017: 566).

ويعرف جوني يافي الأخبار المزيفة بأنها: المعلومات المقدمة باعتبارها معلومات واقعية ولكنها في الحقيقة هي معلومات متحيزة وتدعم استنتاجات من يروجونها، كما أنها معلومات غير صحيحة تكون فيها الحقائق المطروحة مشوهة أو غير دقيقة أو خليطاً من الاثنين (Yaffe,2017:369 – 372).

يحدد مايكل بيترز مفهوم الأخبار المزيفة على أنه استراتيجية تقوم بها الدول في إطار حرب المعلومات السائدة الآن اعتماداً على هذه النوعية من الأخبار مثل ما فعلته روسيا أثناء الانتخابات الأمريكية (5 – 15) (Peters,2017: 5).

وقد تبنت بعض المواقع الإلكترونية بعض البرامج التي تتيح الكشف عن المعلومات المضللة مثل موقع Full Fact وهو موقع بريطاني غير حكومي ولا يخضع للعمل السياسي ويعمل مع الحكومة البريطانية ومؤسسات البحث لتحسين جودة المعلومات المقدمة للجمهور وتقديم الحقائق كاملة بعد فحصها ليتمكن المتلقي من الوصول إلى رؤية واضحة حول الموضوع المحدد. ومصطلح أخبار مزيفة بدأ استخدامه على نطاق واسع متزامناً مع حملات الترشح للانتخابات الأمريكية 2016 وتؤكد ذلك سعيد (2018) حيث أوضحت أن مفهوم الأخبار الوهمية في وسائل التواصل لم يكن له وجود قبل عام 2016م، وفي نفس الوقت تعمل شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وتويتر على الحد منها هذه النوعية من الأخبار. في حين تؤكد عبد الفتاح (2018) على أن الأخبار الكاذبة تنتشر على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أكبر بكثير من الأخبار الحقيقية، وذلك لأنها تحتوي على أخبار صادمة وملفقة وتحتوي على عناصر الجذب التي تساعدها على الانتشار. ويقدم كراسكي مقارنة بين النظام القانوني في أمريكا وألمانيا. من حيث المنشورات الإخبارية المزيفة دون رقابة، ففي أمريكا النظام القانوني ينتظر حدوث الضرر ثم يبدأ في التحرك والتعويض عن الضرر الذي حدث بسببها، في حين أن

المانيا أكثر استعداد للتصدي مباشرة لمحتوى الكلام وتوفير سبل انصاف أخرى. ولكن نظراً لصعوبة تحديد المتحدثين عبر الإنترنت، غالباً ما يكون النظامان غير قادرين على توفير العلاجات للسمعة المصابة، من بين الإصابات العديدة الأخرى، وسوف تتطلب ثورة وسائل الإعلام الاجتماعية الحديثة تطوراً قانونياً مناسباً حتى يمكن محاسبة المسؤولين عن الأخبار الكاذبة. (Kraski, 2017: 37) وتستخدم الأخبار المزيفة للتأثير على الرأي العام وتشويه السمعة والتضليل، ومزايا الكمبيوتر تسهل على أولئك الذين يعرفون كيفية اللعب في النظام لأغراضهم الخاصة. ومن الصعب تحديد الأخبار المزيفة على الإنترنت، وتحديد مصدرها، ولا تزال وسائل إيقافها حتى الآن غير معروفة (Burkhardt, 2017). وعادة ما تستهدف حملات التسويق الاجتماعي الأخبار التي تتسبب في مشاكل كبيرة في المجتمع. ومن ثم يجب إجراء بحث مناسب عند القيام بأي حملة خلال عملية التنمية وبعد ذلك، لتقييم أثرها. وغالباً ما تشتمل السوق المستهدفة لحملات التسويق الاجتماعي أعضاء أصغر سناً في المجتمع. لذلك يجب أن تكون منهجية البحث المستخدمة عند تطوير أو تقييم هذه الحملات مناسبة للمراهقين. وتمتلك الأبحاث المستندة إلى الإنترنت القدرة على توليد بيانات قابلة للمقارنة مع تلك الناتجة عن طرق البحث التقليدية ومع تحسين الكفاءة من حيث القياس الزمني والتكلفة والجودة وكمية الاستجابات (Meyrick, 2007: 103-112). ولذلك شهد التسويق الاجتماعي نمواً كبيراً خلال العقود الثلاثة الماضية وانتشر استخدامه في مختلف المجالات الاجتماعية والعامة والصحة والوقاية والمخاطر.

وتعتبر وسائل التسويق الاجتماعي آليات تساعد على زيادة الوعي لمحو أمية المعلومات ومكافحة الأخبار الكاذبة وانتشارها. وتعرف محو أمية المعلومات بأنها: مجموعة من القدرات المتكاملة التي تشمل الاكتشاف الواضح للمعلومات وفهم كيفية إنتاج المعلومات وتقييمها والمشاركة في بيئة التعلم (Yaffe, 2017: 369-372).

وتعتبر المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي مصادر سريعة لإرسال واستقبال المعلومات الزائفة والمضللة، وتختلف المعلومات الخاطئة عن المضللة أو الزائفة، حيث أن المعلومات الخاطئة يتم نقلها بدون قصد، في حين أن المعلومات المضللة تكون بقصد. وفي هذه الدراسة يقصد بالأخبار الكاذبة الأخبار المختلفة التي

لا تستند إلى أية حقائق أو مصادر أو اقتباسات. ويتم تصميمها عن قصد، ونشرها بغرض التأثير في الرأي العام أو حجب الحقائق. وفي ضوء ذلك تتحدد مشكلة الدراسة في التساؤل التالي: هل توجد علاقة بين انعكاسات الأخبار الكاذبة على السلوك الإنساني وتعامل استراتيجية التسويق معها؟

وبناءً على ذلك تستهدف الدراسة معرفة العلاقة بين انعكاسات الأخبار الكاذبة على السلوك الإنساني وتعامل استراتيجية التسويق معها. ولتحقيق هذا الهدف سوف تجيب الدراسة على التساؤلات التالية:

1. ما مصادر الأخبار الكاذبة؟
2. ما الأغراض من نشر الأخبار الكاذبة؟
3. ما أنواع الاستجابات السلوكية نحو الأخبار الكاذبة؟
4. ما وسائل استراتيجية التسويق الاجتماعي في التعامل مع الأخبار الكاذبة؟
5. هل توجد علاقة بين الاستجابات السلوكية نحو الأخبار الكاذبة واستراتيجية التسويق؟
6. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول محور الاستجابات السلوكية ترجع لبعض المتغيرات الاجتماعية (الجنس، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، الحالة الوظيفية، العمر ومكان الإقامة)؟
7. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي ترجع لبعض المتغيرات الاجتماعية (الجنس، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، الحالة الوظيفية، العمر ومكان الإقامة)؟

ادراج المفاهيم:

الأخبار الكاذبة: التقارير الخاطئة عن الأحداث، والتي تكتب، وتقرأ من المواقع

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fake-news>

الأخبار السيئة: أي شيء مزعج، غير مرحب به، أو خطير

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/bad%20news>

المعلومات المضللة: المعلومات الخاطئة التي تهدف إلى التضليل، وخاصة الدعاية التي تصدرها منظمة حكومية إلى قوة منافسة أو وسائل الإعلام

<https://en.oxforddictionaries.com/definition/disinformation>

المعلومات الخاطئة: معلومات خاطئة أو غير دقيقة، خاصة تلك التي تهدف إلى الخداع عمداً

<https://en.oxforddictionaries.com/definition/misinformation>

حو أمية المعلومات: تمكن الناس من معرفة قراءة وكتابة المعلومات، والبحث عن المعلومات واستخدامها لاتخاذ خيارات مستنيرة في حياتهم الشخصية والمهنية والأكاديمية.

<http://www.ufh.ac.za/library/InfoLit/definition.html>

الإطار النظري للدراسة:

أولاً: الأخبار الكاذبة

تعتبر الأخبار الكاذبة الشائعات والأخبار السيئة من الظواهر الاجتماعية التي عرفها الإنسان منذ القدم. ولكنها تختلف في مضامينها باختلاف الأغراض والدوافع ودرجة التأثير على أي نوع من مستوى الوحدات الاجتماعية (أفراداً، أسر، جماعات، تنظيمات، مجتمعات).

وتستهدف الأخبار الكاذبة غايات إيجابية أو سلبية، فعلى سبيل المثال كذبة إبريل اشتهرت على مستوى العالم حيث يعتبر مطلع شهر أبريل من كل عام أشهر الأوقات لنشر الشائعات والأخبار الكاذبة تحت ما يدعى (كذبة أبريل) التي يغلب على طابعها المداعبة والفكاهة، وهي مناسبة تقليدية في عدد من الدول وتشتهر بعمل خدع في الآخرين ويطلق على من يصدق هذه الإشاعات أو الأكاذيب اسم "ضحية كذبة إبريل".

كما تستهدف أيضاً الأخبار السيئة غايات إيجابية أو سلبية فعلى سبيل المثال عندما يتم نقل خبر وفاة شخص لذويه، الغاية إيجابية لأنها قضاء الله وقدره ولا تستهدف كسب مصالح شخصية أو سياسية. ولذلك يختلف نقل وتناقل الأخبار الكاذبة أو السيئة باختلاف الأغراض والدوافع أو المكاسب. كما تتعدد وسائل وأساليب انتشارها، وفي

ظل وسائل الاعلام الجديدة ووسائل التواصل الاجتماعي، فإن سرعة انتشارها تصل مثل البرق.

وفي ظل تعدد وتطور وسائل الإعلام والاتصال وشبكات التواصل الاجتماعي فقد أصبح تدفق كثير من الأخبار والروايات التي تضع الشخص المتلقي في حيرة من أمره وكيف يتأكد من صدقها وعدمه، إذ بإمكان أي شخص تسجيل اسم مستعار في برامج التواصل الاجتماعي واستخدامه في إطلاق الشائعات والافتراءات بل وقد يستخدم البعض أسماء أشخاص مشهورين والكتابة بأسمائهم، وتعتبر وسائل التواصل الاجتماعي سلاحاً ذو حدين لأنه بالرغم من الإيجابيات التي حققتها وسائل التواصل الاجتماعي في تقريب المسافات بين الناس، إلا أنه في المقابل اتخذها البعض وسيلة لترويج الشائعات التي أصبحت مادة خصبة للبعض لدرجة أن هذه الشائعات اقتحمت الحياة الخاصة ونسج حولها البعض قصصاً وروايات لا أصل لها ولا حقيقة (الكلباني: 2017، 129-133).

ويلخص القحطاني، أنواع الشائعات حسب سرعة انتشارها بما يلي:

- الشائعات الزاحفة: وهي التي تروج ببطء ويتناقلها الناس همساً وبطريقة تنتهي في آخر الأمر أن يعرفها الجميع.

- شائعات العنف: وتوصف بأنها سريعة وقوية وتنتشر بسرعة فائقة وسط جماعة معينة كالكوارث والحوادث، وهذا النوع يعتمد على العواطف الجياشة من الذعر والغضب والسرور المفاجئ.

- الشائعات الغائصة: تروج في أول الأمر تغوص تحت السطح لتظهر مرة أخرى عندما تنهياً لها الظروف بالظهور (القحطاني: 1997، 47).

كما يلخص محمد دوافع نشر الأخبار الكاذبة وانتشارها بما يلي:

- العدوانية: تجاه الشخص (أو الجماعة) المستهدف بالإشاعة، وذلك لتشويه السمعة أو تغيير موقف الناس منه (أو منها)، أو إثارة الخوف وهذا يحدث تجاه الأشخاص أو الجماعات ذات الأهمية والشهرة، حين تطلق عليهم الشائعات.

- الإسقاط: ومن خلالها يُسقط مروج الشائعة ما يضره في نفسه على شخص

آخر أو مجموعة أشخاص، كالخوف، الإهمال، ميول الكذب، الخيانة، الرشوة أو التضليل فيسقطه على الآخرين.

- التنبؤ: تشير الشائعة إلى احتمالات مستقبلية يعتقد مروج الشائعة حدوثها وهو يهيب الناس والظروف لاستقبالها.

- الاختبار: تكون الشائعة هنا كبالونة اختبار لمعرفة نوعية وقدر استجابة الناس لحدث معين حين يقدر له الحدوث فعلاً.

- جذب الانتباه: حيث يبدو مروج الشائعة أو ناقلها على أنه عليم ببواطن الأمور وأن لديه مصادر مهمة للأخبار لا يعرفها بقية الناس، وربما يكون هذا تعويضاً عن نقص أو عدم ثقة بالنفس (محمد: 2013، 127).

خصائص الشائعات:

لقد حدد العلماء الاجتماعيين خصائص الشائعات فيما يلي (الحربي: 2012، 95-96):

- الإشاعة هي عملية نشر المعلومات أو الأخبار ونتاج هذه العملية.
- من السهولة أن تتولد الإشاعة وليس من السهل أن تتوقف، فهي تتدحرج بسرعة كرة الثلج، بل بسرعة الضوء والصوت معاً عن طريق الأقمار الصناعية والانترنت في الوقت الحاضر لتصل إلى جميع أطراف الكون في ثوانٍ معدودة.
- قد تكون الإشاعة صادقة، أي قد تركز المعلومات الواردة في الإشاعة على أصل من الحقيقة.
- قد تكون الإشاعة غير صحيحة أو كاذبة، أي قد تركز على معلومات غير مؤكدة أو كاذبة تماماً.
- قد تكون الإشاعة صادقة وكاذبة، أي تحتوي الإشاعة على معلومات صحيحة وأخرى مختلفة في نفس الوقت.
- من الصعب تتبع أو التأكد من أي شخص أو جهة كان مصدر الإشاعة أثناء انتشارها، ولكن من الضرورة بمكان الحرص بتبيين مصدر الإشاعة والتثبت منه

من أجل الرد عليها وتفنيدها والسيطرة عليها وأحياناً محاسبة مطلقها ومروجيها.
- من المحتمل أن يتحول أو يتغير محتوى الإشاعة على مر الزمن كلما انتقلت من المصدر الأصلي إلى ناقلها أو مروجها وهو ما يطلق عليه شعبياً تبهير الإشاعة أو الخبر؟

وفي ظل التقدم والتطور التكنولوجي وما صاحبه من ثورة في عالم الاتصال جعل العالم بمثابة قرية صغيرة، تغيرت فيه الكثير من القيم الأخلاقية والسلوكيات الإيجابية، مما يتطلب على مهنة الخدمة الاجتماعية أن تساهم في إحداث عملية التغيير المخطط باستخدام استراتيجية التسويق الاجتماعي للتعامل مع الأخبار الكاذبة لتأثيرها السلبي على السلوك الإنساني.

ثانياً: استراتيجية التسويق الاجتماعي

احتل التسويق الاجتماعي أهمية متزايدة في الرعاية الصحية، حيث حاولت منظمات الصحة العامة والمنظمات غير الهادفة للربح ترويج الخدمات لجمهورها المستهدف، كما أتيح لمنظمات الرعاية الصحية الهادفة للربح فرصة الاستفادة من تقنيات التسويق الاجتماعي. ويستخدم التسويق الاجتماعي العديد من الأساليب التي يستخدمها التسويق التجاري، ولكن يختلفون في أهداف التسويق ونوع المنظمة، فالتسويق التجاري يهدف إلى الربح المادي في حين أن التسويق الاجتماعي يسعى إلى التأثير على السلوكيات الاجتماعية لا لفائدة "البائع" وإنما لصالح الجمهور المستهدف والمجتمع العام. ويستمتع المسوقون الاجتماعيون إلى احتياجات ورغبات الجمهور المستهدف وبنون حملة التسويق من الأسفل إلى الأعلى.

وفي مجال الرعاية الصحية يعرف "التسويق الاجتماعي" على أنه تطبيق تقنيات التسويق التجاري لتطوير وتنفيذ البرامج التي تؤثر على مواقف ومعرفة وسلوك الجماهير المستهدفة في اتجاه تحسين الحالة الصحية الفردية والمجتمعية (Tomas, 2008: 118).

ويمكن استخدام وظائف التسويق الاجتماعي لأغراض متعددة منها:

- زيادة المعرفة والوعي بقضية أو مشكلة أو حل صحي
- التأثير على التصورات والمعتقدات والمواقف والأعراف الاجتماعية

- العمل الفوري
- إظهار أو توضيح المهارات
- عرض فوائد تغيير السلوك
- زيادة الطلب على الخدمات الصحية
- تعزيز المعرفة أو المواقف أو السلوك
- دحض الأساطير والمفاهيم الخاطئة
- المساعدة في توحيد العلاقات التنظيمية
- الدعوة لقضية صحية أو مجموعة سكانية. (Tomas,2008: 119)

ومنذ أن وُلد " مفهوم التسويق الاجتماعي في السبعينيات من هذا القرن باعتباره تخصصاً، يستخدم ويطبق مبادئ "بيع" الأفكار والمواقف والسلوكيات. قام كل من كوتلر وزالتمان Philip Kotler & Gerald Zaltman بتوظيف مبادئ وأسس التسويق للسلع والخدمات للمستهلك، في الترويج للأفكار والاتجاهات والسلوكيات، وتطبيقها على المشكلات والخدمات والأفكار والأعمال الخيرية والحركات الاجتماعية.

وعُرف التسويق الاجتماعي بأنه: " نمط مختلف عن التسويق العادي، حيث يهتم خبير التسويق باحترام أهداف وغايات التسويق الاجتماعي، وبيحث في كيفية إحداث التأثير المطلوب على السلوك الاجتماعي المرغوب تغييره. أي أن التسويق الاجتماعي يهدف لتحقيق أهداف اجتماعية وليست شخصية (Weinreich, 2016). كما عرف بأنه: "عملية تصميم وتنفيذ ورقابة للبرامج الهادفة لزيادة تقبل الناس لأفكار اجتماعية معينة، ويتضمن داخل المصطلح مصطلحات أخرى مثل: الإعلان الاجتماعي، تسويق الأفكار، تسويق القضايا العامة (Stoner, 1986:42).

ويعتبر التسويق الاجتماعي أداة لإحداث التغيير المقصود في وعي وسلوكيات الأفراد والجماعات والمجتمعات، وكذلك يتم توظيفه بتبني قيم وأفكار من شأنها أن تساعد في نشر ودعم المبادئ الإيجابية في المجتمع، أو إقناع شريحة من شرائح المجتمع بمنتج

اجتماعي إما فكرة، أو سلوك، أو نمط استهلاك يتطلب تنميته في السلوك البشري، ويستخدم في عملية التواصل بالجمهور المستهدف للتسويق الاجتماعي وسائل إعلام مختلفة. وله ثلاثة مقومات يركز عليها التسويق الاجتماعي، تسويقية، اجتماعية، اعلامية (زعوم، 2009: 5).

ويلخص تومي، مفهوم التسويق الاجتماعي بما يلي:

- التسويق الاجتماعي يستند على مبادئ وتقنيات التسويق التجاري.
- التسويق الاجتماعي عبارة عن عملية تبادل بين محدث التغيير والجمهور المستهدف.
- التسويق الاجتماعي يركز على سلوكيات الأفراد ويهدف إلى التأثير فيهم من خلال أربعة صور هي:
 - 1- الحث على قبول سلوك إيجابي جديد.
 - 2- الحث على اجتناب سلوك محتمل.
 - 3- تعديل سلوك حالي.
 - 4- التخلي عن سلوك قديم غير مرغوب.
- التسويق الاجتماعي يستهدف فئة أو جمهور معين يتم تحديده حسب هدف البرنامج المراد القيام به.
- التسويق الاجتماعي يهدف لتأمين وتحسين حياة الفرد (تومي: 2018، 66).
- وتضيف الناجم، مجال القضايا الاجتماعية، حيث يستخدم في تنظيم الحملات التسويقية للقضايا الاجتماعية (الناجم، 2016، 67).
- ولا يهتم التسويق الاجتماعي بالسلوك الفردي فقط بل يستخدم لتغيير سلوك الجماعات والمنظمات ويستهدف أيضاً التأثير على نطاق بيئي واسع. وبناءً على ذلك فقد ارتبطت وظيفة التسويق الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية بتغيير السلوكيات، من خلال تطبيق خطوات منهجية لإحداث التغيير الاجتماعي بهدف تحسين الظروف ومواجهة

التحديات والمشكلات التي تواجه الوحدات الاجتماعية (الناجم، 2016، 66).

ويحدد الباحثان المفهوم الإجرائي لاستراتيجية التسويق الاجتماعي بما يلي:

- أداة لإحداث التغيير المخطط لتعديل سلوكيات أو تنمية قيم اجتماعية، أو تبني اتجاهات إيجابية.

- تعتمد على منهج علمي في التخطيط والتنفيذ والمتابعة والتقويم وقياس التغذية الراجعة لعملية إحداث التغيير المقصود.

- تركز على المقومات الأربعة للمزيج التسويقي P4s. (المنتج Product، السعر Price، المكان Place، الترويج Promotion).

- تتعامل مع جميع الأنساق على مستوى وحدات الممارسة المهنية في الخدمة الاجتماعية (الوحدات الصغرى، الوحدات الوسطى، الوحدات الكبرى).

- تستخدم لمواجهة العديد من القضايا الاجتماعية المرتبطة بالاتجاهات والعادات والسلوكيات.

أهمية التسويق الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية:

أثبتت البحوث والدراسات أن حملات التسويق الاجتماعي ساهمت في التعامل مع العديد من القضايا المجتمعية والصحية. حيث أنها:

- تعمل على تغيير اتجاهات أفراد المجتمع نحو موضوعات وقضايا معينة،

- تساعد على التأثير في الرأي العام عند إقرار سياسات اجتماعية،

- تعتبر وسيلة وآلية لتنفيذ سياسات اجتماعية،

- تعتمد على نظريات التغيير الاجتماعي والنظريات السلوكية،

- تتضمن أساليب علمية لإحداث التغييرات المقصودة في السلوكيات والأفكار والتوجهات لتحقيق أهداف اجتماعية محددة.

عناصر التسويق الاجتماعي:

السلوك المستهدف: تحديد السلوك تحديداً دقيقاً بحيث يتم قياسه موضوعياً لمعرفة قوة أو اتجاه التغيير في هذا السلوك، سواء أكان التغيير في المعرفة أو في القيم أو الاتجاهات، وقد يكون السلوك المستهدف سلوكيات إيجابية تتطلب تغيير الاتجاهات نحوها، كما قد يكون سلوكيات سلبية تحتاج تغيير للأفضل (الناجم، 2016، 71). السلوك المستهدف في هذه الدراسة هو زيادة الوعي نحو مخاطر تداول ونشر الأخبار الكاذبة على السلوك الإنساني، من خلال ما يلي:

- تجاهل الأخبار غير الموثقة، وما يتم نشره وداوله في وسائل الإعلام.

- البحث عن المصدر الرسمي للمعلومة أو الخبر.

- التدريب على متابعة الأخبار ذات العائد الإيجابي صحياً ونفسياً واجتماعياً.

- التدريب على التحكم في الانفعالات

رؤية الفئة المستهدفة: تفهم محركات ودوافع السلوك وما وراء هذا السلوك، والتعمق في دراسة وتحليل السلوك من خلال استكمال الجوانب الأربعة للأبعاد الرئيسية لتحديد الفئة المستهدفة وتتضمن البعد الديموغرافي، البعد النفسي، البعد السلوكي، البعد الجغرافي، مع مراعاة للفروق الفردية واحترام قيم وكرامة الشخص، وتجنب الحكم على سلوك العميل أو إلقاء اللوم عليه.

عملية التغيير المخطط: خطوات علمية تستهدف تحويل دوافع السلوك السلبي إلى دوافع إيجابية وقيم اجتماعية ينتج عنها ممارسات سلوكية بناءة. وتستخدم استراتيجية المزيج التسويقي: حيث يتم مزج كل من العناصر الأربعة P4s. (المنتج Product، السعر Price، المكان Place، الترويج Promotion) للحصول على منتج أقل تكلفة وأيسر وأسرع وصولاً للمنتج.

خطوات عملية التغيير المخطط للتسويق الاجتماعي باستخدام استراتيجية المزيج التسويقي:

المنتج: نقل الأخبار الكاذبة، سلوك يحقق دوافع شخصية أو سياسية، مهارة المسوق

الاجتماعي تتطلب اقناع العملاء بعدم تصديق كل ما يتم تناوله في وسائل الإعلام. ويمكن أن يكون المنتج أياً من السلوكيات الثلاثة: عدم تصديق أي خبر من مصادر غير موثوقة، أخذ نفس عميق عند سماع الخبر المؤلم نفسياً، تجاهل سماع الأخبار السيئة.

السعر: يمثل السعر قيمة محسوسة حيث أن التغيير يحدث في السلوكيات ويحقق فوائد نفسية اجتماعية على طرفي العلاقة المهنية. ويتضمن سعر الدخول في هذه السلوكيات وسائل الانتقال، رسوم حضور الجلسات الإرشادية.

المكان: قد يكون المكان الذي تقدم فيه الخدمة المؤسسة الاجتماعية، النادي الاجتماعي، مراكز الأحياء.

الترويج: يمكن الإعلان للترويج عن المنتج من خلال الإعلانات وشبكات التواصل الاجتماعي ومن خلال الرسوم واللوحات والدراما وغيرها من الوسائل التي تساعد على تعزيز السلوك الإنساني نحو التعامل مع الأخبار الكاذبة أو الأخبار السيئة.

الجمهور المستهدف: جميع الأعمار بمختلف الفئات والجنسيات، والأشخاص الذين يؤثرون عليهم مثل الفنانين والممثلين والأقران.

الشراكات: يمكن إقامة شراكات مجتمعية مع المؤسسات غير الربحية والمدارس والمستشفيات والأندية الرياضية وغيرها من المؤسسات المجتمعية.

الجوانب السياسية: قد تتضمن الجوانب السياسية للحملة التسويقية أخذ موافقة رسمية من الجهات المعنية، وخاصة عند عقد الشراكات المجتمعية، كما تتطلب موافقة من الجمهور المستهدف للمشاركة في هذه الحملة.

وعند تطوير البرنامج يجب أن يؤخذ في الاعتبار كل عنصر من عناصر المزيج التسويقي استخدام أبحاث التسويق لوضع اللمسات الأخيرة على سمات المنتج والسعر والمكان والترويج والسمات ذات الصلة

.Source: <http://www.social-marketing.com/Whatis.htm>

قبل البدء باستخدام استراتيجية المزيج التسويقي يجب مراعاة وتحديد الجوانب التالية:

1 - من الذي يجب عليه أن يساهم في حل المشكلة:

- جمع وتحليل البيانات الديموغرافية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية وغيرها من البيانات عن الجمهور المستهدف، لمعرفة الخصائص العامة للفئة المستهدفة.
- تحديد الشرائح المستهدفة في الدخول لبرنامج التدخل، على سبيل المثال، عندما تكون حالات الاكتئاب متزايدة بسبب سماع الأخبار السيئة عن حوادث الإرهاب، تكون فئات المجتمع بأسره.
- يمكن تعريف وتحديد الشرائح المستهدفة من حيث السمات ذات الصلة، مثلاً قلق الاختبارات. اكتئاب ما بعد الولادة.
- تحديد الأشخاص الذين يملكون التأثير على الفئات المستهدفة لتغيير الظروف التي تحدث فيها السلوكيات المستهدفة، على سبيل المثال، عندما تكون الفئة المستهدفة مراهقين فإن من يملك التأثير فيهم أقرانهم.
- تحديد الشركاء المساهمين في تنفيذ الحملة التسويقية مثل، الفريق العلاجي، المتطوعين، الخ.

2 - إجراء البحوث التكوينية:

- فهم الشريحة المستهدفة المحددة: الاحتياجات، والرغبات، والآمال، والمخاوف، والمعرفة، والموقف، والسلوك، والمخاطر المتصورة.
- بالنسبة للفئة المستهدفة، يجب تحديد استعدادهم للتغيير في السلوكيات المستهدفة، تحديداً دقيقاً وذلك لتحديد السلوك بحيث يتم قياسه موضوعياً. على سبيل المثال؛ زيادة التحكم في ضبط النفس عند الانفعال.
- تحدد البيئات أو المواقف أو الإعدادات التي يحدث فيها السلوك المستهدف، على سبيل المثال؛ مشاهدة الأخبار التلفزيونية عن أحداث العالم المؤلمة. أو مشاهدة لعب الكرة بين فريقين.
- البحث عن المحددات السلوكية للسلوك المطلوب للجزء المستهدف المحدد. على سبيل المثال القيم، العادات

- وضع خطة للمفاهيم الأولية وعناصر البرنامج. على سبيل المثال: توضيح مفاهيم الخبر الكاذب والسيئ والدوافع البشرية والتأثيرات السلبية على الصحة النفسية والجسدية والعقلية من سماع ومشاهدة الأخبار السيئة.

3 - تصميم المشروع:

- تحديد الأهداف السلوكية للجمهور المستهدف.
- تصميم التدخلات للجمهور المستهدف.
- تطبيق مبادئ التسويق (المزيج التسويقي).
- الاختبار القبلي لجميع الخدمات والرسائل بما في ذلك التدخلات

4 - تقديم ومتابعة البرنامج:

- تدريب وتحفيز موظفي الخط الأمامي
- بناء المنتجات / البرامج وتوزيعها / تنفيذها
- توزيع المواد
- صقل المنتج / البرنامج والمواد كما تشير بيانات مراقبة الحفاظ على الجهد لفترة كافية لإحداث فرق.

5 - إجراء التقييم:

- إجراء عملية وتقييم النتائج
- مراجعة خطط ونماذج التنفيذ وفقاً لتغيرات البرنامج (121-122) الفصل الثامن

الدراسات السابقة:

دراسة (اكحيل، 2015) بعنوان الشائعات في المواقع الإخبارية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، والتي هدفت إلى معرفة الشائعات

وتأثيرها في نشر الأخبار في المواقع الإخبارية الأردنية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، وتوصلت نتائجها إلى وجود تأثير دال إحصائياً للشائعات في نشر الأخبار في المواقع الإخبارية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين من خلال درجة اعتمادهم على الشائعات في نشر الأخبار بدرجة مرتفعة.

دراسة (المعاينة، 2015) بعنوان اتجاهات طلبة الدراسات العليا في جامعة مؤتة نحو الآثار السلبية نحو الإعلام، والتي هدفت إلى التعرف على اتجاهات الطلبة نحو الآثار السلبية لوسائل الإعلام من وجهة نظرهم باختلاف المتغيرات التالية: (الجنس، الحالة الاجتماعية، العمر، المستوى التعليمي، منطقة السكن، الدخل الشهري وعدد أفراد الأسرة)، وأشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات طلبة الدراسات العليا نحو الآثار السلبية لوسائل الإعلام باختلاف المتغيرات التالية: (الجنس، منطقة السكن، عدد أفراد الأسرة ومتغير المستوى التعليمي) كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية باختلاف متغير الحالة الاجتماعية لصالح فئتي المتزوجين والمطلقين، العمر ومستوى الدخل الشهري للأسرة. دراسة (الرف، 2015) بعنوان دور استراتيجية التسويق الاجتماعي في تغيير السلوكيات الصحية، والتي هدفت إلى تحديد أهمية التسويق الاجتماعي في ترشيد السلوك الصحي لدى الأفراد عينة الدراسة، وتوصلت إلى عدد من النتائج أبرزها أن هناك دور للأبعاد (المنتج الاجتماعي، الترويج والتوزيع الاجتماعي) في ترشيد السلوك الصحي للأفراد، كما أن سعر الخدمة المقدمة للأفراد ليست مؤثرة في ترشيد السلوك الصحي لهم.

دراسة (الفييه، 2016) بعنوان الشائعات وأثارها المجتمعية ودور وسائل الإعلام في مواجهتها والتي هدفت إلى التعرف على الشائعة وأنواعها ودور وسائل الإعلام في مواجهتها، وتوصلت نتائجها إلى أن الشائعة من أخطر وسائل الحرب النفسية على المجتمعات في كافة العصور وهي أخطر وأعظم في هذا العصر مع تطور وسائل الإعلام وسهولة الاتصال بين البشر، كما أن انتشارها في المجتمع يؤدي إلى انهيار الدولة سياسياً واقتصادياً وتعطيل الحياة في معظم القطاعات الإنتاجية.

منهجية الدراسة:

منهج الدراسة: تنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية التي تصف طبيعة الظاهرة

وبيان العلاقات بين مكوناتها، وفي هذه الدراسة فإن طبيعة الظاهرة تتمثل في انعكاسات الأخبار الكاذبة على السلوك الإنساني وتعامل استراتيجية التسويق الاجتماعي معها. وتعتمد الدراسة على منهج المسح الاجتماعي بأسلوب العينة العمدية، وذلك لمناسبه لطبيعة الظاهرة.

واعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان الإلكتروني، وتضمن مجموعة من المحاور تتضح في التالي:

1. مصادر نشر الأخبار الكاذبة.

2. الأغراض من نشر الأخبار الكاذبة.

3. الاستجابات السلوكية الإيجابية/ السلبية

4. أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي

هذه المتغيرات تمثل متغيرات تابعة في حين أن الخصائص الاجتماعية لعينة الدراسة يمثلون المتغيرات المستقلة.

تم نشر رابط الاستبيان من خلال المجموعات في وسائل التواصل الاجتماعي وذلك لإتاحة الفرصة للراغبين في المشاركة بهذه الدراسة، ورغم عدد المجموعات وزيادة أعداد أفراد كل مجموعة إلا أن الاستجابات كانت قليلة حيث وصلت العينة إلى 156 مفردة. باختلاف الأعمار وعلى مستوى مناطق المملكة الثلاثة عشر.

صدق وثبات الأداة

الصدق الداخلي: صدق الاتساق الداخلي قامت الباحثة بحساب الصدق الداخلي وذلك للتأكد من تماسك عبارات الاستبانة باستخدام معامل ارتباط بيرسون بين الدرجة لكل عبارة والدرجة الكلية للمحور الخاص بالعبارات ذاتها، ومن ثم حساب الدرجة الكلية بين الأبعاد الأربعة للاستبانة وتوضح الجداول التالية معاملات الارتباط بين العبارات والأبعاد.

جدول (1)

يوضح معاملات ارتباط بيرسون بين كل عبارة من عبارات الاستبانة وبين الدرجة الكلية للمحور التابع له

م	معامل الارتباط بالدرجة الكلية للمحور	م	مستوى الدلالة الإحصائية	م	معامل الارتباط بالدرجة الكلية للمحور
المحور الأول: مصادر نشر الأخبار الكاذبة					
1	0.42	5	**0.00	1	**0.00
2	0.56	6	**0.00	2	**0.00
3	0.53	7	**0.00	3	**0.00
4	0.55	8	**0.00	4	**0.00
المحور الثاني: دوافع نشر الأخبار الكاذبة					
1	0.69	6	**0.00	1	**0.00
2	0.72	7	**0.00	2	**0.00
3	0.66	8	**0.00	3	**0.00
4	0.64	9	**0.00	4	**0.00
5	0.69	10	**0.00	5	**0.00
المحور الثالث: الاستجابات السلوكية نحو الأخبار الكاذبة					
1	0.58	5	**0.00	1	**0.00
2	0.14	6	**0.00	2	**0.00
3	0.22	7	**0.00	3	**0.00
4	0.69		**0.00	4	**0.00
المحور الرابع: أساليب تعامل استراتيجية التسويق الاجتماعي مع الأخبار الكاذبة					
1	0.67	4	**0.00	1	**0.00
2	0.77	5	**0.00	2	**0.00
3	0.79		**0.00	3	**0.00

* يعني مستوى الدلالة (0, 05)، ** يعني مستوى الدلالة (0, 01)

يتضح من بيانات الجدول السابق ارتباط جميع عبارات المحاور بالدرجة الكلية لكل محور من محاورها وجميع الدلالات دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0, 01 مما يدل على أن العبارات صادقة.

جدول (2)

يوضح معاملات ارتباط بيرسون بين الدرجة الكلية لكل محور وبين الدرجة الكلية للاستبانة

المحور	معامل الارتباط بالدرجة الكلية	مستوى الدلالة الإحصائية
المحور الأول: مصادر نشر الأخبار الكاذبة	0.73	**0.00
المحور الثاني: دوافع نشر الأخبار الكاذبة	0.85	**0.00
المحور الثالث: الاستجابات السلوكية نحو الأخبار الكاذبة	0.66	**0.00
المحور الرابع: أساليب تعامل استراتيجية التسويق الاجتماعي مع الأخبار الكاذبة	0.69	**0.00

* يعني مستوى الدلالة (0, 05)، ** يعني مستوى الدلالة (0, 01)

يتضح من بيانات الجدول السابق ارتباط جميع المحاور بالدرجة الكلية للاستبانة عند مستوى معنوية 0, 01 مما يدل على تحقق صدق الاتساق الداخلي على مستوى الاستبانة وهذا يشير إلى أن الأداة تتسم بدرجة عالية من الصدق وأنها صالحة لقياس ما وضعت لقياسه.

ثبات الأداة: تم استخدام معامل الفاكرونباخ Cronbach Alpha للتأكد من ثبات الأداة والجدول التالي يوضح معامل الثبات.

جدول (3)

يوضح قيم معاملات الثبات لمحاور أداة الدراسة وإجمالي المحاور

المحور	عدد العبارات	معامل الفاكرونباخ
مصادر نشر الأخبار الكاذبة	8	0.693
دوافع نشر الأخبار الكاذبة	10	0.859
الاستجابات السلوكية نحو الأخبار الكاذبة	7	0.510
أساليب تعامل استراتيجية التسويق الاجتماعي مع الأخبار الكاذبة	5	0.824
الإجمالي	30	0.868

تشير بيانات الجدول السابق إلى تمتع الأداة بثبات نسبي حيث انحصرت قيم الثبات بين (0, 51-0, 86) كما بلغ معامل ثبات الفاكرونباخ لإجمالي أداة الدراسة 0, 87

وهو مرتفع وهذا مؤشر على ثبات الأداة.

ولحساب القيم فقد تم إعطاء وزن للبدايات: (دائماً = 4، أحياناً = 3، نادراً = 2، أبداً = 1)، ثم تصنيف تلك الإجابات إلى أربعة مستويات متساوية المدى من خلال المعادلة التالية:

$$\text{طول الفئة} = (\text{أكبر قيمة} - \text{أقل قيمة}) \div \text{عدد بدائل المقياس} = 4 \div (1-4) = 0,75$$

لنحصل على مدى المتوسطات التالية لكل وصف أو بديل:

جدول (4)

يبين توزيع مدى المتوسطات وفق التدرج المستخدم في أداة البحث

الوصف	مدى المتوسطات
دائماً	4.0 – 3.26
أحياناً	3.25 – 2.51
نادراً	2.50 – 1.76
أبداً	1.75 – 1.0

تحليل وتفسير نتائج الدراسة

الخصائص الاجتماعية لعينة الدراسة

جدول (5)

يوضح الخصائص الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة

الجنس	العدد	النسبة	الحالة الاجتماعية	العدد	النسبة
ذكر	29	18.6	غير متزوج/ة	66	42.3
انثى	127	81.4	متزوج/ة	82	52.6
المجموع	100	100	مطلق/ة	8	5.1
المرحلة العمرية	العدد	النسبة	المجموع	100	100
20 سنة فأقل	34	21.8	المرحلة التعليمية	العدد	النسبة
21-40	85	54.5	متوسط	2	1.3
41-60	34	21.8	ثانوي	5	3.2

1.3	2	دبلوم بعد الثانوي	1.9	3	61 فما فوق
68.6	107	جامعي	100	100	المجموع
13.5	21	ماجستير	النسبة	العدد	الحالة الوظيفية
12.2	19	دكتوراه	57.1	89	غير موظف/ة
100	100	المجموع	37.2	58	موظف/ة
			5.8	9	متقاعد/ة
			100	100	المجموع

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن فئة الإناث أعلى نسبة من فئة الذكور من ناحية متغير الجنس حيث بلغت نسبتهن 4, 81 %، كما أن نسبة غير الموظفين أعلى من نسبة الموظفين والمتقاعدين على التوالي حيث بلغت نسبتهم 1, 57 %، كذلك تبين النتائج أن أعلى نسبة كانت لفئة المتزوجين، ومن ناحية الفئة العمرية تشير النتائج إلى أن أعلى نسبة كانت لصالح فئة 21-40 سنة حيث بلغت النسبة 5, 54 %. وفيما يخص المرحلة التعليمية فقد حازت المرحلة الجامعية على أعلى نسبة حيث بلغت 6, 68 %.

جدول (6)
يوضح مصادر الأخبار الكاذبة

الترتيب	الاعتراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبداً		نادراً		أحياناً		دائماً		المعبرة	م
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
8	0.82	2.66	7.1	11	34.6	54	43.6	68	14.7	23	وسائل الإعلام التقليدي مثل الصحف ووسائل الإعلام الحديث مثل القنوات الفضائية	1
3	0.77	3.20	3.8	6	10.3	16	48.1	75	37.8	59	شبكات التواصل الاجتماعي	2
1	0.64	3.60	2.6	4	0.06	1	31.4	49	65.4	102	الاجتماعات العائلية	3
6	0.67	2.90	3.8	6	16.7	26	65.4	102	14.1	22	الاجتماعات المرجعية مثل الأصدقاء والزوار	4
7	0.70	2.77	5.1	8	23.1	36	61.5	96	10.3	16	التجمعات في الأماكن العامة	5
5	0.81	2.93	6.4	10	17.3	27	53.2	83	23.1	36	المواقع الإلكترونية	6
2	0.70	3.39	2.6	4	4.5	7	44.2	69	48.7	76	الرسائل الهاتفية	7
4	0.86	3.01	7.1	11	15.4	24	47.4	74	30.1	47		8
	0.75	3.06	المتوسط العام									

يتضح من الجدول أعلاه وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول درجة استجابتهم لمحور مصادر الأخبار الكاذبة وكان المتوسط الحسابي العام لهذا المحور (3,06) من (4,0) وهو متوسط يقع في الفئة الثالثة من فئات المقياس الرباعي مما يعني أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على محور مصادر الأخبار الكاذبة بدرجة (أحياناً) وذلك بشكل عام. وعلى مستوى مصادر الأخبار الكاذبة فقد تراوح المتوسط الحسابي لدرجات الموافقة على كل منها من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة ما بين (2,66 - 3,60) درجة من أصل (4) درجات وهي متوسطات تقابل درجتي الموافقة (دائماً، أحياناً)، وفيما يلي توضيح لاستجابات أفراد عينة الدراسة على محور مصادر الأخبار الكاذبة. كما جاءت موافقة أفراد عينة الدراسة على أن من أهم مصادر الأخبار الكاذبة من وجهة نظرهم كل من (شبكات التواصل الاجتماعي، المواقع الإلكترونية) حيث جاءت في المرتبتين الأولى والثانية وبدرجة موافقة (دائماً) وبمتوسط حسابي (3,39, 3,60) وانحراف معياري (0,70, 0,64) على التوالي. في حين جاءت موافقة أفراد عينة الدراسة على كل من (الجماعات المرجعية مثل الأصدقاء والزملاء، وسائل الإعلام التقليدي مثل الصحف) حيث جاءت في المرتبتين السابعة والثامنة والأخيرة وبدرجة موافقة (أحياناً) وبمتوسط حسابي (2,77, 2,66) وانحراف معياري (0,82, 0,70) على التوالي. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة عبد الفتاح (2018). التي أوضحت أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد المصدر الرئيسي للأخبار الكاذبة

جدول (7)

يوضح الأفاضل من نشر الأخبار الكاذبة

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبداً		نادرًا		أحياناً		دائماً		العبارة	م
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
4	0.67	3.35	1.9	3	5.1	8	49.4	77	43.6	68	إثارة الرعب والفتن	1
3	0.73	3.36	3.2	5	5.1	8	44.2	69	47.4	74	بث الحق والكراهية	2
10	0.82	2.74	8.3	13	25	39	51.3	80	15.4	24	التعبير عن الأمانى	3
7	0.72	3.14	3.8	6	8.3	13	57.7	90	30.1	47	تحقيق مطالب اقتصادية	4
2	0.67	3.44	2.6	4	1.9	3	44.2	69	51.3	80	تحقيق مطالب سياسية	5
1	0.67	3.57	3.2	5	0.6	1	32.1	50	64.1	100	زرع الفتنه والفساد	6
5	0.72	3.29	3.2	5	6.4	10	48.7	76	41.7	65	التعرض على العنف	7
8	0.81	3.13	4.5	7	13.5	21	46.2	72	35.9	56	تحقيق أهداف أخلاقية	8
6	0.80	3.15	2.6	4	17.3	27	42.3	66	37.8	59	تحقيق أهداف شخصية	9
9	0.80	2.81	5.1	8	27.6	43	48.1	75	19.2	30	تنبؤات مستقبلية	10
	0.74	3.20	المتوسط العام									

يتضح من الجدول أعلاه وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول درجة استجابتهم لمحور الأغراض من نشر الأخبار الكاذبة وكان المتوسط الحسابي العام لهذا المحور (20, 3 من 0, 4) وهو متوسط يقع في الفئة الثالثة من فئات المقياس الرباعي مما يعني أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على محور الأغراض من نشر الأخبار الكاذبة بدرجة (أحياناً) وذلك بشكل عام. وعلى مستوى الغرض من نشر الأخبار الكاذبة فقد تراوح المتوسط الحسابي لدرجات الموافقة على كل منها من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة ما بين (3, 57 - 3, 44) درجة من أصل (4) درجات وهي متوسطات تقابل درجة الموافقة (دائماً) وفيما يلي توضيح لاستجابات أفراد عينة الدراسة على محور الغرض من نشر الأخبار الكاذبة:

جاءت موافقة أفراد عينة الدراسة على أن من أهم أغراض نشر الأخبار الكاذبة من وجهة نظرهم كل من (زرع الفتنة والفساد، تحقيق مطالب سياسية) حيث جاءتا في المرتبتين الأولى والثانية وبدرجة موافقة (دائماً) وبمتوسط حسابي (3, 57, 3, 44) وانحراف معياري (0, 67 لكلا العبارتين) على التوالي. في حين جاءت موافقة أفراد عينة الدراسة على كل من (تنبؤات مستقبلية، التعبير عن الأمان) حيث جاءتا في المرتبتين التاسعة والعاشر والأخيرة وبدرجة موافقة (أحياناً) وبمتوسط حسابي (2, 81, 2, 74) وانحراف معياري (0, 82, 0, 80) على التوالي. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Burkhardt 2017) التي ترى ان الأخبار الكاذبة تستخدم للتأثير على الرأي العام، وتشويه السمعة، والتضليل.

جدول (8)

يوضح الاستجابات السلوكية نحو الأخبار الكاذبة

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبداً		نادراً		أحياناً		دائماً		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
3	0.80	2.76	5.1	8	30.8	48	46.8	73	17.3	27	تجاهل الخبر
1	0.95	2.92	9.0	14	21.8	34	37.2	58	32.1	50	البحث عن مصدر صحة الخبر
4	0.91	2.64	13.5	21	25	39	45.5	71	16.0	25	اللجوء لأشخاص مقربين للاستفسار عن رأيهم في العرض من نشر الخبر
2	0.89	2.77	10.3	16	23.1	36	46.2	72	20.5	32	التواصل مع الزملاء لمناقشة الآراء عن صحة الخبر
	0.89	2.77	المتوسط العام للسلوكيات الإيجابية								
1	0.85	2.72	9.6	15	25	39	49.4	77	16.0	25	تصديق الخبر
2	1.01	2.69	16.7	26	21.2	33	38.5	60	23.7	37	التفاعل مع الآخرين لتداول الخبر
3	1.14	2.37	32.7	51	19.2	30	26.9	42	21.2	33	إعادة نشر الخبر في مواقع التواصل الاجتماعي
	1.00	2.59	المتوسط العام للسلوكيات السلبية								
	0.94	2.70	المتوسط العام للسلوكيات								

تشير نتائج الجدول أعلاه إلى أن استجابات أفراد عينة الدراسة حول محور الاستجابات السلوكية نحو الأخبار الكاذبة بلغ المتوسط الحسابي العام لهذا المحور (2,70) من (4,0) وهو متوسط يقع في الفئة الثانية من فئات المقياس الرباعي مما يعني أن أفراد عينة الدراسة يوافقون بدرجة (أحياناً) وذلك بشكل عام. وعلى مستوى الاستجابات السلوكية الإيجابية والسلبية فقد بلغ متوسط كل منهما 2,77، 2,59 على التوالي ما بين (2,51 - 3,25) درجة من أصل (4) درجات وهي متوسطات تقابل درجة الموافقة (أحياناً) وفيما يلي توضيح لاستجابات أفراد عينة الدراسة على محور الاستجابات السلوكية الإيجابية والسلبية.

حصلت العبارة " البحث عن مصدر صحة الخبر " على الترتيب الأول من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي 2,92٪ وانحراف معياري 0,95 من بين عبارات الاستجابات السلوكية الإيجابية، كما حصلت العبارة " تصديق الخبر " على الترتيب الأول من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بمتوسط حسابي 2,72٪ وانحراف معياري 0,85 من بين عبارات الاستجابات السلوكية السلبية.

في حين حصلت كل من العبارتين (اللجوء لأشخاص مقربين للاستفسار عن رأيهم في الغرض من نشر الخبر، إعادة نشر الخبر في مواقع التواصل الاجتماعي) على المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 2,64٪ وانحراف معياري 0,91 لعبارة الاستجابات السلوكية الإيجابية، كما بلغ المتوسط الحسابي 2,37٪ وانحراف معياري 1,14 لعبارة الاستجابات السلوكية السلبية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Burkhardt 2017) التي ترى أن "إن التشكك الصحي والتقييم الصارم للمصادر - المؤلفين والناشرين والمحتوى - هو مفتاح تجنب الأخبار المزورة.

جدول (9)
يوضح وسائل استراتيجية التسويق الاجتماعي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	أبداً		نادرًا		أحياناً		دائماً		العبارات	م
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
2	0.77	3.07	5.1	8	10.9	17	55.8	87	28.2	44	أسلوب الإعلام من خلال إعادة نشر الخبر بشبكات التواصل الاجتماعي بصورة صحيحة	1
3	0.76	3.03	4.5	7	13.5	21	56.4	88	25.6	40	أسلوب التعليم من خلال نشر المعرفة بالأعراض السلبية لنشر وإعادة نشر الخبر بعد التأكد من صحته.	2
1	0.74	3.23	2.6	4	10.3	16	48.7	76	38.5	60	أسلوب الاقتناع من خلال إقناع الناس بعدم تصديق ما يتم نشره وتداوله من أخبار غير موثقة	3
4	0.81	2.98	6.4	10	14.7	23	53.2	83	25.6	40	أسلوب التقافة المرجعية من خلال التمييز بطبيعة الخبر وتوافقه مع العرف السائد في المجتمع.	4
5	0.84	2.97	6.4	10	17.3	27	48.7	76	27.6	43	أسلوب التعزيز من خلال تعزيز السلوكيات التي تهمش ما يتم نقله وتداوله دون الرجوع لمصادره الموثوقة	5
	0.78	3.06	المتوسط العام									

تشير نتائج الجدول أعلاه إلى أن استجابات أفراد عينة الدراسة حول محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي أن المتوسط الحسابي العام قد بلغ لهذا المحور (3,06 من 4,0) وهو متوسط يقع في الفئة الثانية من فئات المقياس الرباعي، مما يعني أن أفراد عينة الدراسة يوافقون بدرجة (أحياناً) وذلك بشكل عام. وعلى مستوى العبارات فقد حصلت العبارة "أسلوب الإقناع من خلال إقناع الناس بعدم تصديق ما يتم نشر وتداوله من أخبار غير موثقة" على الترتيب الأول بمتوسط حسابي 3,23 % وانحراف معياري 0,74، في حين حصلت العبارة "أسلوب التعزيز من خلال تعزيز السلوكيات التي تهمش ما يتم نقله وتداوله دون الرجوع لمصادره الموثوقة" على الترتيب الأخير بمتوسط حسابي 2,97 % وانحراف معياري 0,84.

هل توجد علاقة بين الاستجابات السلوكية نحو الأخبار الكاذبة واستراتيجية التسويق معها؟

وللإجابة على هذا التساؤل سوف يتم حساب معامل ارتباط بيرسون بين متوسط محور استراتيجية التسويق الاجتماعي وبين كل من الاستجابات السلوكية الإيجابية، والسلوكيات السلبية، وهذا ما سوف يوضحه الجدول التالي.

جدول (10)

يوضح معامل الارتباط بين الاستجابات السلوكية واستراتيجية التسويق الاجتماعي

الدلالة الإحصائية	معامل ارتباط بيرسون	نوع الاستجابات السلوكية
**0.000	0.35	الإيجابية
*0.044	0.16	السلبية

* يعني مستوى الدلالة (0,05)، ** يعني مستوى الدلالة (0,01)

يتضح من الجدول أعلاه وجود علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية التسويق الاجتماعي وبين كل من الاستجابات السلوكية الإيجابية

والاستجابات السلوكية السلبية عند مستويي (0,01, 0,05) على التوالي حيث بلغا معاملا الارتباط (0,35, 0,16, 0) أي أنه كلما زادت الموافقة على كل من الاستجابات الإيجابية والسلبية كلما ارتفعت أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي.

هل توجد فروق ذات دلالة معنوية حول متغير الاستجابات السلوكية ترجع لبعض المتغيرات الاجتماعية (الجنس، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، الحالة الوظيفية).

وللإجابة على هذا السؤال وللوقوف على الفروق حول متغير الاستجابات السلوكية والذي يمثل المتغير التابع والتي ترجع لاختلاف بعض المتغيرات الاجتماعية (الجنس، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، الحالة الوظيفية) والتي تمثل المتغيرات المستقلة، سوف نقوم باستخدام اختبار T. Test لعينتين مستقلتين مع متغير الجنس. أما بقية المتغيرات المستقلة فسوف نستخدم اختبار التباين الأحادي One Way ANOVA

جدول (11)

يوضح الفروق بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول محور الاستجابة السلوكية والتي ترجع لاختلاف متغير الجنس باستخدام اختبار T. Test لعينتين مستقلتين

نوع الاستجابة	الجنس	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة ت	مستوى الدلالة
الإيجابية	ذكر	29	2.62	0.70	154	1.65	0.101
	أنثى	127	2.81	0.52			
السلبية	ذكر	29	2.38	0.98	154	1.47	0.144
	أنثى	127	2.64	0.84			

* يعني مستوى الدلالة (0,05)، ** يعني مستوى الدلالة (0,01)

يتضح من الجدول السابق أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول كل من الاستجابات السلوكية الإيجابية والسلبية ترجع إلى اختلاف متغير الجنس، أي أنه يوجد تقارب في استجابات افراد العينة من الذكور والإناث حول الاستجابات السلوكية والإيجابية.

جدول (12)

يوضح الفروق بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول محور الاستجابات السلوكية وبعض الخصائص الاجتماعية باستخدام اختبار تحليل التباين

الأحادي (ANOVA)

المتغير	الاستجابات السلوكية	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
العمر	الإيجابية	بين المجموعات	0.61	3	0.20	0.647	586.
		داخل المجموعات	47.61	152	0.31		
	السلبية	بين المجموعات	2.4	3	0.81	1.077	0.361
		داخل المجموعات	114.15	152	0.75		
الحالة الاجتماعية	الإيجابية	بين المجموعات	0.04	2	0.02	0.06	0.939
		داخل المجموعات	48.18	153	0.32		
	السلبية	بين المجموعات	0.71	2	0.36	0.47	0.625
		داخل المجموعات	115.86	153	0.76		

0.601	0.51	0.16	2	0.32	بين المجموعات	الإيجابية	الحالة الوظيفية	
		0.31	153	47.90	داخل المجموعات			
0.163	1.838	1.37	2	2.74	بين المجموعات	السلبية		
		0.74	153	113.84	داخل المجموعات			
*0.034	2.67	0.80	4	3.19	بين المجموعات	الإيجابية		مكان الإقامة
		0.30	151	45.04	داخل المجموعات			
0.624	0.66	0.50	4	1.99	بين المجموعات	السلبية		
		0.76	151	114.58	داخل المجموعات			
0.880	0.35	0.11	5	56.	بين المجموعات	الإيجابية	المستوى التعليمي	
		0.32	150	47.66	داخل المجموعات			
0.482	0.90	0.68	5	3.40	بين المجموعات	السلبية		
		0.75	150	113.17	داخل المجموعات			

* يعني مستوى الدلالة (0, 05)، ** يعني مستوى الدلالة (0, 01)

تشير نتائج السابق إلى أنه توجد دلالة إحصائية عند مستوى 0, 05 حول السلوكيات الإيجابية ترجع لاختلاف متغير مكان الإقامة فقط، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول كل من الاستجابات السلوكية الإيجابية والسلبية ترجع إلى اختلاف أي متغير من المتغيرات الاجتماعية (العمر، الحالة الاجتماعية، الحالة الوظيفية، المستوى التعليمي، ومكان الإقامة) وفيما يلي سنوضح الفروق البعدية حول السلوكيات الإيجابية التي ترجع لمتغير اختلاف مكان الإقامة باستخدام اختبار LSD

جدول (13)

نتائج المقارنات البعدية لبيان الفروق حول السلوكيات الإيجابية والتي ترجع لاختلاف متغير مكان الإقامة باستخدام اختبار LSD

المنطقة التي يقيم فيها	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	الوسطى	الغربية	الشرقية	الجنوبية
المنطقة الوسطى	126	2.82	0.52	-	-	-	-
المنطقة الغربية	17	2.56	0.55	0.26	-	-	-
المنطقة الشرقية	2	3.50	0.00	0.68	*0.94	-	-
المنطقة الجنوبية	6	2.38	0.68	0.44	0.18	*1.13	-
المنطقة الشمالية	5	2.60	1.04	0.22	0.04	0.90	0.23

* يعني مستوى الدلالة (0, 05)

يتضح من الجدول السابق أن الفروق ذات الدلالة الإحصائية عند مستوى (0, 05) حول الاستجابات السلوكية الإيجابية ترجع لاختلاف فئات متغير مكان الإقامة كانت بين مجموعة أفراد عينة الدراسة من المنطقة الشرقية من ناحية وبين مجموعة أفراد عينة الدراسة من المنطقتين الغربية والجنوبية لصالح مجموعة أفراد عينة الدراسة ممن يقيمون في المنطقة الشرقية، أي أنهم أكثر موافقة على الاستجابات السلوكية الإيجابية ممن يقيمون في المنطقتين الغربية والجنوبية.

جدول (14)

يوضح الفروق بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي والتي ترجع لاختلاف متغير الجنس باستخدام اختبار T. Test لعينتين مستقلتين

مستوى الدلالة	قيمة ت	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الجنس
**0.003	2.97	154	0.64	2.77	29	ذكر
			0.57	3.12	127	أنثى

* يعني مستوى الدلالة (0, 05)، ** يعني مستوى الدلالة (0, 01)

يتضح من الجدول السابق أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0, 01 حول محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي ترجع لاختلاف متغير الجنس وكانت لصالح الإناث، أي أن مفردات العينة من الإناث أكثر موافقة من الذكور على أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي.

جدول (15)

يوضح الفروق بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي وبعض الخصائص الاجتماعية باستخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA)

مستوى الدلالة	قيمة ف	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغير
**0.002	5.18	1.73	3	5.19	بين المجموعات	العمر
		0.33	152	50.81	داخل المجموعات	
**0.000	8.31	2.74	2	5.49	بين المجموعات	الحالة الاجتماعية
		0.33	153	50.51	داخل المجموعات	
**0.004	5.80	1.97	2	3.95	بين المجموعات	الحالة الوظيفية
		0.34	153	52.06	داخل المجموعات	
**0.001	4.93	1.62	4	6.47	بين المجموعات	مكان الإقامة
		0.33	151	49.53	داخل المجموعات	

0.063	2.14	0.75	5	3.74	بين المجموعات	المستوى التعليمي
		0.35	150	52.26	داخل المجموعات	

*يعني مستوى الدلالة (0, 05)، ** يعني مستوى الدلالة (0, 01)

تشير نتائج السابق إلى أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0, 01 حول محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي ترجع إلى اختلاف كل من المتغيرات الاجتماعية (العمر، الحالة الاجتماعية، الحالة الوظيفية، مكان الإقامة)، في حين أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي ترجع لمتغير المستوى التعليمي.

وسوف نوضح الفروق البعدية للمتغيرات الاجتماعية ذات التأثير على محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي وذلك باستخدام اختبار شيفيه.

جدول (16)

نتائج المقارنات البعدية لبيان الفروق حول محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعية والتي ترجع لاختلاف متغير العمر باستخدام اختبار شيفيه

العمر	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	20 فأقل	40 - 21	60 - 41
20 فأقل	34	3.25	0.50	-	-	-
21-40	85	3.11	0.56	0.14	-	-
41-60	34	2.73	0.69	*0.52	*0.38	-
أكثر من 60	3	3.13	0.42	0.12	0.03	0.40

* يعني مستوى الدلالة (0, 05)

يتضح من الجدول السابق أن الفروق ذات الدلالة الإحصائية عند مستوى (0, 05) حول متوسط مجموع محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي ترجع لاختلاف فئات متغير العمر كانت بين مجموعة أفراد عينة الدراسة ممن أعمارهم (41-60) من ناحية وبين من أعمارهم كل من (20 فأقل) و (21-40) من ناحية أخرى، وكانت هذه الفروق لصالح الفئة العمرية لكل من (20 فأقل) و (21-40) مما يدل على أن تلك الفئتين أكثر موافقة على محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي عن أعمارهم (41-60).

جدول (17)

نتائج المقارنات البعدية لبيان الفروق حول محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعية والتي ترجع لاختلاف متغير الحالة الاجتماعية باستخدام اختبار شيفيه

الحالة الاجتماعية	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	أعزب/عزباء	متزوج/ة
أعزب/عزباء	66	3.28	0.48	-	-
متزوج/ة	82	2.90	0.61	*0.37	-
مطلق/ة	8	2.83	0.85	0.45	0.08

* يعني مستوى الدلالة (0, 05)

يتضح من الجدول السابق أن الفروق ذات الدلالة الإحصائية عند مستوى (0, 05) حول متوسط مجموع محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي ترجع لاختلاف فئات متغير الحالة الاجتماعية كانت بين مجموعة أفراد عينة الدراسة من غير المتزوجين وبين المتزوجين لصالح غير المتزوجين مما يدل على أنهم أكثر موافقة على محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي من المتزوجين.

جدول (18)

نتائج المقارنات البعدية لبيان الفروق حول محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعية والتي ترجع لاختلاف متغير الحالة الوظيفية باستخدام اختبار شيفيه

العمر	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	موظف/ة	غير موظف/ة
موظف/ة	58	3.03	0.51	-	-
غير موظف/ة	89	3.13	0.57	0.10	-
متقاعدة	9	2.44	1.03	*0.59	*0.69

* يعني مستوى الدلالة (0, 05)

يتضح من الجدول السابق أن الفروق ذات الدلالة الإحصائية عند مستوى (0, 05) حول متوسط مجموع محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي ترجع لاختلاف فئات متغير الحالة الوظيفية كانت بين مجموعة أفراد عينة الدراسة من المتقاعدين من ناحية وبين الموظفين وغير الموظفين من ناحية أخرى، وكانت هذه الفروق لصالح

فئتي الموظفين وغير الموظفين. أي أنها أكثر موافقة على محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي من المتقاعدين.

جدول (19)

المنطقة التي يقيم فيها	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	الوسطى	الغربية	الشرقية	الجنوبية
المنطقة الوسطى	156	3.13	0.52	-	-	-	-
المنطقة الغربية	17	2.81	0.78	0.32	-	-	-
المنطقة الشرقية	2	3.60	0.28	0.47	0.79	-	-
المنطقة الجنوبية	6	2.37	0.77	*0.77	0.45	1.23	-
المنطقة الشمالية	5	2.56	0.92	0.57	0.25	1.04	0.19

نتائج المقارنات البعدية لبيان الفروق حول محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعية والتي ترجع لاختلاف متغير مكان الإقامة باستخدام اختبار شيفيه

* يعني مستوى الدلالة (0, 05)

يتضح من الجدول السابق أن الفروق ذات الدلالة الإحصائية عند مستوى (0, 05) حول متوسط مجموع محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي ترجع لاختلاف فئات متغير مكان الإقامة كانت بين مجموعة أفراد عينة الدراسة من المنطقة الجنوبية وبين مجموعة أفراد عينة الدراسة من المنطقة الوسطى لصالح مجموعة أفراد عينة الدراسة ممن يقيمون في المنطقة الوسطى، أي أنهم أكثر موافقة على محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي ممن يقيمون في المنطقة الجنوبية.

ملخص النتائج:

خصائص العينة

- أكثر أفراد عينة الدراسة من الإناث حيث بلغت نسبتهم (4, 81 %).
- أكثر من نصف حجم أفراد عينة الدراسة من المتزوجين والمتزوجات حيث بلغت نسبتهم (6, 52 %).
- أكبر فئة عمرية (21-40) حيث بلغت نسبتهم (5, 54 %).

- أكثر أفراد عينة الدراسة من غير الموظفين حيث بلغت نسبتهم (1, 57 %).
- أكثر أفراد عينة الدراسة من الجامعيين حيث بلغت نسبتهم (6, 68 %).

محور مصادر الأخبار الكاذبة:

- أفراد عينة الدراسة يوافقون على محور مصادر الأخبار الكاذبة بدرجة (أحياناً) وذلك بشكل عام.
- جاءت موافقة أفراد عينة الدراسة على أن من أهم مصادر الأخبار الكاذبة من وجهة نظرهم كل من (شبكات التواصل الاجتماعي، المواقع الإلكترونية) حيث جاءتا في المرتبتين الأولى والثانية وبدرجة موافقة (دائمًا).
- جاءت موافقة أفراد عينة الدراسة على كل من (الجماعات المرجعية مثل الأصدقاء والزلاء، وسائل الإعلام التقليدي مثل الصحف) حيث جاءتا في المرتبتين السابعة والثامنة والأخيرة وبدرجة موافقة (أحياناً).

محور أغراض نشر الأخبار الكاذبة

- أفراد عينة الدراسة يوافقون على محور أغراض نشر الأخبار الكاذبة بدرجة (أحياناً) وذلك بشكل عام.
- جاءت موافقة أفراد عينة الدراسة على أن من أهم أغراض نشر الأخبار الكاذبة من وجهة نظرهم كل من (زرع الفتنة والفساد، تحقيق مطالب سياسية) حيث جاءتا في المرتبتين الأولى والثانية وبدرجة موافقة (دائمًا).
- جاءت موافقة أفراد عينة الدراسة على كل من (تنبؤات مستقبلية، التعبير عن الأمانى) حيث جاءتا في المرتبتين التاسعة والعاشر والأخيرة وبدرجة موافقة (أحياناً).

محور الاستجابات السلوكية

- أفراد عينة الدراسة يوافقون حول محور الاستجابات السلوكية نحو الأخبار الكاذبة بدرجة (أحياناً) وذلك بشكل عام.
- حصلت العبارة "البحث عن مصدر صحة الخبر" على الترتيب الأول وبدرجة موافقة أحياناً، كما حصلت العبارة

وعلى مستوى الاستجابات السلوكية الإيجابية والسلبية فقد حصلت العبارة " البحث عن مصدر صحة الخبر " على الترتيب الأول من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة من بين عبارات الاستجابات السلوكية الإيجابية، كما حصلت العبارة " تصديق الخبر " على الترتيب الأول من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة من بين عبارات الاستجابات السلوكية السلبية، أي أن عينة الدراسة تبحث أولاً في مصدر الخبر و يترافق معها تصديق الخبر إذا تبين لهم صحته.

في حين حصلت كل من العبارتين (اللجوء لأشخاص مقربين للاستفسار عن رأيهم في الغرض من نشر الخبر، إعادة نشر الخبر في مواقع التواصل الاجتماعي) على المرتبة الأخيرة لعبارتي الاستجابات السلوكية الإيجابية والسلبية على التوالي.

محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي

بلغ المتوسط العام لمحور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي (06, 3 من 0, 4) وهو متوسط يقع في الفئة الثانية من فئات المقياس الرباعي، مما يعني أن أفراد عينة الدراسة يوافقون بدرجة (أحياناً) وذلك بشكل عام.

وعلى مستوى العبارات فقد حصلت العبارة " أسلوب الاقناع من خلال إقناع الناس بعدم تصديق ما يتم نشر وتداوله من أخبار غير موثقة " على الترتيب الأول، في حين حصلت العبارة " أسلوب التعزيز من خلال تعزيز السلوكيات التي تهمش ما يتم نقله وتداوله دون الرجوع لمصادره الموثوقة " على الترتيب الأخير.

العلاقات بين المتغيرات المستقلة والتابعة والفروق في الاستجابات:

توجد علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجية التسويق الاجتماعي وبين كل من الاستجابات السلوكية الإيجابية والاستجابات السلوكية السلبية عند مستويي (0, 01, 0, 05) على التوالي.

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول كل من الاستجابات السلوكية الإيجابية والسلبية ترجع إلى اختلاف متغير الجنس.

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول كل من الاستجابات السلوكية الإيجابية والسلبية ترجع إلى اختلاف أي متغير من المتغيرات الاجتماعية (العمر، الحالة الاجتماعية، الحالة الوظيفية، المستوى التعليمي، ومكان الإقامة) عدا الفروق حول

الاستجابات السلوكية الإيجابية والتي ترجع لاختلاف متغير مكان الإقامة، فكانت دالة عند مستوى معنوية 0,05 وكانت هذه الفروق بين مجموعة أفراد عينة الدراسة من المنطقة الشرقية من ناحية وبين مجموعة أفراد عينة الدراسة من المنطقتين الغربية والجنوبية لصالح مجموعة أفراد عينة الدراسة ممن يقيمون في المنطقة الشرقية.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0,01 حول محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي ترجع لاختلاف متغير الجنس وكانت لصالح الإناث.

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي ترجع لمتغير المستوى التعليمي.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0,01 حول محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي ترجع إلى اختلاف متغير العمر وكانت هذه الفروق بين مجموعة أفراد عينة الدراسة ممن أعمارهم (41-60) من ناحية وبين من أعمارهم كل من (20 فأقل) و (21-40) من ناحية أخرى، وكانت هذه الفروق لصالح الفئة العمرية لكل من (20 فأقل) و (21-40).

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0,01 حول محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي ترجع إلى اختلاف متغير الحالة الاجتماعية وكانت هذه الفروق بين مجموعة أفراد عينة الدراسة من غير المتزوجين وبين المتزوجين لصالح غير المتزوجين.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0,01 حول محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي ترجع إلى اختلاف متغير الحالة الوظيفية وكانت هذه الفروق بين مجموعة أفراد عينة الدراسة من المتقاعدين من ناحية وبين الموظفين وغير الموظفين من ناحية أخرى، وكانت هذه الفروق لصالح فئتي الموظفين وغير الموظفين.

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0,01 حول محور أساليب استراتيجية التسويق الاجتماعي ترجع إلى اختلاف متغير مكان الإقامة وكانت هذه الفروق بين مجموعة أفراد عينة الدراسة من المنطقة الجنوبية وبين مجموعة أفراد عينة الدراسة من المنطقة الوسطى لصالح مجموعة أفراد عينة الدراسة ممن يقيمون في المنطقة الوسطى.

المراجع

المراجع العربية

- اكحيل، رضا عيد حمودة (2015): الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير، عمّان، الأردن.
- تومي، سمية، (2018): مساهمة التسويق الاجتماعي في تحقيق التنمية المستدامة، بحث منشور، جامعة عاشور زيان الجلفة، المجلد التاسع، العدد 16.
- الحري: هباس بن رجاء، (د.ت): الشائعات ودور وسائل الإعلام في عصر المعلومات، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمّان، الأردن.
- الرف، زينب، (2015): دور استراتيجية التسويق الاجتماعي في تغيير السلوكيات الصحية، بحث منشور، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد 54، بغداد، العراق.
- زعوم، خالد، (2009): التغيير القيمي في حملات التسويق الاجتماعي: دراسة نقدية على حملات المطويات في دولة الإمارات. دورية إعلام الشرق الأوسط، دورية علمية محكمة تصدر عن الجمعية العربية الأمريكية لأساتذة الاتصال، أطلنطا، الولايات المتحدة الأمريكية، المجلد الخامس، العدد 1.
- سعيد، مروة محمد، (2018): الاتجاهات البحثية في دراسة الأخبار الوهمية "إشكالية المفهوم والأبعاد"، مجلة بحوث العلاقات العامة للشرق الأوسط،
- عبد الفتاح، فاطمة الزهراء (2018): أثر الأخبار الزائفة على أبعاد الثقة المجتمعية والسياسية، مجلة الديمقراطية، مج 18، ع 71، مؤسسة الأهرام، القاهرة.
- الفقيه: حمود أحمد علي محمد، (2016): الشائعات وأثارها المجتمعية ودور وسائل الإعلام في مواجهتها، رسالة ماجستير غير منشورة، أم درمان، السودان.
- القحطاني: محمد بن دغش سعيد، (1997): الاشاعة وأثرها على أمن المجتمع، دار طويق للنشر والتوزيع، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- الكلباني، علي بن عبد الله، (2017): الشائعات وخطرها في ظل وسائل الإعلام الجديد، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- محمد، جميل خليل، (2013): دور الإعلام في نشر الشائعات، دار المعتر للنشر والتوزيع، عمّان، الأردن.

المعاينة، إسرائء عبد الحميد، (2015): اتجاهات طلبة الدراسات العليا في جامعة مؤتة نحو الآثار السلبية لوسائل الإعلام، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة مؤتة، الأردن.

الناجم، مجيدة محمد، (2016): التسويق الاجتماعي في إطار مهنة الخدمة الاجتماعية، بحث منشور، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية، مجلد 13، العدد 1، الشارقة، الامارات العربية المتحدة.

المراجع الأجنبية

Joanna M. Burkhardt (2017): Combating Fake News in the Digital Age, Library Technology Reports, Volume 53, Number 8, American Library Association

Joanne Yaffe. (2017): From the Editor-Fake News, Information Literacy, and Scholarly Communication in Social Work, Journal of Social work education. Volume 53, Issue 4.

Julian de Meyrick (2007): The Internet in Social Marketing Research, Journal of Nonprofit & Public-Sector Marketing, 17:1-2.

Madelene R.Stoner (1986): Marketing of Social Services Gains Prominence in Practice (Administration in Social Work. Vol.10 (4), Winter,(1986) pp.41-52

Michael A. Peters. (2017): Post- truth and fake news. Journal of Education Philosophy and Theory Volume 49, Issue 6.

Michael A. Peters. (2017): The information wars, fake news and the end of globalization, Journal of Education Philosophy and Theory Volume 49, Issue 6.

Richard K. Thomas (2008): Health Services Marketing a Practitioner's Guide, Springer, N.Y.

Ryan Kraski (2017): Combating Fake News IN Social Media: U.S. and Germany Legal Approaches, ST. John's Law Review [Vol. 91.

https://www.researchgate.net/publication/240412155_What_is_Social_Marketing

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fake-news>

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/bad%20news>

<https://en.oxforddictionaries.com/definition/disinformation>

<https://en.oxforddictionaries.com/definition/misinformation>

<http://www.ufh.ac.za/library/InfoLit/definition.html>

دور الأسرة في حماية المراهقين من إدمان الإنترنت

الأستاذة الدكتورة لبنى عكروش

كلية الآداب
قسم العمل الاجتماعي
الجامعة الأردنية

ملخص

دور الأسرة في حماية المراهقين من إدمان الإنترنت

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الأسرة في حماية المراهقين من إدمان وأخطار الإنترنت، وستتضمن هذه الدراسة تحديداً لمصطلحات ذات صلة وثيقة بالبحث، مثل: مفهوم المراهقة وخصائصها وأنواعها، إلى جانب المشاكل المصاحبة لهذه المرحلة، وكيفية ربطها بمخاطر وإدمان الإنترنت، والتطرق إلى أعراض الإدمان والاستراتيجيات السلوكية لعلاجها، وكيفية توعية الأسرة للمراهقين بآداب التعامل والسلوك الجيد عند استخدام الإنترنت، وبطرق الوقاية والعلاج التي تستخدمها الأسرة لحماية المراهقين من إدمانهم على الإنترنت.

الكلمات المفتاحية: الأسرة، حماية، المراهقين، إدمان، الإنترنت.

Abstract

The role of the family in protection of adolescents from internet addiction

This study aimed to investigate of the role of the family in protection of adolescents from the addiction and hazards of internet. This study

contains the specified the concepts of adolescence characteristics and types beside the correlated problems of this stage and it's relation with dangerous of internet addiction. And the specified of internet addiction symptoms and the strategies of behavior modification. and how to guide the family about awareness techniques to deal with the adolescents respectfully and good behavior when using internet and the methods of protection and therapy used by family to protect adolescents from internet addiction.

Key words: family, protection, adolescents, addiction, internet.

مقدمة

انتشرت شبكة الانترنت في أرجاء المعمورة في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي، وأحدثت نقله نوعية، وثورة حقيقية في عالم الاتصال كافة وربطت أجزاء هذا العالم المترامية بفضائها الواسع، ومهدت الطريق للمجتمعات كافة للتقارب والتعارف وتبادل الآراء، وكذلك الأفكار والرغبات، وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات، ثم ظهرت شبكات المحادثة والمواقع الالكترونية، والمدونات الشخصية التي غيرت شكل الإعلام ومضمونه.

لم يعد هناك بيت في العالم لا يوجد فيه إنترنت، حيث أصبح الناس يتعاملون معه كالماء والهواء، فلم يعد يستطيعون العيش لحظات بدونه خاصة الشباب الذين أصبح الإنترنت بالنسبة لهم هو الحياة، ويرجع ذلك إلى أن الإنترنت يمكنهم من التعرف على جميع الأخبار التي تحدث في العالم كله، كما أنه يمددهم بالكثير من المعلومات التي يبحثون عنها، والتي تساعدهم في العمل والدراسة، هذا بالإضافة إلى أن الإنترنت أصبح وسيلة الإتصال الوحيدة التي تجمع العالم كله، حيث يمكن للفرد التواصل مع أهله أو أصدقاءه أو أبناءه حتى إذا كانت المسافة بينهم آلاف الكيلو مترات. (Bozanta and Mardikyan, 2015)

وقد دعا البعض بأن يسمى عام 1995 بعام الإنترنت نتيجة للأعداد الكبيرة التي دخلت هذا المجال لأغراض متعددة (Levy, 1995). فمستخدمو الإنترنت في

الوضع الحالي يمكن تقسيمهم إلى فئتين أساسيتين: فئة مستخدمي الشبكة لأغراض واضحة ومحددة، سواء أكانت هذه الأهداف أكاديمية، أم علمية، أم تجارية، أم إدارية أو غيرها؛ وفئة مستخدمي الشبكة لأغراض ترفيهية، ولشغل وقت الفراغ. (القشعان، فهد). وقد أثرت الشبكة العنكبوتية على أنماط حياة الافراد بشكل عام وحياة المراهقين بشكل خاص؛ فالمراهقون يجيدون أكثر من غيرهم التعامل معها بسهولة كبيرة، كما أن الأطفال بحاجة للتسلية واللعب، والأجهزة الإلكترونية تشبع نهمهم وفضولهم الكبير، وبالتالي هم أكثر من غيرهم عرضة لظاهرة إدمان الإنترنت والتي بدأت تنتشر بشكل كبير. (محمود، 2013). حيث تعد مرحلة المراهقة من أخطر المراحل التي يمر بها الإنسان ضمن أطواره المختلفة وهي فترة التحول والنمو الشامل النفسي والعقلي والبدني، وهي مرحلة انتقال متوسطة بين الطفولة والرشد. وتبدأ هذه الفترة بالنضج البيولوجي والاستقلال بالقرار واختيار الأصدقاء، وتتميز بفترة زمنية وخصائص نفسية وعقلية واجتماعية يقف فيها المراهق بين حدود الأطفال وحدود الكبار: ففي الماضي كان الأطفال مدمنين على التلفاز، أما اليوم فهم مدمنون على الإنترنت، فقد أشارت مجلة النيوزويك أن 2, 3٪ من مستخدمي شبكة الانترنت، يعانون من إدمان الانترنت الشديد (اسماعيل، 2004). والواقع أن هناك أنواعاً مختلفة من المراهقة، فلكل فرد نوع خاص حسب ظروفه الجسمية والاجتماعية والنفسية والمادية وحسب استعداداته الطبيعية، وهي تختلف من فرد إلى فرد ومن بيئة جغرافية إلى أخرى فهناك المراهقة السوية الخالية من المشكلات والصعوبات، والمراهقة الانسحابية حيث ينسحب المراهق من مجتمع الأسرة ومن مجتمع الأقران ويفضل الانعزال والانفراد بنفسه حيث يتأمل ذاته ومشكلاته، وهناك المراهقة العدوانية حيث يتسم سلوك المراهق فيه بالعدوان على نفسه وعلى غيره من الناس والأشياء.

الدراسات السابقة وخلفيه الموضوع:

دور الاسرة مع المراهقين الذين يتابعون المواقع الجنسية

إن علاقة المراهق بالأسرة والمدرسة في زمن الإنترنت هي علاقة يسودها الاصطدام والنفور، ويرجع ذلك إلى عدم وعي الآباء والمدرسين بمميزات المراهقة وحاجياتها وتحدياتها ويمكن أن نمثل لذلك بالمسألة الجنسية؛ فالمراهق أكان ذكراً أم أنثى يحس بتغيرات جنسية، وهذا الإحساس والشعور في أسرنا ومدارسنا لا تواكبه تربية جنسية

علمية تبين للمراهق بطريقة تربوية سبب هذه التغيرات الجنسية ولا تُربيه على كيفية استثمار الغريزة الجنسية، وعلى الوالدين مراقبة سلوك المراهقين المتابعين للمواقع الجنسية او الاباحية لأن:

- المراهقين قد يلجأون للبحث واستكشاف قدراتهم واختبار رجولتهم، من خلال تقليدهم لما يروه في المواقع.

- إقحام المراهقين في مشكلات الوالدين وإطلاعهم على تفاصيلها، أو وقوع الخلافات أمامهم، ما يجعل المراهق يشعر بالذنب لعدم استطاعته حلّ هذه المشكلات أو مساعدة الوالدين، أو بالغضب من الوالدين أو أحدهما، فيجد في اللذة الجنسية التي يحققها بمشاهدة هذه المواد طريقة للهروب.

- التربية القائمة على الانتقاد وإصدار الأوامر والعقاب والحرمان، قد تؤدي إلى تدمير مفهوم الذات لدى المراهق، وتدفعه للبحث عن أساليب غير صحيحة لإثبات نفسه وقدراته.

- الهروب من المشكلات التي يواجهها المراهق سواء في البيت أو المدرسة، خصوصاً إذا كان يتعرّض للتنمر (البلطجة) خارج البيت ويعجز عن مواجهتها، فيجد في هذه المواقع مهرباً يشعره بالراحة.

- الفراغ وعدم وجود أنشطة تعليمية وترفيهية كافية تساعد المراهق على استغلال طاقته الجسدية في شكل صحي، كمزاولة الرياضة أو الموسيقى.

طرق الوقاية من إدمان المراهقين على الإنترنت:

هناك عدة طرق لوقاية المراهقين من الإدمان على الإنترنت من خلال المسؤولية الكبيرة التي تقع على الوالدين في عالم التكنولوجيا الذي نعيشه، وخاصة بعد الانتشار الواسع لأجهزة التكنولوجيا إلى درجة لا يستغني الصغير ولا الكبير عنها، وهذه المسؤولية هي:

نماذج من الشبكات الاجتماعية:

- الفيسبوك: يعد موقع الفيسبوك واحداً من أشهر المواقع على الشبكة العالمية،

ورائداً للتواصل الاجتماعي، واتخذ الشباب اليوم بديلاً للعديد من الأمور. ويساعدهم على تكوين علاقات بين المستخدمين، يمكنهم من تبادل المعلومات، والملفات والصور الشخصية، ومقاطع الفيديو والتعليقات،

- تويتر: هو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر، والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع (تويتر)، أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة، أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل (الفييس بوك وتويتر) وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم الشخصي، وكذلك يمكن استقبال الردود.

- جوجل: هي شبكة اجتماعية، تم إنشاؤها بواسطة شركة (جوجل) ونشأ من خلال طرح خدمات جديدة مثل: الدوائر، مكالمات الفيديو، الاهتمامات، والمحادثات الجماعية.

- الانستغرام: هو برنامج يعمل على الهواتف الذكية يستخدم لمشاركة الصور عبر البرنامج ومواقع التواصل الاجتماعي وما يميزه انه يتيح لنا خاصية الهاشتاغ، وهو خاص بنشر الصور والفيديوهات، وقد حظي بشعبية كبيرة، وينافس مواقع التواصل الاجتماعي وبالذات تويتر.

- اليوتيوب: هو موقع متخصص بمشاركة الفيديو، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني.

- المدونات: هو عبارة عن موقع شخصي على شبكة الانترنت، يدون فيه آرائه ومواقفه حول مسائل متنوعة، وتكون هذه المدونات مؤرخة، ومرتببة، زمنياً تصاعدياً، وهذه المدونات منظمة تنظيمياً ذاتياً، تساعد الأفراد على التفاعل من خلال المشاركة، والتعلم عبر تبادل الأفكار والمعلومات، فضلاً عن حل المشكلات الاجتماعية والسياسية (عبدالرازق، 2012)

مميزات الشبكات الاجتماعية:

- العالمية: حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى الحدود الدولية.

- التفاعلية: فالفرد فيها مستقبل وقارئ، هو مرسل وكاتب ومشارك، لذا فهي تلغي السلبية، وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهدين والقراء.

- التنوع تعدد الاستعمالات: فيستخدمها الطالب ليتعلم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء وهكذا...

- سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية، تستخدم الحروف، والرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.

- التوفير والاقتصاد في الجهد والوقت والمال في ظل مجانية الاشتراك، والتسجيل، فالفرد البسيط، يستطيع امتلاك حيز على شبكة التواصل الاجتماعي، فهي ليست حكراً على أصحاب الأموال، أو حكراً على جماعة دون أخرى (المنصور، 2012)

تأثير الإنترنت على المراهقين:

أصبح استخدام الانترنت بديلاً عن التفاعل الاجتماعي مع الرفاق والأقارب، وأصبح هم الفرد قضاء الساعات الطويلة في استكشاف مواقع الإنترنت المتعددة، وهذا يعني تغيرات في منظومة القيم الاجتماعية للأفراد، حيث يعزز هذا الاستخدام المفرط القيم الفردية بدلاً من القيم الاجتماعية وقيم العمل الجماعي المشترك، الذي يمثل عنصراً هاماً في ثقافتنا.

إن الاستخدام الفردي للحواسيب والإنترنت يعزز الرغبة والميل إلى الوحدة والعزلة للمراهقين والشباب؛ مما يقلل من فرص التفاعل والنمو الاجتماعي اللذين لا يقلان أهمية عن النمو المعرفي وحب الاستطلاع والاستكشاف. إن استخدام الإنترنت يعرض الأطفال والمراهقين إلى مواد ومعلومات خيالية وغير واقعية مما يعيق تفكيرهم وتكيفهم وينمي بعض الأفكار غير العقلانية، وخصوصاً ما يتصل منها بنمط العلاقات الشخصية وانهاط الحياة والعادات والتقاليد السائدة في المجتمعات الأخرى. (سابا، 2002)

تعد شبكة الإنترنت التي تغلغت في المجتمعات عامة، ومن ضمنها المجتمع العربي، من أفضل وأخطر ما تم إكتشافه أو إختراعه في العصر الحديث، حيث تعد سلاحاً ذا حدين وكلاهما حاد سواء إيجاباً، من خلال ما يعرض بها من علوم وثقافات، أو

سلباً بكل ما فيها من إباحية وإفساد لأخلاق الشباب والمراهقين. وجميع إيجابيات هذه الشبكة وسلبياتها يكمن في حُسن أو سوء إستخدامها. هذا وقد أكدت مجموعه من الدراسات ذلك فقد توصلت دراسة أردنية على 3 ملايين أسرة من كافة محافظات المملكة، أن (6, 1 %) من الأردنيين يستخدمون الإنترنت للتعليم الإلكتروني، كما أن (5, 93 %) يستخدمونه لمواقع التواصل الاجتماعي (دائرة الإحصاءات العامة، 2017) وذكرت بدر (2015) في دراستها أن أبرز الآثار الثقافية الإيجابية لمواقع

التواصل الاجتماعي لدى الشباب السعودي هو التعرف على الثقافات الأخرى، والحصول على المعلومات في المجالات والأحداث وقضايا المجتمع كافة، ومن الآثار الاجتماعية والنفسية، الشعور بالسعادة عند التواصل مع الأصدقاء القدامى، ومشاركة الآخرين مناسباتهم وهمومهم. كما توصلت دراسة عزت (2011) إلى أن الذكور أكثر إدماناً على الإنترنت من الإناث، كما أنهم أكثر تعرضاً للمشكلات النفسية. والشعور بالاغتراب حمدي (2007). وقد أكدت دراسة (Schein and Pol- 1997) في مجال الخدمة الاجتماعية أن 40 % من مستخدمي الشبكة هم من فئات الشباب، كما توصلت دراسة إليسون وفيتاك وغراي وليمب (Ellison، Vitak، 2014) إلى أن طبيعة العلاقات قد تمثلت في مشاركة الأصدقاء في تبادل الأخبار السارة، والرد على أسئلتهم، وتقديم النصائح لطالبيها. كما توصلت دراسة إيورداتشي ولا مابوسكاس (Iordache and Lamabauskas، 2013) إلى أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي شعبية وزيارة هما: اليوتيوب والفيس بوك. والغالبية تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي عدة مرات في اليوم، وأهم وظائف هذه المواقع بالنسبة لهم هي: التواصل، والتعلم، وتبادل المعلومات، وتبادل الصور، ومقاطع الفيديو، والبحث عن صداقات، وإرسال الرسائل النصية.

كما أشارت دراسة الدبيسي والطاهات (2013) إلى منافسة مواقع التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية والصحافة الإلكترونية في تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء، كما توصل ليرى وحاجي (1998) إلى أن أغلبية المترددين على مقاهي الانترنت هم من الفئات السنية الصغيرة التي تتراوح أعمارهم بين 16 - 20 سنة.

واكدت دراسة فريال فاروق (2014) ودراسة جابر (2014) أن الانترنت يؤثر على المشاركة الاجتماعية للأطفال والشباب وذلك من خلال التعارف على اصدقاء جدد،

والمراسلة والمحادثة الفورية، وكما اكدت دراسة عوض (2011)؛ قادري(2016) ان استخدام المراهقين للانترنت تمنعهم عن مراجعة دروسهم وأداء واجباتهم ويترتب على ذلك النوم بأوقات غير مناسبة، وقلة الانتباه والتركيز وضعف اللغة والانطواء والعزلة عن الأهل. وكذلك أشارت دراسة عبدالعزيز (2014) إلى أن للانترنت دوراً مؤثراً في العلاقات الاجتماعية، والتفاعل مع الآخرين، وترى الدراسة أيضاً أن الانترنت قد ساعد على رفض سلطة الآباء، ومخالفة آرائهم.

إدمان الإنترنت وأعراضه

يجب توخي الحذر الشديد عند التعامل مع المراهق الذي يعاني من إدمان النت، ومن أصعب الأمور الاضطدام بهم ويجب أن تبني الثقة بين المراهق وذويه وأيضاً إشباع حاجاته الملحة بعد معرفة الأسباب التي أدت للإدمان ومحاولة حلها. هذا بالإضافة إلى أن إدمان المراهقين على الإنترنت ينعكس سلباً على حياتهم ومواعيد نومهم ودراساتهم ويصبح المراهق انطوائياً لا يخرج مع أصدقائه أو يمارس أى هوايات أخرى سوى الجلوس على الشبكة بلا كلل أو ملل.

وعن أعراض الإدمان على الإنترنت:-

هناك مجموعة من الأعراض تظهر لدى مدمني الإنترنت في سن المراهقة، وقد تظهر بعضها أو كلها على سلوك المراهق، وكلما زادت هذه الأعراض: ازدادت خطورة الأمر، وهذه الأعراض (عوض، 2013):

- الأعراض الجسدية: مثل الألم الشديد وآلام الرسغ وجفاف العين والتهاب العينين والصداع النصفي آلام الظهر والرقبة اضطرابات في النوم التعرض لمخاطر الإشعاعات الصادرة عن شاشات أجهزة الاتصال الحديثة والهالات السوداء أو الانتفاخ تحت عيونهم، والشعور بالتعب طوال الوقت.

- الأعراض النفسية: مثل شعور غامر بالسعادة عند استعمال الكمبيوتر عدم القدرة على التوقف عن استعمال الكمبيوتر، وقضاء وقت أكثر مما يتوقع، وإهمال الأهل والأصدقاء وإهمال الواجبات المدرسية والمنزلية، والكذب على الأصدقاء والأسرة عن وقت استخدام الكمبيوتر مع شعور بالذنب، ومشاكل في المدرسة أو

البيت والشعور بالاكئاب، والفراغ، وتعكر المزاج عندما لا يستخدم الكمبيوتر، والوحدة، والإحباط، والقلق لان الإدمان يبعد الشخص عن حياته الاجتماعية، والعصبية والتوتر عند مفارقة الحاسوب واضطراب المزاج، الضيق والتأفف وانخفاض في المستوى التعليمي والابتعاد عن الفعاليات الاجتماعية أو التقليل منها وعدم انتظام تناول وجبات الطعام.

- الاعراض الاجتماعية: مثل انسحابه من الأصدقاء والأنشطة وتراجع اهتمامه بالهوايات، تآثر علاقاته الاجتماعية، والتفاعل مع الآخرين ورفض سلطة الآباء، ومخالفة آرائهم.

آثار الانترنت الايجابية والسلبية على المراهقين

هناك مجموعه من الآثار الايجابية والسلبية يتركها الانترنت على المراهقين، ومن الآثار الايجابية (الصاعدي، 2011):

- خدمة البريد الإلكتروني: حيث يمكن مراسلة أي شخص في العالم، بسرعة وبدون تكلفة (لأن قيمة الاشتراك في الإنترنت مدفوعة) مع ضمان وصول الرسالة.

- للباحثين والطلاب: حيث يمكنهم الإنترنت من الإطلاع على المستجدات في الأبحاث والمعلومات التي تهتم الباحث في تخصصه من خلال المواقع والنشرات والدوريات، أيضا يمكن البحث عن المراجع من الكتب والأبحاث عن طريق المكتبات الإلكترونية.

- الأخبار: يمكن الاطلاع على الأخبار بأنواعها حول العالم عن طريق مواقع وكالات الأنباء والمواقع الإخبارية التي تقوم بنشر الأخبار أولاً بأول.

- الاستثمار والتجارة الإلكترونية: حيث يمكن متابعة الأسواق المالية المختلفة والبنوك والتأمين والضرائب والاستثمار والتمويل وإدارة المنشآت الصغيرة والاستشارات المالية والمحاسبية والتحليلات الاقتصادية عن طريق المواقع المخصصة لذلك.

- التسوق: ويمكن التسوق عن طريق الشبكة العالمية (بواسطة بطاقة الائتمان)

بدءاً من شراء الملابس والأثاث والأجهزة الكهربائية، ومروراً بالكتب وليس انتهاءً بأجهزة الحاسب الآلي المكتبية والمحمولة.

- الإعلان عبر الإنترنت: قد تعلن الشركات أو الأفراد عبر الإنترنت، مجاناً أو بأسعار رمزية عن الطلبات أو العروض مثل السيارات المستعملة والأثاث والأجهزة المختلفة.

- البحث عن وظائف: حيث يمكن عرض الوظائف أو البحث عنها وذلك لدى المواقع التي تعنى بالتوظيف ل يتم تسجيل اسم ومؤهلات طالب الوظيفة.

- الاتصال الهاتفي: يمكن الاتصال بواسطة الإنترنت من جهاز إلى جهاز آخر، ويكن الاتصال من جهاز إلى هاتف عادي بأسعار زهيدة وهذا ما يميزه عن أسعار شركات الاتصال المحلية، وكذا الاتصال بالصوت والصورة لأغلب دول العالم بسعر زهيد وهو اشتراك الإنترنت.

- فوائد متنوعة: مثل البحث عن أفضل الأسعار للفنادق وتذاكر الطيران، حجوزات الفنادق والرحلات حول العالم، عرض وطلب العقارات، استئجار السيارات، التعلم عبر الحاسوب، الإطلاع على المعلومات الإحصائية والتاريخية والجغرافية والسياحية والعلمية، الاستشارات الطبية وغير الطبية، القواميس والموسوعات، معرفة الطقس حول العالم، الاهتمامات والهوايات المختلفة، المزايدات الإلكترونية.

الآثار السلبية للإنترنت:

هناك مجموعه من الآثار السلبية للإنترنت مثل عرض المواد الإباحية والفاضة والحادشة للحياء، التشهير والفضيحة والمضايقة والتحايل والابتزاز والتزوير، بث الأفكار الهدامة والدعوات المنحرفة، انتهاك الحقوق الخاصة والعامة (القهدي، 2012) ومن الآثار السلبية للإنترنت أيضاً المشكلات السلوكية التي تظهر عند المراهقين مثل (ضعف الهوية والتطرف الفكري، العنف والعدوانية التحرش الجنسي، السمعة والسكري وضعف حاد في الذاكرة والانتباه وتدني مستوى التحصيل والتسرب من المدرسة وضعف الحصيلة اللغوية والنطقية. مشكلات واضطرابات في النوم

ومشكلات واضطرابات نفسية مثل الاكتئاب الانعزال والانطواء. (داود، 2011).

أهمية البحث تتمثل بـ:

- أهمية المجال الذي يتناوله وهو مجال الإنترنت بصفة عامة، ومواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة، فهي تعد ظاهرة من أهم الظواهر الإعلامية المعاصرة.
- ندرة الدراسات التي تدرس دور الأسرة في حماية المراهقين من إدمان الإنترنت.
- استهداف البحث لفئة المراهقين: فهذه الفئة تعد طاقة بشرية مهمة ومؤثرة في كيان المجتمع، فهذه الفئة تحتاج إلى العناية والتزود بالمعارف في مختلف القضايا والتحديات.
- توجيه وسائل الإعلام إلى القيام بدورها في مجال توعية المراهقين.

أشكاليه البحث:

هناك مجموعة من الآثار السلبية للإنترنت مثل عرض المواد الإباحية والفاضحة والحادشة للحياء، التشهير والفضيحة والمضايقة والتحايل والابتزاز والتزوير، بث الأفكار الهدامة والدعوات المنحرفة، انتهاك الحقوق الخاصة والعامة (القدهي، 2012) ومن الآثار السلبية للإنترنت أيضاً المشكلات السلوكية التي قد تظهر عند المراهقين مثل (ضعف الهوية والتطرف الفكري، العنف والعدوانية التحرش الجنسي، السمعة والسكري وضعف حاد في الذاكرة والانتباه وتدني مستوى التحصيل والتسرب من المدرسة وضعف الحصيلة اللغوية والنطقية. مشكلات واضطرابات في النوم ومشكلات واضطرابات نفسية مثل الاكتئاب الانعزال والانطواء. (داود، 2011). هناك مجموعة من الإجراءات التي هي من مسؤوليات الوالدين عندما يبدأ أبنائهم المراهقون بالجلوس أمام الحاسوب والدخول إلى شبكة الانترنت: تبدء بالتنبيه والارشاد للمراهقين من الأبناء الى عدم إعطاء معلومات شخصية مثل: اسم المدرسة أو أرقام بطاقات ائتمان أو عنوان عمل الوالدين أو عنوان المنزل لأي شخص كان من غير إذن الوالدين. و إعلامهم بأي شيء سيئ أو فيه تهديد يشاهده الابناء أو يأتيهم عبر البريد الإلكتروني. والعمل على رفع مستوى الوعي والمعرفة بوسائل حمايه المعلومات

والملفات الرقمية الخاصة بهم ان من خلال تزويدهم بها و تشجيعهم للقيام بدورات تدريبية متخصصه مما قد يرفع القدرة عند المراهق لمواجهة أي خطر يمكن ان يحصل بسبب استغلالها ضده او العمل على التأثير والسيطرة عليه من خلالها.

اهداف هذا البحث فتمحور حول: التعرف على:

- 1 - دور الاسرة في حماية المراهقين من الإدمان على الانترنت.
- 2 - الآثار الايجابية والسلبية الناتجة عن استخدام المراهقين للإنترنت.
- 3 - طرق الوقاية من إدمان المراهقين على الإنترنت.
- 4 - طرق علاج إدمان المراهقين على الانترنت.

منهجه البحث:

ان هذا البحث هو استكشافي استخدم التحليل القائم على الراي و الفكر لتسليط الضوء على دور الوالدين في حمايه المراهقين وتمكينهم من الوقاية الفاعلة بهدف الاستخدام الفاعل للإنترنت و التخفيف من الإدمان الناتج عن استخدامها اعتمد المصادر الثانوية من كتب و مقالات علميه كما استخدم المقابله مع المختصين في مجال العمل الاجتماعي خاصتا في مجال الأسرة ودورها وخاصتا من هم في مجال الانترنت بالإضافة الى مستشارين في برامج التدخل الاجتماعي في المؤسسات والجمعيات.

التوصيات:

- دور الوالدين في حماية المراهقين من إدمان الانترنت:
- هناك مجموعه من الإجراءات التي يجب على الوالدين اتخاذها عندما يبدأ أبنائهم المراهقون بالجلوس أمام الحاسوب والدخول إلى شبكة الانترنت:
- يجب تنبيه المراهقين وارشاد الابناء الى عدم إعطاء معلومات شخصية مثل: اسم المدرسة أو أرقام بطاقات ائتمان أو عنوان عمل الوالدين أو عنوان المنزل لأي شخص كان من غير إذن الوالدين.

- إعلام الوالدين بأي شيء سيء أو فيه تهديد يشاهده الأبناء أو يأتيهم عبر البريد الإلكتروني.

- التأكيد على الأبناء عدم قبول صداقة أي شخص على مواقع التواصل الاجتماعي دون معرفة الوالدين.

- على الآباء عدم الانفعال أو الغضب في وجه أبنائهم المراهقين في حالة حدوث أي شيء خاطئ وذلك لتولد الثقة المتبادلة بين الأبناء والآباء.

- يجب علينا تنبيه ابنائنا إلى عدم صحة كل المعلومات الموجودة على الإنترنت، وعدم الإعجاب بأي شيء ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي ومشاركته.

- عدم السماح للأبناء المراهقين بالمشاركة في الدردشة على مواقع التواصل الاجتماعي، فبعض الأصدقاء على هذه المواقع ربما يستخدمون تلك الدردشة في الابتزاز من أجل النقود.

- حرص الوالدين على إيجاد المواقع المفيدة التي تنمي مواهب أبنائنا المراهقين، فالإنترنت مليء بهذه المواقع المفيدة، والتي يتبناها أشخاص لهم خبرات في التعامل مع الأطفال والمراهقين.

- تحديد أوقات معينة للمراهقين للجلوس على الإنترنت، يكون فيها الوالدان متفرغين لابنائهم وقادرين على الاطلاع على ما يشاهده الأبناء من وقت لآخر.

- إشغال المراهقين بما هو مفيد لهم من ألعاب رياضية وحركية ورسم وقراءة.

- إبعاد الأجهزة كلياً عند النوم وذلك تجنباً لسهر الأبناء عليها في ظل غياب الوالدين.

- فتح جلسة حوارية بين الفنية والآخرى بين الآباء والأبناء للحدوث عن ما استفادوه من الأجهزة ووسائل التواصل الاجتماعي.

- ان يعمل الآباء على تركيب برمجيات الحماية وبرمجيات مكافحة الفيروسات.

- على الوالدين وضع الأجهزة التي فيها إمكانية الاتصال بالشبكة في غرفة عامة،

حتى يسهل الاطلاع على ما يتصفحه المراهق.

- عقد ورشات عمل تدريبية للوالدين، لتدريبهم على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، لتمكينهم من توجيه أبنائهم والدخول إلى مواقعهم، وتوجيههم نحو الاستخدام الايجابي.

دور الاسرة مع المراهقين الذين يتابعون المواقع الجنسية

إن علاقة المراهق بالأسرة والمدرسة في زمن الإنترنت هي علاقة يسودها الاصطدام والنفور، ويرجع ذلك إلى عدم وعي الآباء والمدرسين بمميزات المراهقة وحاجياتها وتحدياتها ويمكن أن نمثل لذلك بالمسألة الجنسية؛ فالمراهق أكان ذكراً أم أنثى يحس بتغيرات جنسية، وهذا الإحساس والشعور في أسرنا و مدارسنا لا توأكبه تربية جنسية علمية تبين للمراهق بطريقة تربوية سبب هذه التغيرات الجنسية ولا تُربيه على كيفية استثمار الغريزة الجنسية، وعلى الوالدين مراقبة سلوك المراهقين المتابعين للمواقع الجنسية او الاباحية لأن:

- المراهقين قد يلجأون للبحث واستكشاف قدراتهم واختبار رجولتهم، من خلال تقليدهم لما يروه في المواقع.

- إقحام المراهقين في مشكلات الوالدين وإطلاعهم على تفاصيلها، أو وقوع الخلافات أمامهم، ما يجعل المراهق يشعر بالذنب لعدم استطاعته حل هذه المشكلات أو مساعدة الوالدين، أو بالغضب من الوالدين أو أحدهما، فيجد في اللذة الجنسية التي يحققها بمشاهدة هذه المواد طريقة للهروب.

- التريبة القائمة على الانتقاد وإصدار الأوامر والعقاب والحرمان، قد تؤدي إلى تدمير مفهوم الذات لدى المراهق، وتدفعه للبحث عن أساليب غير صحيحة لإثبات نفسه وقدراته.

- الهروب من المشكلات التي يواجهها المراهق سواء في البيت أو المدرسة، خصوصاً إذا كان يتعرض للتمتر (البلطجة) خارج البيت ويعجز عن مواجهتها، فيجد في هذه المواقع مهرباً يشعره بالراحة.

- الفراغ وعدم وجود أنشطة تعليمية وترفيهية كافية تساعد المراهق على استغلال

طاقته الجسدية في شكل صحي، كمزاولة الرياضة أو الموسيقى.

طرق الوقاية من إدمان المراهقين على الإنترنت:

هناك عدة طرق لوقاية المراهقين من الإدمان على الإنترنت من خلال المسؤولية الكبيرة التي تقع على الوالدين في عالم التكنولوجيا الذي نعيشه، وخاصة بعد الانتشار الواسع لأجهزة التكنولوجيا إلى درجة لا يستغني الصغير ولا الكبير عنها، وهذه المسؤولية هي:

أولاً: مسؤولية الآباء

الاهتمام بالمراهق ومحاولة توفير الجو المناسب له للحيلولة دون الإفراط في استخدام الإنترنت.

- الاهتمام بصحة المراهق النفسية وحاجاته في محاولة للحيلولة دون وقوع المشكلات النفسية الخطيرة.

- توجيه انتباه المراهق إلى أهمية الإنترنت ومزاياه وفوائده، وكذلك توضيح الأضرار التي توجد فيه.

- ضرورة الاهتمام بمستوى الأبناء العلمي والثقافي لمسايرة متطلبات المرحلة.

- البعد عن الإفراط في تحقيق جميع متطلبات الأبناء، وكذا الإفراط في المنع.

- الاستفادة من أوقات الفراغ لما فيه فائدة المجتمع.

- تعميق الوازع الديني والأخلاقي وربط ذلك بفلسفة المجتمع.

ثانياً: مسؤولية المؤسسات التربوية

- الاهتمام بتبصير الطلاب بخطورة مرحلة المراهقة التي يمرون بها، وكيفية التعامل مع المشكلات التي يواجهونها.

- تعليم الطلاب الكيفية المثلى لاستخدام الإنترنت بالطرق الآمنة والاستفادة من مزاياها وتجنب أخطارها.

- تقديم برامج تعليمية وأنشطة تثقيفية للطلاب تركز على الجوانب الايجابية للإنترنت وكيفية تفعيلها.

- العناية بالجوانب النفسية للطلاب وخصوصا من يدمن على تصفح الإنترنت، وتقديم العلاج المناسب لهم.

- وضع مناهج لا تقتصر على كيفية التعامل مع جهاز الحاسب وذكر خدماته، لتتجاوز ذلك إلى كيفية الاستفادة من الإنترنت، وجعله وسيلة تعليمية.

علاج إدمان المراهقين على الإنترنت:

علاج إدمان الانترنت ليس معناه منع المراهق نهائيا من استخدام الإنترنت، لكن المقصود هو الاستخدام المعتدل وهذا هو الهدف الذي يجب أن يسعى إليه الوالدان في مرحلة العلاج، وفيما يلي جملة من المقترحات تساعد في عملية العلاج (المسلماني، 2018):

- وعي المراهق: أن يعي المراهق أنه يعاني من الإدمان، ليبدأ مرحلة العلاج.

- الانترنت ليس حقا: يجب على الآباء أن يتحدثوا مع أبنائهم الذين يعانون من الإدمان على الإنترنت في سن المراهقة أن يفهموهم: أن استخدام الإنترنت هو امتياز وليس هو حقا لهم. على الرغم من أن جميع أصدقائهم يمكنهم الاتصال بالإنترنت "متى أرادوا"، فإن هذا لا يعني أن الوصول إلى الإنترنت بدون قيود هو حق لهم.

- وضع قواعد للاستخدام: يجب وضع قواعد للاستخدام اليومي للإنترنت (على سبيل المثال: 90 دقيقة من استخدام الإنترنت الترفيهي أو الألعاب في كل ليلة)، ومن الأهمية بمكان أن يتم تنفيذ هذه القواعد باستمرار، وأن يكون هناك عقاب يعرفه طفلك المراهق لعدم اتباع القواعد.

- مكافأة: اجعل الاستخدام غير الرسمي للإنترنت امتيازاً - واربطه بتحقيق درجات جيدة في المدرسة، ومن الضروري أن يتم الانتهاء من الواجبات

المنزلية، والأعباء، والمسؤوليات الأخرى (وإكاملها بشكل صحيح) قبل السماح للمراهق بالاتصال بالإنترنت.

- مشاركة أنشطة العائلة: إشراك الابناء في الأنشطة العائلية التي لا تشمل أجهزة الكمبيوتر أو الإنترنت، نحو المشاركة كعائلة في الرياضات الترفيهية، أو الهوايات التي تخرج المراهقين من المنزل، وبعيداً عن الإنترنت.

- مشاركته اجتماعات العائلة: من المهم الإصرار على أن يكون المراهق جزءاً من اجتماعات العائلة لفترة معينة كل مساء. ويمكن أن يكون الاجتماع وقت الذروة، أو بعد العشاء مباشرة.

- القيام بالواجبات المدرسية في أماكن جلوسك: اطلب من طفلك المراهق القيام بواجباته المنزلية في المطبخ، أو غرفة العائلة، أو غرفة المعيشة، أو غرفة الطعام، حيث يمكنك التفاعل مع أي نشاط يقوم به على الإنترنت ومراقبته من وقت لآخر.

- حل المشكلات الحياتية: الأشخاص الذين يقعون ضحية للتصفح، هم على الأرجح يواجهون مشاكل في حياتهم الحقيقية. وبالنسبة لهم يصبح الفضاء الإلكتروني هروباً، ومكاناً للتنفيس، أو حتى مكاناً للبكاء وطلب المساعدة. كما تشير الدكتورة كيمبرلي يونغ - وهي عالمة نفسية تدرس إدمان الإنترنت - في كتابها "Caught in the Net"، لذلك من الضروري حل المشاكل الحياتية التي يواجهها المراهق.

- الضوابط البرمجية: هناك مجموعة متنوعة من البرامج التجارية التي يمكن استخدامها لرصد ومراقبة أنشطة المراهقين على الشبكة العنكبوتية. يمكن لهذه البرامج الاحتفاظ بسجل لمواقع الويب التي يزورها، ومنع الوصول إلى مواقع الويب أو أية برامج معينة، ومنع تنزيل الملفات، ووضع قيود على وقت وكمية استخدام الإنترنت، وحتى تسجيل كل ما يكتبونه. بالطبع، يمكن للمراهق الدخول على الإنترنت في الخارج عند أصدقائه أو في المدرسة؛ لذلك هذه البرامج ليست بديلاً لتوعيته بمخاطر الإنترنت.

مصطلحات الدراسة

- مواقع التواصل الاجتماعي Social Networking Sites

عرّفها المدهون (2012:37) بأنها "خدمة متوفرة عبر الإنترنت، تعمل على ربط عدد كبير من المستخدمين من شتى أرجاء العالم، ومشاركتهم وتشبيكهم في موقع إلكتروني واحد يتواصلون معاً مباشرة، ويتبادلون الأفكار والمعلومات، ويناقشون قضايا لها أهمية مشتركة بينهم، ويتمتعون بخدمات الأخبار، والمحادثة الفورية، والبريد الإلكتروني، ومشاركة الملفات النصية والمصورة، وملفات الفيديو والصوتيات".

- الفيسبوك: يعتبر من أشهر المواقع الاجتماعية على الانترنت، أسسه طالب في جامعة (هارفارد) عام 2004 (عبدالله، 2007)

- إدمان الإنترنت: هو سلوك لا يمكن السيطرة عليه، حتى في مواجهة العواقب الصحية والاجتماعية السلبية. ووفقاً للتعريف الصيني: فإن مدمني الإنترنت يصنفون على أنهم أولئك الذين يقضون ما لا يقل عن ست ساعات على الإنترنت يومياً. (مسلماني، 2018)

- Network الشبكات الاجتماعية: وعرفها الغامدي (2011) بأنها مجموعة من الحواسيب مرتبطة بعضها ببعض، لتكون شبكة عالمية.

- المراهق: هو من أتم البلوغ ذكراً أم أنثى ولم يتم الثامنة عشرة من عمره. فالمراهق منذ بلوغه حتى يتم نضوجه تتكامل لديه عناصر الرشد النفسي والاجتماعي والجسدي والأنفعالي والإدراكي، وتتطور معرفة المراهق لطبيعة وصفة شخصيته والقدرة على تكيف سلوكه وتصرفاته ومعرفته طبقاً لما يحيط به من ظروف ومتطلبات البيئة الاجتماعية. (فوزي، 2014)

المراجع

- أحمد، جاد (2008)، الاعلام الفضائي وآثاره التربوية، العلم والايان للنشر والتوزيع، كفر الشيخ.
- القشعان، حمود فهد، (مدى تلبية التكنولوجيا الإلكترونية لحاجة المراهقين. ندوة مستجدات الفكر الإسلامي التاسعة: تحت عنوان الإعلام القيمي بين الفكر والتجربة، وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية.
- المسلماني، بسام حسن (2018) أبنيك المراهق وخطر الإدمان على الإنترنت. مركز لها للتدريب
- أحمد، فريال فاروق (2014)، الانترنت والمشاركة السياسية والاجتماعية للشباب في المجتمع المصري، رسالة ماجستير غير منشورة كلية الاداب، جامعة الزقايق.
- إسماعيل، بشرى، (2004)، الاضطرابات النفسية للأطفال الأسباب- التشخيص- العلاج، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة.
- بدر، أمل. (2015). الآثار الثقافية والاجتماعية والنفسية لاستخدام الشباب الخليجي لشبكات التواصل الاجتماعي. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية - الجزائر، العدد (28)، ص (10-41).
- البلوي، خولة. (2015). المشكلات السلوكية الشائعة وعلاقتها ببعض المتغيرات لدى طالبات السنة التحضيرية في جامعة تبوك. مجلة دراسات - العلوم التربوية - الأردن، المجلد (42)، العدد (3)، ص ص (725-746).
- حسن، سحر جابر (2014) الاثار الاجتماعية والمجتمعية للتعامل مع الشباب الجامعي مع مواقع التواصل الالكتروني، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس.
- خالد، هبه محمد، (2008) مواقع الشبكات الاجتماعية، ما هي؟ متديات اليسار للمكتبات وتقنية المعلومات.
- الديسي، عبد الكريم والطاهات، زهير. (2013). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية. مجلة دراسات، العلوم الإنسانية والاجتماعية - الأردن، المجلد (40)، العدد (1)، ص ص (66-81).
- سباب، رانيا (2002) تأثير الانترنت على العلاقات الاجتماعية. الدستور، عمان.
- الشمrani، عبد الله. (2016). شدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتوافق

- الزواجي لدى المعلمين والمعلمات. رسالة ماجستير غير منشورة، الأردن: جامعة اليرموك.
- الصاعدي، محمد، (2011) مواقع التواصل الاجتماعي خطرا مفرصة، بحث مقدم لشبكة الالوكة التعليمية، المملكة العربية السعودية، المدينة المنورة.
- صالح ليري ومحمد حاجي (1998). أثر المشكلات الاجتماعية والنفسية المصاحبة لمستخدمي مقاهي الإنترنت: في مؤتمر الكويت حول الطرق السريعة للمعلومات: التقنية في خدمة المجتمع " ج 1. 16 - 18 مارس. ص ص 205-218
- عبدالعزيز، وائل احمد(2013) تأثير الانترنت على ثقافة الشباب في المجتمع المصري: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة المنصورة.
- عوض، حسني. (2011). أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب. ورقة علمية مقدمة لمؤتمر المسؤولية المجتمعية للجامعات الفلسطينية، نابلس، بتاريخ 26 سبتمبر.
- عوض، حسني. (2013). تصور مقترح لاستخدام شبكة التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" في الإرشاد التربوي في ضوء إدراك المرشدين التربويين لأهميته. مجلة جرش للبحوث والدراسات - الأردن، ص ص (107 - 127).
- الغامدي، عبد الله أحمد (2011)، تردد المراهقين على مقاهي الإنترنت وعلاقته ببعض المشكلات النفسية لدى عينة من طلاب المرحلة الثانوية بمكة المكرمة، رسالة ماجستير، قسم علم النفس، كلية التربية، جامعة أم القرى
- فوزي، شروق سامي (2014) تكنولوجيا الاعلام الحديث. ط1، القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.
- قادري، حليلة. (2016). اتجاهات الشباب نحو المسؤولية الاجتماعية: دراسة مقارنة على عينة من شباب مدينة وهران. مجلة دراسات نفسية وتربوية - جامعة قاصدي مرباح - الجزائر، العدد (16)، ص ص (129-142).
- القدهي، مشعل عبدالله (2012) المواقع الإباحية على شبكة الانترنت وأثرها على الفرد والمجتمع.
- محمود، خالد. (2012). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لدى الشباب الجامعي: تصور مقترح من تطور الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية. مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية - مصر، العدد (33)، الجزء (1)، ص ص (335-389).

- المدهون، إبراهيم. (2012). دور الصحافة الالكترونية الفلسطينية في تدعيم قيم المواطنة لدى طلبة الجامعات بمحافظة غزة. رسالة ماجستير غير منشورة، فلسطين: جامعة الأزهر.

- Al-Mazeedi, Moosa, Ismail Ibrahim (1998). The Educational and Social Effect of the Internet on Kuwait University Students. In: Kuwait Conference on Information Highway. V:2 From: 16 – 18 March. P.p.

- Al-Najran, Talal (1998). Internet adoption and use by Kuwait University students: new medium, same old gratifications. Unpublished Doctoral Dissertation. Ohio: The Ohio State University.

- Anderson, R. et al, (1998). Relationship of Physical activity and television watching with baby weight and level of fatness among children. **Journal of the American Medical Association**, 279, 938 – 942.

- Bozanta, A. and Mardikyan, S. (2017). The Effects of Social Media Use on Collaborative Learning: A case of Turkey. **Turkish Online Journal of Distance Education**, 18(1), 96– 110.

- Ellison, N, Vitak, J, Gray, R. and Lampe, C. (2014). Cultivating Social Resources on Social Network Sites: Facebook Relationship Maintenance Behaviors and their Role in Social Capital Processes. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 19(4), 855– 870

- Levy, S. (1995). The Year of the Internet. Newsweek. December 25:21– 30.

Schein, Levi, and Pollack, D, (1997). Social Work, Parenting and the Web. **Journal of Family Social Work**. 2(3): S /6.

دور الأسرة في الحد من العنف النتائج عن الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال نحو بناء برنامج تدخل وقائي يستند إلى تقنيات خدمة الجماعة

الدكتور عماد اشتية	الدكتورة مريم أبو تركي	أ. منار أبو سنيينة
عميد كلية التنمية الإجتماعية والأسرية جامعة القدس المفتوحة فلسطين	مديرة مركز أمان للإرشاد والصحة المجتمعية فلسطين	جمعية أصدقاء الحياة لمكافحة المخدرات فلسطين

ملخص

هدفت هذه الدراسة لمعرفة وفحص دور الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الاعلام السلبي الذي يتعرض له الاطفال.. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال استطلاع رأي عينة "قصديه" من مجتمع الدراسة من مدينة الخليل مكونة من (225) وتم استخدام أداة للدراسة تم بناؤها والتحقق من صدقها وثباتها.

وأشارت النتائج أن وسيلة الاعلام الأكثر استخداما لدى أفراد الأسرة هي الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي يليها التلفزيون يليها المذياع أو الراديو. وان المواد الإعلامية السلبية التي تنتج العنف عند الأطفال هي أفلام الاكشن والألعاب الالكترونية والصور المتحركة. اما المجالات التي تؤثر بها وسائل الإعلام سلبياً على الأطفال وتزيد العنف لديهم هو المجال السلوكي يليه المعرفي ثم الأخلاقي، وان الفترة الزمنية التي يقضيها الأطفال في مشاهدتهم لوسائل الإعلام هي أكثر من ساعتين.

وأشارت النتائج أيضا ان 67% من المبحوثين أشاروا أن عنف أطفالهم ناتج عن مشاهدة الإعلام السلبي. وأن شكل العنف الذي يمارسه أطفالهم هو اللفظي والجسدي. وأن 8, 73% من المبحوثين لاحظوا تغيرا في سلوك أطفالهم نتيجة متابعتهم لوسائل الإعلام. وأشارت النتائج انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس،

مكان السكن، العمر، عدد أفراد الأسرة، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، وسيلة الاعلام الأكثر استخداما لدى أفراد الأسرة و (مدى اهتمام الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال).

وأشارت النتائج أيضا أن أعلى نسبة لاهتمام الأسرة هي لخطورة العنف الذي يتعرض له الأطفال، ومحاولة الحد من العنف بكافة أشكاله. وأن الاعلام أحيانا أو نادراً ما يعالج العنف الذي يتعرض له الأطفال. وتعالج الأسرة العنف من المنظور النفسي والتربوي والأخلاقي وان أكثر العنف الناتج عن سلوك الأطفال من الاعلام السلبي هو النفسي واللفظي والجسدي. وترى أن الأسرة تعنى في الحد من العنف الناتج عن الاعلام السلبي. وأهم طرق العناية للحد من العنف هي الحملات التوعوية، والجلسات الفردية. ويروا أن اهتمام الأسرة غير كاف للحد من العنف الناتج عن الاعلام السلبي. وأشارت النتائج انه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس، مكان السكن، العمر، عدد أفراد الأسرة المستوى التعليمي، الدخل الشهري، وسيلة الاعلام الأكثر استخداما لدى أفراد الأسرة و (مدى اهتمام الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال).

وأشارت النتائج أيضا أن الأسرة تعمل على التوعية من خطورة الاعلام السلبي. وبيان مساهمة الأسرة تمثلت بتقديم نصائح وإرشادات وبزيادة الوعي الأسري، واقبلها بإشراف الأطفال بأنشطة مجتمعية. وأن أكثر الأساليب فعالية تتمثل بالجلسات الحوارية وبالتعزيز والتحفيز الايجابي والمكافأة. وان حجم المساهمات التي تقدمها الأسرة غير كاف للحد من العنف الذي يتعرض له الأطفال من الاعلام السلبي. وأشارت النتائج أن الحلول والاقترحات التي تقدمها الأسرة يغلب عليها الطابع الإرشادي ثم الطابع الوقائي، وان اقل نسبة هو الطابع العلاجي. وأشارت أيضا بان الأسرة التي تعالج العنف تسمى أسرة رشيدة ومراقبة للأطفال، وبالأسرة الحامية للأطفال وأيضا تسمى بأسرة متدينة أو محافظة على الأطفال. وان الأسرة لم توفق بالحد من العنف الناتج عن الاعلام السلبي، وأنهم غير راضين عن مساهمة الأسرة في الحد من العنف الذي ينتج عن الاعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال. وأشارت انه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجنس، مكان السكن، العمر، عدد أفراد الأسرة، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، وسيلة الإعلام الأكثر استخداما لدى

أفراد الأسرة و(الاقتراحات المقدمة من الأسرة للحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال). وخلصت الدراسة ببناء برنامج للحد من العنف يستند الى تقنيات خدمة الجماعة وتطبيقه على عينه من الأمهات وبالتوصيات للدراسة.

Abstract

The family role in limiting the violence influence on their children due to exposure to negative media – Aiming to implement protective program derived from techniques that supports communities

This study aimed to inspect and become more aware of the family role in eliminating and limiting the violence that influence their children negatively due to high exposure to the negative media. The study was prepared using analytical descriptive method through surveying a sample of targeted group of people from Hebron City. The study consisted of 225 parents using a trustworthy study tool, that tool was carefully implemented, and its validity and stability went through thorough inspection. The results of the study showed that social media is the most used media tools among families, followed by TV use and Radio. It also indicated that the action movies, electronic games, and animation films are the most media tools that negatively influence the children. However, the children are highly influenced by areas with negative behavior dimension, moral and cognitive, and that children do spent more than two hours watching media tools. The results also indicated that 67 % of the respondents assured that watching negative practices increase verbal and physical violence in their children's attitude. In addition to 73 , 8 % of the respondents noticed a change on the attitude due to watching media. It has been also found that there is a significant correlation between the family role in eliminating that violence and other factors such as; sex, age, place of residence, education-

al level, monthly income, number of family member and the most used tool by families to reduce violence. In addition to the above mentioned results, it has been shown that parents who take the violence issue seriously play a more effective role in limiting that violence. Furthermore, media sometimes makes a positive influence rather than a negative one, and that families do repair the violence issue through other perspectives; psychological, educational, verbal and physical. The most effective's methods used by families to reduce violence were awareness campaigns and individual sessions, and family's attention is not sufficient to reduce the violence impact on children's. The results of this method also indicated that there is no relationship between the violence reduction and the families' level of education, place of residence, age, sex, and the monthly income. The results showed that the family plays a significant role in raising awareness about the seriousness of negative media on their children. The family contribution in providing advice and guidance and letting their children more involved in social activities. It has been found that the most efficient methods to decrease the violence among children's were motivations, rewards, and promotions. However, that contribution has not been enough to significantly reduce the violence, due to using inductive and preventive methods, where the lowest proportion is the therapeutic methods. It has been derived from the results that families who repair violence are known as rational families, where others called them religious or protective families. Unfortunately, it has been shown that families failed to reduce the violence level among their children and they are unsatisfied with their role in limiting that violence. It was also found that there is no correlation between the mentioned factors, age, sex, level of income, educational level, place of residence, suggestions offered by families

to reduce violence that children's are exposed to. It has been concluded that there is a high need to implement a program to limit that violence based on specific techniques that supports community, where the program will be applied on small group of mothers, along with the study's recommendations.

مقدمة

تلعب الأسرة في مجتمعنا العربي بشكل عام والفلسطيني بشكل خاص دوراً أساسياً في حياة الفرد، وهي تمثل مؤسسة التنشئة الاجتماعية الأولى والرئيسية، عليها تقع مسؤولية تنشئة الطفل في سنوات عمره الأولى، وهي التي ترسم شخصيته وتكون ثقافته واتجاهاته وتعمل على حمايته وتوفير احتياجاته الأساسية، مع التأكيد على دور وأهمية مؤسسات التنشئة الاجتماعية الأخرى وتأثيرها على حياة الطفل، ولعل الصحبة والمدرسة والأقران والمؤسسات الترفيهية والنوادي والأحزاب السياسية والدينية لها تأثير كبير أيضاً في حياة الطفل.

وتعتبر وسائل الاعلام من أحدث وسائل الاتصال وأخطرها في نفس الوقت لقدرتها وتميزها الفائق على جذب جميع الفئات العمرية بشكل عام والأطفال بشكل خاص، لما لها من تأثير سلبي على الأطفال بصفة خاصة ولما لها من دور في صياغة ثقافة الأفراد والمجتمعات، ولاعتبارها أداة التوجيه الأولى والتي تراجع وتقلص دور الأسرة حيال ذلك (عزيرو، 1994). وهذا ما أشارت اليه دراسة (رافعي ونسيب، 2016) التي هدفت الى الوقوف على دور وسائل الاعلام في الحد من العنف الأسري، وتوصلت إلى عدم الكفاية في اهتمام وسائل الاعلام بظاهرة العنف الأسري، وان التلفزيون هو أكثر وسائل الاعلام إنتاجاً للعنف على الطفل، وان وسائل الإعلام لم توفق وتقترح الحلول للحد من العنف على الطفل.

وبذلك أصبحت الأسرة في قبضة وسائل الاعلام تتحكم فيها وتوجهها لأدوارها ورسم مسارها في تنشئتها لأفرادها بما تقدمه من مواد إعلامية بطرق ووسائل شتى غير مهتمة بحساسية هذه الفئة العمرية وما يترتب عليها من مشاكل قد تنعكس بشكل سلبي على الأسرة والمجتمع. إضافة الى الانعكاسات السلبية على الطفل نفسه. وهذا

ما أشارت إليه دراسة (عز العرب، 2002) التي هدفت إلى الوقوف على مدى تأثير ثورة المعلومات على الكيان الأسري، وتوصلت إلى أن بعض الأسر لا تمارس دورها في عملية التنشئة الاجتماعية. بالإضافة إلى ضعف الرقابة والتوجيه في بعض الأسر.

لذا فإنه يقع على عاتق الأسرة بالتعاون مع مؤسسات العمل الاجتماعي والمجتمع المدني التي تسهم بشكل أساسي في مواجهة المخاطر المترتبة على الإعلام، وتعتبر حماية الأطفال مسؤولية أسرية ومجتمعية تتمثل بالجانب الوقائي والتحصين النفسي والمعنوي والإنساني والأخلاقي، لأن الإعلام السلبي أصبح من أخطر القضايا الشائكة التي تحتاج إلى استراتيجية وثقافة مجتمعية لتوجيه الإعلام بطريقة بناءة من خلال الأسرة وذلك لحماية الأطفال والعمل على توجيههم توجيهاً سليماً. وهذا ما أكدت عليه دراسة (أماني، حسين، 2008) في المجلس الوطني لشؤون الأردن حول البرامج الموجهة للأطفال العرب، بحيث حذرت الدراسة من آثار العنف المتلفز على شخصية الأطفال ومستقبلهم، وقد وجدت أن معدل المشاهد التي يتعرض لها الطفل ما بين السابعة والتاسعة من العمر هي خمسة مشاهد في الساعة الواحدة (أي أن طفل عمره 11 سنة قد تعرض ل 20 ألف مشهد قتل واعتداء أو موت). والتأثير المترتبة هي تقليل الحساسية عند الطفل بألم الآخرين مع ازدياد الاستعداد لارتكاب التصرفات المؤذية.

وما جاء في دراسة (أبو عرقوب، والخدام، 2012) في معرفة تأثير الإنترنت على الاتصال الشخصي بالأسرة وبالأصدقاء، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدام الاستبيان، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 300 طالبة في كلية عجلون الجامعية، وتوصلت إلى إن لشبكة الإنترنت تأثيراً على سلوك الطالبات لأنه قلل من رغبتهم في الاتصال الشخصي وجهاً لوجه بأسرهن وبصديقاتهن.

وفي إطار التأثير السلبي لوسائل الإعلام على الأطفال يلاحظ ان عملية ابتعاد الأطفال عن اللعب وممارسة النشاطات التي يمارسها الأطفال خلال ابتعادهم عن التلفاز مثلاً، ففي احدي الدراسات الصحية بالولايات المتحدة الأمريكية حول الاعلام والسلوك الاجتماعي أجابت 90 ٪ من الأمهات بان أطفالهن كانوا يلعبون بصورة او بأخرى في حال عدم مشاهدتهم او سماعهم لوسائل الاعلام (عبد الله، 2005).

وفي دراسة لـ (محمد، 2017) هدفت معرفة دور الأسرة في حماية أبنائها من مخاطر شبكة الإنترنت، باستخدام منهج المسح الاجتماعي بالعينة، حيث تم اختيار عينة عمدية، بلغت 150 أسرة تستخدم شبكة الانترنت، بتطبيق استبيان من تصميم الباحث بعد إخضاعه للتحكيم، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن شبكة الإنترنت يمكن أن تؤدي إلى إهدار الوقت وإهمال الدروس ونشر الثقافة الاستهلاكية، الأمر الذي يتطلب من الأسرة ضرورة متابعة الأبناء ومراقبتهم لمنعهم من تصفح المواقع الإباحية، وتوجيههم إلى الاستخدام الإيجابي للشبكة.

ولوسائل الاعلام الأثر الكبير لارتفاع وازدياد العنف بين أفراد الأسرة لأنها عملية تراكمية يقوم على أساس التغيير في المواقف والاتجاهات، وهذا التغيير لا يحدث إلا من خلال التعرض المباشر لمصادر مختلفة من وسائل الاعلام (محسن، 2012). وهذا ما أشارت إليه النظريات التي تحدثه وسائل الاعلام المتعلقة بنوع التأثير وهو التأثير المباشر أو قصير المدى وتشير إلى أن علاقة الفرد بمحتوى وسائل الاعلام هي علاقة تأثير تلقائي ومباشر، فالشخص الذي يتعرض لأي وسيلة إعلامية يتأثر بمضمونها ومحتواها مباشرة من خلال فترة قصيرة، كمشاهدة مشاهد من العنف فانه وبالضرورة يحاول تطبيقها ويقلدها. وهذا ما أشارت إليه دراسة KIEWTZ and WAYER (2001) للبحث عن الآثار قصيرة المدى للتعرض للعنف في وسائل الاعلام وعلاقتها ببعض سمات الشخصية ومنها سمة العدوان وسمة المسؤولية عن المواقف على عينة تمثلت في 268 فردا وقد وضحت النتائج أن مرتفعي سمة العدوانية لديهم اتجاهات أكثر عدائية. وفي دراسة KRONENBERGER (2005) ودراسة BROWN and HAMILTON (2005) حول اثر برامج الاعلام العنيفة على الأطفال والمراهقين والتي تناولت مشاهدة العنف في التلفزيون والأفلام والعباب الفيديو والعباب الكمبيوتر أن لها آثار قصيرة المدى على إثارة الأفكار والانفعالات وزيادة السلوكيات العدوانية.

إن النظريات التي تناولت الآثار السلبية لوسائل الإعلام نجد "نظرية التعلم الاجتماعي" لألبرت باندورا وهي من أكثر النظريات المستخدمة في تأثيرات وسائل الاعلام، إن أغلبية السلوكيات الإنسانية هي سلوكيات متعلمة بالملاحظة عن طريق النمذجة أو التقليد من خلال ملاحظة الآخرين يكون الفرد فكره بطريقة تكوين سلوكيات شبيهه أخرى، وفيما بعد تستعمل كأنماط لسلوك أو فعل معين. فعندما

يتعرض الفرد لمختلف النماذج يكتسب تصورات رمزية خاصة باستخدام النمذجة. وهذه من أهم النظريات التي تفسر التأثيرات السلوكية للعنف التلفزيوني أو في وسائل الاعلام لدى المشاهدين وقد اعتمد باندورا في ذلك التعرض أو المشاهدة للسمات الإدراكية للإنسان والتي تميزه عن الحيوان كسمات بشرية. (زين العابدين، 2004).

لقد أشارت العديد من التحليلات والدراسات التي تميل إلى تجاهل المحيط الاجتماعي الذي يتم خلاله التأثير من وسائل الإعلام على المتعرضين لها، فكما تؤكد النظرية الاجتماعية النفسية فإن سلوكيات الأفراد ليست مجرد ردود أفعال للمواقف بل هي ناتج لقدرتهم على إدراك معاني الرموز وتفسير الواقع أو المواقف وهذا ما أكدت عليه دراسة التلفزيون والتنشئة الأسرية، ل(الشربيني وصادق، 2003) وباستخدام منهج تحليل المضمون ومنهج الوصف التحليلي على عينة عشوائية من الأسر في مدينة الرياض أوضحت النتائج أن نسبة 6, 78 ٪ من الآباء يقضون معظم أوقات فراغهم في مشاهدة التلفزيون، وكذلك الأمهات بنسبة 4, 87 ٪، والأولاد بنسبة 4, 88 ٪ أي أن جميع أفراد الأسرة يقضون معظم أوقات فراغهم في مشاهدة التلفزيون. كما أظهرت النتائج أن البرامج الترفيهية تأتي في المرتبة الأولى لكل من الآباء والأمهات.

وعليه تسعى هذه الدراسة الى التعرف على أهم المشكلات التي يخلفها الاعلام السلبي على شخصية الأطفال وبناء برنامج تدخل وقائي يستند الى تقنيات خدمة الجماعة، رغم تأكيد دراسات عديدة في الحد مما يبثه الإعلام من جوانب سلبية، وأن الأسرة لا تزال غير مدركة للمخاطر التي يتعرض لها أطفالهم من عالم الإعلام السلبي.

مشكلة الدراسة:

تبحث الدراسة الحالية في دور الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي، حيث تعد الأسرة النواه الأساسية في تنشئة الأبناء وتوجيههم، لأنها الركيزة الأولى لضبط سلوكهم، ولكي يتم ذلك لا بد أن تأخذ دورها الإيجابي في المواجهة الجادة في الحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي، خاصة بعد دخول عالم الإعلام بوسائله المتعددة إلى أغلب البيوت فيلاحظ أن أغلب الأطفال يقضون الكثير من الوقت بالتواصل مع عالم الإعلام بوسائله المختلفة وينتج عن ذلك سلوكيات خطيرة يمارسها الأطفال تستوجب دراستها ومعالجتها اجتماعيا.

لذا يتطلب التركيز على دور الأسرة الهام وتأثيرها على منظومة التفاعل والعلاقات الاجتماعية وما تقوم به من أدوار ووظائف لضبط سلوك الطفل ومنعه من الخروج عن ما هو مألوف في المجتمع من منظومة ثقافية تحصنه وتذكره بأهمية الالتزام من خلال ممارستها للدور الأساسي في التوعية بمخاطر العنف الذي يتعرض له الأطفال من خلال الإعلام السلبي. إلى جانب بناء برنامج يستند إلى خدمة الجماعة بحيث يساهم ويؤثر بشكل فعال بالوقوف على هذه الظاهرة الخطيرة لوقاية الأطفال في المجتمع الفلسطيني من الوقوع فيها.

ويأتي هدف هذه الدراسة من طبيعة تناول ظاهرة العنف الذي يتعرض له الأطفال من خلال دور الأسرة في الحد من الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال في الإجابة عن التساؤلات التالية:

- ما هي وسائل الإعلام الأكثر إنتاجاً للعنف الذي يتعرض له الأطفال؟
- ما مدى اهتمام الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي؟
- ما هي الاقتراحات المقدمة من الأسرة للحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي؟

فرضيات الدراسة:

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الجنس، مكان السكن، العمر، عدد أفراد الأسرة، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، وسيلة الاعلام الأكثر استخداما لدى أفراد الأسرة و (وسائل الإعلام الأكثر إنتاجاً للعنف الذي يتعرض له الأطفال).

مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

الدور: ما تقوم به الأسرة للحد من العنف الذي تقدمه وسائل الاعلام المختلفة والذي ينعكس على الأطفال ويظهر في سلوكهم تجاه الآخرين من خلال التقليد والمحاكاة.

الأسرة: هي رابطة اجتماعية تتكون من زوج، وزوجة، وأطفال، أو قد تكون دون

أطفال، وقد تتوسّع الأسرة لتُصبح أكبر من ذلك، فتشمل أفراداً آخرين كالأجداد والأحفاد، يشتركون في مَعيشةٍ واحدة.

العنف: يُشير مفهوم العنف حسب معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية إلى تلك الظاهرة المتمثلة بالاستخدام المفرط للقوة بصورة غير مباحة شرعاً أو قانوناً، من قبل فرد أو مجموعة من الأفراد بقصد إجبار الآخرين على الانصياع لرغباتهم أو تبني أفكارهم ورؤيتهم الخاصة للأمور الحياتية المختلفة، الأمر الذي ينتج عنه تبعات اجتماعية خطيرة، فتعم الفوضى في المجتمع، وتنتشر مشاعر البغض والعدائية بين أفرادهِ (الدليمي، 2011).

الطفل: يُطلق مفهوم الطفل على الإنسان منذ لحظات ولادته الأولى حتى يبلغ رشده، ويُحدّد سن الرشد نظامُ الدولة والمجتمع والقانون في كل بلدٍ بشكلٍ مُستقل (حجاب، 2004).

الإعلام: المعلومات التي تُنشر بواسطة الوسائل الإعلامية، مثل الصّحافة والإذاعة والتلفزيون، كما أنّ الإعلام يكون بمجموعة من الوسائل التي تُؤثّر على نطاق كبير من الأفراد، كالإنترنت والمجلات. (محمد، 2017).

الاعلام السلبي: الاعلام الذي ينشر عبر وسائل الاعلام المختلفة والذي يؤدي إلى زرع الفتنة والخلافات، وإثارة المشاكل وهو الذي يبحث عن المصالح الشخصية للذي يتناوله ويعتمد على المعلومة الخاطئة في نقله، والفبركة في نقل المعلومة أو الخبر أو الرأي.

البرنامج الإرشادي الجمعي: مجموعة من الخطوات المحددة والمنظمة تستند في أساسها على نظريات وفتيات ومبادئ الإرشاد النفسي وتتضمن مجموعة من المعلومات والخبرات والمهارات والأنشطة المختلفة، والتي تقدم خلال فترة زمنية محددة بهدف مساعدة الأفراد في تعديل سلوكهم وإكسابهم سلوكيات ومهارات جديدة تؤدي إلى تحقيق التوافق النفسي وتساعد في التغلب على مشكلاتهم التي يعانون منها في معترك الحياة (حسين 2004).

تقنيات: هي فنيات ومهارات الإرشاد النفسي، تتمثل بمجموعة من الأساليب

والفنيات والأنشطة والممارسات التي يستخدمها المرشد النفسي في معالجة مظاهر الصعوبات والمشكلات النفسية التي تواجه المسترشد، والتي من شأنها أن تساعد على أن يكون أكثر فاعلية وكفاءة، وتستند إلى نظريات العلاج النفسي، وتستهدف تقوية السلوك المرغوب وإضعاف وإزالة السلوك غير المرغوب به من ناحية أخرى. (أبو معال، 2006)

خدمة الجماعة: هي طريقة من طرق الخدمة الاجتماعية تمارس في مؤسسات اجتماعية إيوائية أو نهارية، تربوية أو تعليمية أو ثقافية أو اجتماعية أو ترويحوية، وتتضمن هذه الطريقة معارف ومعلومات عن علاقة الفرد بالجماعة، وأثر الجماعة في الفرد، وأثر الفرد في الجماعة. كما تتطلب مجموعة من الصفات والمهارات الشخصية التي يجب ان تتوفر في الأخصائي الاجتماعي الممارس (درويش ومسعود:2006).

حدود الدراسة:

للدراسة حدود موضوعية، وبشرية، ومكانية، وزمانية كالتالي:

الحد الموضوعي: فعالية برنامج إرشادي مقترح في دور الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الاعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال بالإضافة إلى استبانته تم توزيعها على الأسر في محافظة الخليل.

الحد البشري: عينة من الأمهات والآباء في محافظة الخليل.

الحد المكاني: محافظة الخليل / فلسطين

الحد الزمني: من كانون الثاني _ آذار / 2019

المنهج والإجراءات:

منهج الدراسة: يرى فريق البحث أن المنهج الوصفي التحليلي والبنائي هو الأسلوب الأنسب في استيعاب حقيقة مشكلة البحث وتشخيصها وسرد دور الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي، ثم بناء البرنامج الذي سيترك تأثيراً ملحوظاً في المساهمة بالحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي والوقاية منه.

مجتمع الدراسة: تكون مجتمع الدراسة من مجموعة من الآباء والأمهات في محافظة الخليل في فلسطين.

عينة الدراسة: تكونت عينة الدراسة من (225) من المبحوثين. تم استخراجها بطريقة العينة القصدية.

أدوات الدراسة: استخدم فريق البحث استبانته تم بناؤها لأغراض الدراسة والتحقق من خصائصها السيكومترية من حيث الصدق بتوزيعها على مجموعة من المختصين في العلوم النفسية والاجتماعية والإعلامية لتحكيمها، ثم التحقق من ثبات الأداة عن طريق حساب معامل الثبات كرونباخ ألفا حيث بلغ معامل الثبات (0,943) لعدد فقرات الاستبانة مما يشير إلى ثبات مرتفع للأداة، وتم توزيعها على أفراد العينة ومن ثم تم جمعها وتحليل نتائجها باستخدام برنامج الرزم الإحصائية. SPSS، ومن ثم مناقشة النتائج والخروج بالتوصيات التي تتعلق بنتائج الدراسة وموضوعها.

المعالجات الإحصائية:

تم إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لإجابات عينة الدراسة على فقرات الاستبانة، وكذلك استخدم اختبار مربع كاي لقياس دلالة الفروق في الأعداد حسب المتغيرات المستقلة في الدراسة، كما تم حساب معامل الثبات كرونباخ ألفا، وذلك ضمن برنامج الرزم الإحصائية (SPSS).

الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة

جدول (1) الأعداد والنسب المئوية لمتغيرات عينة الدراسة

المتغير	الفئة	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	113	50.2
	أنثى	112	49.8
	المجموع	225	100.0
مكان السكن	مدينة	190	84.4
	قرية	29	12.9
	مخيم	6	2.7
	المجموع	225	100.0
العمر	من 19-29 سنة	27	12.0
	من 30-39 سنة	70	31.1
	من 40 – 49 سنة	70	31.1
	من 50 فما فوق	58	25.8
	المجموع	225	100.0
عدد افراد العائلة	من (2- 5) أفراد	87	38.7
	من (6-8) أفراد	115	51.1
	أكثر من 9 أفراد	23	10.2
	المجموع	225	100.0
مستوى التعليم	اقل من ثانوية	116	51.6
	دبلوم	57	25.3
	بكالوريوس	40	17.8
	دراسات عليا	12	5.3
	المجموع	225	100.0
مستوى الدخل	اقل من 2500	98	43.6
	2500-5000	100	44.4
	أكثر من 5000	25	11.1
	المجموع	225	100.0

يلاحظ من الجدول رقم (1) والذي يوضح الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة ان نسبة الذكور في العينة هي (2, 50 %) من مجموع العينة فيما كانت نسبة الإناث (8, 49 %) اي ان هناك تقارب في النسب بين الذكور والإناث، وهذا التقارب بين النسب جاء بشكل مقصود، ويرجع إلى اختيار العينة بشكل قصدي في الدراسة. اما من حيث مكان السكن فان (4, 84 %) هم من سكان المدينة من المدينة لان العينة تركزت بشكل أساسي وقصدي على المتزوجين من المدينة. فيما كانت نسبة المبحوثين من القرية فقط (9, 12 %) اما من المخيم فكانت البنسبة (7, 2). اما بخصوص العمر فان الفئة العمرية الأعلى هي فئة (30-49 سنة) بنسبة (1, 31 %) وهذه هي فئة الشباب ومنتصف العمر التي لديها اطفال أكثر من الفئة (50- فما فوق) حيث ان هذه الفئة قد يكون معظم أبنائهم من شباب او المتزوجين، اما فئة (19-29) فقد كانت نسبتهم اقل أي ما يعادل (12 %) من المبحوثين كونهم متزوجين حديثا وأطفالهم صغار السن.

اما بخصوص عدد افراد الاسرة فيلاحظ من الجدول رقم (1) ان عدد أفراد الأسرة من (6-8) اعلى نسبة وهي (1, 51 %) في حين ان فئة (2-5) افراد كانت بنسبة (7, 38 %) وقد يشير هذا الى ان الاطفال الذين يمارسون العنف هم ضمن هاتين الفئتين وهم من الاطفال والمراهقين، اما فئة (اكثر من 9 افراد) فقد كانت نسبتهم حوالي (10 %) ما يعني ان افراد الاسرة قد تجاوزوا مرحلة الطفولة وسلوك العنف الذي ينتج عن الاعلام السلبي بسلوكهم. اما بخصوص المستوى التعليمي فيلاحظ أن (6, 51 %) هم من مستوى اقل من ثانوي يقابلها وقد يعود ذلك إلى أن هذه الفئة تفتقر إلى التوعية ومراقبة ومتابعة أطفالهم في التعاطي مع الاعلام السلبي.

اما بخصوص الدخل الشهري للأسرة فان (4, 44 %) المبحوثين هم من فئة الدخل من (2500 - 5000) شيكل، يليها (6, 43 %) وهذا يشير إلى انه كلما قل الدخل الشهري للأسرة تزداد حالات العنف.

جدول (2) الأعداد والنسب المئوية حسب وسيلة الاعلام الأكثر استخداما لدى أفراد الأسرة

المتغير	الفئة	العدد	النسبة المئوية
	الجرائد والمجلات	11	4.9
	الراديو او المذياع	26	11.6
	التلفزيون	40	17.8
	الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي	103	45.8
	الألعاب الالكترونية	1	4.
	الجرائد والمجلات والانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي	5	2.2
	الراديو او المذياع والتلفزيون	2	9.
	التلفزيون والانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي	14	6.2
	الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والألعاب الالكترونية	2	9.
	الراديو والتلفزيون والانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي	12	5.3
	التلفزيون والانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والألعاب الالكترونية	7	3.1
	الراديو او المذياع والتلفزيون والانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والألعاب الالكترونية	2	9.
	المجموع	225	100.0

يلاحظ من خلال جدول رقم (2) ان وسيلة الاعلام الأكثر استخداما لدى أفراد الأسرة هي الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (8, 45 ٪)، يليها التلفزيون بنسبة (8, 17 ٪) ثم المذياع او الراديو بنسبة (6, 11 ٪) وهذا يشير الى توفر هذه الوسائل في كل بيت وتوفر الاجهزة الخلوية والانترنت أيضا أينما تواجد الفرد.

نتائج الدراسة:

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول:

ما هي وسائل الإعلام الأكثر إنتاجا للعنف الذي يتعرض له الأطفال؟

للإجابة عن السؤال استخدمت الأعداد والنسب المئوية لكل فقرة

جدول رقم (3) هل ترى أن وسائل الإعلام تعرض الأطفال للعنف عند مشاهدتهم لها؟

النسبة	العدد	الإجابة
76.4	172	نعم
23.6	53	لا
100.0	225	المجموع

أكد (4, 76 %) من أفراد العينة أن وسائل الإعلام تعرض الأطفال للعنف عند مشاهدتهم لها، وان (6, 23 %) أجابوا بان وسائل الاعلام لا تعرض الاطفال للعنف.

جدول رقم (4) ما هي أكثر الوسائل الإعلامية إنتاجاً للعنف؟

النسبة	العدد	الإجابة
16.4	37	الإذاعة التلفزيون
32.9	74	الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي
		الصحف والمجلات
11.1	25	الألعاب الالكترونية
3.1	7	غير ذلك

اشار الجدول رقم (4) ان أكثر الوسائل الإعلامية إنتاجاً للعنف هي الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بنسبة (9, 32 %) يليها التلفزيون والإذاعة بنسبة 4, 16 %، ثم الألعاب الالكترونية بنسبة 1, 11 %. وهذا يشير الى ان هذه الوسائل متوفرة في كل بيت والأطفال مستمرين في مشاهدتها ومتابعتها، وقد تفتقر الأسرة الى الرقابة والمتابعة لطبيعة البرامج التي يشاهدها الاطفال عبر وسائل الاعلام.

جدول (5) أكثر المواد الإعلامية السلبية التي تنتج العنف عند الأطفال؟

النسبة	العدد	الإجابة
16.4	37	الصور المتحركة
19.1	43	الألعاب
9.	2	الأغاني
25.3	57	أفلام الاكشن
10.7	24	المشاهد الإباحية
1.3	3	غير ذلك

يتضح من الجدول رقم (5) ان اكثر المواد الإعلامية السلبية التي تنتج العنف عند الأطفال هي أفلام الاكشن بنسبة 3, 25٪ والألعاب بنسبة 1, 19٪، يلي ذلك الصور المتحركة بنسبة 4, 16٪. وقد يشير ذلك ان هذه البرامج تحتوي على المشاهد العنيفة في البرامج المقدمة عبر هذه الوسائل.

جدول (6) المجالات التي تؤثر بها وسائل الإعلام سلبياً على الأطفال وتزيد العنف لديهم؟

النسبة	العدد	الإجابة
57.3	129	السلوكي
9.8	22	المعرفي
4.	1	القيمي
1.3	3	اتجاهات والمواقف
6.2	14	الأخلاقي
2.7	6	الديني

يشير الجدول رقم (6) ان اكثر المجالات التي تؤثر بها وسائل الإعلام سلبياً على الأطفال وتزيد العنف لديهم هو المجال السلوكي بنسبة 3, 57٪، يليه المعرفي بنسبة 8, 9٪ ثم الأخلاقي 2, 6٪ وهذا يشير الى ان العنف يظهر بشكل جلي وينعكس على سلوك وتصرفات الاطفال.

جدول (7) الفترة الزمنية التي يقضيها الأطفال في مشاهدتهم لوسائل الإعلام؟

النسبة	العدد	الإجابة
28.4	64	ساعة
32.9	74	ساعتين
34.2	77	اكتر من ذلك

يلاحظ من الجدول (7) ان الفترة الزمنية التي يقضيها الأطفال في مشاهدتهم لوسائل الإعلام هي أكثر من ساعتين بنسبة 2, 34٪، وهذا يشير إلى أن الاطفال يحتاجون إلى رقابة أكثر من قبل أولياء الأمور للتخفيف من الفترة الزمنية الطويلة التي يقضيها الاطفال في مشاهدة وسائل الاعلام.

جدول (8) هل تعتقد/ ي أن عنف طفلك ناتج عن مشاهدة الإعلام السلبي؟

النسبة	العدد	الإجابة
67.1	151	نعم
20.0	45	لا

يلاحظ من الجدول (8) ان 67.1% من المبحوثين أشاروا أن العنف عند أطفالهم ناتج عن مشاهدة الإعلام السلبي، وهذا يدل على الحاجة الى متابعة سلوك الاطفال خلال مشاهدتهم للأعلام بوسائله المختلفة.

جدول (9) ما شكل العنف الذي يمارسه الطفل على الآخرين؟

النسبة	العدد	الإجابة
17.3	39	لفظي
10.7	24	جسدي
3.6	8	جنسي
7.1	16	تمرد
3.6	8	عصيان
9.8	22	عناد
17.3	39	غير ذلك

يشير الجدول (9) ان ما نسبته 3, 17% من المبحوثين و 7, 10% منهم ان شكل العنف الذي يمارسه اطفالهم هو اللفظي والجسدي، وهذا يشير ان العنف متعلم من خلال وسائل الاعلام والبرامج التي يشاهدونها لان الاطفال يميلون الى التقليد في كل ما يشاهدونه وقد يدل ذلك على أن أفراد الأسرة أيضا يمارسون العنف على الاطفال.

جدول (10) هل لاحظت/ ي على أطفالك تغير في سلوكهم نتيجة متابعتهم للإعلام؟

النسبة	العدد	الإجابة
73.8	166	نعم
15.1	34	لا

أشار 8, 73% من المبحوثين انهم لاحظوا تغيرا في سلوك أطفالهم نتيجة متابعتهم لوسائل الإعلام وهذا يدل على ان العنف سلوك متعلم من وسائل الاعلام او من خلال التربية وانعكاس ذلك على سلوك الاطفال

جدول (11) نوع السلوك أو التصرف الذي ي/ يسلكه أطفالك؟

النسبة	العدد	الإجابة
36.4	82	صراخ وضرب
15.1	34	الشتيم والسب
3.6	8	الانعزال
21.8	49	تقليد ما يشاهد

أجاب 4, 36% و 1, 15% من المبحوثين بان السلوك الذي يسلكه أطفالهم ونوع العنف الذي يمارسونه هو الصراخ والضرب والسب والشتيم وهذا يشير ان الطفل يقلد ما يسمعه ويراه من الاخرين سواء من برامج وسائل الاعلام أو الإقران أو الوالدين.

جدول (11) هل يستخدم الأطفال وسائل الإعلام بمفردهم أم بوجود أفراد الأسرة؟

النسبة	العدد	الإجابة
38.2	86	بمفرده
46.2	104	مع أفراد الأسرة
4.9	11	غير ذلك

أجاب 2, 46% من المبحوثين أن أطفالهم يستخدمون الاعلام بوجود أفراد الأسرة، و 2, 38% أجابوا ان استخدام أطفالهم لوسائل الاعلام بمفردهم وهذا يشير الى ان الطفل يحتاج الى الرقابة والمتابعة والضبط في التعامل مع وسائل الاعلام من قبل أولياء الأمور.

نتائج فرضيات الدراسة

نتائج الفرضية رقم (1):

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الجنس، مكان السكن، العمر، عدد أفراد الأسرة، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، وسيلة الاعلام الأكثر استخداما لدى أفراد الأسرة و (وسائل الإعلام الأكثر إنتاجا للعنف الذي يتعرض له الأطفال).

جدول رقم (12) نتائج اختبار مربع كاي لفحص العلاقة بين المتغيرات و(وسائل الإعلام الأكثر إنتاجاً للعنف الذي يتعرض له الأطفال)

الفقرة 6	الفقرة 5	الفقرة 4	الفقرة 3	الفقرة 2	الفقرة 1	
مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	
0.000	0.000	0.000	0.107	0.000	0.000	الجنس
0.000	0.340	0.034	0.000	0.000	0.387	مكان السكن
0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.018	العمر
0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	عدد أفراد الأسرة
0.000	0.180	0.000	0.000	0.000	0.000	المستوى التعليمي
0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.225	الدخل الشهري
0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	وسيلة الاعلام الأكثر استخداما

تبين من الجدول (12) انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الجنس، مكان السكن، العمر، عدد أفراد الأسرة، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، وسيلة الاعلام الأكثر استخداما لدى أفراد الأسرة و (مدى اهتمام الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال)

المحور الثاني: ما مدى اهتمام الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال؟

جدول (13) سبب اهتمام الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال

النسبة	العدد	الإجابة
25.3	57	خطورة العنف الذي يتعرض له الطفل من الاعلام
21.8	49	التوعية الاجتماعية للأطفال وأسرهم
24.9	56	محاولة الحد من العنف بكافة أشكاله
9.3	21	انتشار العنف بين أطفالهم

يلاحظ من الجدول (13) في المحور او السؤال الثاني وهو مدى اهتمام الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الاعلام السلبي الذي يتعرض له الاطفال ومن خلال الجدول يتضح أن أعلى نسبة لاهتمام الأسرة في الحد من العنف هي 3, 25 أجابوا لخطورة

العنف الذي يتعرض له الأطفال، يليها 9, 24٪ أجابوا بمحاولة الحد من العنف بكافة أشكاله، وجاءت نسبة 8, 21٪ في المرتبة الثالثة والمرتبطة بالتوعية، وان اقل نسبة كانت 3, 9٪ أجابوا انتشار العنف بين أطفالهم.

جدول (14) هل تعتقد/ي أن الإعلام يعالج العنف الذي يتعرض له الأطفال؟

النسبة	العدد	الإجابة
4.4	10	دائما
46.2	104	أحيانا
47.6	107	نادرا

من خلال الجدول (14) يتضح من خلال إجابات المبحوثين أن الاعلام أحيانا أو نادرا ما يعالج العنف الذي يتعرض له الأطفال وكانت النسبة 6, 47٪ أجابوا نادرا وان نسبة 2, 46٪ أجابوا أحيانا. أي أن الاعلام برأي المبحوثين لا يعالج العنف الذي يتعرض له الأطفال. وان أقل نسبة كانت 4, 4٪ أجابوا دائما.

جدول (15) المنظور الذي تعالج منه الأسرة العنف الناتج عن الإعلام السلبي

النسبة	العدد	الإجابة
17.8	40	الديني
21.8	49	الأخلاقي
29.8	67	النفسي والتربوي
6.2	14	الاجتماعي

يتضح من الجدول (15) ان المنظور الاكثر استخداما والذي تعالج الاسرة من خلاله العنف الناتج عن الاعلام هو المنظور النفسي والتربوي بنسبة 8, 29٪، يليه المنظور الاخلاقي بنسبة 8, 21٪، وان نسبة 8, 17٪ أجابوا من المنظور الديني، وان أقل نسبة كانت 2, 6٪ أجابوا من المنظور الاجتماعي.

جدول (16) أكثر أنواع العنف الناتج عن الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال

من وجهة نظر الأسرة؟

النسبة	العدد	الإجابة
29.8	67	لفظي
17.8	40	جسدي
32.4	73	نفسي

يتضح من الجدول (16) أن أكثر أنواع العنف الناتج عن الاعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال من وجهة نظر الأسرة هو العنف النفسي بنسبة 32,4 ٪، يليه العنف اللفظي بنسبة 29,8 ٪، في حين كان العنف الجسدي هو الاقل وجاء بنسبة 17,8 ٪. أي ان هذه الاشكال الثلاثة هي أكثر أشكال العنف الناتجة عن الاعلام السلبي الذي يتعرض لها الاطفال ويقلدوها وبالتالي يسلكونها اتجاه الآخرين.

جدول (17) هل ترى أن الأسرة تعنى في الحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي على الأطفال؟

النسبة	العدد	الإجابة
76.9	173	نعم
14.2	32	لا

من خلال الجدول (17) لوحظ ان 76,9 ٪ من المبحوثين أجابوا بان الأسرة تعنى بالحد من العنف الناتج عن الاعلام السلبي على الأطفال، في حين ان نسبة من أجابوا بلا هي 14,2 ٪. وهذا يعني ان الأسرة معنية بالحد والتقليل من العنف الناتج عن الاعلام السلبي لان العنف يترد بعنف آخر من الاطفال اتجاه بعضهم البعض.

جدول (18) ما أهم طرق العناية من وجهة نظرك

النسبة	العدد	الإجابة
35.1	79	حملات توعوية
8.9	20	محاضرات
8.9	20	لقاءات تثقيفية
22.2	50	جلسات فردية

يتضح من الجدول (18) أن أهم طرق العناية للحد من العنف هي حملات التوعوية وكانت النسبة 35,1 ٪، والجلسات الفردية بنسبة 22,2 ٪، وأقل نسبة كانت للمحاضرات واللقاءات التثقيفية بنسبة 8,9 ٪ لكل منهما لكل منهما.

جدول (19) هل ترى أن اهتمام الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي على الأطفال.

النسبة	العدد	الإجابة
35.6	80	كاف
57.3	129	غير كاف

لوحظ من الجدول (19) أن 3, 57٪ من المبحوثين يروا أن اهتمام الأسرة غير كاف للحد من العنف الناتج عن الاعلام السلبي، وان 6, 35٪ من المبحوثين يعتبرون ان اهتمام الأسرة كاف للحد من العنف الناتج عن الاعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال.

نتائج الفرضية رقم الثانية:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الجنس، مكان السكن، العمر، عدد أفراد الأسرة، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، وسيلة الاعلام الأكثر استخداما لدى أفراد الأسرة و (مدى اهتمام الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال)

جدول (20) يوضح نتائج اختبار مربع كاي لفحص العلاقة بين المتغيرات و(مدى اهتمام الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال)

الفقرة 5	الفقرة 4	الفقرة 3	الفقرة 2	الفقرة 1	
مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	
0.000	0.312	0.109	0.214	0.123	الجنس
0.320	0.057	0.047	0.124	0.325	مكان السكن
0.475	0.047	0.045	0.087	0.018	العمر
0.098	0.478	0.0254	0.250	0.087	عدد أفراد الأسرة
0.410	0.687	0.785	0.0245	0.254	المستوى التعليمي
0.245	0.854	0.085	0.047	0.325	الدخل
0.128	0.124	0.745	0.875	0.745	وسيلة الاعلام الأكثر استخداما

تبين من الجدول (20) انه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الجنس، مكان السكن، العمر، عدد أفراد الأسرة، المستوى التعليمي،

الدخل الشهري، وسيلة الاعلام الأكثر استخداما لدى أفراد الأسرة و (مدى اهتمام الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال).

المحور الثالث: الاقتراحات المقدمة من الأسرة للحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال.

جدول (21) هل تعمل الأسرة على التوعية من خطورة الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال

النسبة	العدد	الإجابة
58.7	132	نعم
30.7	69	لا

لوحظ من الجدول (21) أن 58,7 % من المبحوثين أجابوا بنعم أن الأسرة تعمل على التوعية من خطورة الاعلام السلبي، وان 30,7 % أجابوا بان الأسرة لا تعمل على التوعية من خطورة العنف الناتج عن الاعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال.

جدول (22) مساهمة الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي؟

النسبة	العدد	الإجابة
40.9	92	تقديم نصائح وإرشادات
12.9	29	إشراك الأطفال في أنشطة مجتمعية
24.4	55	زيادة الوعي الأسري

لوحظ من الجدول (22) أن 40,9 % المبحوثين أجابوا بان مساهمة الأسرة تمثلت بتقديم نصائح وإرشادات، وان 24,4 % أجابوا بان مساهمة الأسرة تمثلت بزيادة الوعي الأسري، وان اقل نسبة كانت 12,9 % أجابوا بان مساهمة الأسرة تمثلت بإشراك الاطفال بأنشطة مجتمعية.

جدول (23) هل ساهمت الأسرة بأساليبها في الحد من العنف الذي يتعرض له الأطفال خلال تنشئتها؟

النسبة	العدد	الإجابة
76.0	171	نعم
8.0	18	لا

لوحظ من الجدول (23) أن 76,0 ٪ أجابوا أن الأسرة ساهمت بأساليبها في الحد من العنف، في حين ان 8,0 ٪ أجابوا ان الأسرة لا تساهم بأساليبها في الحد من العنف الذي يتعرض له الأطفال خلال تنشئتها.

جدول (24) ما هي أكثر الأساليب فعالية برأيك؟

النسبة	العدد	الإجابة
29.3	66	جلسات حوارية
12.0	27	الخروج للتنزه واللعب
6.2	14	العقاب بأشكاله
19.6	44	العزيب والتحفيز الايجابي (المكافأة)

لوحظ من الجدول (24) أن 29,3 ٪ من المبحوثين أجابوا أن أكثر الأساليب فعالية تتمثل بالجلسات الحوارية، وان 19,6 ٪ من المبحوثين أجابوا بالتعزيز والتحفيز الايجابي أو المكافأة، وان 12,0 ٪ اجابوا بالخروج للتنزه واللعب، وان أقل نسبة كانت اسلوب العقاب بأشكاله فكانت 6,2 ٪ من المبحوثين.

جدول (25) كفاية المساهمات التي تقدمها الأسرة للحد من العنف الذي يتعرض له الأطفال

النسبة	العدد	الإجابة
26.2	59	كاف
64.0	144	غير كاف

يبين الجدول (25) أن 64,0 ٪ اجابوا أن مساهمات الأسرة غير كافية للحد من العنف الذي يتعرض له الأطفال في حين أن نسبة 26,2 ٪ أجابوا بان المساهمات كانت كافية.

جدول (26) الاقتراحات والحلول المقدمة من الأسرة للحد من العنف الذي يتعرض له الطفل

النسبة	العدد	الإجابة
19.6	44	الطابع الوقائي
56.0	126	الطابع الإرشادي
2.2	5	الطابع العلاجي

لوحظ من الجدول (26) أن 56,0 ٪ من المبحوثين تعتبر ان الحلول والاقتراحات يغلب عليها الطابع الإرشادي وهي أعلى نسبة، ثم الطابع الوقائي بنسبة 19,6 ٪، وان اقل نسبة هو الطابع العلاجي ونسبته هي 2,2 ٪.

جدول (27) ماذا تسمى الأسرة في معالجتها للعنف الذي يتعرض له الأطفال من الإعلام السلبي؟

النسبة	العدد	الإجابة
21.8	49	أسرة حامية للأطفال
32.4	73	أسرة رشيدة ومراقبة على الأطفال
18.7	42	أسرة متدينة أو محافظة على الأطفال
14.7	33	أسرة تبرز خطر عنف الاعلام السلبي على الأطفال

يلاحظ من الجدول (27) أن أعلى نسبة كانت 4, 32 ٪ من المبحوثين أجابوا بان الأسرة التي تعالج العنف تسمى أسرة رشيدة ومراقبة للأطفال، وان 8, 21 ٪ أجابوا بأنها تسمى بالأسرة الحامية للأطفال، وان 7, 18 ٪ أجابوا بأنها تسمى بأسرة متدينة أو محافظة على الأطفال وان أقل نسبة هي 7, 14 ٪ بالأسرة التي تبرز خطر عنف الاعلام السلبي على الأطفال.

جدول (28) هل تعتقد/ي أنكم وفقتم حالياً بالحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي

النسبة	العدد	الإجابة
43.6	98	نعم
48.9	110	لا

لوحظ من الجدول (28) أن 9, 48 ٪ من المبحوثين أجابوا أنهم لم يوفقوا حالياً في الحد من العنف، وان 6, 43 ٪ أجابوا بأنهم نعم وفقوا حالياً بالحد من العنف الناتج عن الاعلام السلبي.

جدول (29) الرضا عن مساهمة الأسرة في الحد من العنف الذي ينتج عن الإعلام السلبي

النسبة	العدد	الإجابة
48.4	109	راض
49.3	111	غير راض

لوحظ من الجدول (29) أن 3, 49 ٪ من المبحوثين أجابوا بأنهم غير راضين عن مساهمة الأسرة في الحد من العنف الذي ينتج عن الاعلام السلبي الذي يتعرض له

الأطفال، وان 4, 48٪ أجابوا بأنهم يشعرون بالرضا عن مساهمة الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الاعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال.

نتائج الفرضية رقم (3)

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الجنس، مكان السكن، العمر، عدد افراد الأسرة، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، وسيلة الاعلام الأكثر استخداما لدى أفراد الأسرة و(الاقتراحات المقدمة من الأسرة للحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال).

جدول (30) نتائج اختبار مربع كاي لفحص العلاقة بين المتغيرات و(الاقتراحات المقدمة من الأسرة للحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال).

الفقرة 8	الفقرة 7	الفقرة 6	الفقرة 5	الفقرة 4	الفقرة 3	الفقرة 2	الفقرة 1	
مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	
0.325	0.785	0.0245	0.087	0.325	0.135	0.241	0.412	الجنس
0.874	0.874	0.214	0.489	0.057	0.471	0.184	0.325	مكان السكن
0.654	0.654	0.098	0.475	0.047	0.045	0.067	0.328	العمر
0.321	0.354	0.785	0.098	0.478	0.0254	0.250	0.087	عدد أفراد الأسرة
0.423	0.854	0.547	0.410	0.687	0.785	0.0245	0.235	المستوى التعليمي
0.652	0.242	0.365	0.245	0.854	0.085	0.047	0.255	الدخل
0.982	0.345	0.457	0.128	0.124	0.745	0.841	0.745	الاعلام المستخدمة

يبين الجدول (30) انه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الجنس، مكان السكن، العمر، عدد أفراد الأسرة، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، وسيلة الاعلام الأكثر استخداما لدى أفراد الأسرة و(الاقتراحات المقدمة من الأسرة للحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال)

نتائج الدراسة ومناقشتها:

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول:

تناولت نتائج ومناقشة هذه الدراسة دور الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي الذي يتعرض له الاطفال في الإجابة عن التساؤلات التالية:

ما وسائل الاعلام الأكثر إنتاجا للعنف الذي يتعرض له الأطفال؟

لوحظ من النتائج ان 76,4 ٪ من أفراد العينة ترى أن وسائل الاعلام تعرض الأطفال للعنف عند مشاهدتهم لها، وأن أكثر الوسائل الإعلامية إنتاجا للعنف هي الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، ثم يليها الإذاعة والتلفزيون. وهذا يعود إلى توفر الأجهزة الذكية في يد جميع أفراد الأسرة إضافة إلى عدم خلو المنازل من التلفزيون والإذاعة، وهو الوسيلة التي تحقق درجة كبيرة من الاستحواذ والتأثير على من يشاهده ويستمتع اليه ويجعل المشاهد والمستمع مدمنا على متابعة هذه الوسائل، إضافة إلى جمعهم ما بين الصوت والصورة والألوان والموسيقى وهذا يساعد ويسهل ويجعل الطفل مستمعا إلى حد كبير. واتفقت هذه مع دراسة رافعي ونسيب في أن أكثر وسائل الاعلام التي تعرض الاطفال للعنف هو التلفزيون إضافة أن هذه الدراسة أكدت على أن أكثر المواد الإعلامية السلبية التي تنتج العنف عند الأطفال هي أفلام الاكشن والألعاب الالكترونية، لما تكسب الطفل سلوكيات عنيفة يقوم بتقليدها وتطبيقها على نفسه وعلى من حوله، لما فيها من اثاره كبيره.

أما المجالات التي تؤثر بها وسائل الاعلام سلباً على الأطفال وتزيد العنف لديهم فهو المجال السلوكي، وذلك لان الطفل بطبيعته يقلد ما يشاهده من مشاهد عنيفة، وهذا ما أكدت عليه نظرية باندورا (نظرية التعلم) لان العنف سلوك مكتسب ومُتعلّم من خلال البيئة المحيطة بالطفل، وهذا ما خرجت به هذه الدراسة من ان 67 ٪ من الإباء والأمهات اكدوا على أن العنف عنف أطفالهم ناتج عن مشاهدة الاعلام السلبي، حيث أن شكل العنف الذي يمارسه الأطفال هو العنف اللفظي والجسدي وأشكال أخرى من العنف، وأن هناك تغير في سلوك الأطفال نتيجة متابعتهم لوسائل الاعلام، حيث كان أكثر أشكال السلوكيات ممارسةً للأطفال هو الضرب والصراخ، وتقليد ما يشاهدون ويسمعون من السب والشتم، وهذا نتيجة مشاهدتهم لوسائل الاعلام، وما يمارسه الإباء من خلال التربية، إضافة إلى دور التربويين في ذلك.

أما الفترة الزمنية التي يقضيها الأطفال في مشاهدة وسائل الاعلام هي أكثر من ساعتين وهذا يعمل على ترسيخ مشاهد العنف من خلال الاعلام بشكل عام، وذلك بقضاء وقت طويل يساعده على اكتساب سلوكيات عنيفة. واتفقت هذه الدراسة مع دراسة KIEWTZ and WEVER والتي وضحت النتائج أن مرتفعي سمة العدوانية

لديهم اتجاهات أكثر عدائية. وفي دراسة KRONENBERGER ودراسة BROWN and HAMILTON حول اثر برامج الاعلام العنيفة على الأطفال والمراهقين والتي تناولت مشاهدة العنف في التلفزيون والأفلام والعباب الفيديو والعباب الكمبيوتر أن لها آثار قصيرة المدى على الأفكار والانفعالات وزيادة السلوكيات العدوانية.

الفرضية الأولى: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الجنس، مكان السكن، العمر، عدد أفراد الأسرة، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، وسيلة الاعلام الأكثر استخداما لدى أفراد الأسرة و (وسائل الإعلام الأكثر إنتاجا للعنف الذي يتعرض له الأطفال).

بينت النتائج انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الجنس، مكان السكن، العمر، عدد أفراد الأسرة، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، وسيلة الاعلام الأكثر استخداما لدى أفراد الأسرة و (مدى اهتمام الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال). تبين من نتائج الفرضية انه من الطبيعي ومن نتائج الفرضية أن يكون هناك علاقة بين الجنس واهتمام الأسرة خاصة الإناث لطبيعة الدور الذي تقوم به الأم خاصة والإعمال الموكلة لها وأنها هي من تهتم او يقع على كاهلها عملية المتابعة، وانه من الطبيعي والمعقول أن تكون أعلى نسبة من اولياء الامور الذين لديهم أطفال ممن تتراوح أعمارهم بين 30 سنة إلى 49 سنة لان هذا السن لأولياء الأمور يعتبر سن التناج والعطاء، ولان اولياء الأمور تكون متابعتهم واهتمامهم بأطفالهم كبيرة لأنهم لا يزلون أطفالا أو مراهقين بحاجة إلى التوجيه والتوعية وغير واعين لمدى تأثير الاعلام بسلبياته على سلوكهم. اما بخصوص عدد أفراد الأسرة الكبير فكلما كان عدد الأفراد أكبر كلما كان هناك تقليد ومحاكاة لسلوك بعضهم وتأثيرهم على بعضهم الآخر وهذا ما أكدته نظرية باندورا والنظرية النفسية الاجتماعية، ومن الطبيعي ان يكون هناك علاقة بين الوعي والمستوى التعليمي للام والأب وتأثيرهم على الأبناء ومدى اهتمامهم بالحد من السلوك العنيف والسلبي لدى الاطفال وهذا ما خرجت به هذه الدراسة. ونلاحظ من خلال النتائج أن مستوى الأسرة المنخفض من حيث الدخل يزيد العنف لديهم وهذا ما تؤكدته كثير من الدراسات الاجتماعية والنفسية بان الدخل المنخفض للأسرة يؤدي الى كثير من الظواهر الاجتماعية والسلبية وخاصة العنف لدى الاطفال، إضافة إلى أن مشاهدة

أفلام الاكشن والألعاب الالكترونية حازت على أعلى نسبة لدى الاطفال وهذا يرجع الى الإقبال الشديد على مشاهدة هذه الوسائل لما فيها من عنف وهذا بالتالي يخزن في ذاكرة الطفل يمارسه لاحقاً، إضافة الى اثر التلفزيون والإذاعة لما يشاهدوه من الصوت والصورة والإثارة عند مشاهدة أو سماع البرامج التي لها علاقة بالعنف.

السؤال الثاني: ما مدى اهتمام الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الاعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال؟

كشفت نتائج السؤال أن سبب اهتمام الأسرة في الحد من العنف هو خطورة العنف الذي يتعرض له الطفل من الاعلام، ومحاولة الحد من العنف بكافة أشكاله، وهذا يؤكد أن الأسرة تلاحظ أن للإعلام سلاح ذو حدين، حيث أن حد الاعلام السلبي يشكل خطورة وبالتالي تبذل الأسرة قصارى جهدها في الحد من العنف بكافة أشكاله، إضافة إلى الوجه الإيجابي للإعلام والذي يتمثل في التوعية الاجتماعية للأطفال وأسره.

وأشارت الدراسة من وجهة نظر المبحوثين أن الاعلام أحياناً أو نادراً ما يعالج العنف الذي يتعرض له الأطفال. وهذا يعود إلى عدة أسباب أهمها: عدم متابعة الأطفال وتوجيههم وإرشادهم وتوعيتهم بنوعية البرامج التي يجب مشاهدتها، وافتقار الأسر إلى الرقابة والمتابعة والإرشاد والضبط. حيث أن الأسرة تعالج العنف من منظور نفسي وتربوي لان الاعلام السلبي يستهدف الأطفال من الجانب النفسي والتربوي والأخلاقي وهذا يستدعي تعزيز اهتمام الأسرة بالأطفال من جميع الجوانب.

أما أكثر أنواع العنف الناتج عن الاعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال من وجهة نظر الأسرة هو العنف النفسي ويليه العنف اللفظي، وهذا يؤكد بضرورة اهتمام الأسرة في الجانب النفسي والتربوي وذلك من خلال تعديل أفكار ومفاهيم الطفل التي يكتسبها من الاعلام.

ترى أن الأسرة تُعنى في الحد من العنف الناتج عن الاعلام السلبي وطرق العناية تتركز من وجهة نظرهم بضرورة تكثيف حملات التوعية من قبل مؤسسات المجتمع والمؤسسات التعليمية والجلسات الفردية لما لها من أهمية في تعديل سلوكيات الأطفال من قبل الأسرة أو المرشدين أو التربويين أو الأخصائيين، لذلك يرى المبحوثين ان

اهتمامهم في الحد من العنف غير كافٍ على الأطفال، وهذا يستدعي تكثيف الاتصال والتواصل والمتابعة والرقابة والتوجيه والإرشاد من قبل الأسرة اتجاه أطفالها. وهذه الدراسة اتفقت مع دراسة عز العرب التي توصلت إلى أن بعض الأسر لا تمارس دورها في عملية التنشئة الاجتماعية. بالإضافة إلى ضعف الرقابة والتوجيه في بعض الأسر. وما جاء في دراسة أبو عرقوب والخدام التي أكدت على أن لشبكة الإنترنت تأثيراً أعلى سلوك الطالبات لأنه قلل من رغبتهم في الاتصال الشخصي وجهاً لوجه بأسرهن وبصديقاتهن. وهذه الدراسة أيضاً اتفقت مع دراسة محمد التي توصلت أن شبكة الإنترنت يمكن أن تؤدي إلى إهدار الوقت وإهمال الدروس ونشر الثقافة الاستهلاكية، الأمر الذي يتطلب من الأسرة ضرورة متابعة الأبناء ومراقبتهم لمنعهم من تصفح المواقع الإباحية، وتوجيههم إلى الاستخدام الإيجابي للشبكة.

الفرضية الثانية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $0.05 \leq \alpha$ بين الجنس، مكان السكن، العمر، عدد أفراد الأسرة، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، وسيلة الاعلام الأكثر استخداماً لدى أفراد الأسرة و (مدى اهتمام الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال). تبين انه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $0.05 \leq \alpha$ بين الجنس، مكان السكن، العمر، عدد أفراد الأسرة، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، وسيلة الاعلام الأكثر استخداماً لدى أفراد الأسرة و (مدى اهتمام الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال)

السؤال الثالث: ما الاقتراحات المقدمة من الأسرة للحد من العنف الناتج عن الاعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال؟ تعمل الأسرة بشكل كبير على التوعية من خطورة الاعلام السلبي، وهو ما أشارت اليه نتائج الدراسة وتمثلت مساهمتهم كأسرة بزيادة الوعي وتقديم النصائح والإرشادات، وإشراك الأطفال في أنشطة مجتمعية مختلفة.

وأن أكثر الأساليب التي استخدمتها الأسرة هي الحوار والتعزيز والتحفيز الإيجابي (المكافأة) وهذا يشير إلى وعي الأسرة باحتياجات الطفل، وأن أكثر الأساليب تأثيراً في الطفل هي ما تم استخدامها من وجهة نظرهم. حيث أشارت النتائج إلى أن حجم المساهمات التي تقدمها الأسرة غير كافٍ في الحد من العنف الناتج عن الاعلام السلبي، وهذا يحتاج إلى بناء برنامج مكثف يستند الى تقنيات ومهارات خدمة الجماعة

وتطبيقه على الأسرة ومن ثم على الأطفال. وهذه الدراسة اتفقت مع دراسة عزيزو في ضعف الأسرة ووسائل الاعلام في الحد من العنف الناتج عن الاعلام السلبي الذي يتعرض له الاطفال.

أما الاقتراحات والحلول المقدمة من الأسرة يغلب عليها الطابع الإرشادي ويليه الطابع الوقائي، أما الطابع العلاجي كان أقل الاقتراحات نسبياً، وهذا يؤكد على أن الأسرة بحاجة إلى تطبيق برنامج وقائي إرشادي علاجي يساعدها في تكثيف دورها في الحد من العنف الناتج عن الاعلام السلبي.

ومن وجهة نظر المبحوثين تسمى الأسرة في معالجتها للعنف الذي يتعرض له الأطفال بالأسرة الرشيدة، حيث كانت أعلى نسبة لصالحا وتليها الأسرة الحامية نسبياً وتليها الأسرة المتدينة أو المحافظة، وهذا يشير إلى صفات وطبيعة لأسرة الفلسطينية في تنشئتها وحفاظها على أطفالها. وبرأي المبحوثين أن الأسرة غير موفقة في الحد من العنف، وهذا يعود إلى التسارع في التطور التكنولوجي الهائل على كافة أشكال وسائل الاعلام والبرامج المقدمة.

أشار المبحوثين في إجاباتهم بأنهم لا يشعرون بالرضا عن مساهمة الأسرة في الحد من العنف الناتج عن الاعلام السلبي، وهذا يحتاج إلى تكثيف جهود أرباب الأسر بالتعاون مع التربويين والمؤسسات التعليمية ومؤسسات المجتمع المحلي، والعمل بشمولية وتكامل في الحد من العنف الناتج عن الاعلام السلبي باستخدام كافة الأساليب التوعوية والتثقيفية والإرشادية والوقائية والعلاجية وتوجيه الأطفال نحو البرامج الهادفة.

الفرضية الثالثة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ بين الجنس، مكان السكن، العمر، عدد افراد الأسرة، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، وسيلة الاعلام الأكثر استخداما لدى أفراد الأسرة و(الاقتراحات المقدمة من الأسرة للحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال).

للتحقق من صحة الفرضية تم استخدام اختبار مربع كاي لفحص العلاقة بين المتغيرات و(الاقتراحات المقدمة من الأسرة للحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال). وبعد التحليل تبين انه لا توجد علاقة ذات دلالة

إحصائية عند مستوى دلالة $0.05 \leq \alpha$ بين الجنس، مكان السكن، العمر، عدد أفراد الأسرة، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، وسيلة الاعلام الأكثر استخداما لدى أفراد الأسرة و (الاقتراحات المقدمة من الأسرة للحد من العنف الناتج عن الإعلام السلبي الذي يتعرض له الأطفال).

التوصيات والاقتراحات:

في ضوء النتائج التي خرجت بها هذه الدراسة فان فريق البحث يوصي بما يلي:

1. العمل على التدريب على الأساليب الحديثة في تثقيف أولياء الأمور بطريقة سليمة بانتقاء سلوك العنف الذي يمارسه الاطفال والحد منه من خلال الأسس الصحيحة للتربية في المحيط الأسري والاجتماعي.

2. تقديم النصائح والإرشادات وزيادة التوعية بين أفراد المجتمع من خلال حملات التوعية وزيادة الوعي الأخلاقي والتربوي والديني تفاديا للمشكلات التي يبثها الاعلام السلبي ويسلكها بالتالي الاطفال.

3. تكثيف البرامج الإرشادية والعلاجية الفردية والجماعية للأطفال وأولياء الأمور في المدارس والمؤسسات التربوية إضافة إلى البرامج في وسائل الاعلام كالإذاعة والتلفزيون، واستضافة المختصين في هذا المجال، وتسيط الضوء على الحالات التي تمارس العنف نتيجة مشا تشاهده من الاعلام السلبي.

4. تكثيف الحماية والوقاية والرقابة من جانب أولياء الأمور على الاطفال والحد من استخدام الأساليب الخاطئة في تربية الأطفال، والمساواة بين الأبناء في التربية، والبعد عن ممارسة واستخدام العقاب والعنف بكافة أشكاله.

المراجع:

- أبو عرقوب، إبراهيم، الخدام، حمزة (2012): تأثير الإنترنت على الاتصال الشخصي بالأسرة وبالأصدقاء- دراسة ميدانية، مجلة دراسات للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 39 العدد (2).
- أبو معال، عبد الفتاح (2006) أثر وسائل الاعلام على تعليم الأطفال وتثقيفهم، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان.
- تفاحة، أماني وحسين لارا، (2008). مواد وبرامج الأطفال على القنوات العربية، مؤتمر الطفل العربي في مهب التأثيرات الثقافية. الإسكندرية، وحدة الطفولة للمجلس العربي للشؤون الأسرية.
- حسين، طه (2004): الإرشاد النفسي، النظرية، التطبيق، التكنولوجيا ط 1 دار الفكر - عمان.
- الشربيني زكريا، صادق يسريه (2003): تنشئة الطفل وسبل الوالدين في معاملته ومواجهة مشكلاته. دار الفكر العربي - القاهرة.
- حجاب، محمد منير (2004) المعجم الإعلامي. دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- الدليمي، عبد الرزاق محمد (2011): المدخل الى وسائل الاعلام والاتصال، كلية اعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، دار الثقافة.
- الخالدي، عطا الله، (2008) إرشاد المجموعات الخاصة، صفاء للنشر والتوزيع - عمان.
- درويش، خليل، واخرون (2006) مدخل الى الخدمة الاجتماعية، منشورات ج. ق. م.، ط 1 عمان
- الصاييم، زليخة (2016): البرامج التلفزيونية العنيفة وعلاقتها بالسلوك العدواني لدي المراهق رسالة ماجستير جامعة محمد خيضر - بسكرة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية- الجزائر.
- العابدين، نرمين زين (2004): القيم التي تعكسها الرسوم المتحركة في برامج الأطفال بالتلفزيون المصري. رسالة ماجستير، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا والطفولة.
- رافعي ونسيب، أمينة ورائية (2016): دور وسائل الاعلام في الحد من ظاهرة العنف الأسري على الأطفال دراسة ميدانية على عينته من الأسر في لأم البواقي، الجزائر.
- عز العرب، إيمان، (2002): ملامح التغيير في الأسرة المصرية في ظل مجتمع المعلومات، دراسة ميدانية لاتجاهات أرباب الأسر الحضارية نحو دور التقنية الحديثة في التنشئة الاجتماعية للأبناء، ورقة قدمت إلى الندوة السنوية التاسعة لقسم الاجتماع، 7-8 مايو.
- عبد الله، سيد (2005): التعصب، دراسة نفسية اجتماعية، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة.

- عزيزو، سعاد(1994):التّصور المعرفي - السّلوكي لتأثير مشاهد العنف بالتلفزة على الطّفل .
دراسة نفسية مقارنة بين المتدينين جوهريا والمتدينين ظاهريا في الاتجاه جامعة مولود معمري -
تيزي وزو - الجزائر.

- محسن، حارث صاحب (2012): دور التلفزيون في سلوك الأطفال، وزارة التعليم العالي
والبحث العلمي وحدة الاعلام والعلاقات العامة - المعهد التقني / الكوفة- العراق.

- محمد، سليمان (2017): دور الأسرة في حماية الأبناء من مخاطر الانترنت: دراسة ميدانية في مدينة
سوهاج بصعيد مصر مقال نشر في مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية العدد 36
- معوض، محمد (2013) إعلام الطفل القاهرة - دار الفكر العربي.

- Browne K and C. Hamilton Gia Chritsis (2005): The influence of violent media
on children and adolescents, a public health approach, centre forensic and family
psychology, school of psychology, university of Birmingham, UK.

- Kronenberger, W., al (2005): Media violence exposure and executive func-
tioning in aggressive and control adolescents, journal of clinical psychology, vol.
61(6).

القنوات الفضائية بين المآخذ والطموح ودور جمعيات الخدمة الاجتماعية الإصلاحية

د. احمد محمد علي المشهداني
ديوان الوقف السني -
العراق

د. مهدي صالح
ديوان الوقف السني
العراق

أ.د. عبد الرحمن ابراهيم
حمد الغنطوسي
كلية التربية
الجامعة العراقية - العراق

Abstract:

Given the seriousness of the media and the multiplicity of phenomena, diversity, acceleration, and the amount of impact on people with disparities between those phenomena, it is necessary to stand on the most prominent of these phenomena, the most dangerous in the world, the phenomenon of space media. The problem of the research lies in the fact that the phenomenon of space media with its various channels has intensified on the people, which made it a subject of interest to researchers, scholars, thinkers and social service associations. Between praise, fatal farewell to use, and warn them, and the appearance of their advantages, and reveal its flaws to what there are opinions around.

مقدمة:

نظرا لخطورة الإعلام وتعدد ظواهره، وتنوعها، وتسارعها، ومبلغ تأثيرها على الناس مع تفاوت بين تلك الظواهرات، فقد بات من الضروري الوقوف على أبرز هذه الظواهر، وأكثرها خطورة في دنيا الناس، وهو ظاهرة الإعلام الفضائي. وتكمن اشكالية البحث: في أن ظاهرة الإعلام الفضائي بقنواته المختلفة التي اشتدت وطأتها

على الناس مما جعلها مشار اهتمام الباحثين والدارسين والمفكرين وجمعيات الخدمة الاجتماعية رغبة في تخفيف معاناة الناس حيث يصعب في ظل اختلاف وجهات النظر حولها تحديد الموقف المناسب لها، ذلك أن الاختلاف حولها قد كثر ما بين مادح، وقادح وداع إلى استخدامها، ومحذر منها، ومظهر لمزاياها، وكاشف لعيوبها إلى ما هناك من آراء حولها. وكان دور الاختصاصيين الاجتماعيين الجانب الأبرز في التصدي لسلبات القنوات الفضائية ومحاولة التقليل من تأثيرها من خلال منابرهم الاعلامية وكتابتهم الهادفة في الصحف والمجلات، وصيحاتهم المدوية في المحافل واللقاءات الجماهيرية والخاصة، لتفادي التأثير السلبي للإعلام بكل أشكاله.

فجاء مضمون البحث: في الكشف بصورة علمية عن حقيقتها ومدى ما فيها من نفع أو ضرر، رغبة منا في معالجة الظواهر التي تؤثر على مجتمعاتنا العربية، وتعزيزت هذه الرغبة بدعوة كريمة من جمعيتكم الموقرة للمشاركة في اعمال مؤتمر كم الموسوم (العمل الاجتماعي في مواجهة الإعلام السلبي).

أهمية البحث: فلا يخفى على أحد أهمية وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية وقدرتها على تجاوز الحدود الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية، كما وأنها تلعب دورا كبيرا في صناعة القرار السياسي والاجتماعي والفكري، ويطنى الجانب السياسي على الاعلام العربي اكثر من الجوانب الاخرى بشكل كبير وملحوظ، كما أن الهيمنة الاعلامية الغربية هي الطاغية والموجهة للإعلام العربي اليوم، وتشجيع الاعلام اليوم لطبقة كبيرة من الفاسدين والمفسدين لقاء الدعم الذي يتلقاه منهم، وتخليه بشكل كبير عن أهم القضايا التي تخدم المجتمع وتدعمه. والحق أن موضوعا كهذا (القنوات الفضائية بين المآخذ والطموح) تكتنف معالجته بالنسبة لنا صعوبات كثيرة، ليس أقلها ضيق الوقت، ومع ذلك فقد حزمنا أمرنا واستعنا بالله سبحانه لخوض غماره.

عينة البحث: فالقنوات الفضائية اليوم هي وسيلة العصر الأساسية فقد تبين من متابعة لمدى انتشارها أن بعض الدول تلتقط أكثر من مائة قناة جهويات ترفع على السطح تستقبل من خلالها ما يث مباشرة عبر الأقمار الصناعية، ومالكوها يثون عمدا وإصرارا رسائل معينة يتوفر لها من أسباب الجذب والإغراء ما يجعلها محط أنظار المشاهدين الذين يستطيعون استيعاب جوانب كثيرة من الرسالة المبتوثة بحكم

المرج بين الصوت والصورة، وذلك ما جعل هذه الوسيلة الجديدة أداة طيعة في أيدي الصالحين الذين يحسنون الانتفاع بها، وكذلك أداة طيعة في أيدي المفسدين الذين يفسدون بها⁽¹⁾. وإدراك حقيقة إمكان استخدام القنوات الفضائية في الخير والشر هو بداية المواجهة القائمة على أسس علمية صحيحة تؤدي إلى تجاوز مشكلة التعامل معها إلى موقع حضاري متقدم ينقل الأمة من الدفاع إلى الهجوم، ومن استيراد متطلبات الاستخدام الأمثل للقنوات الفضائية إلى تصدير البرامج ذات المضمون السوي، ومن التأثير بما فيها إلى التأثير عالميا⁽²⁾.

نوع البحث: وربما كان ذلك أبرز أهداف كتابة هذا البحث الذي اتبعنا في إعداده المنهج الوصفي باعتباره أنسب المناهج للوصول إلى تشخيص كامل لظاهرة القنوات الفضائية وتبصر كامل بها، مما استدعى تتبع ما كتب حولها باللغة العربية، للخروج بنتائج علمية يوثق بها ويمكن تعميمها⁽³⁾. رأي الباحث: ولما كان الجهد في هذا البحث منصبا على الكشف عن حقيقة القنوات الفضائية، ومدى ما يترتب على استخدامها من خير أو شر، فإنه كان لا بد من إثارة جملة من الأسئلة تكون الإجابة الصحيحة عنها هي الحصيلة العلمية التي يخرج بها من هذا البحث، وأهمها في نظرنا: ما القنوات الفضائية؟ وما طبيعة استخداماتها في الوقت الحاضر؟ هل على واقع استخدامات القنوات الفضائية مآخذ؟ وما هي؟ وكيف يمكن اجتنابها؟ وهل في استخدامها واقعا ومستقبلا منافع؟ أو إيجابيات؟ وما هي؟ وكيف يمكن تكثيرها أو تغليبها على السلبيات؟ وما الموقف الصحيح منها؟ إلى غير ذلك من الأسئلة التي تساعد على استجلاء معالم هذه الظاهرة الخطيرة في حياة الناس، والتي لا يتسع الوقت والحيز المخصص لهذا البحث لمزيد منها؟

خطة البحث: وحرصا منا على إجابة محددة عن تلك التساؤلات فقد رأينا أن من الأنسب تبويب البحث وتقسيم خطته على مقدمة وثلاثة مباحث هي:

(1) ينظر دراسات في الإعلام الفضائي، د. عاطف عدلي العبد وزميلته، دار الفكر العربي، ط 1 عام 1416 هـ، ص 97، 98.

(2) انظر الإعلام الخليجي ودوره في مكافحة تيارات الإلحاد والانحراف، د. عبد الحليم عويس، ود. مرعي مدكور، دار الصحوة بالقاهرة، ص 35.

(3) انظر بحوث الإعلام د. سمير حسين، وانظر الإعلام الإسلامي - المنهج، المؤلف، دار عالم الكتب بالرياض، ط (1)، ص 13، 14.

المبحث الأول: إيجابيات القنوات الفضائية

المبحث الثاني: مآخذ القنوات الفضائية،

المبحث الثالث: دور جمعيات الخدمة الاجتماعية الاصلاحية.

وخاتمة تضم إلى جانب خلاصة البحث نتائجه وتوصياته.

المبحث الأول: إيجابيات القنوات الفضائية.

إيجابيات القنوات الفضائية لا بد من التفرير أولاً أن القنوات الفضائية ما هي إلا وسيلة، وأن الحكم عليها مرتبط بطبيعة الاستخدام. وأن مكانتها فيما يتعلق بالإيجابيات إنما هي في إمكاناتها الواسعة في الانتشار والجذب باعتبار أنها اليوم أداة الاتصال الكونية الأولى فبعد مضي أكثر من ثلث قرن على انطلاقة أول قمر صناعي في الفضاء عام 1957 م تكون القنوات الفضائية بما حازته من اهتمام متزايد على مستوى العالم قد تبوأ مركز الصدارة من وسائل الإعلام المعاصرة⁽¹⁾. ونحن عندما نتناول القنوات الفضائية بالدراسة بحثاً عن أفضل السبل للانتفاع بمزاياها الاتصالية إنما نفعل ذلك إدراكاً منا باختلاف واقعنا عن واقع أجدادنا فيما يتعلق بعالم الاتصال الذي مر بمراحل مختلفة "فمن طريق الاتصال الشفاهي والشخصي إلى الطريق الاتصالي الإلكتروني السريع، ومن طريق أنظمة الاتصال الموجهة إلى طريق أنظمة الاتصال المتشاركة، وعن طريق الرسائل العامة الموجهة إلى طريق الرسائل الفئوية المتخصصة، ومن طريق الاتصال الهاتفية الشخصي إلى طريق الاتصال الحاسوبي، المتشارك والمصحوب بالصوت والصورة، وأخيراً من طريق الاستقبال السلبي للرسائل الاتصالية إلى طريق الاستقبال المتفاعل والتراسل بين المرسلين والمتلقين. فالتقنية المتقدمة أو العالية، قد مهدت الطريق أمام الإنسان ليسبر غور الفضاء البعيد وسيطر على الوقت، وليحصل على المعلومات ويتبادها مع الآخرين أينما كانوا"⁽²⁾. ومن ثم فالقنوات الفضائية بما وصلت إليه هي وسيلة الاتصال الأكثر انتشاراً، والأوسع مدى، والأكثر جذباً وإغراء لجمعها بين الصوت والصورة، والضوء، واللون، والحركة، واستخدامها مما يحقق لها

(1) انظر دراسات في الإعلام الفضائي، ص 97، 100، مرجع سابق.

(2) زمن المستقبل والعالم العربي، ص 315، 316.

الظهور وهذه أبرز إيجابياتها⁽¹⁾. ذلك أن سطوة الإعلام المنحرف، وطوفان المعلومات غير السوية، وأثره على بصائر البشر وبصيرتهم، قد أوجعا نار الحيرة والقلق في النفوس ووجهنا نحو التطلع إلى طريق الهداية والنور كل ذلك مما يعمق الإحساس بأهمية استثمار طاقات القنوات الفضائية في الدعوة إلى الخير والفضيلة، حيث إن الناس كل الناس في أمس الحاجة إلى جهد إعلامي يجعل الفضيلة ثقافة للناس، والقنوات الفضائية وسيلة العصر المناسبة بحكم تطورها، وشدة جذبها للناس، على مختلف طبقاتهم، واستخدامها في بث معان تحارب الرذيلة، وتزكي جذوة الإيمان في النفوس وتؤكد الترابط الاجتماعي، وتسهم في بناء المجتمع الفاضل، والأمة الملتزمة، وهذا يجعل تلك القنوات من ضرورات العصر⁽²⁾. وما دام أنه مطلوب من المثقفين إحسان البلاغ، " فلن يكون ذلك ممكنا ما لم يحسنوا كيفية البلاغ العصرية المرتبطة في حقيقة الأمر بطبيعة تطور وسيلة الاتصال التي تحمل معاني الإيمان والحق والصدق، والعفاف والطهر والنقاء في كفاية واقتدار، وهي في عالم اليوم متربع على عرشها القنوات الفضائية التي تبث برامجها عبر الأقمار الصناعية"⁽³⁾. فإشارة التلفزيون المبتوثة عبر الأقمار الصناعية تستقبل في منازل المشاهدين دون حاجة إلى وسيط، بسبب ما حققته تقنيات الاتصال من تقدم بلغت به وسيلة الاتصال قمة التطور إذ أمكن أن يقال بحق إن هذا الإنجاز هو ميزة العصر الاتصالية التي أتاحت إمكان الوصول إلى أي مشاهد على مستوى العالم من خلالها، وخاصة أن عددها الآن يفوق الخيال، وأن الإرسال عبرها يجري بلغات عديدة، وعلى مدى أربع وعشرين ساعة، وإلى جميع القارات دون استثناء حيث يتم البث إلى المستقبل في أي مكان من العالم في أجزاء من الثانية سواء أكان ذلك عبر الأقمار الصناعية الدولية أم الإقليمية أو المحلية⁽⁴⁾. وبغض النظر عن الآراء العديدة حول ظاهرة البث المباشر والأحكام الصادرة حولها، فإنه لا مناص لمن يتصدون للدعوة إلى الخير والفضيلة من تطويع قدرات القنوات الفضائية في الانتشار، والذبيوع، والإجهار لغزو قلوب المنحرفين والمبطلين في كل مكان إخراجا لهم من الظلمات إلى النور وحدا من الآثار السلبية التي أحدثتها في الجوانب الفكرية

(1) انظر مكانة وسائل الإعلام الجماهيرية في تحقيق وحدة الأمة، المؤلف، دار عالم الكتب بالرياض، ط 1 عام 1481 هـ، ص 123-156.

(2) انظر آراء في الإعلام الإسلامي، المؤلف، دار عالم الكتب بالرياض، ط 1 عام 1419 هـ.

(3) آراء في الإعلام الإسلامي ص 10، مرجع سابق.

(4) انظر آراء في الإعلام الإسلامي، ص 10، 11.

والخلاقية والسلوكية⁽¹⁾. ولعل نسبة الإقبال على البرامج الثقافية المبنوثة خلالها تؤكد الحاجة إليها، وفقا لما جاء في دراسة أجراها الدكتور عاطف عدلي العبد وزميلته على دراسة أنماط مشاهدة تسع عشرة قناة من قبل طلبة وطالبات قسم الإعلام بجامعة الإمارات العربية المتحدة فقد حصلت البرامج الثقافية على نسبة 2.94% من النوعية الأولى من برامج تلك القنوات مما يؤكد أهمية استخدام القنوات الفضائية وإجباياتها بالنسبة للبلاغ، ونشر الخير وتعميمه⁽²⁾. وأيضا حصلت البرامج الدينية على نسبة 5.82% من مشاهدي القناة الفضائية المصرية، وحصلت البرامج الثقافية في القناة نفسها على نسبة مشاهدة بلغت 5.77%⁽³⁾ وهي نسب تؤكد مدى أهمية استثمار القنوات الفضائية في بث ما ينفع الناس ويمكث في الأرض، وخاصة أننا أمة حضارة لا يصح في حقنا إغفال فرصة ثمينة كهذه لتحقيق الظهور والذبوع لحضارتنا، وكفى بذلك إيجابية، لكن ينبغي أن يكون تعاملنا مع ظاهرة الإعلام الفضائي تعاملًا واقعيًا ومسؤولًا يدرك حقيقة واقعه، وكيفية إحسان توظيفه، ويغير الصورة التي عليها واقع استخدامات القنوات الفضائية العربية حيث لم تحسن الصورة العربية، فليست المسألة مسألة ظهور على الهواء، بل لا بد أن يكون لهويتنا ما نقوله للآخرين مما هو شديد الصلة بذواتهم ومصالحهم، وما يفيدهم ويمتعهم، صحة في المضمون، وجاذبية في العرض، ومهارة فنية فائقة في الأداء، ورغبة صادقة في المثوبة من الله سبحانه وتعالى، وتفان تتطلبه هذه الرغبة⁽⁴⁾، وخاصة أننا نشهد منذ فترة تطورا ملموسا في امتلاك العديد من تقنيات الاتصال والإعلام الحديثة، فلدينا مشاريع ناجحة في مجال الأقمار الصناعية، ولدينا مشاريع ناجحة في البث التلفزيوني الفضائي، ولدينا تقدم لا بأس به في استخدام شبكات المعلومات وتوفير خدماتها في عدد من بلداننا العربية على تفاوت بينها، ولكن السؤال الذي لا يزال يبحث عن إجابة هو: هل واكب هذا التطور الملموس في امتلاك التقنيات تطور مماثل في البنى الفكرية والاجتماعية للعمل الإعلامي؟⁽⁵⁾. وعدم

(1) انظر المرجع السابق، ص 16، مرجع سابق.

(2) انظر دراسات في الإعلام الفضائي، ص 134، مرجع سابق.

(3) انظر المرجع السابق.

(4) انظر الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، د. إبراهيم عرقوب ومحمد لاوي، ط 1 عام 1993م، ص 73، وانظر آراء في الإعلام الإسلامي، ص 18، مرجع سابق، وانظر المسلمون في مواجهة البث المباشر، دار طويق للنشر والتوزيع، ط 1 عام 1417 هـ، ص 10.

(5) الإعلام والاتصال، العدد السادس، ص 58، من مقال للدكتور عبد القادر طاش بعنوان (الإعلام العربي في مجتمع المعلومات).

الاستفادة المثلى من وسيلة العصر (القنوات الفضائية) قد يترتب عليه انتشار الفساد لعدم مواجهة شرور البث المباشر ذي الطبيعة الماجنة الفاجرة والحد منه، وما يترتب على ذلك من آثار سيئة، والشعور بفقدان الذات، ومحو الهوية، والسلبية في التعامل مع القضايا العربية، فضلا عن عدم الانتفاء العقدي، وعدم الالتزام، والانحلال، والتفكك الأسري والتسيب وغير ذلك من الآثار السيئة الظاهرة غير الخافية والمعلومة غير المجهولة⁽¹⁾. ومتى ما أحسنا استثمار طاقة القنوات الفضائية حققنا هيمنة الهوية العربية على الإعلام، ومكنا لحقائقها وحقائق الواقع في نفوس الناس عن طريق استغلال طاقة وسيلة الإعلام العصرية في حفظ معالمها، وإشاعة معانيها الحقة بين الناس، والكشف عن التطبيقات السديدة للإصلاح من خلال التركيز على معطيات العصور الزاهية للامة في القديم والحديث وبذلك تصبح مرتكزا لحياة الناس اليومية ومادة حديثهم، ومحاوراتهم ومستند تصرفاتهم، وبذلك نكون قد ضربنا للناس المثل في الصلاح والاستقامة، ومكناهم من التعرف على حقيقة الأمة، ودعوناهم بصدق قولاً وعملاً للتأسي بقيمتها⁽²⁾ ذلك أن "الإعلام يمكن أن يسهم بقدر وافر في مجال التوعية ونشر القيم والفضيلة"⁽³⁾. وأمر آخر يجب التنبيه إليه، وهو أنه لم يعد أمر إنشاء قناة عربية فضائية أو مجلة، أو جريدة كافيًا لمواجهة هذا الزخم الهائل من القنوات الفضائية الموجهة عبر الأقمار الصناعية، والمجلات والجرائد المتنوعة والتي أصبحت تستقطب غالبية الناشئة والشباب إلا من رحم ربي وحتى الكبار أصبح الكثير منهم لا يستطيع التحول عنها، لما تقدمه من برامج عديدة ومتنوعة تناسب الأذواق والرغبات، ومن هنا يلزم العمل على اقتحام هذه القنوات من الداخل وتقويمها من خلال المواجهة المباشرة ثقافياً وعلمياً"⁽⁴⁾. وعلينا أن ندرك أهمية أن جهود الأمة في هذا السبيل ينبغي أن تنطلق من سياسة إعلامية مشتركة يتحرك في إطارها كل من أراد إعلاء كلمتها بواسطة القنوات الفضائية. أو غيرها من وسائل الإعلام، لأن ذلك أدعى إلى التكامل وأبعد عن التنافر، والعرب أولى بهذا المسلك من أولئك الذين

(1) انظر زمن المستقبل والعالم العربي، ص 15، مرجع سابق.

(2) انظر مكانة وسائل الإعلام الجماهيري في تحقيق وحدة الأمة، المؤلف، دار عالم الكتب بالرياض، ط 1، 1418 هـ، ص 203، 204.

(3) الإعلام والاتصال، العدد السادس، من كلام معالي وزير الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد الدكتور عبد الله عبد المحسن التركي.

(4) المرجع السابق نفسه.

يتبعونه في نشر باطلهم والتمكين له، وينبغي أن تكون مرتكزات تلك السياسة متضمنة في المجالات الأساسية للحياة، الديني والثقافي والسياسي والاقتصادي، والاجتماعي، بحيث تستوعب الحياة البشرية في أبعادها الدينية والدنيوية، ولا يند منها شيء عن الاهتمام⁽¹⁾. وإذا كان ما مضى هو أهم ما يمكن الوقوف عنده من إيجابيات القنوات الفضائية بالنسبة للعرب فإنه ينبغي أن يشار إلى أن لها أيضا جوانب إيجابية أخرى يشترك في الانتفاع بها غير العرب، فهي ذات أثر في مساعدة الإنسان على توفير أسباب الراحة، وتحقيق المصالح حيث قربت البعيد، وسهلت صورا من الاتصال الثقافي والاجتماعي والسياسي لم تكن متاحة من قبل بما هيأت من إمكانات لخزن المعلومات، ونقلها استفادة من تجارب الآخرين دون مشقة، مما يتوقع معه أن تكون أداة حقيقية لبناء مجتمع أفضل⁽²⁾. ذلك أن البث المباشر يتيح فرصا للإعلام الدولي بنشر الأخبار، ويوفر تجارب على الصعيد العالمي ويسهم في نحو الأمية، ونشر التعليم، وتثقيف الجماهير، إضافة إلى النقل الحي للأحداث، وتطويع صور التبادل العلمي والثقافي، وهو فرصة للتجاوز الحضاري،⁽³⁾ ويمكن من الاشتراك في متابعة ما يجري على مستوى العالم لحظة وقوعه من مصادر متعددة مما يسهم في تكوين صورة صحيحة عنه بالانفتاح على العالم وزيادة المعلومات عنه مع اكتساب مهارات جديدة قد تساعد على تغيير الاتجاه والسلوك السلبي، والتخلص من العزلة والوحدة⁽⁴⁾. ومن ثم فإنه رغم الصيحات المتعالية للتخلص من التلفزيون والقنوات الفضائية لكثرة الشر والفساد فيه فإنه لا مناص من الاعتراف بأنه أحد منجزات العصر التي أكسبت الإنسان سيطرة أكبر على واقعه، وأطلعته على أسرار كونية ما كان يستطيع الاطلاع عليها من دونه حيث بلغت تكنولوجيا الفضاء الذروة في القدرة على عرض ما يجري في العالم حال وقوعه⁽⁵⁾. وفوق ذلك فإن القنوات الفضائية في حقيقة الأمر ما هي إلا إرسال تلفزيوني عبر الأقمار الصناعية ولا ينكر عامل أهمية التلفزيون كوسيلة إعلامية تعليمية، وتربوية، وإخبارية، وهو كذلك فرصة لنظام تعليمي متطور وسريع وشامل

(1) انظر القمر الصناعي الإسلامي، تحد حضاري وضرورة عصرية، ص 91 - 107، مرجع سابق.

(2) انظر الباحث، العدد الأول، ص 11، وانظر ثورة الاتصال، ص 257، 258، مرجع سابق.

(3) انظر المسلمون في مواجهة البث المباشر، ص 10، 12، مرجع سابق.

(4) انظر دراسات في الإعلام الفضائي، ص 158، مرجع سابق.

(5) انظر المدخل إلى علم الاتصال، د. حسن مكي وزميله، ص 47، 438، مرجع سابق، وانظر تلفزيون المملكة العربية السعودية: نشأته وتطوره، عبد العزيز أبو النجا، ط 1 عام 1417 هـ، ص 59.

يساعد في إيجاد جو تنموي فعال، وهذه الأهمية مقدرة ومعتبرة، وغير منكورة، وتأسيسا على ذلك فالقنوات الفضائية وسيلة تربوية متى أحسن استخدامها تجذب إليها ملايين البشر بحكم خصائصها الذاتية شديدة الوقع والتأثير، وكثير منها مهياً لتقديم خدمات تعليمية، وتربوية، وثقافية، وإعلامية واسعة ومن ثم ليس من الحكمة رفضها والإعراض عنها⁽¹⁾. وبهذا القدر من التناول نكون قد أتينا على كل ما من شأنه الإجابة عن تساؤلات البحث الأساسية بحيث يتمكن المطالع له من الحصول على جواب مقنع قام الدليل القاطع على صحته وسلامته.

المبحث الثاني: المآخذ على القنوات الفضائية.

ربما كان من العدل والإنصاف قبل الخوض في مسألة المآخذ على القنوات الفضائية بيان أنه لا ينبغي إطلاق الأحكام على القنوات الفضائية جزافاً، بل لا بد من الحكم على كل قناة بما يناسب حالها قرباً أو بعداً من الصواب، ولا بد أيضاً عند الحديث عن المآخذ من التفريق بين القنوات الفضائية كوسيلة اتصال عصرية متاحة للاستخدام، وبين واقع استخدامات هذه الوسيلة. سواء أكان ذلك بسبب كثرة المادة المستوردة أم ضعف المادة المنتجة محلياً أو لغير ذلك من الأسباب التي يعود كثير منها إلى فساد في التصور أو انحراف في السلوك⁽²⁾. وكائنا ما كان الأمر فهناك رؤى مختلفة فيما يتعلق بطبيعة الأخطار التي قد تصيب العالم العربي والإسلامي من جراء البث المباشر حيث قلل البعض من مخاطره، وبالعكس آخرون فيها تبعاً لسعة إمكانات الاستقبال سواء أكان البث عبر القناة غزيرة الإشعاع أم القناة الجماعية من غير حاجة إلى وسيط،⁽³⁾ مما جعل الجمهور "موضع استحواذ من فضائيات عدة مسخرة لخدمة أغراض وأهداف هي موضع شك وملاحظة ممن يشاهدون ما تبث من مضامين⁽⁴⁾ أضف إلى ذلك أن التطورات الحديثة في تكنولوجيا الاتصال وما

(1) انظر آراء في الإعلام الإسلامي، ص 14، مرجع سابق، وانظر المسلمون في مواجهة البث المباشر، ص 19، مرجع سابق.

(2) انظر المادة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية، ص 370، مرجع سابق، وانظر المسلمون في مواجهة البث المباشر، ص 58، مرجع سابق.

(3) انظر الإذاعات العربية، العدد 3، ص 24 / 25.

(4) انظر الإعلام والاتصال، العدد الخامس، ص 75، مقال بعنوان (جمهور وسائل الإعلام والاتصالات كيف نحافظ عليه)، بقلم / بدر كريم.

نجم عنها من تطور سريع في تجارة المعلومات قد أثار مخاوف عدد كبير من الدول من انتهاك حق الخصوصية لمواطنيها، ومؤسساتها، وشرعت في سن قوانين حماية حق الخصوصية مثل (أمريكا، وألمانيا، وفرنسا، وكندا، وأستراليا، وبلجيكا، والسويد، والدانمارك، ولكسمبرج، وسويسرا، وإسبانيا، والنرويج، وإيرلندا، وإيطاليا، واليابان، وهولندا، وبريطانيا)⁽¹⁾. ومهما يكن من أمر فإن قنوات الفضاء باعتبارها وسيلة العصر هي سلاح ذو حدين، ذخيرته الأساسية في الحقيقة هي المعلومات، وما صنيع شبكة السي إن إن، في حرب الخليج عنا ببعيد فقد أثبتت مقولة أن الإعلام هو الذي يتولى مقاليد الأمور في العالم حاليا، وأن من يملك وسيلة إعلام مؤثرة يشارك في الحكم محليا وعالميا بقدر تأثير وسيلته⁽²⁾. ومع ما في هذا الحكم من مبالغة فإنه لا شك أن للقنوات الفضائية قدرة كبيرة على التأثير على الأفراد والجماعات، غير أن نجاحها مرتبط بعوامل أخرى، لكن ذلك لا يقلل من التأثير السلبي لها، ولعل أبلغ شاهد على ذلك القرار الذي اتخذه مجلس وزراء الإعلام بدول الخليج في اجتماعهم الرابع بدولة البحرين الذي جاء فيه " اتفق الوزراء على التمسك بالقيود التي تحد من اتساع استعمال أجهزة الاستقبال الفضائية الصغرى (أطباق الالتقاط) نظرا لحساسية وأهمية هذا الجانب، وعلاقته بالتراث والأصالة وحماية المواطنين من مخاطر البث المباشر الذي لا يتفق وتعاليم الدين الإسلامي الحنيف والقيم العربية"⁽³⁾. والحق أن هذا التخوف في محله، إذ إنه أصبح من شبه المؤكد وصول البث المباشر إلى كل منزل في ظل التطور المتسارع لتقنيات الاتصال مما يثير إشكالات ثقافية، واجتماعية، وأخلاقية تتمثل في حقيقة الفوارق الكبيرة بين المجتمعات البشرية فيما يتعلق بحدود المباح وغير المباح⁽⁴⁾. ومن ثم فإن كثيرين يرون احتمال تجسد الشر فيها تحت مسميات عديدة (الشك، والفوضى، وعدم النظام، والتشويش)⁽⁵⁾ وربما كانت مقاومة الحكومات

(1) انظر حق الاتصال وارتباطه بمفهوم الحرية والديمقراطية، د/ راسم محمد الجمال، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، عام 1994 م، ص 21، 22.

(2) انظر بث وافد على شاشات التلفزيون، د. انشراح الشال، دار الفكر العربي، عام 1994 م، ص 197، ص 198، ص 203.

(3) انظر المادة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية، ص 78، 100، 101، مرجع سابق.

(4) انظر صناعة التلفزيون في القرن العشرين، محمد حيدر مشيخ، الشركة السعودية للأبحاث والنشر، ص 28.

(5) انظر ثورة الاتصال، سيرج برد وزميله، ترجمة هالة عبد الرؤوف مراد، دار المستقبل العربي بالقاهرة، عام 1993 م، ص 9.

وعجز الأفراد عن استيعاب تدفق المعلومات الهائل عبر البث المباشر سواء من الأقمار الصناعية أو شبكات الكيبل من أسباب الحد من تفاقم المخاوف⁽¹⁾.

ومع ذلك فهناك تأثيرات سلبية عديدة للبيئة الاتصالية الحديثة تمثلت في التأثيرات الإنسانية، والاختراقات الثقافية، والتأثيرات المادية، وأخرى أخلاقية، وسياسية مما سيجري الحديث عنه تفصيلا فيما بعد⁽²⁾. وقد أجريت دراسات عدة على المستويين الدولي والمحلي حذرت من المخاطر الجسيمة التي قد تنجم عن الوضع الاتصالي الكوني الجديد، الذي تمثل خصوصا في تسطيح الحضارة الكونية والقضاء تدريجيا على مكونات التنوع فيها بطمس الخصوصيات المميزة للثقافات الوطنية، وتذويب معالم الذاتية الحضارية التي يختص بها كل شعب⁽³⁾. كما أنه من ناحية أخرى ينطوي على مخاطر أخرى دعائية، وتسليط ثقافة على أخرى، وانحراف في الأفكار، وتهديد اقتصادي، وأمني⁽⁴⁾. ولولم يكن إلا هذا من حيث الأخطار المتوقعة من جراء البث المباشر جملة لكان في حد ذاته كافيا لاتخاذ أسباب الحيلة والحذر، كيف وقد أفاضت الدراسات التي تناولت ظاهرة الإعلام الفضائي اليوم في الحديث عن الأضرار التي ثبت أنه يحدثها في الحياة البشرية عموما، والحياة العربية خصوصا، فكثير من الناس يرى أن البث المباشر له سلبيات كثيرة تمثلت في المآخذ العقدية والثقافية، والأخلاقية، والسياسية الملاحظة على مضامين كثير من قنواته التي تسعى لجذب المشاهدين بتقديم الممنوع في ملتهم وبلدانهم من المضامين التي تبثها، ومن ثم اعتبر مثل هذا البث ضربا من الاختراق للمقاييس الأخلاقية والثقافية للمجتمعات⁽⁵⁾ إلى جانب أن البث الفضائي قد أسهم في إبراز قضايا اقتصادية وسياسية على حساب قضايا أخرى قد تكون أهم منها عند من يوجه لهم وهم في غفلة مع مقتضيات ذلك من توجيه للرأي العام سياسيا، واستهلاكيا، حسب رؤية المسيطرين على قنوات الفضاء⁽⁶⁾. "إن تأثير

(1) انظر ثورة الاتصالات، ص 252، 253، مرجع سابق.

(2) انظر زمن المستقبل والعالم العربي، 162-181، مرجع سابق.

(3) المسلمون في مواجهة البث المباشر، ص 79، مرجع سابق.

(4) انظر المرجع السابق، ص 10، وانظر بث وافد على شاشات التلفزيون، ص 109-214 مرجع سابق.

(5) انظر دراسات في الإعلام الفضائي، ص 97، 98، مرجع سابق، وانظر صناعة التلفزيون في القرن العشرين، ص 28، مرجع سابق.

(6) انظر المرجع السابق، ص 45، 46.

التلفزيون والقنوات الفضائية كما يتفق الباحثون ينصب أصلا على الثقافة بمفهومها الشامل الذي يتصل بالقيم والمواقف والاتجاهات وأنماط السلوك⁽¹⁾، لذا وجدنا كثيرا من تلك الفضائيات تقدم عروضاً وبرامج ونصوصاً غير ملائمة لفطرة البشر السوية كالأفلام الرياضية وغيرها مما أسهم في تهديد الدول، وفرض سياسات كونية لم يكن لها أن تقبل لولا ترويج القنوات الفضائية تعميماً وتسويقاً⁽²⁾. وكل ذلك إنما يعود للآثار التي تحدثها المواد اللاأخلاقية المبتوثة من القنوات الفضائية، سواء من حيث الشكل بالصورة والمشاهد الخليعة، أو المضمون المخالف للقيم والأخلاق عموماً، وعلى هذا تكون أهم المآخذ هي كونها (القنوات الفضائية) أصبحت وسيلة لانتشار الرذيلة، والدعوة لممارستها بإشاعة صور ارتكابها وإثارة الرغبة فيها بشتى سبل الفتنة مع ما يصاحب ذلك من نشر لصور الفساد الأخرى كالمخدرات والخمور حتى غدت كأنها غير محرمة، وتحريض على الجرائم عموماً بإظهار مرتكبيها في صورة أبطال يقتدى بهم، وقبل ذلك زعزعة القيم في نفوس المشاهدين بالتشكيك فيها، وتقديم العواطف بمعناها الشهواني، وابتذال النساء والأطفال من خلال الإعلان والترويج للموضة، وإضعاف البصر، وإهدار الوقت وعدم الاستفادة منه في العبادة أو الدراسة أو المنافع الأخرى مع ما يصاحب ذلك من كسل، وانشغال عن القراءة المفيدة، وتعطيل للقدرة العقلية والتأملية حتى غدت القنوات الفضائية كأنها أداة كبيرة للانحراف⁽³⁾. هذا في الجملة ما يمكن أن يكون مأخذ العقلاء من البشر على القنوات الفضائية، وتأثيرات هذه المآخذ السلبية في عمومها. أما بالنسبة للعالم العربي والإسلامي فإن كثيراً من الباحثين والدارسين يرون أن البث المباشر بحكم تحكم أصحاب النفوذ فيه من غير العرب يمثل غزواً حقيقياً للعالم العربي لم يعد العدة لمواجهته مما جعله محل رفض ومعارضة لما يحمله هذا النمط الإعلامي الدولي من تأثير في الأفكار، وغرس لمشاعر الاغتراب، الناجمين عن الاستعمال التجاري للقنوات الفضائية أو استغلالها لأغراض سياسية واجتماعية خارجية مما يمثل غزواً وسيطرة ثقافية لما يحويه من أفكار، وأنماط حياة، وقيم، وأشكال للتعامل والسلوك في المجتمع الغريب المتحكم

(1) خصائص وسائل الإعلام في الاتصال الثقافي، د. سنان سعيد، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، علم تعليم الكبار 3/ 47.

(2) انظر زمن المستقبل والعالم العربي، ص 162-181، مرجع سابق.

(3) انظر دراسات في الإعلام الفضائي، ص 160، 161، مرجع سابق.

في التقنيات⁽¹⁾. ولما كانت صناعة الألبان في تطور مستمر والبرامج التي تبث من القنوات الفضائية وتستقبل بواسطتها من شأنها دعم هيمنة الدول الصانعة، والمالكة للأقمار الصناعية، ونشرا وتعذرا لثقافتها، وعاداتها فإن ذلك في الحقيقة يعد غزوا للبلدان التي لا تملك مقومات المواجهة الحقيقية، وتهديدا للقيم والمفاهيم السائدة فيها، ومعلوم أن الدول والشعوب العربية والإسلامية هي المستهدفة بالدرجة الأولى، كما ينطق به لسان حال من يوجهون البث المباشر ومقالمهم⁽²⁾. وهذا "الغزو الثقافي يرمي إلى غزو الإنسان في عقيدته وفي لغته، وفي سلوكه، وأخلاقه، ونمط معيشته من خلال إحلال نماذج معينة من التفكير والنظر إلى الحياة والسلوك محل النظر السائر النابع من روح الشعب المستهدف من قيمه، وعاداته وأخلاقه"⁽³⁾ وبه يغير الإنسان من الداخل حيث يتسلل الشك إلى قناعاته ومن ثم تضعف المقاومة عنده ويتمكن العدو من إخضاعه. ومن ثم كان الخطر الحقيقي في أنفسنا، وعلينا تحريرها من كل أسباب الضعف والهوان بإيقاد جذوة الإيمان فيها، وزيادة صلتنا بخالقنا وعندها تزول شكوانا من الغزو الخارجي المتمثل فيما تبثه القنوات الفضائية من فكر سقيم، وسلوك غير سوي حف بأنواع البهرجة، والزينة⁽⁴⁾ سعيا وراء فك الارتباط بين الثقافة المعرضة للغزو، وأصحاب هذه الثقافة، وذلك ما ليس سهلا ولا ميسورا بحمد الله طالما تمسك أهل الثقافة المغزوة بثقافتهم ومبادئهم وقيمهم وأخلاقهم⁽⁵⁾. ومن هنا وجدنا من يعتبر البث المباشر عبر الأقمار الصناعية ومن خلال القنوات الفضائية غزوا فكريا، واجتماعيا يأتي من الفضاء بطريقة تتيح للثقافات الأجنبية اقتحام أجهزة المشاهدين في منازلهم من غير استئذان ولا رقيب⁽⁶⁾ وأخطر ما فيه الآثار العقدية والثقافية والعلمية، والسياسية، والأخلاقية والأمنية، والاجتماعية إلى غير ذلك من

(1) انظر خصائص وسائل الإعلام في الاتصال الثقافي، تعليم الكبار، 3/ 28، 29، مرجع سابق.

(2) انظر مشاركة سعود دهلوي في القضية التي أثارها مجلة الأمن والحياة في عددها 68 بعنوان (الغزو الفكري عبر الأقمار الصناعية)، ص 33.

(3) الموقف الأدبي، العدد (304)، ص 66، من مقال بعنوان (الغزو الثقافي) بقلم نزار نجار.

(4) انظر دراسات في علم الاجتماع الإعلامي، الطفل المصري بين التلفزيون والفيديو والغزو الثقافي، د. انشراح الشال، مكتبة نهضة الشرق، بجامعة القاهرة، عام 1985 م، ص 143.

(5) انظر شؤون اجتماعية، العدد الخامس والأربعين، ص 179.

(6) انظر المسلمون في مواجهة البث المباشر، ص 53، مرجع سابق.

الآثار التي أشارت إليها دراسة أجريت على الأطفال العرب ومن بينها تمرد الأطفال على أسرهم واتساع الفجوة الفكرية بين الفئات والطوائف المختلفة، وارتفاع نسبة التقليد الأعمى لما يشاهدون، وشيوع السلوك العدواني، وضعف التحصيل الدراسي، والإصابة بالكسل، والإحساس بالنقص مع التأخر العقلي والعلمي⁽¹⁾. وما أشير إليه من سلبيات للبت المباشر على المستويات العقدية والأخلاقية والسياسية والثقافية من أسبابه أن هناك قنوات فضائية غربية، وكثيرا مما يقدم من خلالها هو أداة تفتت للمجتمعات، وإلغاء لدور وسائل الإعلام المحلية إلى جانب إضراره بالأمن من حيث ارتباطه بدوائر المخابرات المعادية، وإثارته للاضطرابات، وتزيينه للجريمة وانتشار أنماط السلوك العدواني إضافة إلى آثاره الأخلاقية والاجتماعية المدمرة مثل المساعدة في شيوع الرذيلة وبيان سهولة ارتكابها، وبث الاغتراب والانبهار مع ما يصاحب ذلك من آثار اجتماعية أخرى مثل إثارة التطلعات الاستهلاكية، وتقديم الأنماط الإجرامية الشاذة، وتمزيق النمط الاجتماعي السائد بعرض مفاهيم وتصورات اجتماعية غير مرغوبة⁽²⁾. ولقد كان من أول المآخذ على القنوات الفضائية ما لوحظ من تأثير لها في المجتمعات العربية والإسلامية التي تستقبل فيها بكثافة تمثلت في هز ثقة الشباب في حاضره هزا عنيفا، ودك أسس إيمانه بأمجاده الماضية، واكتنف المستقبل في نظره ضباب كثيف إضافة إلى انفصام عرى التضامن بين الأجيال⁽³⁾. وقبل أن نطوي الحديث عن الآثار السلبية للقنوات الفضائية من خلال بيان ملحوظات الباحثين والدارسين على المضامين التي تبثها فإنه يطيب لنا التذكير بأبرز النظريات التي تفسر الآثار الاجتماعية التي يحدثها البث التلفزيوني عموما والفضائي خصوصا على المشاهدين وخاصة صغار السن وهي نظرية التطهير، ونظرية التعلم بالملاحظة، ونظرية التحريض، ونظرية التعزيز، ونظرية الغرس إضافة إلى ما كتب حول مدخل الاستخدامات والإشباع (ماذا يفضل الناس لأنفسهم بوسائل الإعلام)⁽⁴⁾. ومعلوم أن الرسالة الإعلامية

(1) انظر المرجع السابق، ص 39-49.

(2) انظر بث وافد على شاشات التلفزيون، ص 209 - 214، وانظر صناعة التلفزيون في القرن العشرين، ص 46، 47.

(3) انظر المسلمون في مواجهة البث المباشر، ص 79، مرجع سابق، وانظر التخطيط الإعلامي المفاهيم والإطار العام، ص 16، مرجع سابق.

(4) انظر المدخل إلى علم الاتصال، ص 433، مرجع سابق.

تكون فعالة بقدر تعزيزها للمواقف والآراء الموجودة فعلاً إضافة إلى أهمية المرسل وحسن تقييم المتلقي الذاتي. حيث ينتقي المتلقون المضمون الذين يحبون، ويفسرونه بالطريقة التي يرونها ووفقاً لاهتماماتهم وميولهم، مع أن احتكار وسيلة الاتصال وجدة الموضوع وعدم التعود عليه من الجمهور المتلقي وشبكة العلاقات الشخصية مما يزيد في فاعلية الاتصال، وهي أمور معظمها متوفر في مضمون الإعلام الفضائي⁽¹⁾ ونحن إذا ما أدركنا أن تكنولوجيا الاتصال هي أهم مجالات التقدم في القرن العشرين، وأنها استخدمت ولا تزال تستخدم من الدول المالكة لها ضد الأمة وقيمها من خلال بث السموم في أكثر أنواعها تطوراً وهو القنوات الفضائية عبر الأقمار الصناعية، يكون ذلك باعثاً على الاهتمام بإقامة قمر صناعي عربي باعتباره أحد المطالب الأساسية للعرب في عالم اليوم⁽²⁾ خاصة وأنه غير متاح الآن لغير القوة الرئيسة المسيطرة على ثورة الاتصال وتكنولوجيا صناعة المعلومات، وتشكيل العقول، وأنماط السلوك⁽³⁾.

المبحث الثالث: دور جمعيات الخدمة الاجتماعية الإصلاحية.

من المعلوم أن العمل الاجتماعي ليس مساراً في المجهول انه تلك المنظومة التي بلورتها تطورات القرنين الماضيين ازاء المواجهة مع متطلبات الحريات وحقوق الانسان والرفاه الاجتماعي بكل أشكاله، كما ان التوسع بنطاق عمل جمعية العمل الاجتماعي العربي بات هدفاً استراتيجياً لما له من اثر ايجابي طيب، ينعكس على اداء عمل المخططين والممارسين في مهنة العمل الاجتماعي في عالمنا العربي من خلال الاستفادة من الخبرات الطويلة المتراكمة في هذا المجال، ونحن اليوم- في عالمنا العربي نشهد واقعاً مريراً مستنزفاً يتطلب بذل الجهود واستنفار الطاقات الاكاديمية والمهنية على الاصعدة كافة، واقل ما نقوله في هذا الصدد هو ضرورة العمل على تطوير استراتيجية عربية تستانس بالخبرات المتاحة. في ظل ظروف استثنائية تعيشها المنطقة وسط تحديات من نوع جديد، فقد وضعت مضاعفات الانفجار على الساحة الاقليمية العمل الاجتماعي في سياقه العام امام تحديات استثنائية، من بينها التحدي الإعلامي عموماً والقنوات

(1) انظر ثورة الاتصال، ص 147، مرجع سابق.

(2) انظر القمر الصناعي الإسلامي، ص 13، مرجع سابق.

(3) انظر الدراسات الإعلامية، العدد 93، لعام 1998 م، ص 61، مقال للدكتورة عواطف عبد الرحمن بعنوان حرية الإعلام المعاصر وتحديات العولمة).

الفضائية على وجه الخصوص، إذ تحول الإعلام اليوم من مجرد نقل المعلومات والأفكار إلى الإسهام الفعلي في تكوين الحياة في أبعادها السياسية والثقافية، والاجتماعية والاقتصادية لما له من قدرة على دعم الاتجاهات لدى الأفراد والجماعات أو تعديلها أو تغييرها⁽¹⁾. وفي ظل هذا التحول يمكن تقرير حقيقة غاية في الأهمية هي أن القنوات الفضائية قد أثارت من المناقشات والجدل العلمي أضعاف ما أثارتها وسائل الإعلام الأخرى، ومن خلال تلك المناقشات يتحدد موقعها في عملية التأثير وتبادلا المعاني في المجتمع، فقد كشفت الدراسات والأبحاث والمناقشات عن توجهات بحثية تمثلت في ثلاثة نماذج، نموذج الآثار القوية، ونموذج الآثار المحدودة، ونموذج الآثار المعتدلة، وضمن كل نموذج جملة من الافتراضات والنظريات العلمية⁽²⁾. ومن كل ذلك نلاحظ ضرورة وجود تأثير بغض النظر عن مستواه، وطبيعته، وآثاره وخاصة أن الإعلام اليوم لم يعد قاصرا على إشباع الاهتمامات وغرس المعلومات، وإنما تحول إلى صناعة الاهتمامات وإعادة التشكيل الثقافي للإنسان من خلال الأوعية الإعلامية المختلفة والتقنيات المتطورة، والتي عجز الإنسان أمام سطوتها عن متابعة ما تقدم والإحاطة به ولو في حدود حاجته واهتمامه⁽³⁾. فالمتطلبات اليوم في زمن الارهاب والعنف والقتل والتقاتل هي نتاج واقع جديد من المواجهة، ذلك المجتمع المهمش في أحضان التمزقات التي شهدتها الدول المشوهة البناء والبنية _ دولة الفئات المهمشة ودولة الممارسات الايديولوجية العنصرية على اساس التفرقة العرقية والدينية والمذهبية والاقتصادية والعشائرية والعائلية، في هذه المواجهة يبقى عنوان لذلك الأمل الناشط في اتجاه العدل والعدالة والمساواة والتصحيح ذلك الأمل المتجسد في شعار التغيير الاجتماعي. فتحت ركاب الايديولوجيا والتمزق والهزائم فإن العمل الاجتماعي يبحث عن مبادرة لا تعترف بالهزيمة وتتنصر للإنسان من خلال العودة الى الإنسان، وهو الكائن الذي اخرجته ضغوطات الحياة وغياب العناية بكافة انواعه عن سلوكه المنشود الى عالم الانحراف والجريمة في واقع يعاني من امراض الفقر

(1) ينظر: دور التلفزيون في خلق ثقافة عربية متوازنة في الخليج، حسن عبد الحميد أبو شنب، رسالة ماجستير مقدمة لكلية الإعلام بجامعة القاهرة عام 1982 م، ص 30.

(2) انظر المدخل إلى علم الاتصال، د. حسن إبراهيم مكي وزميله، ذات السلاسل بالكويت، الطبعة الأولى، عام 1995 م، ص 431.

(3) انظر نحو مشروع مجلة رائدة للأطفال، كتاب الأمة، جمادى الأولى عام 1418 هـ، ص 25، 26، وانظر الثورة التكنولوجية ووسائل الاتصال العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة، تونس، ص 91.

والبطالة والتهميش والعنصرية والتمييز. واستنادا إلى ما تقدم وفي ظل النظر إلى الاتصال على أنه طريقة للتفكير لا تقتصر فقط على الخطابة في الجماهير، بل تشمل السلوك الإنساني كله،⁽¹⁾ فإنه يمكن إدراك خطورة نمط الإعلام الفضائي، ذلك أن العالم اليوم يشهد ميلاد بيئة إعلامية جديدة أبرز خصائصها التواصل الآني، وتجاوز الحدود، والانعقاد من الرقابة، وتعددية في قنوات الاتصال مع تفاعل بين المادة الإعلامية والمستقبل، ولا يعزب عن البال خطورة هذه البيئة التي لم نكن صناعتها على نسيجنا الثقافي والسياسي والاقتصادي، فقيمنا وهويتنا كانت ولا تزال هدفا للاختراق والغزو.⁽²⁾ وقد برز في الآونة الأخيرة اهتمام كبير بالتواصل الفضائي في مجالات عديدة، خاصة من الدول الصناعية التي سخرت الفضاء لخدمة أغراضها وفي مقدمتها الأغراض الإعلامية بحكم أن الإعلام هو الأقدر على الكشف عن طموحات المستقبل في ظل تطور الاتصالات الفضائية، وانتشار القنوات الفضائية تبعا لذلك رغبة في توسيع نطاق التعامل بين المرسل والمتلقي أينما كان⁽³⁾. ومن ثم كان استخدام الأقمار الصناعية في الاتصال والإعلام استجابة لضرورة عصرية ملحة نابعة من أهمية الإعلام والاتصال في عالم اليوم على النطاقين المحلي والعالمي⁽⁴⁾ فقد برز الاتصال والإعلام وأصبح إحدى أهم قنوات التواصل والتفاعل بين شعوب العالم ودوله دون أدنى اعتبار للنطاقات الجغرافية أو الحدود السياسية أو السيادة الوطنية، أو حقوق الدول في السيطرة على ما يقدم لشعوبها من معلومات عبر قنوات الاتصال المختلفة،⁽⁵⁾ مما أدى إلى ظهور ظاهرة عالمية الاتصال، وانتشار القنوات الفضائية

(1) انظر الاتصال والسلوك الإنساني، برنت روبن، ترجمة نخبة من أساتذة قسم الوسائل وتكنولوجيا التعليم بكلية التربية بجامعة الملك سعود، نشر معهد الإدارة العامة، عام 1412 هـ، ص 96.

(2) انظر الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي، د. عبد القادر طاش، مكتبة العيكان، ط 1 عام 1416 هـ، ص 149-153.

(3) انظر البث الإعلامي عن طريق الأقمار الصناعية والإعلام، الطبعة العربية، الطيب الجويلي، دار المسيرة ومؤسسة سعيدان، بيروت، ط 1 عام 1991 م ص 5-8.

(4) انظر القمر الصناعي الإسلامي، تحد حضاري وضرورة عصرية، د. ماجي الحلواني، مكتبة الأنجلو المصرية، ص 15.

(5) انظر زمن المستقبل والعالم العربي، دراسة في موجة المعلوماتية والاتصال، د. عبد اللطيف ديبان العوفي وزميله، الرياض 1418 هـ، ص 11.

الحكومية والتجارية، واحتدام المنافسة بينها في مجالي التسويق السياسي والتجاري⁽¹⁾. إن ظاهرة الإعلام الفضائي بقنواته المختلفة التي اشتدت وطأتها على الناس مما جعلها مشار اهتمام الباحثين والدارسين والمفكرين وجمعيات الخدمة الاجتماعية رغبة في تخفيف معاناة الناس حيث يصعب في ظل اختلاف وجهات النظر حولها تحديد الموقف المناسب لها، كما أدى إلى تجدد الدعوات لإقامة نظام إعلامي جديد على المستويين الوطني والدولي بعد أن أصبح تحت تصرف الإنسان أنماط جديدة وقوية للاتصال ينبغي أن تركز لإثراء حياة الإنسان لا السيطرة عليه⁽²⁾. اننا على يقين بأهمية العمل الاجتماعي في المساهمة في تنمية المجتمع والتأثير فيه، والاسهام في التواصل مع مختلف القضايا في المجتمع ومعالجة مختلف التحديات. ان عملية التنمية بشكل عام في اي مجتمع تستلزم وجود قرارات سياسية تدعمها، ولا بد من اشراك المجتمع ومؤسساته المختلفة عند اتخاذ هذه القرارات نظراً لأهمية دور المؤسسات المجتمعية في التأثير والتحفيز للإصلاح والتنمية والتغيير. ولاشك ان مواجهة المعوقات بكافة اشكالها يتطلب وضع رؤية شاملة يشارك في وضعها الاحزاب السياسية ومؤسسات المجتمع كافة. نحن اليوم وعلى مستوى العالم اجمع نواجه قضايا تمس كل فرد منا، وتقع علينا مسؤولية مواجهتها كل حسب موقعه. فالتصدي للارهاب، وتعزيز فكرة التعايش الاجتماعي السلمي، ونبذ التعصب، والتأكيد على التسامح، والتنمية الشبابية من خلال رؤية استراتيجية واعية، وصناعة الوعي لمجابهة كل هذه القضايا هي مسؤولية تقع على عاتق الاكاديميين والتربويين والمهنيين والاحزاب السياسية والمؤسسات المجتمعية كافة، لاسيما وان الافكار التطرفية والسلوكية غير السوية تؤثر في صياغة القرارات السياسية على مستوى الدول كافة، ومثلما يؤثر الخطاب السياسي في التحريض على العنف، فانه ايضاً من الممكن ان يؤثر في الحد من العنف! لذلك ما احوجنا الى التركيز على الوعي والتوعية. فعن طريق استخدام الأفهار الصناعية ذات القوة العالية أمكن إرسال كم هائل من المعلومات، مما يؤثر على فهم الإنسان وقناعته

(1) انظر المادة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية، د. أحمد موسى الضبيان، رسالة دكتوراه مقدمة لقسم الإعلام بكلية الدعوة والإعلام عام 1418 هـ، ص 157،

(2) انظر تكنولوجيا الاتصال الحديثة وقضية الحق في الاتصال، د. جهان رشدي، بحث مقدم إلى الندوة العربية لحق الاتصال المنعقدة في بغداد (26-30) أيلول عام 1981 م ونشر تحت عنوان (حق الاتصال في إطار النظام الإعلامي الجديد) من قبل إدارة الشؤون الثقافية، ص 49.

تجاه المواقف المختلفة إبلاغاً، وإقناعاً، وتوجيهاً، وحواراً،⁽¹⁾ وبأشكالها المختلفة، صوتاً، وصورة، ونصاً من مصدرها على الأرض إلى جهاز المستقبل مباشرة من غير اعتبار للزمان والمكان⁽²⁾. وعلى ذلك فكل مجتمع من مجتمعات اليوم عرضة لاختراق الفضائيات لأجوائه حاملة مضامين إعلامية شرقية أن غربية دون إذن مسبق بتجاوز الحدود مما مثل انفتاحاً على العالم لم يسبق له مثيل، وما ذلك إلا ثمرة للرقمي المتتابع في العلوم والتقنيات وبخاصة علوم الفضاء وتقنيات الاتصال، مما ستكون له آثار لا يعلم مداها إلا الله سواء في الجوانب الإيجابية أو السلبية⁽³⁾. ذلك أن النتائج الأولية لثورة الاتصالات ممثلة في الأقمار الصناعية وشبكات المعلومات، والنظام الإعلامي الشامل من شأنها إحداث تأثيرات بعيدة في جوانب عديدة من حياة الإنسان الذي يتعرض لكم هائل من المعلومات هو نتاج هذه الظاهرة الإعلامية الكونية التي ليس بالإمكان قياس نتائجها المتوقعة بأدوات سابقة ليست ملائمة لها، ولا متفقة مع حقيقتها على المستويات التقنية والمعرفية والأبنية الاجتماعية والثقافية⁽⁴⁾. ولا نبالغ إذا قلنا إن المجتمع الإنساني بالهيمنة الاتصالية الحديثة، والتكنولوجية المتطورة قد يتعرض للإرباك والفوضى، حيث أدت تلك التطورات في أجهزة الحاسوب ووسائل الاتصال إلى تدعيم دور الاتصال وتأثيره⁽⁵⁾. وما يهمننا في الحقيقة هو القنوات الفضائية حيث قفز عدد ما يتضمنه منها قمر اتصالات 6 إلى 80 / 000 قناة صوتية محققة ضعف عددها في أقمار الستينات بـ 165 مرة مع زيادة في عمرها الافتراضي من عدة أشهر إلى عشر سنوات وأكثر⁽⁶⁾. وتنقسم مدارات الأقمار الصناعية حاملة القنوات الفضائية إلى أربعة مدارات (الثابت، والأرضي المنخفض، والأرضي المتوسط، والواقع بين الأرض

(1) انظر التخطيط الإعلامي - المفاهيم والإطار العام، د. حميد جاعد الدليمي، دار الشروق بالأردن، ط 1 عام 1998 م، ص 17.

(2) انظر زمن المستقبل والعالم العربي، ص 25، مرجع سابق.

(3) انظر مجلة الحرس الوطني، العدد 200، ص 51، من مقال للدكتور محمد البشر بعنوان (إسهامات وسائل الإعلام في تحقيق التكامل بين المنجز التنموي وقضايا الانتعاش الحضاري في المجتمع السعودي).

(4) انظر التخطيط الإعلامي - المفاهيم والإطار العام، ص 16، مرجع سابق.

(5) انظر التخطيط الإعلامي - المفاهيم والإطار العام، ص 15، مرجع سابق.

(6) انظر زمن المستقبل والعالم العربي، ص 67، مرجع سابق.

والقمر⁽¹⁾. والأقمار الصناعية في الحقيقة أنواع منها ما هو خاص بالاتصالات ومنها ما هو خاص بالتلفزة المباشرة، وهذا هو ما يعيننا، وقد بلغ عددها (20) قمراً صناعياً⁽²⁾، وربما كان من الضروري أمام تزايد الأقمار الصناعية، وتزايد القنوات الفضائية العربية إيراد تساؤلات عن أهداف التسابق العربي لإقامة المزيد من القنوات الفضائية، أهو خدمة للإسلام أم نشر للثقافة العربية، أو سعي وراء مكاسب مالية أو سمعة عالمية. وكان دور الاختصاصيين الاجتماعيين الجانب الأبرز في التصدي لسلبات القنوات الفضائية ومحاولة التقليل من تأثيرها من خلال منابرهم الاعلامية وكتابتهم الهادفة في الصحف والمجلات، وصيحاتهم المدوية في المحافل واللقاءات الجماهيرية والخاصة، لتفادي التأثير السلبي للإعلام بكل أشكاله. فعلى جمعية كليات ومعاهد واقسام العمل الاجتماعي دورا كبيرا من خلال العمل على وضع رؤية استراتيجية بكفاءة علمية اكااديمية مدربة لصياغة الوعي والقضاء على الجهل والافكار غير السوية التي عادة ما تكون بيئة مناسبة يترعرع فيها التخلف والتطرف والارهاب. كما تقع على مسؤوليتهم ايضا بناء قدرات العاملين في هذا المجال للتصدي لكل ما يؤثر سلبا على تحقيق المواطنة الكريمة، كما نشدد ايضا على اهمية تعزيز دور التربية والتعليم العالي في نشر قيم التسامح والاحترام المتبادل وتعدد الثقافات من خلال تطوير الاساليب التربوية والمناهج الدراسية بما يتناسب وحجم التحديات. ومن الجدير ذكره هنا ان تعليم وممارسة الخدمة الاجتماعية في مجال الاعلام اليوم يشكل جانباً على قدر كبير من الاهمية في إطار الممارسة المهنية للخدمة الاجتماعية، حيث تعتمد تلك الممارسة على مجموعة من الاسس الخاصة بالمعارف والمهارات والقيم اللازمة لممارسة الخدمة الاجتماعية في مجال الاعلام من قبل الاخصائيين الاجتماعيين. وبالتالي يحتاج الاخصائي الاجتماعي (الممارس العام) الى التعامل بتلك الاسس العلمية خلال مراحل اعداده واثناؤها وبعدها بالاضافة الى الجانب النظري ومن ثم التطبيق العلمي. تأسيساً لما سبق فان هنالك تحدياً ومعوقاً يواجه الاخصائي الاجتماعي في تفعيل وفعالية هذا الدور المنوط به، ولن يتاتي ممارسة هذا الدور الا في اطار تعليم

(1) انظر المرجع السابق، ص 67، 68.

(2) انظر المرجع نفسه، والمدرك نفسه.

الخدمة الاجتماعية، ومن ثم الممارسة العملية داخل المؤسسات الاجتماعية والاعلامية، بالإضافة الى التصديق المجتمعي بممارسة المهنة والتي يؤثر ويتأثر بها واضعي السياسات الاجتماعية الخاصة بادخال مناهج الخدمة الاجتماعية في الجامعات ومن ثم تفعيل الكوادر والاطر البشرية كمخرجات نتيجة لتعليم وممارسة الخدمة الاجتماعية داخل مؤسسات الرعاية الاجتماعية وغيرها من المنظمات والمؤسسات ذات الصلة، ان تعليم الخدمة الاجتماعية في مجال الاعلام يتطلب اعداداً نظرياً وعملياً في مجال الاعلام يستلزم تزويد الاخصائي الاجتماعي (الممارس العام) بالمعارف والمهارات والقيم اللازمة، كما يتطلب اعداداً وتدريباً ميدانياً بنفس القدر، وهذا ما درجت عليه الدول التي نشأت فيها برامج الخدمة الاجتماعية فانشتت المجالس المتخصصة في تلك الدول لتعني بتعليم وتطوير المناهج الدراسية والتدريب الذي هو مشروط بشروط معينة على وفق المعايير المعمول بها في مجالس تعليم الخدمة الاجتماعية والمعتمدة بواسطة التعليم الرسمي من الدولة المعنية. لقد شكل ظهور مفاهيم الممارسة العامة في الثلث الاخير من القرن العشرين اتجاهاً علمياً تكاملياً اعتمدت عليه المهنة واستوعبته حتى اصبح الاساس العلمي والمهني لاعداد الاخصائيين الاجتماعيين وتزويدهم بالمعارف والمهارات والقيم التي تتناسب مع احتياجات المجتمع بكافة اتساقه الاجتماعية وطبيعة المهام والتوقعات التي يتطلبها المجتمع من مهنة الخدمة الاجتماعية. ان التحول الرئيسي لنظرية الممارسة مثل في المحاولات التي بذلت لتطوير مفهوم موحد لممارسة الخدمة الاجتماعية لتمثيل قاعدة مشتركة لطرق المهنة كلها، وقد تمثلت هذه القاعدة المشتركة في خطوات تتمثل في تقدير الموقف والتخطيط والتدخل المهني والتقويم ومن ثمة المتابعة، وهذا يحدد فاعلية الخدمة الاجتماعية ومن ثم فعالية اداء دور الاخصائي الاجتماعي، ومن بداية القرن العشرين بدأت يترسخ تعليم الخدمة الاجتماعية القائمة على الدراسة النظرية والتدريب العملي معاً⁽¹⁾. ولكي يكون الاخصائي الاجتماعي أكثر فاعلية في اداء ادواره عليه ان يعمل في اطار منهج تعليمي متكامل تكون له رؤية ورسالة وأهداف وقيم ووسائل لتحقيق تلك الاهداف وهذا لم يتوفر في بعض البرامج الخاصة بالخدمة الاجتماعية في بعض الجامعات، كما يجب التأكيد على تلك العناصر وأن ينطلق ويعمل الاخصائي في ضوء استراتيجية لأن الاستراتيجية تحدد في ضوء كل مشكلة على حدة وفقاً للشخص أو الاشخاص أو

(1) مختار ابراهيم عجوبة، الرعاية الاجتماعية وأثرها على مدخل الخدمة الاجتماعية، مرجع سابق، ص 88-89.

الموضوعات التي يجب تغييرها عن تحقيق الاهداف قصيرة الأمد وطويلة الأمد وتحديد أنشطة الممارسة لتحقيق ما هو مرغوب ومن ثم تحديد المهام لكل من المشاركين⁽¹⁾، بالإضافة الى ما سبق فانه يجب أن تتوفر عوامل محددة يتم اختيار مداها لانجاح الاستراتيجية وهي الفاعلية، الكفاءة، ثم الدافعية، فالاستراتيجية بالنسبة للخدمة الاجتماعية تعني وضع مجموعة خطط بديلة وتحديد مدى فاعلية كل منها وتكليفها ومخاطرها ليختار الاخصائي جدواها. لن يأتي تحقيق ذلك بالاعتماد على الأطر النظرية للممارسة وحده، بل يعتبر التدريب الحقلي - الميداني من أهم الجوانب التي تكمل عملية ممارسة المهنة وبالتالي ينعكس ذلك على اداء الاخصائي الاجتماعي لأدواره المنوط به حيث يوجهه تحد مجتمعي بالغ الاهمية، فالإخصائي الاجتماعي هو الشخص المؤهل علمياً ومهارياً معد اعداداً علمياً وتطبيقياً بالإضافة الى المقدمات الشخصية التي تتضمن نضج الشخصية والقدرة على التحكم في شتى مناحي الحياة بالإضافة الى الاعداد العلمي والمعرفي والجوانب الشخصية والمهارات وهنالك قيم اساسية لا بد من أن يلتزم بها وبشكل عامتضمن عملية الاعداد المهني لطلاب الخدمة الاجتماعية الاستعداد المهني والشخصي والاعداد النظري والعملي⁽²⁾. فالاعداد المهني للاخصائي الاجتماعي يعني باختيار افضل العناصر الصالحة لدراسة الخدمة الاجتماعية واكسابهم القدرة والمهارة على التعامل مع العملاء من خلال الاعداد النظري والعملي، أو هو تكوين الشخصية المهنية للاخصائي وذلك بتعليمه أساسيات المهنة واكسابه الاتجاهات السليمة في مجال التفاعل الوظيفي وتزويدها بالمعارف والخبرات والمهارات والاتجاهات التي تمكنه من ممارسة عمله الذي يحتاج فيه الى العلم والمهارة معاً⁽³⁾

(1) مختار ابراهيم عجبوبة، الرعاية الاجتماعية وأثرها على مدخل الخدمة الاجتماعية، مرجع سابق، ص 92.

(2) ماهر ابو المعاطي وآخرون، مدخل الخدمة الاجتماعية - مفاهيم - طرق - مجالات، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، جامعة حلوان، 2002م، ص 156.

(3) ماهر ابو المعاطي علي، الاعداد المهني للاخصائي الاجتماعي وممارسة دوره كاداري بالمؤسسات الاجتماعية، المؤتمر العلمي التاسع لكلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، 1996م، ص 464.

الذاتمة

يكشف البحث عن حقيقة ظاهرة الإعلام الفضائي من حيث آفاقها المختلفة، والآراء المختلفة حولها، مع بيان أبرز جوانب الخير في استخدامها، وصور الانتفاع بها من قبل الامة العربية خصوصا والناس عموما، وأبرز المنافع التي يمكن الحصول عليها جراء استخدامها، وأيضا المآخذ عليها، والآثار المترتبة عليها في الحياة البشرية، ومدى الأضرار التي تلحقها بالناس، وغير ذلك من المسائل المتعلقة بالظاهرة الإعلامية الكونية الجديدة. وانتهى البحث إلى نتائج أبرزها:

- (1) القنوات الفضائية ظاهرة إعلامية جديدة تربعت على عرش وسائل الاتصال العصرية، وجاوز الاهتمام بها حد الاستخدامات العادية لوسائل الاتصال إلى آفاق أرحب وأوسع حتى غدت وسيلة للهيمنة والسيطرة.
- (2) هناك مآخذ عديدة أدت إلى التصاق صور من الشرور بها، أو وجدت نفرة منها لدى الغيورين على هويتهم.
- (3) للقنوات الفضائية إيجابيات عديدة للامة العربية في مقدمتها أنها وسيلة بلاغ عصرية يتعين استخدامها في الدعوة إلى قيمهم بحكمة واقتدار.
- (4) قصور استخدامات العرب لها في الوقت الحاضر عن الوفاء بمطالبهم الأساسية في الحياة الكريمة.
- (5) يوصي الباحثان بتبني المنهج الأقوم في التعامل مع المستجدات عموما، والمستجدات في حقل الإعلام خصوصا لأن الحكمة ضالة المؤمن أنى وجدها فهو أولى الناس بها، ومن الحكمة استغلال كل مفيد مباح في وسائل الاتصال باعتبار أن الإعلام اليوم هو أمضى أسلحة العصر، والتردد في امتلاك ناصيته، وتسخير طاقاته خدمة لأمتنا تردد غير لائق ولا مقبول، ومن ذلك القنوات الفضائية موضوع هذا البحث.

المصادر والمراجع

- * الاتصال والسلوك الإنساني، برنت روبن، ترجمة نخبة من أساتذة قسم الوسائل وتكنولوجيا التعليم بكلية التربية بجامعة الملك سعود، نشر معهد الإدارة العامة، عام 1412 هـ.
- * الإذاعات العربية، العدد 3، ص 24 / 25.
- * آراء في الإعلام الإسلامي، المؤلف، دار عالم الكتب بالرياض، ط 1 عام 1419 هـ.
- * المسلمون في مواجهة البث المباشر، إعداد دار طويق للنشر والتوزيع، ط 1 عام 1417 هـ.
- * الاعداد المهني للاخصائي الاجتماعي وممارسة دوره كاداري بالمؤسسات الاجتماعية: ماهر ابو المعاطي علي، المؤتمر العلمي التاسع لكلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، 1996م.
- * الإعلام الخليجي ودوره في مكافحة تيارات الإلحاد والانحراف، د. عبد الحليم عويس، ود. مرعي مدكور، دار الصحوة بالقاهرة.
- * الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي، د. عبد القادر طاش، مكتبة العبيكان، ط 1 عام 416 اهـ.
- * الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، د. إبراهيم عرقوب ومحمد لاوي، ط 1 عام 1993 م.
- * المدخل إلى علم الاتصال، د. حسن إبراهيم مكّي وزميله، ذات السلاسل بالكويت، ط 1، عام 1995 م.
- * البث الإعلامي عن طريق الأقمار الصناعية والإعلام، الطبعة العربية، الطيب الجويلي، دار المسيرة ومؤسسة سعيد، بيروت، ط 1 عام 1991 م.
- * بث وافد على شاشات التلفزيون، د. انشراح الشال، دار الفكر العربي، عام 1994 م.
- * بحوث الإعلام د. سمير حسين، الإعلام الإسلامي - المنهج، المؤلف، دار عالم الكتب بالرياض، ط 1 عام 1419 هـ.
- * التخطيط الإعلامي - المفاهيم والإطار العام، د. حميد جاعد الدليمي، دار الشروق بالأردن، ط 1 عام 1998 م.
- * تكنولوجيا الاتصال الحديثة وقضية الحق في الاتصال، د. جيهان رشتي، بحث مقدم إلى الندوة العربية لحق الاتصال المنعقدة في بغداد (26-30) أيلول عام 1981 م ونشر تحت عنوان (حق الاتصال في إطار النظام الإعلامي الجديد) من قبل إدارة الشؤون الثقافية.
- * ثورة الاتصال، سيرج برد وزميله، ترجمة هالة عبد الرؤوف مراد، دار المستقبل العربي بالقاهرة، عام 1993 م.

- * حق الاتصال وارتباطه بمفهوم الحرية والديمقراطية، د. راسم محمد الجمال، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، عام 1994 م.
- * خصائص وسائل الإعلام في الاتصال الثقافي، د. سنان سعيد، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تعليم الكبار.
- * دراسات إعلامية، العدد 93، لعام 1998 م.
- * دراسات في الإعلام الفضائي، د. عاطف عدلي العبد وزميلته، دار الفكر العربي، ط 1 عام 1416 هـ.
- * دراسات في علم الاجتماع الإعلامي، الطفل المصري بين التلفزيون والفيديو والغزو الثقافي، د. انشراح الشال، مكتبة نهضة الشرق، بجامعة القاهرة، عام 1985 م.
- * دور التلفزيون في خلق ثقافة عربية متوازنة في الخليج، حسن عبد الحميد أبو شنب، رسالة ماجستير مقدمة لكلية الإعلام بجامعة القاهرة عام 1982 م، غير منشورة.
- * الرعاية الاجتماعية وأثرها على مدخل الخدمة الاجتماعية: مختار ابراهيم عجوبة.
- * زمن المستقبل والعالم العربي، دراسة في موجة المعلوماتية والاتصال، د. عبد اللطيف ديبان العرفي وزميله، الرياض عام 1418 هـ.
- * صناعة التلفزيون في القرن العشرين، محمد حيدر مشيخ، الشركة السعودية للأبحاث والنشر.
- * القمر الصناعي الإسلامي، تحد حضاري وضرورة عصرية، د. ماجي الحلواني، مكتبة الأنجلو المصرية.
- * المادة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية، د. أحمد موسى الضبيبان، رسالة دكتوراه مقدمة لقسم الإعلام بكلية الدعوة والإعلام عام 1418 هـ، غير منشورة.
- * مدخل الخدمة الاجتماعية - مفاهيم - طرق - مجالات: ماهر ابو المعاطي وآخرون، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، جامعة حلوان، 2002م.
- * مكانة وسائل الإعلام الجماهيرية في تحقيق وحدة الأمة، المؤلف، دار عالم الكتب بالرياض، ط 1 عام 1418 هـ.
- * نحو مشروع مجلة رائدة للأطفال، كتاب الأمة، جمادى الأولى عام 1418 هـ.
- * الثورة التكنولوجية ووسائل الاتصال العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة، تونس.

أثر الإعلام الترفيهي على السلوك الانتحاري لدى الناشئة - الألعاب الإلكترونية كنموذج

الأستاذة هدى إبراهيم

طالبة دكتوراه في العمل الاجتماعي

جامعة القديس يوسف - لبنان

خلاصة

تتناول هذه الورقة البحثية عن كَثب ظاهرة الانتحار المرتبطة بالألعاب الإلكترونية والتي تمس فئة الناشئة وتأخذنا من منافع الاعلام الترفيهي الى موبقات الإدمان الإلكتروني. ندرس هذه الظاهرة المتسارعة الانتشار في العالم من خلال البحث المنهجي الوثائقي والذي تم فيه جمع المعلومات من مصادر أساسية كالأبحاث العلمية والمراجعات الأدبية والمراجع الثانوية كالصحف والمنشورات والإحصائيات مع التركيز على الدراسات المتواجدة في العالم العربي.

وهذا البحث يتناول إيجابيات الألعاب الإلكترونية التي تفعّل خيال النشء طارحين مقارنة بين الآثار السلبية لسوء إستخدامها وبين عوامل خطر الانتحار التي تروج للعيش في عوالم افتراضية، وبالتالي تخلق العديد من السلبيات وتؤدي الى سلوكيات غير سوية ولا سيما العزلة، القلق والعدوانية. تلك السلبيات تم إعتبارها إحدى عوامل الخطر التي قد تؤدي للانتحار، خصوصاً عندما تطال فئة الناشئة وتؤدي لزيادة الشرخ الأسري وبالتالي قد تغزو المجتمع بأكمله.

وبعد بلورة التأثير الواضح للألعاب الإلكترونية في تدهور الوضع الاجتماعي للأطفال والمراهقين، نلقي الضوء على أهمية الوقاية لظاهرة الانتحار الرقمي التي

تسببه الألعاب الإلكترونية. ومن منظور الخدمة الاجتماعية ذات النهج الشمولي نطرح إقتراحات تطل فئة الفرد المتورط، الأسرة والجماعة تحديداً المدارس لما لها من تأثير مباشر على تلك الفئة العمرية الهشة، وصولاً إلى النسق الشامل وهو المجتمع بكافة مؤسساته وأجهزته في سبيل تأمين بيئة آمنة وحاضنة للتعامل مع تلك المخاطر. وندلي على أهمية القيام بالمزيد من الدراسات التي تتناول ظاهرة الانتحار بسبب الوسائل الإلكترونية من أجل خلق برامج مستدامة قادرة على الحد منها.

Abstract

This research paper closely examines the phenomenon of suicide associated with electronic games that affects the category of young people and transforms the benefits of entertainment media into a case of cyber addiction. We studied this rapidly spreading phenomenon in the world through systematic documentary research, in which information was gathered from basic sources such as scientific research, literary reviews and secondary references such as newspapers, publications and statistics with a focus on studies in the Arab world.

This paper examines the advantages of electronic games that activate the imagination of young people, but also presents a comparison between the negative effects of its misuse and the related suicide risk factors that promote living in virtual worlds, which can lead to abnormal behaviors, especially isolation, anxiety and aggression. These disadvantages have been identified as one of the risk factors that can lead to suicide, especially when they are affecting young people and are increasing family rifts and thus invading an entire society.

After the clarifying the impact of electronic games on the deteriorating social status of children and adolescents, we highlight the im-

portance of prevention for the phenomenon of digital suicide caused by electronic games. From a holistic approach to social service, we propose suggestions for the individual group involved, the family and the community in particular, the schools - because of their direct impact on this fragile age group - to reach the overall format, which is the society in all of its institutions and agencies in order to provide a safe environment to deal with these risks.

We stress the importance of conducting further studies dealing with the phenomenon of suicide due to electronic means in order to create sustainable programs capable of reducing it.

الألعاب الإلكترونية:

من إعلام ترفيهي إلى ظاهرة انتحار لدى الناشئة!

المقدمة:

لا شك ان عالمنا اليوم، يشهد انفجارا اعلاميا رقميا، أفرزه تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال خلال العقدين الأخيرين من القرن العشرين، خاصة تلك التي تعنى بالتنشئة الاجتماعية للأطفال والمراهقين الذين يشكلون فئة النشء. وأصبح هؤلاء، يعيشون في بيئة اتصالية شاملة، تحكمها جملة من وسائل الاتصال والترفيه الجديدة كالهواتف الذكية والانترنت وممارسة الألعاب الإلكترونية بأشكالها المختلفة (العيفة، 2014).

وقد أنتج هذا التطور التكنولوجي، عالما فضائيا رقميا شاسعا، وسوقا استثمارية يتهافت فيها الافراد والمؤسسات على الربحية، دون إدراك مخاطر وتبعات ذلك على حياة النشء تحديداً، الذين تربطهم علاقات تفاعلية مع وسائل هذه التكنولوجيا، قد تصل إلى الإدمان!

الألعاب الإلكترونية هذه باتت حقيقة فرضت نفسها على المستخدمين؛ باختلاف أعمارهم؛ باحتلالها اليوم المرتبة الرابعة عالميا في قائمة أكثر الوسائل شعبية بعد الافلام

والإغاني وكرة القدم. أما مدى تأثيرها، فيتمحور على الموروث الثقافي والاخلاقي المتناقل بين الأجيال عبر عملية التنشئة الاجتماعية، كون هذه الوسائل تتسم بدمج التكنولوجيا والتفاعل الاجتماعي، عبر تطبيقات تستند إلى الإنترنت، وتسمح بإنشاء وتبادل محتوى يتم توليده بواسطة المستخدمين (الشفى رهاب، 2017). وبهذا أصبح لوسائل التكنولوجيا الحديثة فعالية قصوى على شبابنا، خصوصاً بالدول العربية.

دمج التكنولوجيا بالتفاعل الاجتماعي لدى الناشئة، بهذه الطريقة، جعل من تلك الألعاب هاجساً لدى مؤسسات التنشئة الاجتماعية، لما يمثل من آثار سلبية عليهم، وصلت سلبيتها بعضهم حتى وجد نفسه فريسة لها! (السويلمي، 2014)

هنا، لا نكاد نستثني عائلة عربية أو خليجية، نجحت الألعاب الإلكترونية في الآونة الأخيرة باقتحام خصوصيتها، تارة عبر كبارها، وتارة أخرى من خلال صغارها، وقد استطاعت بكلا الحالتين أن تجرد هاتين الفئتين من أي معلومات شخصية، تخدم أهداف الجهات التي تقف خلفها، وتخدم غاياتها، سواء كانت هذه الأهداف تجارية/ إعلانية، أم فكرية/ ثقافية، أو حتى اجتماعية (الحسن، 2014). ولعل ما زاد الأمر سوءاً هنا، هو وجود عوامل ساهمت بتحقيق تلك الأهداف:

أولاً: سهولة الوصول لهذه الألعاب وقضاء ساعات طوال عليها، تفوق 9 ساعات يومياً، عبر إتاحة غالبيتها على هواتفنا النقالة (شري، 2014).

ثانياً: مكافأة بعض الآباء والأمهات أبناءهم بها بغرض المتعة والتسلية! (عبد الحميد، 2019).

إذا الترفيه كان الهدف الاساسي ونقطة الانطلاق لمستخدمي هذه الألعاب الإلكترونية، بل أنها شجعت في بدايتها الشباب على تنمية قدراتهم الذهنية والمعرفية والابتكار. ولكن؛ وللأسف؛ سرعان ما تحولت جملة منها من أداة ترفيهية إلى آلة لحصد الأرواح، بعدما تم تسجيل عدد من حالات انتحار مرهقين ومرهقات حول العالم وربطها بمحتوى هذه الألعاب.

وإذا ما تحدثنا بلغة الأرقام، فعام 2015 تسبب تحدي "الحوت الأزرق" بانتحار ما يقرب من 100 شخص، أغلبهم من الأطفال، ليزداد الرقم حتى 130 طفلاً حول

العالم بين عامي 2015 و2016. الجزائر كانت آخر الدول المتضررة، بعدما أنهى أطفال، تراوح أعمارهم ما بين 8 و 15 سنة، حياتهم بالانتحار شنقاً في ظروف مشابهة! ثامن حالة سجلت في تشرين الأول من العام الماضي أي 2018 (غانمي، 2018).

وسجلت اليمن اول حالة في 22 تموز 2018، أما في السعودية، فحالتان حتى تموز 2018.

الجزائر ومصر شهدتا تسجيل عدة حالات انتحار حتى تاريخ تموز 2018، إلا أن لبنان، لم يشهد أي حالة (شري، 2018).

اللافت هنا ان نتائج تحقيق جميع الحالات التي سجلت، جاءت لتؤكد أن سبب الانتحار كان لعبة الحوت الأزرق، إذ على اللاعب أن يؤدي فيها مجموعة من المهام اليومية، وعليه إكمال هذه المهام ومتابعتها على مدار أكثر من 50 يوماً، لتأتي المهمة الأخيرة باليوم الأخير وتأمرة بقتل نفسه...

مثل هذه اللعبة؛ وغيرها؛ ساهموا بتسجيل احصائيات جديدة للألعاب الالكترونية المتصلة بالانترنت كأحد اسباب السلوك الانتحاري لدى الناشئة، والذي بدوره شكل عالمياً ثاني أكبر سبب للموت في الفئة العمرية بين 15 - 29 سنة، والثالث للفئة العمرية بين 10 - 14 سنة (منظمة الصحة العالمية، 2014).

وتظهر مشكلة البحث مؤخراً في ازدياد المخاوف من مشكلة السلوك الانتحاري بين الناشئة الذين يستخدمون الألعاب الالكترونية وذلك بعد ان سجلت بعض الإحصائيات حول العالم وفي بعض الدول العربية حالات إنتحار تم ربطها باستخدام الألعاب الإلكترونية المتصلة بالإنترنت، تحديداً تحدي الحوت الأزرق.

وهنا يطرح التساؤل: متى يؤدي استخدام الألعاب الإلكترونية المتصلة بالإنترنت للسلوك الإنتحاري؟ وكيف يمكن التعامل مع ظاهرة سوء استخدام الألعاب الالكترونية؟

للإجابة، يجب أن نلقى الضوء على الطرق التي يمكن لوسائل الإعلام الترفيهي، تحديداً الألعاب الالكترونية المتصلة بالإنترنت، التأثير في سلوك مستخدميها والتي قد تشكل أحد عوامل خطر الانتحار. هذا بالإضافة إلى مناقشة التوجهات المتعلقة

بذلك، واقترح الإرشادات المستقبلية والوقاية المستندة إلى منظور الخدمة الاجتماعية.

1- أهمية البحث

تحاول هذه الورقة البحثية أن تسلط الضوء على مخاطر الاعلام الترفيهي حيث تؤدي بعض جوانبه الترفيحية الى انحرافات سلوكية خطيرة، لاسيما ادمان الالعاب الالكترونية المرتبطة بالانترنت، والتي قد تشكل أحد العوامل الخطرة للسلوك الانتحاري لدى الناشئة. وتبرز أهمية البحث في استخلاص بعض الاقتراحات الوقائية التي يمكن اتباعها للتعامل مع هذه المشكلة.

II- أهداف البحث

سعى البحث لتحقيق الاهداف التالية،

1. التعرف على ماهية الاعلام الترفيهي وخطورة الالعاب الالكترونية المتصلة بالانترنت.
2. إلقاء الضوء على الآثار السلبية لسوء استخدام هذا النوع من الإعلام الترفيهي.
3. تحديد العلاقة ما بين استخدام الالعاب الالكترونية والسلوك الانتحاري لدى الناشئة.
4. عرض إقتراح لمواجهة ظاهرة سوء إستخدام الالعاب الالكترونية من منظور الخدمة الاجتماعية، في سبيل الوقاية من السلوك الإنتحاري.

- منهجية البحث

اتبع هذا البحث المنهج الوثائقي، وهو أسلوب بحثي منظم يقوم على جمع البيانات والمعلومات الموثوقة، وتدوين الملاحظات والتحليل الموضوعي لتلك المعلومات لفهم جوانب الظاهرة المراد دراستها والتحقق من سؤال البحث (شؤون التطوير، 2015: أكاديمية BTS، 2011). تم ذلك من خلال جمع المعلومات والوثائق التي لها علاقة بظاهرة ادمان الالعاب الالكترونية وعلاقتها بالسلوك الانتحاري وبهدف الوصول الى نتائج موثوقة، سيتم اعتماد المصادر والمراجع الأصلية كالأبحاث والدراسات العلمية، وبعض المراجع الثانوية كالصحف والمجلات لمنشورة التي

تزودنا بالاحصائيات والاحداث التي صدرت مؤخراً للتحقق من سؤال البحث.

المبحث الاول: الإعلام الترفيهي ما بين الألعاب الإلكترونية والإنترنت

بات واضحاً أننا نعيش اليوم ثورة اعلامية، انصهر فيها الرقم مع الحرف في تفاعل أجهزة الاعلام والكمبيوتر، فأنشأت هذه الثورة فروعاً جديدة تجتاح ثقافتنا وتؤثر بأفكارنا ومعتقداتنا. ولعل أبرز فروع هذه الثورة اليوم هو الاعلام الترفيهي، الذي يهدف إلى التسلية والمتعة، رغم أن نوعية التسلية، تعود للجهة المنتجة للمحتوى الاعلامي. هذا الإعلام يختلف من مجتمع لآخر، حيث أن لكل مجتمع طريقته في استخدامه.

وفي ما يتعلق بالترفيه الاتصالي، الذي هو أحد الأبنية الإعلامية، اعتبر "هيربرت شيلر" الرسائل التي توجه عبر الاعلام هي العامل المسيطر أما الوسائل فثانوية.

وبينما كانت هذه الرسائل وسيلة للتسلية، تمنح فترات الاسترخاء وتعيد حيوية الافراد ونشاطهم، اصبح للاعلام قدرة على التأثير في الأفراد وسلوكياتهم، خصوصاً في أساليب اللعب المتطورة السائدة اليوم. وسرع الاتصال التفاعلي اليوم؛ بفعل الإنترنت بشكل أساسي؛ حركة التواصل من حيث الفعل ورد الفعل واحداث التراكم. وجعلت هذه الشبكة؛ أي الإنترنت؛ وشبكات التواصل المتلقي شريكا في العملية الاعلامية والتغيير (السويلمي، 2014).

-الالعاب الالكترونية

تعرض كثير من الباحثين لتعريف اللعب، ورغم اختلافاتهم، اتفقوا على أنه يتركز في النشاط والدفاعية. فاللعب يحسّن المزاج، ويساعد على الاسترخاء، وان كان لعباً تقليدياً مثل ما يمارسه الأطفال والمراهقون حتى الراشدون. يعرف Good مؤلف قاموس التربية، اللعب أنه نشاط موجه أو غير موجه يقوم به الفرد من أجل تحقيق المتعة والتسلية، مع تنمية سلوكيات ما بأبعاد عقلية ووجدانية. وعرف اللعب في قاموس علم النفس، بأنه نشاط، يمارس للاستمتاع من دون أي دافع آخر. ولاشك أن اللعب يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالتربية، إذ اعتبره البعض انه نشاط هاماً، يمارسه الفرد ويقوم بدور رئيس في تكوين شخصيته (بن مرزوق؛ سعاد، 2015).

روسو بدوره رأى أن اللعب ظاهرة سلوكية، يعمل على تكوين الطفل خصوصا في مرحلة الطفولة. فيبدأ باشباع حاجاته عن طريقه حيث تفتح أمامه أبعاد العلاقات الاجتماعية القائمة بين الناس ويدرك أن الاسهام في أي نشاط يتطلب من الشخص معرفة حقوقه وواجباته. وهذا ما يعكسه في نشاط اللعب تماشيا مع الجماعة. وهو مدخل أساسي لنمو الفرد عقليا ومعرفيا وليس اجتماعيا وانفعاليا فقط (كويدر، مريم 2011).

ويقول فولكيبه: "لا يزول اللعب بزوال الطفولة، فالراشد نفسه لا يمكن أن يقوم بفاعلية هائلة الا اذا اشتغل وكأنه يلعب". فاللعب يمتاز بالحرية والمرونة بينما يتطلب العمل التفكير بالنتائج والانتباه المتواصل. وهنا تتوضح حاجة الشباب والمراهقين للعب في سبيل تحقيق نتائج فضلى وارضاء الذات. صار من الممكن القول أن للعب علاقة قوية الادراكات، بالانفعالات والسلوكيات على مختلف الاصعدة وارتباطا لا يقتصر بفتة معينة فحسب. ان أهم أشكال اللعب المنتشرة لدى الناشئة وأطفال اليوم هي تلك التي تأخذ الطابع التطوري التكنولوجي التفاعلي، المسمى بـ "الالعاب الالكترونية" التي تغزو العالم المعاصر (بركات؛ توفيق، 2009).

معظم هذه الألعاب غربية وليست عربية وتتطلب التعاطي مع عالم افتراضي، يتضمن معظمها شتى أنواع ألعاب الحرب والقتل، بالاضافة الى ألعاب المقامرة، عدا عن أمثلة الألعاب الرقمية القاتلة. ولا يقتصر الخطر على محتوى الألعاب الالكترونية فقط بل يتعداه لما تصاحبه هذه الألعاب من نتائج شتى بسبب اتصالها بالانترنت، تتمثل بالتنمر والابتزاز والتسلط والتي تؤدي الى الجريمة نفسها (لغة العصر، 2018).

-الانترنت الشريك السلبى

إذا , آن تطرقنا لدور الانترنت، فلا شك أنه أهم وسيلة تقنية واتصالية واعلامية في عصرنا هذا، نظرا لخصائص الشبكة المتميزة كالوفرة، السرعة، التنوع، العالمية والتفاعلية (لغة العصر، 2018).

. ويستخدم البالغون والمؤسسات المختلفة هذه التكنولوجيا في مجالات أعمالهم، وكذلك النشء من الجنسين؛ على اختلاف أعمارهم ومستوياتهم الثقافية؛ لأغراض ترفيهية-تثقيفية، لدرجة تسمية أطفال اليوم بجيل الانترنت أو الجيل الرقم (برقع، 2017).

ولكن! مع انتشار الانترنت وتنوع الجهات المستخدمة تتزايد المخاوف حول مخاطرها، خاصة في هذا العصر الذي يشهد صراعا ثقافيا متعدد، وعودة فكرية وقيمية. فالشبكة العنكبوتية هي أوسع النوافذ التي تتسلل عبرها المنتجات الثقافية المختلفة، والخطابات الايديولوجية المتصارعة، مما يعد تحديا حقيقيا أمام الثقافة العربية (العيفة، الدكتور جمال، 2014).

وبدورهم، يواجه الناشئة أخطارا كبيرة خلال استخدامهم لهذه الشبكة، نتيجة لعدم التوعية المسبقة أو غياب إشراف الأهل. نتحدث عن على سبيل المثال هنا، عن التعرض لمواضيع ومواد غير لائقة كالصور والافلام الاباحية، والاتصالات التي تسهل الاستغلال الجنسي عن طريق الدردشة الالكترونية وغيرها (سبتي، 2017).

دراسة دولية تحدثت بهذا الخصوص عن تفاوت بين الأجيال، بالنسبة لكيفية مراقبة الأهل لأنشطة أبنائهم على الانترنت، ففي حين صرح 39% من المراهقين أن أولياء أمورهم يراقبون أنشطتهم على الانترنت، أشار 84% من الأهل أنهم يقومون بذلك. أما تقرير السلامة على الإنترنت حول سلوك الشباب العربي في منطقة مجلس التعاون الخليجي، فاعتبر أن العامل الأخطر هو تغيير هوياتهم، وبالتالي تأثير ذلك على صحة النشء البدنية، العقلية، الاجتماعية و الفكرية، عدا عن إدمانهم على الإنترنت، كمنصة تفاعلية، والمضايقات التي لا يدركها 64% منهم (ICDL Arabia، 2015).

الجدير بذكره هنا، أن هذه المضايقات؛ التي تحدث على شبكة الإنترنت؛ والتي اشتكى منها 60% من النشء، ويرى 26% من المراهقين أنه لا جدوى من طلب مساعدة الأهل والمعلمين لحلها، هذا إضافة إلى أن 54% من مراهقين دولة الإمارات لا يعلمون أن المضايقات عبر الإنترنت جريمة تعاقب عليها القانون! أما في لبنان، فقد توصلت دراسة ميدانية حول سلامة استخدام الانترنت، قام بها المركز التربوي للبحوث والإنماء في العام 2013، على أكثر من الف تلميذ في مئة مدرسة، الى تعرض فئة الناشئة الى معظم المخاطر التي يتضمنه الانترنت. أظهرت النتائج أن 60% من الأعمار ما بين 12 و18 سنة يستخدمون الإنترنت على الهواتف الجوال، 8، 10% منهم قاموا بلعب القمار والميسر، و7، 11% دخلوا مواقع إباحية. هذا عدا قيامهم بأعمال تنتهك خصوصيتهم، فقد أشار 62% من التلامذة تحدثوا إلى أشخاص لا يعرفونهم وقد طلب منهم هؤلاء معلومات خاصة عنه، 2، 69% كانوا على استعداد لنشر معلومات

شخصية على الإنترنت من بينها الصور، عنوان المنزل والمدرسة. هذا إضافةً إلى 10 ٪ من المشاركين التقوا أشخاصاً تعرفوا إليهم عبر الإنترنت وخاضوا لقاءات غير ودية معهم، وأن 8, 7 ٪ صرّحوا أنهم تعرّضوا التحرش جنسي، ووصلت نسبة من التقوا بأشخاص لا يعرفونهم من دون إذن أهاليهم إلى 3, 43 ٪ (عويجان، 2013).

وبالعودة إلى الألعاب الالكترونية تلك المتصلة بالانترنت، تعتبر من المشاكل الخطيرة والمنتشرة بشكل مقلق، حيث يتم إستدراج المستخدمين لها وتستحوذ على عقولهم وتستغلهم من خلال طلب بعض المعلومات الشخصية. ليتعرض بعدها للاعبين للتنمر السايبري bullying Cyber والتحرش السيراني harassment Cyber، من خلال انتشار مجموعة الألعاب المعادية للقيم أو المشجعة على الانتحار وتعاطي المخدرات والعنف والشذوذ الجنسي (لغة العصر، 2018).

هذا الى جانب توافر كمية هائلة من المعلومات على الإنترنت حول مسألة الانتحار تحديداً. حيث ذكرت احد الأبحاث إن نتائج البحث النموذجي الذي قد يجريه مستخدم الإنترنت ينتج عنه أكثر من 12 مصطلحاً مرتبطاً بالانتحار (مثل، الانتحار - طرق الانتحار - كيف تقتل نفسك - أفضل طرق الانتحار). إضافة الى انه وبتحليل أول 10 مواقع مدرجة لكل بحث، من بين 240 موقعا مختلفا، وجد أن ما يقرب من نصف مواقع الويب، قد قدمت معلومات واقعية عن الانتحار. هذا وذكرت بعض الدراسات إلى أن انتشار مستخدمى الإنترنت يرتبط بمعدلات الانتحار العامة بشكل إيجابي. كل ذلك قد يؤدي مباشرة او بطريقة غير مباشرة من خلال الألعاب الالكترونية لتكوين عوامل خطر تساهم في تشكل السلوك الانتحاري (ابراهيم، 2018).

-الألعاب الالكترونية بين الآثار الإيجابية والسلبية-

لا تعتبر الألعاب الالكترونية وسيلة ترفيهية بريئة بل هي وسيلة اعلامية تتضمن رسائل مشبوهة. ان الآثار المخيفة والخطيرة لهذه الألعاب الالكترونية التي تتناقض مع التأثيرات الاساسية لعمليات اللعب بحسب تعريفات سيكولوجية اللعب يفرض علينا التطرأ الى الايجابيات والسلبيات للالعاب الالكترونية كاعلام ترفيهي. مما توضح الاساليب اللازمة لمواجهة هذه المخاطر.

-التأثير الايجابي للألعاب الالكترونية

تعتبر الألعاب الالكترونية رياضة فكرية حركية تساعد في نمو الذكاء ويتمثل هذا النوع من الالعب بكونها العاب تشاركية تجمع بين لاعبين من مختلف أنحاء العالم داخل قوانين تختلف من لعبة الى أخرى. غير أن أفراد هذا المجتمع عرضة لكل من إيجابيات وسلبيات هذه الوسائل (الشحروري، 2008).

تمتاز الالعب الالكترونية بنواح ايجابية، فهي تنمي الذاكرة وسرعة التفكير، كما تطور وتحسن المبادرة والتخطيط والمنطق. للألعاب الالكترونية فوائد في تنمية ذكاء الطفل وبناء شخصيته وقدراته الذهنية المختلفة واستخدامها وسائل في تطبيقات التعلم فهي أكثر إمتاعاً من الكتاب، حيث تعزز الألعاب وظائف معرفية متعددة مثل الانتباه والذاكرة البصرية والتفكير والإدراك، إلى جانب أنها تحسّن عمليات التفكير السريع والدقة نتيجة للسرعة التي تحتاجها استخدام هذه الألعاب (كويدر، مريم 2011).

يرى البعض ان الألعاب الالكترونية مصدرا مهما للتعلم والاكساب وتوسيع الخيال على وجه الخصوص بشكل لم يسبق له مثيل. ومثل هذا النوع من الالعب يسهم في التآلف مع التقنيات الجديدة، وذكر بعض الباحثين ان المهارات التكنولوجية المكتسبة من الألعاب الالكترونية تنمي مهارات العلوم والتكنولوجيا والهندسة والرياضيات (الجارودي، 2011). فهذه الأجهزة تعطي فرصة للمستخدم أن يتعامل مع التقنية الحديثة، مثل الانترنت. كما وتعلمه التفكير العلمي واكتساب مهارة حل المشكلات من خلال مواجهة المشاكل والتدرج لحلها (عزة كريم، نقلا عم: أبو العينين، 2010).

وبالرغم من أن الطفل حين يلعب يكون غالبا وحيدا ولكن لايجاد الحلول وحل الألغاز، يحتاج للاستعلام من أصدقائه، وأحيانا الى اللجوء الى المجالات المتخصصة بالألعاب واستعارتها. اذ يحتاج الى اقامة الحجج، وطرح الأسئلة، والحصول على شروحات وتبادل المعلومات (الجارودي، 2011). وهذه الأبعاد من المشاركة مهمة حتى وان كان الأهل لا يلاحظونها. وتتيح فرصة الاكتشاف والتجريب المطلق، وبذلك يختبر المراهقين والاطفال مخاوفهم من أشياء معينة كاستعمال الاسلحة وقيادة السيارات والسباق، دون الفشل في انجاز الأوامر والخوف من النتائج السلبية الحقيقية. بحيث يجيد الأطفال تولي المقود، واستعمال عصا التوجيه، والتعامل مع تلك

الآلات باحتراف، كما تعلمهم القيام بمهام الدفاع والهجوم في آن واحد، وتحفز هذه الألعاب التركيز وتنشط الذكاء، لأنها تقوم على حل الأحاجي أو ابتكار عوالم من صنع المخيلة، كما وتباعد أيضا على المشاركة (بركات؛ توفيق، 2009).

أن لممارسة الالعاب الالكترونية أعمال مثمرة، تنتج عواطف ايجابية وعلاقات اجتماعية قوية، وشعور بالانجاز، بالاضافة الى فرصة لتطوير القدرة على بناء حس لانجاز أعمال مفيدة. فالناشئة امام الألعاب الالكترونية يصبحون أكثر حيوية ونشاطا، وأسهل انخراطا في المجتمع. حيث أن ابرز ايجابيات الألعاب الالكترونية أنها محط منافسة بين الأصدقاء من خلال اللعب بالألعاب متعددة اللاعبين وتطلع اللاعبين على أفكار جديدة حديثة (الانباري، 2010). كما بين Jackson أن من بين النتائج الايجابية هو أن ممارسة الألعاب الالكترونية عبر الانترنت Games Online تحسن المهارات المعرفية، تحديداً مهارات القراءة على وجه التحديد بالنسبة للأفراد ذوي المهارات القرائية المنخفضة (Fuller , 2008).

وبشكل عام فان ايجابيات الالعاب الالكترونية يمكن ان تثير التأمل والتفكير، تشجع الحلول الابداعية والتكيف أو التأقلم. كما انها تمكن المستخدمين من تطبيق الآراء والأفكار المهمة في وقائع وأحداث الحياة الحقيقية. غير ان الاستخدام الخاطى قد يؤدي لأثار سلبية تتمثل في سلوكيات خطيرة. (Allen, 2010)

-الاثار السلبية

توصل الباحثون الى أن ألعاب الفيديو يمكن أن تسبب نوعا من الادمان يندرج تحت نفس تصنيف اضطراب ادمان الانترنت. فهناك العديد من الاحصاءات خلصت الى أن الألعاب الالكترونية تنمي السلوكيات السلبية وخصائص غير سوية كالعزلة الكابة، العنف والعدائية، وفقدان السيطرة على النفس المؤدي الى الادمان الالكتروني المتعدد الجوانب. ومن أبرز الامور التي تساهم في تفاقم حدة التأثيرات السلبية هو أن هذه الألعاب متاحة بشكل كامل للناشئة ولأوقات غير محددة. أيضا أن تقدم هذه الاجهزة دون مراقبة أو قيود، لأنها سهلة في التعامل مما يثير لديهم استسهال الاشياء وخوض تجارب الكترونية شتى (عبد الحميد، 2019).

• ادمان الألعاب الإلكترونية

بعد ان انتشرت الألعاب الإلكترونية بسرعة هائلة في كثير من المجتمعات العربية بشكل عام وأصبحت الشغل الشاغل تجذب النشء بالرسوم والألوان والخيال والمغامرة وتستحوذ على عقولهم واهتماماتهم، لم تعد حكرًا على فئات الأطفال بل صارت هوس الكثير ليتعدى ذلك الكبار وتعدت مرحلة الاستحواذ لتصل لمرحلة الإدمان (الشفى رهاب، 2016). فحالة الادمان تتمثل في حالة سلوكية ونفسية لا يستطيع الشخص فيها الابتعاد عن الشيء أو السلوك الذي اعتاد دوماً على القيام به. ويتج عنها العديد من الآثار السلبية التي تخلف اضرار نفسية، اجتماعية وصحية شديدة الخطورة على الفرد والمجتمع. وفي حقيقة الأمر هذا التصور ينطبق بكل مقوماته على ادمان الالعاب الالكترونية الذي اعتبر بانه يشكل مفتاح الأمراض النفسية لدى الناشئة تحديداً، بعد ان تم إدراج الألعاب الإلكترونية رسمياً ضمن الاضطرابات النفسية اعتباراً من سنة 2019 (عبد الحميد، 2019).

تشكل نسبة الإدمان الإلكتروني ما بين 5 و15 في المئة من مجمل السكان في بعض الدول، وينتشر بصورة خاصة بين المراهقين والبالغين الشباب، أي ما بين الاعمار 12 و20 عاماً وهو يلاحظ لدى الذكور أكثر مما لدى الإناث. وعلى الرغم بأنه لا يوجد أرقام إحصائية في لبنان عن نسبة الإدمان الإلكتروني عموماً، لوحظ أنها ليست بعيدة عن الأرقام التي توفرها الدراسات العالمية (الشفى رهاب، 2016).

في هذا السياق فقد رصدت دراسات وإحصائيات عملية وواقعية الى ان الأسباب التي أدت الى الإدمان ترتبط بحاجات على مستوى كل من الفرد والعائلة (عبد الحميد، 2019). فمن أسباب الإدمان نجاح الالعاب الالكترونية في قتل حالة الفراغ المادي والشخصي الذي قد يعاني منه الكثير من الناشئة خاصة المراهقين الى جانب الرغبة الجارحة في الهروب من العالم الواقعي بمشاكله وهمومه الى عالم الألعاب المرح. في فضاء الالعاب الكترونية يشعر المستخدم حالة من النشوة والإحساس بالقوة ما يفقده في الواقع، الى جانب التجديد والتحفيز الدائم وحالة الاحساس بروح الفريق والتواصل التي تنتاب الشخص عند ممارسته الالعاب الالكترونية. لقد اعتبر ان ما يعزز الادمان الالكتروني هو الترقية والمكافأة الفورية التي يحصل عليها اللاعب والانخراط في شبكة اجتماعية افتراضية خلال اللعب مع لاعبين آخرين عبر الانترنت، فضلاً عن

شكلها واخراجها الفني الجذاب.

ومن اهم اسباب ادمان الالعاب الالكترونية فشل الأسرة في التواصل الإيجابي والفاعل مع اطفالهم وأبنائهم، حيث أصبح الاهل يصطحبون الألعاب الالكترونية معهم أينما ذهبوا ليزيدوا الأطفال إدماناً على ممارستها (العامودي، 2009). وفي هذا السياق أوضحت الدكتورة ريم الجيلي أخصائية طب نفسي في مستشفى راشد بدبي، أن الوالدين هما المحفز الأساسي لإدمان أطفالهما على الوسائل التكنولوجية الحديثة والأجهزة والألعاب الإلكترونية، كونها هما أنفسهما منشغلان طوال الوقت بهذه الأجهزة وبوسائل التواصل الاجتماعي، فضلاً عن أن بعض المدارس تتيح الدراسة وتطرح بعض الكتب الدراسية عبر الأياد (عبد الحميد، 2019).

إن عملية التفاعل الاجتماعي هي عملية رئيسية في الحياة الاجتماعية للإنسان، والسلوك الفردي ما هو إلا ظاهرة تنتج عن التفاعل المستمر مع الآخرين وما نتوقعه من سلوكهم، وهكذا فإن التفاعل الاجتماعي نوعاً من التوقع من جانب المشاركين به (السويلمي، 2014).

وقد بينت الدراسات أن الأفراد الأكثر تعرضاً لخطر إدمان الإنترنت هم الذين يعانون من العزلة الاجتماعية والفشل في إقامة علاقات إنسانية طبيعية مع الآخرين خوفاً من أن يكونوا عرضةً للاستهزاء أو السخرية من قبل الغير فيقدم لهم العالم الإلكتروني مجالاً واسعاً لتفريغ مخاوفهم وقلقهم وإقامة علاقة غامضة تخلق لهم نوعاً من الألفة المزيفة ويصبح هذا العالم الملاذ الآمن حتى يتحول لاحقاً الى كابوس يهدد حياتهم الاجتماعية والنفسية (بركات؛ توفيق، 2009).

فإدمان الألعاب الإلكترونية ظاهرة تتمثل في الاعتياد الكامل والمستمردى المستخدم عبر وسائل وسيطة بشكل دائم يؤثر على نشاطه الطبيعي كنشء ويجعله في حالة انفصال دائم عن الحياة الطبيعية. مخلفا حالة من التعلق الشديد بتلك الالعاب تحتل وجدانه في يقظته ونومه. ولعل ادمان الالعاب الالكترونية لا يقتصر على الالعاب المسجلة مسبقا على الاجهزة الالكترونية الشخصية بل في معظم الأحيان يمتد الأمر الى ادمان الالعاب المتصلة بالإنترنت التي تعتبر الاشد خطرا. حيث أنه من أهم العوامل التي تسبب الإدمان أن اللاعب لا يتوقف عن التفكير باللعبة، كونها لا تنتهي بمجرد إطفائه

جهازه، بل تستمر من دونه نظراً إلى أن اللعب جارٍ على الإنترنت. أن العوارض التي تتيح تشخيص الإدمان هي فقدان السيطرة على النفس، وتحول النشاط الإلكتروني إلى أولوية تتقدم على الأنشطة الأخرى، والمضي في النشاط الإلكتروني حتى لو كانت له انعكاسات وآثار سلبية، كالتأثير على النتائج الدراسية أو العلاقات الاجتماعية أو حتى الصحة في بعض الحالات. كذلك يتوقف تشخيص الإدمان على الوقت الذي يمضيه الشخص أمام الشاشة الإلكترونية.

وعند حدوث الإدمان يحدث تغير في نظام المكافأة داخل الدماغ فيصبح الحافز الذي تثيره لعبة الفيديو هو الدافع وراء اللعب لفترات طويلة من الوقت.

هذا إلى جانب التكلفة المادية لحالة إدمان الألعاب سواء أكانت تنفق في مراكز ألعاب الفيديو في شراء المنتجات الخاصة لتلك الألعاب. والتي يحرص منتجها على تطويرها لزيادة الانفاق المالي عليها وغالباً ما يكون هذا فوق الطاقة الشرائية للشريحة العمرية من المراهقين والأطفال الأكثر استهلاكاً لتلك الألعاب. ومن هنا قد يدفع إدمان الألعاب المتصلة بالإنترنت بعض المراهقين إلى ارتكاب السرقة لتلبية رغباته المتجددة من تلك الألعاب.

• العزلة التدريجية، القلق و العنف

لعل أهم الآثار السلبية من الناحية النفسية هو ان استخدام هذه الألعاب بشكل لفترات طويلة جداً وعلى مدار اليوم هو المؤدي الاساسي للعزلة التدريجية والابتعاد عن النشاطات الاجتماعية والتفاعل مع المحيط. مما يجعل خطر الكآبة لدى هذه الفئات يتسلسل مع الوقت والذي قد يشمل أيضاً نقص الانتباه وفرط النشاط والوسواس القهري. و ينعكس هذا سلباً على الأسرة بشكل مباشر فتسهم في زيادة الانفصال الأسري ويقلل من المساعدة الاجتماعية الايجابية (العرب، 2017).

هذا إلى جانب الآثار السلبية الناتجة بسبب العنف الذي تحويه، فمن المرجح أن يكون لدى الأطفال الذين يلعبون ألعاب فيديو تفاعلية ميول للعنف سواء فيما يخص أفكارهم ومشاعرهم وسلوكياتهم العدوانية المتزايدة، كون الرسائل العنيفة التي تبثها هذه الألعاب كقيلة بتكوين السلوك العدواني.

• تنميط السلوك العدواني

الالعاب الالكترونية هي وسيلة اعلامية تتضمن رسائل مشفرة ومرمزة، يهدف المرسل من خلالها الى تحقيق اهداف وغايات، فقواعد اللعب تفرض على اللاعب تقمص واقع معين، وفي معظم الأحيان الانغماس في حرب فكرية او عسكرية او ثقافية. بحيث أصبح اثار هذه الألعاب تتناقض مع التأثيرات الاساسية لعمليات اللعب. كما تكمن الخطورة في إمكانية تقريب اللاعب بين الخيال والواقع الى درجة انه يحاول تطبيق مضامين هذه الألعاب في حياته اليومية، مما يعني تنميط السلوك على النحو الذي يرغب به صانعو هذه الألعاب (كويدر، مريم 2011). وهنا تجدر الإشارة بان معظم الألعاب المنتشرة والأكثر شعبية هي الألعاب الحربية والقتالية مما تؤدي الى العدوانية المتزايدة.

ان الرسائل العنفيه التي تبثها هذه الالعاب كفيلة بتكوين السلوك العدواني وخصوصا بعد انتصار اللاعب على خلال الجولات يحفز الشعور باللذة والفخر عند القتل والتهجم وتنصهر شيئاً فشيئاً هذه السمات بالتكوينات الشخصية لدى اللاعب، وتصنع أشخاصاً أنانيين يفكرون في إشباع حاجاتهم من الألعاب فقط، دون أن يتبهاوا إلى وجود من يشاطرهم اللعب. هذا إضافة الى ما تهيئه للفرد من حالة عدم الاستقرار الداخلي المستمر والاكتئاب والقلق والتوتر الدائم المصاحب للخسارة أو الخوف من الخسارة أمام الآخرين. تمشياً مع هذه النتائج خلصت جمعية علم النفس الاميركية (APA) الى أن هناك علاقة ثابتة بين استخدام اللعبة العنيفة والعدوان. وان انعكاسات هذا العنف الافتراضي قد تعدى الحدود الشخصية للنشء وشكل نمذجة سلوكية عنفيه في التفاعل مع المحيط الاسري والاجتماعي، والذي ظهر جلياً في تنامي ظاهرة العنف المدرسي الذي شهدناه مؤخراً (بن مرزوق؛ سعادو، 2015).

وفي ظل غياب الرقابة وعند اشتداد وتفاقم هذه السلبيات تصبح الجريمة والانتحار احدى أبرز الاحتمالات. فمن الممكن أن يتسبب استخدام لعبة الكترونية في تعريض حياة الأطفال للخطر كدفعهم الى الانتحار، حيث ان الطفل يندمج في اللعبة بشكل كامل مع مرور الوقت مما يؤدي الى الإنصياع الى أوامر هذه الألعاب (ابراهيم، 2018). ولا سيما عند المراهقين حيث يشكل الأمر صعوبة أكبر كونهم يميلون بالفطرة الى روح التنافسية فيما بينهم، فكل مراهق يريد ان يثبت انه أحق

بالنجاح والفوز في أي شيء حتى لو كانت لعبة (سبتي، 2017).

المبحث الثاني: الألعاب الإلكترونية المتصلة بالإنترنت و السلوك الإلكتروني

سميت الألعاب الإلكترونية بأساطير الوهم، يعشقها معظم النشء منفردين في عوالمها الافتراضية خلال عزلة تامة بعيداً عن أعين أسرهم، فبينما هدفها التسلية والمتعة يكمن في مضمونها الأذى بحيث خلّفت حالات هوس وجنون وادى بعضها إلى حوادث قاتلة كالانتحار والقتل (المنار، 2018). وكلمها انتبه الآباء إلى خطورة لعبة ما يتم اختراع أخرى باسم جديد، فهناك 38 لعبة إلكترونية تدرج تحت صفة لعب الانتحار أبرزها تحدي الحوت الأزرق، لعبة مريم، بوكيمون، إضافة إلى لعبة جنينة النار التي توهم الأطفال بتحويلهم إلى مخلوقات نارية خارقة، وتطالبهم بالبقاء منفردين داخل غرفهم حتى لا يزول مفعول الكلمات السحرية التي يرددونها ومن ثم يحرقون أنفسهم. هذا الى جانب كمية هائلة من المعلومات حول مسألة الانتحار تحديداً على الإنترنت (المنار، 2018). فإن نتائج البحث النموذجي الذي قد يجريه مستخدم الإنترنت ينتج عنه أكثر من 12 مصطلحاً مرتبباً بالانتحار: الانتحار - طرق الانتحار - كيف تقتل نفسك - أفضل طرق الانتحار. هذا إضافة الى انه وبتحليل أول 10 مواقع مدرجة لكل بحث، من بين 240 موقعا مختلفا، وجد أن ما يقرب من نصف المواقع، قد قدمت معلومات واقعية عن الانتحار(ابراهيم، 2018).

-العوالم الافتراضية

ان العالم الافتراضي هو برنامج ثلاثي الابعاد قد يحاكي الواقع والبيئة من حولنا ليتفاعل معه المستخدمين فيما بينهم مشكلين ما يعرف بالحياة الافتراضية. ولكن هذه العوالم قد تكون أيضا خيالية تتسم بانزياح مستخدميها كجيل الناشئة بعيدا عن الحيز الواقعي الى الحيز الافتراضي بفعل جاذبيته وقدرته على اتاحة نطاق واسع من الحرية في الاختيار والتجربة(بركات؛ توفيق،، 2009). فهو يشكل عالم من الاتصال والتواصل من خلال وسائط متعددة بصرية، سمعية لغوية وحركية، عبر الانترنت بما يسمى الفضاء الافتراضي. هذا الفضاء ممتعا لدرجة أنه في معظم الاحيان يحل محل الحيز الواقعي ويؤثر على تصورنا عن العالم وعن طريقة حياة وأفكار الآخرين. بل قد

تؤثر على شعورنا لذواتنا وتصبح جزءاً من هوية مستخدميها (العرب، 2017).

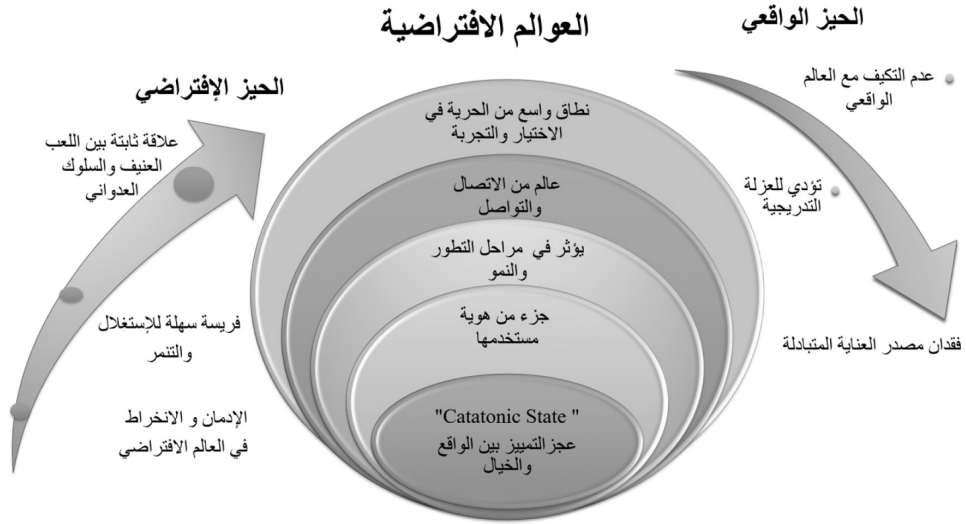
ان مخاطر الالعاب الالكترونية بصفة عامة على الاطفال هو عدم الوعي لطبيعة الالعاب التي تنمي أفكار الطفل وقدراته ومهاراته بصورة ايجابية. تزداد المخاطر عندما يتعامل الطفل مع ألعاب وبرامج ذات مضامين سلبية ويستخدمها لفترات طويلة مما يؤثر في كل مراحل التطور والنمو لديه (الحقائق، 2017). وبالتالي تنتج الآثار السلبية منها حرمان الطفل من جو اللعب الطبيعي وما له من آثار ايجابية على النمو السليم واستبداله بعالم مشوش. أولاً كونه لا يتطابق مع واقعه الذي يعيش، وثانياً لأنها تؤثر عليه سلباً وخاصة في حال الادمان عليها بدءاً من ضعف التحصيل العلمي وصولاً الى تربية الطفل على سلوك العنف والعدوان (بن مرزوق؛ سعاد، 2015).

ان عيشهم بخيالاتهم ومشاعرهم في تلك العوالم لها من تاثيراتها السلبية والضارة، كونها تؤدي لادمان الانخراط في العالم الافتراضي وعدم التكيف مع العالم الواقعي. فتصبح السلوكيات والانماط الثقافية في المنتج قدوة يحتذي بها الطفل لدرجة تسمى "State Catatonic" وهي عندما يعجز فيها المستخدم خاصة الاطفال عن التمييز بين الواقع والخيال. كما أنها تؤدي لاصابة الطفل بحالة من الاجبار العقلي (غسيل العقول) التي يمكنها توليد أثر نفسي غير سوي كالانطواء والعزلة والتوحد (بركات؛ توفيق، 2009).

ان افتقاد الحيز ما بين العالم الواقعي والعالم الافتراضي يصيب الطفل بحالة من عدم القدرة على التفرقة بين ما هو حقيقي وما هو واقعي افتراضي. فيعتبر الطفل العالم الحقيقي امتداداً لما كان يفعله بالواقع الافتراضي ويتعرف في عالمه الحقيقي كما كان يعمل في العالم الافتراضي. الامر الذي يؤدي الى حدوث سلوكيات ضارة وحوادث كتقليد شخصيات مثل "Superman" كما أن هذا المبدأ هو أساس تعليم الاطفال على السلوك العدواني أي بمشاهدة النماذج العدوانية (طالب، 2018).

بناءً على ما سبق، يلخص الرسم أدناه البيئة التي تخلقها العوالم الافتراضية لدى النشء وما توفره من صور غير حقيقية تجذبه وتمكنه من تقمص هوية من إختياره وتعزز القدرة عن التخلي عن هويته الحقيقية وعن التمييز بين الواقع والخيال، وبالتمسك بالحيز الافتراضي بدلاً من عالمه الواقعي. فيصبح النشء عرضة على الإدمان وعلى

الوقوع فريسة للإستغلال والتنمر من الآخرين ويتعزز لديه سلوك عدواني. أما على صعيد الحيز الواقعي، فيترجم ذلك بعدم قدرة النشئ على الإنخراط مع الذين حوله وفقدان التواصل ومصدر العناية المتبادلة مع محيطه، وصولاً إلى العزلة التدريجية التي تعتبر من أخطر العوامل المؤدية للإنتحار.



-السلوك الانتحاري-

ان الانتحار أو قتل النفس هو سلوك انساني معروف عبر التاريخ، ويعتبر دور كايم (1897) عالم الاجتماع الفرنسي، أول من وضع حجر الاساس في تعريف الانتحار وأسبابه، ويرى انها تركز على خلل في العلاقات الاجتماعي (Durkheim 1897).

يحدث الانتحار لأسباب عديدة تتنوع بين أمراض نفسية وعضوية، إضافة إلى الحروب والنزاعات والمشاكل الاقتصادية، ولعل أبرز أنواع هذه الأخيرة في أيامنا هذا هو "الانتحار الرقمي".

نظريات أسباب الانتحار اختلفت بين عالمي الاجتماع، فرويد مثلاً عرف الانتحار بأنه سلوك عنفي موجه نحو الذات، فيما اعتبره آخرون رسالة لطلب المساعدة، أو نداء استغاثة للمحيطين، نتيجة حالة هروب من وضعية اجتماعية مؤلمة غير مقبولة (منظمة الصحة العالمية، 2014).

وما نعرفه عن الانتحار، أن الشخص المقدم عليه، يود أن يموت، بينما أتى التشخيص الأدق ليقول أن هذا الشخص، يود أن يتخلص من المه ومعاناته، والدليل ان هذا الشخص يمكن أن يستمع الى الآخرين، حينما يعرضون عليه المساعدة وبالتالي هناك امكانية للوقاية من حدوثه.

يشكل السلوك الانتحاري ثاني أكبر سبب للموت في الفئة العمرية بين 15- 29 سنة، والثالث للفئة العمرية بين 10- 14 سنة. آخر إحصائيات لمنظمة الصحة العالمية أكدت على أنه هناك 800 ألف شخص يضعون حد لحياتهم كل عام تقريباً، وهناك وفاة كل 40 ثانية بسبب الانتحار، بينما تؤكد الرابطة الدولية لمنع الانتحار أن هناك 3 آلاف متحرق كل يوم، أما إعداد محاولات الانتحار، فتتراوح ما بين 20-30 محاولة انتحار.. أما بالنسبة للفئة العمرية ما بين 15- 24 سنة قد يكون هناك 100-200 محاولة مقابل كل حالة وفاة انتحاري منظمة الصحة العالمية، 2014.

لعل أفضل النظريات التي تفسر السلوك الانتحاري هي نظرية Theory Interpersonal. وهو نموذج وضعه Joiner Thomas متخصص في علم النفس الاكلينيكي. يرى توماس أن الرغبة في الانتحار تتحول إلى واقع بتوافر معيارين:

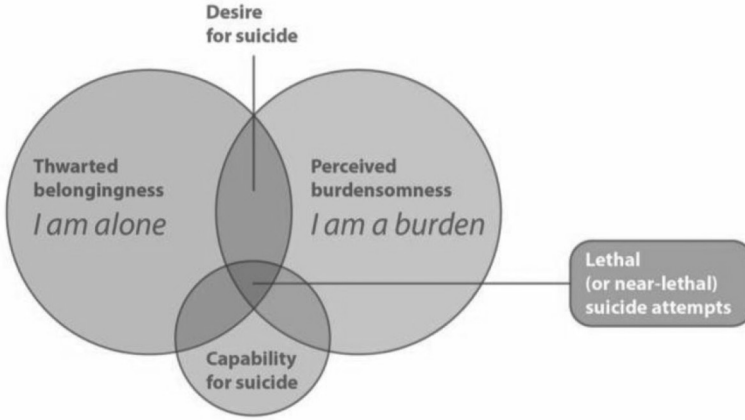
الاول هو الوحدة والثاني هو تصور الشخص أنه عبء على الآخرين. فترافقه مع فكرة كره الذات التي تحدث عنها فرويد، ما يؤدي الى التقليل الشديد للذات والشعور بالعار واللوم الدائم للذات.

إذا، تعرض الشخص لهذين المعيارين لمدة طويلة، يؤدي إلى تطور أفكار انتحارية ولكن الاقدام على ذلك يحتاج لخفض حالة الشعور بالخوف من الموت. لان الخوف من الموت هو غريزة وليست مجرد أفكار، ولايمكن لارادتنا أن تقاومها وتقدم عليها.

وعليه، فإن الفصل الثالث لهذا النموذج هو عدم الخوف من الموت وتسمى القدرة المكتسبة (Capability Acquired) على مقاومة الخوف من الموت بحيث تعتبر الالفة مع الافعال العنيفة ضرورة لتقليل الخوف من الموت.

لتحليل السلوك الانتحاري يبين الرسم ادناه المعايير المختلفة وكيفية تقاطعها ليتكون عامل خطر القيام بمحاولة انتحار. (Joiner, 2007)

The-Interpersonal Theory



بناء على ما تم ذكره، فلو قمنا بمقارنة التأثيرات السلبية لسوء استخدام الألعاب الالكترونية تحديدا العزلة الاجتماعية وما ينتج عنها من الاكتئاب وفقدان مصدر العناية المتبادلة مع المحيطين مما يجعله فريسة سهلة للاستغلال من قبل الغير والتنمر.

هذا بالطبع الى جانب الممارسات المتكررة لأعمال العنف التي تتضمنها أكثر من 80٪ من الألعاب الالكترونية والتي تنمي المهارات العنيفة كنشاطات المرتبطة بالحروب والقتل والدمار والموت الذاتي، والتي تدرب المستخدم على المهارة اللازمة للقيام بذلك (بوخطامين، 2018).

فبالرغم من التطور الكبير الذي شهده مجال البرمجيات والألعاب الإلكترونية طيلة السنوات الأخيرة الماضية، بحيث أصبحت الرسومات داخل الألعاب الرقمية أكثر واقعية، وصارت جاذبة أكثر للأطفال والمراهقين من خلال المحاكاة الحقيقية التي تحدث داخل تلك الألعاب، إلا أن بعضها خطير جداً لدرجة أكثر مما نتصور، فقد دفع بعضها المراهقين إلى الانتحار، مثلما حدث مؤخراً في أماكن متفرقة من العالم، وللأسف كان من بينها بعض الدول العربية. وبدلاً من أن تكون الألعاب الرقمية كغيرها من الألعاب وسيلة للترفيه والمتعة، أصبحت أداة للهلاك والإيذاء.

وعلى الرغم من هذا الارتباط الوثيق غير أن السلوك الانتحاري يتعارض باعتباره ناتج عن العوامل الخطرة المؤدية الى الانتحار في مرحلة محددة ويتم تجنبه فجأة. أن السلوك الانتحار عملية مستمرة بين عدة عوامل، خطر و حماية، تتفاعل مع بعضها

البعض لفترة من الزمن، تؤدي الى الانتحار (Caceda, 2014). ان تواجد عامل خطر أو مجموعة عوامل لا تؤدي بالضرورة للانتحار. ان توفر عوامل الحماية اللازمة تعمل على التقليل من الخطر وتجاوزه مع الوقت، وهذا ما يشكل مبدأ الوقاية من الانتحار. (Joiner, 2011: Wasserman, 2016).

• الإشارات المبكرة للسلوك الانتحاري

على خلاف المعتقدات الخاطئة بان الانتحار هو عمل مفاجئ، فإن أكثر من 70 بالمئة حالات الإنتحار التي سجلت قد سبقتها علامات تحذيرية سواء لفظية أو سلوكية. ومعرفة أولياء الامور بها، تساعد في تقديم المساعدة وأحيانا الوقاية. وكون معظم الضحايا هم من الأطفال، فيجب على أولياء الأمور الأصدقاء، والأشخاص المقربين منهم، الانتباه الى هذه العلامات التحذيرية (منظمة الصحة العالمية، 2014).

فعلامات الإنذار المبكر التي تشير إلى ضرورة التدخل والمراقبة للمراهقين الذين ينغمسون في الألعاب الإلكترونية، هي عبارة عن تغير في السلوك المعتاد أو فقدان الاهتمام ببعض الجوانب الحياتية أو حتى التأخر في التحصيل المدرسي (الانباري، 2010: لغة العصر، 2018). وهنا يجب توخي الحذر من ما يلي:

• قضاء وقت طويل بمعزل عن المحيطين أو تجنب التفاعلات مع العائلة والأصدقاء.

• مراقبة أنشطة الناشئة عبر الإنترنت، ونوع المحتوى الذي يتعاملون معه، ملاحظة الأنشطة التي تتم في أوقات غير معتادة او الاستيقاظ في وقت مبكر جدا (المحمد، 2018).

• التحديثات الغريبة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، كصور بروفيلات الواتساب أو الفيس بوك (العيفة، الدكتور جمال، 2014)

• التقلبات المزاجية والاكنتاب والتعاسة.

• ملاحظة اتجاه الأطفال إلى سماع الموسيقى المخدرة، التي يستخدمونها كقناة للتعبير عن شيء يكافحون من أجل الإفصاح عنه بطرق أخرى - انخفاض مستوى الأداء في المدرسة أو الأنشطة الدراسية الأخرى (طلعت، 2018).

• التعاطف مع الانتحاريين الآخرين. نصف إلى ذلك أن إحدى أكبر المشكلات التي نواجهها في التعامل مع الانتحار هو ظننا أن الحديث عن الانتحار من قبل شخص ما هو محاولة منه للفت الانتباه لا أكثر، في الحقيقة يعتبر الحديث عن الانتحار، وحتى السخرية حول ما يحدث إن انتحر المتحدث عن نفسه، أو إلقاء النكات حول الموضوع وإثارته في الحديث اليومي الدارج، هو أحد المؤشرات الرئيسة إلى أن هذا الشخص قد ينتحر بالفعل، ومعرفتنا بتلك النقطة ربما تساعد في إنقاذ حياته (منظمة الصحة العالمية، 2014).

• إشارات قد تبدو واضحة على الجسد خاصة ببعض الألعاب، مثلاً في بداية الانضمام لتحدي الحوت الأزرق يقوم اللاعب بكتابة كلمة " YES " على يده، ثم يتم تصويرها وإرسالها للقائمين على اللعبة (طلعت، 2018).

المبحث الثالث: دور الخدمة الاجتماعية في مواجهة الظاهرة

الخدمة الاجتماعية طريقة علمية لخدمة الانسان و نظام يساعد على حل مشكلاته، وهي منهج علمي منظم يقوم على أسس نظرية وتطبيقية فنية يهدف الى الوقاية من المشكلات الاجتماعية (عبد العزيز، 2001). في هذا البحث سنعرض كيف يمكن للخدمة الاجتماعية ان تعمل على ظاهرة سوء استخدام وسائل التكنولوجيا التي قد تؤدي للانتحار. يعتبر اسلوب الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية من الاساليب الحديثة حالياً في مهنة الخدمة الاجتماعية على مستوى العالم. و أبرز ما يميز هذا الاتجاه التعامل مع المشاكل الاجتماعية المعاصرة بمنظور شمولي يتضمن كافة الانساق المستفيدة، ما يتسم بامكانية استخدامه مع مختلف الوحدات على تنوعها (الافراد، الاسر، الجماعات، والمنظمات والمجتمعات المحلية بالاضافة الى المجتمعات الاقليمية والدولية) (البحر؛ حسين حسن؛ عبد المجيد، 2005). فالمجتمع يتكون من وحدات أساسية، أهمها الاسرة، المدرسة، المؤسسات و المنظمات، والعمل الناجح مع هذه المؤسسات يؤدي لنجاح المجتمع و حمايته (سليم، 2001: قيمي، 2010).

وفيما يلي سوف نتقدم بالادوار الحيوية التي تقوم بها هذه المؤسسات في الحفاظ على الفرد والجماعة والمجتمع، ولعل محور الممارسة كما تشير معظم الكتابات هو مدخل التمكين Approach Empowering لمختلف فئات السكان في المجتمع، مع التركيز

على بناء واستغلال نقاط القوة والموارد في النظام الايكولوجي) (البحر؛ حسين حسن؛ عبد المجيد، 2005: قيمي، 2010).

-اقتراحات للوقاية من سوء استخدام الألعاب الالكترونية-

التربية وسلامة الطفل الجسدية والعقلية والنفسية هي مسؤولية مشتركة بين الأسرة والمجتمع والدولة (عبد الحميد، 2019). على الصعيد المجتمعي، يتعلق الدور الوقائي بالعمل على تحديد أصحاب المصلحة، الاحتياجات والموارد، والتشبيك مع الجهات المعنية كالمؤسسات من أجل اثاره الجهود المجتمعية للعمل على تقليص الظاهرة والسيطرة عليها (سليم، 2001).

وانسجاماً مع هذا الاتجاه وفي سبيل خلق بيئة أكثر أماناً للأطفال لاستخدام الانترنت في لبنان، قام المركز التربوي للبحوث والإنهاء في 5 شباط 2013 بمناسبة اليوم العالمي للإنترنت الآمن بتنفيذ مشروع "سلامة الأطفال على الإنترنت". والذي استهدف رفع مستوى الوعي حول الاستخدام السليم والمسؤولية تجاه الإنترنت ووسائل التكنولوجيا لدى كل من الأطفال، الأهل ومقدمي الرعاية (عويجان، 2013).

-على صعيد المجتمع-

على الصعيد المجتمعي تطبق الأهداف الوقائية من خلال حشد جهود الفعاليات المعنية وصناع القرار لأخذ التدابير الحمائية اللازمة. فالمستوى الاشمل من النشاطات تبدأ بسن القوانين والآليات الاجرائية اللازمة لمراقبة سلامة المستخدمين لأساليب التكنولوجيا والحفاظ على خصوصيتهم (فخار، 2015). هذا الى جانب حملات التوعية للعامّة كاستخدام الاعلام والمنشورات لنشر المعلومات اللازمة، وتنظيم نشاطات ترفيهية تحفيزية وتنافسية لتشجيع الاستخدام السليم (ميرزا، 2013).

فعلى الرغم من انه لا يمكن حظر بعض النشاطات والتحديات التي تمارس خلال استخدام الألعاب الإلكترونية خاصة السرية منها. لعبة الحوت الأزرق مثلاً، متاحة فقط عبر رابط سري وليس عبر متاجر التطبيقات المتداولة، مما يزيد من صعوبة الكشف عن مطوري اللعبة. غير أنه هناك بعض الاجراءات أو الآليات التي يمكن إعتمادها لخلق بيئة آمنة للمستخدمين (الشفى رهاب، 2017). أيضاً هناك ضرورة السياسات

اللازمة لتحديد الضحايا المحتملين من خلال ترميط وسائل الإعلام الاجتماعية للأطفال، والإشراف على نشاطهم عبر شبكة الإنترنت والتغيرات في السلوك. فعلى سبيل المثال، أقر البرلمان الروسي المسؤولية الجنائية لإنشاء مجموعات مؤيدة للانتحار عبر وسائل التواصل الاجتماعي. كما وقع قانونا يفرض عقوبات جنائية على تحريض القاصرين على الانتحار، قد تصل إلى 6 سنوات سجن (بوخطامين، 2018).

أما فيما يخص التدابير الحماية في لبنان، وفي محاولة لتفعيل دور الدولة من الناحيتين التّقنيّة والتشريعيّة لحماية الأطفال على الإنترنت، والذي يعتبر الشريك الخطر لوسائل التكنولوجيا، تم اطلاق مشروع «سلامة الأطفال على الإنترنت». حيث استهدف هذا البرنامج كل الانساق المعنية من خلال رفع مستوى الوعي العام حول فوائد استخدام الإنترنت وتأثير مخاطر سوء استخدامه في نموّ الأطفال وسلامتهم. هذا الى جانب بناء مهارات وقدرات مقدّمي الرّعاية للأطفال كالمربّين والمرشدين الاجتماعيين وتطويرها لتمكينهم من مساعدة الأطفال على الاستخدام الآمن والمسؤول للإنترنت. كما وطال البرنامج توعية الأهل وتثقيفهم في سبيل خلق بيئة أكثر أماناً وسلامة للأطفال (عويجان، 2013).

وبما يتعلق بالقوانين اللبنانية الخاصة بحماية هذه الفئة العمرية، الأطفال والمراهقين، فإن قانون الأحداث رقم -422- ينص على حماية الأحداث المخالفين للقانون والمعرضين للخطر. حيث يشير الباب الثالث منه، المادة 25 البند الأول، أن الحدث يعتبر مهدداً إذا وجد في بيئة تعرضه للاستغلال أو تهدد صحته، سلامته، أخلاقه أو ظروف تربيته. هذا واستنادا على المادة -26- من القانون يحق للقاضي بناءً على إخبار أن يتخذ التدابير اللازمة لتوفير الحماية له.

هذا الى جانب ان قانون العقوبات اللبناني قد أخذ بعض المواد التي تتناول معالجة موضوع الانتحار تحديداً. فالفصل الثاني فيما يخص الاشتراك بالجرم في المواد (217-218-219-220)، ينص أنه كل من ساهم في إخفاء، حرض، تدخل أو من أعطى إرشادات لارتكاب جرم، جنائية أو جنحة، تنزل عليه التدابير الاحترازية كما لو كان فاعل الجريمة. إن المتدخلين في الجرم يعاقبون بالأشغال الشاقة المؤبدة أو المؤقتة من عشر سنوات إلى عشرين سنة إذا كان الفاعل يعاقب بالإعدام. وإذا كان عقاب الفاعل الأشغال الشاقة المؤبدة أو الاعتقال المؤبد، حكم على المتدخلين بالعقوبة نفسها. كما

ويمكن إنزال التدابير الاحترازية بهم كما لو كانوا هم أنفسهم فاعلي الجريمة.

أما في المادة -553- فقد أشارت الى الأحكام التي تخص التحريض على الانتحار تحديداً. فقد ورد أن من حمل إنساناً على قتل نفسه بأي وسيلة كانت عوقب بالاعتقال عشر سنوات على الأكثر إذا تم الانتحار. ويقضي الحكم بالحبس من ثلاثة أشهر إلى سنتين في حال الشروع في الانتحار نجم عنه إيذاء أو عجز دائم.

وبالرغم من أهمية مثل تلك الإجراءات من قبل حكومات الدول، فقد أشار البعض أن 30 ٪ من المسؤولية فقط تقع على كاهل الجهات الرسمية والمختصة، بينما النسبة الأكبر 70 ٪ من هذا الشأن يقع على عاتق الاهل. لذلك هناك ضرورة لتعزيز التدابير والاحتياطات التي تطل الانساق الأخرى كالجماعات والافراد من أجل تحقيق النتائج المرجوة (عويجان، 2013).

-على صعيد الجماعات كالأسر والمؤسسات التربوية-

لا تعتبر المشكلة الحقيقية فقط في التعريف الى مدى خطورة التعلق بالالعاب الالكترونية، بل أيضا في غياب وعي أغلبية الأولياء لأساليب توجيه ابنائهم، داخل المنازل ومراكز الانترنت، علما أن النشء يكونون عادة أكثر تعاوناً مع مدارسهم، وأكثر قابلية لاستيعاب الاقتراحات من معلمهم بدلا من أولياء الأمور. من هنا تلعب المدارس كمؤسسات، دورا كبيرا في ضمان التخفيف من خطر إدمان وسائل التكنولوجيا هذه (بن مرزوق ؛ سعاد، 2015).

ان مؤسسة الاسرة تشكل الوحدة الاساسية في المجتمع، كونها الخلية التي يقع على عاتقها مسؤولية تربية أفرادها (العامودي، 2009)، علما انها ونتيجة للمتغيرات الاجتماعية الأخيرة، بدأت الاسرة تفقد وظائفها شيئا فشيئا، فنجمت عن ذلك مشكلات الإدمان الالكتروني والانتحار الرقمي. ولكن يبقى للأسرة دورا هاما في لعب دور الرقابة وأدوار بارزة في الوقاية (سليم، 2019). عبر الخطوات والطرق التالية التي تساعد على التقليل من ادمانها

• التعريف والتوعية بالمخاطر الصحية النفسية، الجسدية والاجتماعية الناجمة عن

الاستعمال المفرط دون رقابة ذاتية أو عائلية (عويجان، 2013).

• العمل على توعية وإقناع الأولياء بضرورة مراقبة أبنائهم عن قرب ومتابعة المواقع التي يزورونها.

تعريف الأولياء وبمخاطر المشاركة في غرف المحادثة أو المجموعات غير النظامية (ابراهيم، 2018).

• نشر المعلومات اللازمة لمراقبة سوء الاستخدام لوسائل التكنولوجيا، والإنذارات المبكرة للسلوك الانتحاري وتشجيعهم على عدم التردد في استشارة الأخصائيين النفسيين عند ملاحظة تغير في سلوك النشء (المحمد، 2018).

• تعريف الأولياء بالأساليب التقنية الكفيلة بحصر المراسلات الإلكترونية عبر البريد الإلكتروني على مجموعة معروفة من أصدقاء الطفل وأقاربه (ابراهيم، 2018)

• عدم الشراء الألعاب الإلكترونية في مراحل الطفولة المبكرة، اي من عمر سنتان وحتى 6 سنوات. هذا واختيار الألعاب و الاجهزة المناسبة لهم.

• تنظيم وتخصيص أوقات للعب، والأفضل أن تكون 3 ساعات كحد أقصى في اليوم الواحد. (المحمد، 2018).

• تعيين خبير علم نفس "مستشار إنترنت" لزيارة المدارس، لقضاء بعض الوقت في التحدث مع الطلاب ومقابلة الأطفال الذين في حاجة إلى التوجيه والإرشاد (عويجان، 2013).

• إدخال نظام "الإبلاغ عن المخالفات"، حيث يقوم المستخدمون بإبلاغ السلطات عن أي سلوك غير طبيعي للطلاب الآخرين.

• تدرج النشاطات التوعوية للأطفال أولياء الأمور و تثقيف الأقران، ضمن البرامج التربوية والأنشطة الصفية واللاصفية (عويجان، 2013).

-على صعيد النشء-

لا تقتصر سبل الوقاية باتخاذ الاجرات المجتمعية والمؤسسية كالمدراس والتوعية الخاصة بالاهل فقط، بل تتعداها لتشمل التدخل المباشر داخل الاسرة ومع النشء انفسهم من خلال المناقشة المستمرة حول منافع ومخاطر الألعاب الالكترونية. ففي حالات الادمان على هذه الألعاب، لا بد من تعليم النشء المساعدة الذاتية التي تتمثل في اعتماد المستفيد على نفسه (سليم، عبد الباقي، 1993).، مثلا ان هناك وقت محدد يقضيه امام العبة وتقليص هذا الوقت تدريجيا. كذلك على الاهل مسؤولية تعويض وقت الفراغ الذي سوف يشعر به النشء بأنشطة حياتية مفيدة كالرياضة أو العلاقات الاسرية الودية، مع تجنب الشدة او التعنيف (العامودي، 2009). وبشكل عام فان منهج تمكين النشء تتمحور حول النقاط التالية:

تفعيل المراقبة الذاتية لدى النشء، من خلال تزويدهم وتدريبهم بالمعلومات والمهارات والطرق الكافية والواضحة ليتمكنوا من الاستخدام الامن (بروك؛ محمودي، 2018).

- توعية طلاب المدارس وتعريفهم بأساليب إيجاد وإعداد قوائم بالمواقع الهادفة والخاصة بهم، لتسهيل عملية الدخول إليها مباشرة من طرفهم أثناء الحاجة (برقع، 2017).
- تزويد النشء بالمعلومات الهامة حول الإيجابيات والآثار السلبية لاستخدام تلك الألعاب.
- تنمية قدراتهم لتمييز الانتهاكات التي يقدر يتعرضون لها (ICDL Arabia، 2015).
- إشراكهم في وضع البدائل والحلول (قيمي، 2010).

الخاتمة

بالرغم من أن حالات الوفاة المسجلة بسبب الألعاب الالكترونية في الدول العربية تعتبر قليلة نوعاً ما بالمقارنة مع الدول الأخرى، فإن ظهور وانتشار السلوك العنيف والانتحاري تحديداً، يندرج بوجوب تعزيز التفاعلات الإيجابية بين الناشئة ومعهم. فلا شك أن ما يسمى بأساليب الترفيه والمنتشر استخدامها بشكل كبير تعرض الناشئة للخطر. ومن خلال ما ورد في هذه الدراسة، تبين أن الآثار السلبية التي قد تنتج عن سوء استخدام الألعاب الالكترونية تتطابق إلى حد بعيد مع العوامل الخطرة التي قد تؤدي إلى السلوك الانتحاري.

لذا يتوجب العمل على وضع برامج وقائية شاملة لحماية النشء عبر التعريف بالظاهرة وأضرارها (الشفى رهاب، 2017). ومن هذا المنطلق، يتطلب الموضوع إجراء دراسة ميدانية، لتحديد أبعاد ومسببات المشكل من خلال جمع معلومات من أصحاب المصلحة المعنيين. فالوقاية هي مفتاح ما يمكننا القيام به لمنع الناشئة من الوقوع فريسة لألعاب الموت مما يفرض علينا جميعاً المشاركة، بدءاً بأولياء الأمور وصولاً للمدرسين ومقدمي الرعاية الصحية كالاختصاصيين الاجتماعيين، هم المسؤولون عن التثقيف والمراقبة للتأثيرات الخطرة لتلك الوسائل وبالتالي توفير الحماية من كل أنواع الضرر كإدمان تلك الألعاب.

إن دراسة الآثار السلبية للألعاب الالكترونية وعلاقتها بالسلوك الانتحاري، يجعلنا أكثر تحكماً في هذه الظاهرة، ما يساعد في الحد من توسع انتشارها. ولا تغفل ضرورة تسليط الضوء عليها واقتراح التوجيهات المستقبلية المستندة إلى منظور الصحة العامة، والتركيز على أهمية مشاركة الفئات المستهدفة بوضع الحلول واحترام الموارد والمصادر المتوفرة بالبيئة لضمان استدامة وفعالية البرامج.

المراجع

كتب

البحر، منى جمعة؛ سليمان، حسين حسن؛ عبد المجيد، هشام سيد (2005). الممارسة العامة في الخدمة الإجتماعية مع الجماعة والمؤسسة والمجتمع. بيروت: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع. الشحروزي، مها حسني (2008). الالعب الالكترونية في عصر العولمة. عمان: دار المسيرة للطباعة والنشر.

عبد العزيز، فهمي النوحى (2001). الممارسة العامة في الخدمة الإجتماعية. القاهرة: دار الاقصى للطباعة. قيمي، توفيق مقبل (2010). العمل الإجتماعي ودوره داخل المؤسسات العلاجية في المجتمع الغربي، مصر: مؤسسة شباب الجامعة.

سليم، هدى (2019). التدخل مع الفرد والاسرة. بيروت: دار النشر أبعاد.

سليم، هدى (2001). تدريب العمل الاجتماعي في البيئة والمؤسسات. بيروت: دار النشر المركز العربي للأبحاث والتوثيق.

سليم، هدى عبد الباقي (1993). الخدمة الاجتماعية والعيادة النفسية المتخصصة. بيروت: مؤسسة بحسون للنشر والتوزيع.

يوسف، مصطفى القاضي وآخرون (1981). الإرشاد التلربوي. المملكة العربية السعودية: دار المريخ.

مقال من مجلة وجريدة

العيقة، الدكتور جمال (2014). الاتصال الشخصي في عصر شبكات التواصل الإجتماعي ضرورة إجتماعية في عالم متغير. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، ص 10.

برقع، الدكتور وفاق حافظ (2017). دور تصفح المواقع الالكترونية في المستوى العلمي لطلبة الجامعات دارسة ميدانية " لمعام آقية" انموذجا للعام 2016. مجلة آداب الفاربيدي، ص 28.

عبد الحميد، عماد. ميرفت. (2019). إدمان الأطفال على الألعاب الإلكترونية. مفتاح الأمراض النفسية. صحيفة البيان، ص 25.

أطروحة ماجستير

العامودي، ابتسام بنت سعيد عبد الله بن ناجي (2009). إدارة أوقات الفراغ للأبناء في الأسرة السعودية في مدينة جدة. كلية التربية للاقتصاد المنزلي والتربية الفنية بمحافظة جدة شعبة السكن وإدارة المنزل، جدة.

السويلمي، شذى بنت علي محمد (2014). إدمان استخدام الأجهزة الإلكترونية الحديثة وعلاقته بالتفاعل الاجتماعي والثقة بالنفس. جامعة نايف للعلوم الأمنية كلية العلوم الاجتماعية والإدارية قسم علم النفس، الرياض.

بن مرزوق، نوال؛ سعادو، هناء (2015). الألعاب الإلكترونية العنيفة وعلاقتها بانتشار ظاهرة العنف المدرسي. جامعة الجليلسي بونعامه خميس مليانة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم العلوم الاجتماعية، بعين الدفلى.

فخار، حمو بن إبراهيم (2015). الحماية الجنائية للطفل في التشريع الجزائري والقانون المقارن. كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة.

فاطمة الزهراء، صفاح آمال (2009). استخدام الهاتف النقال لدى الطالب الجامعي. وزارة التعليم العالي والبحث كلية العلوم الاجتماعية جامعة عبد الحميد بن باديس، جامعة مستغانم.

كويدر، مريم (2011). أثر الألعاب الإلكترونية على السلوكيات لدار الأطفال. جامعة الجزائر بكلية العلوم السياسية والإعلام قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر.

تقرير

بركات، الدكتور وجدي محمد؛ توفيق، الدكتور توفيق عبد المنعم (2009). الأطفال والعوامل الافتراضية وأخطار. مملكة البحرين: الطفولة الجمعية البحرينية لتنمية.

بروك، ياسين؛ محمودي، ليندا أحمد (2018). "نحو إستراتيجية وقائية من مخاطر الأنترنت على فئة الأطفال". الجزائر: حملة إعلامية للوقاية من تداعيات الظاهرة.

شؤون التطوير (2015). دليل الباحث في كتابة البحث وشكله (الخطة والبحث النهائي). طرابلس - لبنان: جامعة الجنان.

سبتي عباس (2017). استخدام المراهقين وسائل الإعلام التقليدية والانترنت. نيويورك: مركز المنشاوي للدراسات والبحوث.

عويجان، الدكتورة ندى (2013). سلامة الأطفال على الإنترنت دراسة وطنية حول تأثير الإنترنت على الأطفال في لبنان. لبنان: المركز التربوي للبحوث والإنماء.

منظمة الصحة العالمية (2014). الوقاية من الانتحار: ضرورة عالمية. جنيف: المكتب الإقليمي لشرق المتوسط.

ميرزا، العقيد الدكتور جاسم خليل (2013). وسائل الإعلام ودورها في التوعية الأمنية (الوسائل التقليدية - الوسائل الحديثة - الشبكات الاجتماعية). جمهورية السودان: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

ICDL Arabia (2015). تقرير السلامة على الإنترنت 2015 دراسة بحثية حول سلوك الشباب

العربي على الانترنت والمخاطر التي يتعرضون لها. العالم العربي: ICDL Arabia.
بروك "نحو إستراتيجية وقائية من مخاطر الأترنيت على فئة الأطفال"
توثيق عن الإنترنت

أكاديمية BTS. (2011). المنهج الوثائقي وخطواته. تم الاستراد من

<https://www.bts-academy.com>.

الجارودي، حسين (2011). أضرار ألعاب الكمبيوتر على الأطفال. تم استيراده من

<http://waelarabic.ingoo.com/t596-topic>

الانباري، باسم (2010). نصائح مهمة لمتابعي الالعاب الالكترونية. تم استيراده من

<http://alexmedia.forumsmotions.com/t150-topic>

أبو العينين، علاء (2010). حياة أفضل بلا بلايستيشين رسالة الاسلام. تم استيراده من

<http://woman.islammessage.com/article.aspx?id=3502>

ابراهيم، شيباء. (2018-3-9). إدمان الانترنت وضحايا من الاطفال. تم الاستراد من

<http://www.annvtv.com/new/showsubject.aspx?id=118717>

الشفى رهاب. (12 سبتمبر 2016). ادمان الالعاب الالكترونية. تم الاستراد من

www.addiction-wiki.com

الشفى رهاب. (29 مارس 2017). تحدي الحوت الأزرق.. اللعبة الشيطانية المميتة. تم الاستراد من

www.addiction-wiki.com.

المنار. (11, 7, 2018). دراسة. الألعاب الإلكترونية تشكل خطراً على الأطفال. تم الاستراد من

www.almanar.com.lb/4002660.

الحقائق. (2017). تأثير الالعاب الالكترونية على ذكاء الاطفال. تم الاستراد من

www.elhakaek.com.

القنطار، بسام. (1 نيسان 2015). لبنان يسعى إلى إنتاج الألعاب الإلكترونية. تم الاستراد من

<https://al-akhbar.com>.

الحسن، غزوان. (19 يوليو 2014). دراسة: 28٪ نسبة إدمان الألعاب الإلكترونية عند الأطفال

بالسعودية. تم الاستراد من

<https://sabq.org>.

المحمد، ثناء. (30 - 8 - 2018). الأمراض الناتجة عن الألعاب الإلكترونية. أسبابها وطرق الوقاية. تم الاسترداد من

<https://www.sayidaty.net>.

بوخطامين، مريم. (23 ديسمبر 2018). الألعاب الإلكترونية متعة قاتلة. تم استيرادها من

<https://www.alittihad.ae>.

طالب، هديل. (1 يوليو، 2018). بحث عن أضرار الألعاب الإلكترونية. تم الاسترداد من

<https://mawdoo3.com>.

طلعت، سحر. (13 أبريل 2018). "13 طريقة لتحمي ابنك من كل "حوت أزرق". تم الاسترداد من

<https://www.sehatok.com>.

العرب. (9، 3، 2017). الألعاب الإلكترونية حاجز بين الطفل وأسرته. تم الاسترداد من

<https://alarab.co.uk>.

شري، إيناس. (23 - 5 - 2018). الحوت الأزرق "يتسبب بسقوط ضحية في لبنان: كيف، ولماذا لا يُمنع؟". تم الاسترداد من

www.alarabiya.net.

صوما، باسكال. (17 سبتمبر 2017). صناعة الألعاب الإلكترونية في لبنان: سوق واعد. تم الاسترداد من

<https://www.tayyar.org>.

عواد، شادي. (14 كانون الثاني 2015). الألعاب الإلكترونية والأطفال. تم الاسترداد من

www.aljournhouria.com.

غانمي، منية. (10 يناير 2018). الجزائر.. ضحايا لعبة "الحوت الأزرق" في ارتفاع. تم الاسترداد من

www.alarabiya.net.

لغة العصر (2018). "الألعاب الرقمية القاتلة" .. كيف تتم المواجهة؟! مجلة الأهرام للكمبيوتر والإنترنت والاتصالات تم الاسترداد من

<http://aitmag.ahram.org.eg>.

كلمة في محاضرة

جروس، سعاد (2010). الإعلام الترفيهي وتأثيره على سلوكيات المجتمع. محاضرة في المركز الثقافي، بلدي الجميلة، مصر.

English References

Books

Joiner, T(2007). *Why People Die by Suicide*. Cambridge: Harvard University Press.

Joiner,T(2011). *Myths About Suicide*. Cambridge: Harvard University Press.

Wasserman, D. (2016). *Suicide: An Unnecessary Death* (2nd ed.). New York, NY: Oxford University Press.

Master degree project

Amoudi, B.S.A.B.N (2009). *Management of Leisure time for the Sons*

In the Saudi family in Jeddah. The Home Economics Department at Girls' College, Jeddah.

Durkheim, É. (1966). *Suicide, a study in sociology*. New York: Free Press, 1966. ©1951.

Internet

Allens,W.(2010).How video games are arranging our lives. Retrieved from [http: //www.nar](http://www.nar).

Caceda, R. (2014). Suicidal behavior: Risk and protective factors. *Journal of Neuropsiquiatr*, 77(1), 318–. Retrieved from [https: //www.redalyc.org /pdf/3720372033985002 /.pdf](https://www.redalyc.org/pdf/3720372033985002/.pdf)

Fuller, S. (2017). "The Disadvantages of Playing Games on the Computer". Retrieved from www.itstillworks.com.

اللامركزية واقع المشاركة والتجربة

الدكتور ناصر طهوب

الجامعة الأردنية - عمان
المملكة الأردنية الهاشمية

الملخص

مع انتقال المملكة الأردنية الهاشمية إلى اللامركزية في الحكم المحلي، تأتي هذه الدراسة في محاولة لتوضيح مفهوم اللامركزية ومستوياتها وأهدافها، مع التركيز على طريق الأردن في الوصول للامركزية بوصفها واحدة من الأدوات التي من شأنها تعزيز دور المجتمع المحلي في صنع السياسات وتحفيز المشاركة السياسية، وتعزيز دور الإعلام في دعم التجربة.

تطرقت الدراسة أيضا إلى الانتخابات واختيار أعضاء مجالس المحافظات، حيث تطرقت إلى معدلات الاقتراع، وواقع مشاركة المرأة والأحزاب السياسية فيها، كما أشارت إلى أسباب ضعف المشاركة فيها وسبل تعزيز وتطوير التجربة من خلال تسليط الضوء على الفترة التي أعقبت الانتخابات، وما تلاها من معوقات، وتقديم جملة من التوصيات التي من شأنها تعزيز هذه التجربة.

Abstract

As the Hashemite Kingdom of Jordan transitions to decentralization in local government, this study attempts to clarify the concept, levels and objectives of decentralization, focusing on Jordan's path of decentralization as one of the tools that will enhance the role of local

communities in policy-making, and enhancing the role of the media in support of decentralization.

The study also examines the local elections and the selection of members of the provincial councils including voting behavior, the reality of women's participation in elections as well as the impact political parties. The study also analyzes the reasons for the lack of participation in the elections and ways to enhance and develop the election process by highlighting the period following the elections and the obstacles that prevented a successful decentralization. Finally the study will provide recommendations for rectification of the problem.

مشكلة الدراسة

تحاول الدراسة تسليط الضوء على واحدة من مستويات الديمقراطية والحكم المحلي وهي اللامركزية، وأثر هذه التجربة على بناء المجتمعات وتنميتها وما لها من دور للنهوض بهذه المجتمعات. وتتناول الدراسة التجربة الأردنية في هذا الجانب، خاصة وأنها تجربة جديدة طبقت لأول مرة في انتخابات العام 2018، حيث تحاول الدراسة توضيح أثر اللامركزية ودورها في تطوير المجتمعات المحلية وتعزيز مشاركتها في العملية الانتخابية، إضافة إلى تقييم التجربة الأردنية من خلال محاولة الإجابة عن الأسئلة التالية:

- 1- كيف يمكن أن نعرف اللامركزية وما هي مستوياتها؟
- 2- ما هي مراحل نشأة وتطور اللامركزية في المملكة الأردنية الهاشمية؟
- 3- ما هو الدور الذي يتعين على الإعلام القيام به لضمان أثار إيجابية للامركزية؟
- 4- كيف كان واقع المشاركة في انتخابات اللامركزية مع التركيز على المرأة والأحزاب السياسية؟
- 5- ما هي أسباب ضعف المشاركة في انتخابات اللامركزية؟
- 6- ما الذي يتعين التركيز عليه لتطوير تجربة اللامركزية في السنوات القادمة؟

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في كونها تسعى لتقييم تجربة انتخابات مجالس المحافظات، وأثر هذه المجالس وقياس أدائها، والوقوف على مواطن الضعف والخلل، وتجاوزها سعياً لتطوير التجربة. كما أن الدراسة تحاول بيان أهمية اللامركزية ودورها في تعزيز المشاركة الشعبية في صنع القرار وإشراك المجتمعات المحلية في إدارة شؤونها، مع الإشارة إلى أهمية دور الإعلام بصفته احد عناصر التأثير على الرأي العام في دعم اللامركزية.

أهداف الدراسة

أهم أبرز الأهداف التي تحاول الدراسة إظهارها هي ما يلي:

1- التعريف بأهمية اللامركزية ودورها في تطور المجتمع، ومحاربة الإعلام السلبي خاصة ذلك المتعلق بضعف مستويات المشاركة الشعبية، وسبل رفع نسب هذه المشاركة.

2- الوقوف على مراحل نشأة وتطور فكرة اللامركزية في الأردن.

3- معرفة واقع المشاركة في انتخابات اللامركزية مع التركيز على المشاركة الحزبية ومشاركة المرأة.

4- محاولة تقييم التجربة والوقوف على أثرها.

5- تقديم مقترحات للنهوض بالتجربة في الدورات الانتخابية القادمة بحيث تكون أكثر ايجابية.

منهجية الدراسة

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث سعت الدراسة إلى جمع المعطيات والأرقام الخاصة بواقع المشاركة في هذه الانتخابات، عبر مراجعة مجموعة من الأدبيات والدراسات التي تناولت اللامركزية من أجل الوقوف على مدلولاتها، وما تعكسه من نتائج. إضافة إلى ذلك فقد حاولت الدراسة الوقوف على أسباب ضعف المشاركة والتي منها ما يتعلق بالقانون أو بحالة ضعف الثقة، وما يمكن القيام به لمعالجة هذه الأسباب.

مصطلحات الدراسة: (اللامركزية، مجالس المحافظات، المجالس التنفيذية، الموازنة، الإعلام السلبي)

المقدمة

انتقل الأردن إلى مرحلة جديدة من مراحل التحول الديمقراطي بإقرار قانون اللامركزية والدعوة لانتخاب مجالس المحافظات، وعند الحديث عن الانتخابات فإن من أول ما يتبادر إلى الأذهان هو نسب المشاركة ومعدلات الإقبال سواءً على الترشح أو الاقتراع، فهذه النسب توضح عدة مؤشرات أبرزها مدى الثقة بالعملية الانتخابية، ومقدار تحقق واحدة من أهم غايات اللامركزية وهي تعزيز المشاركة الشعبية في اتخاذ القرار التنموي أو الخدمي خاصة أنه في السنوات الماضية كان التركيز ينصب على المعلومات ذات الصلة بمعدلات المشاركة في الانتخابات النيابية والبلدية فقط، ومع تطور الإعلام ووسائله المختلفة بدأت ترتبط معدلات المشاركة بمعايير عدة منها الجانب العشائري ودرجات الاهتمام الحكومي بمنطقة دون أخرى، خاصة فيما يتعلق بالاستثمارات والمشاريع التنموية.

ومع اختلاط الأوراق واتساع دائرة المنابر الإعلامية ظهرت الكثير من منابع الإعلام السلبي وهو الإعلام الذي يركز على الجوانب السلبية، ويعكف على تحليل ظواهر المشاركة بشكل سلبي دون الحديث عن الحلول، واللامركزية واحدة من مستويات الحكم المحلي التي تهدف إلى مواجهة التحليل الإعلامي السلبي من جهة وتُحاول تنمية المجتمعات من جهةٍ أخرى.

قبل الشروع في تسليط الضوء على واقع المشاركة في الانتخابات اللامركزية التي جرت في 15 آب 2017 بالتزامن مع الانتخابات البلدية لابد من الإشارة إلى مفهوم اللامركزية وأهميتها وأهدافها سعياً لتلمس مدى تحقق ذلك على الصعيد الأردني.

• مفهوم اللامركزية

تعددت التعريفات التي تشرح مفهوم اللامركزية فقد عرفها "أنجل" بأنها "مجموعة الإصلاحات السياسية التي تهدف إلى نقل أو تحويل أو تفويض مسؤوليات من سلطة أعلى إلى أخرى أدنى في الحكومة". "هينري ماديك" عرف اللامركزية بأنها "تفويض الإدارة المركزية الصلاحيات المناسبة للإدارات البعيدة عن المركز جغرافياً للقيام بمهام محددة"⁽¹⁾.

(1) فرح، ديس، مفاهيم حول المركزية و اللامركزية، وزارة الشؤون السياسية و البرلمانية، 2015، ص 6

بصورة عامة فاللامركزية هي "إعادة توزيع السلطات والمهام في الدولة وعدم تركزها في العاصمة، وإشراك الدوائر والإدارات الحكومية في المحافظات باتخاذ القرار وعدم اقتصره على المركز كونها أقرب للمواطن وأكثر دراية باحتياجاته، وتجعله أكثر تفاعلاً مع المجتمع المحلي".

• مستويات اللامركزية

1 - نقل الصلاحيات: وهو أعلى درجات اللامركزية حيث تقوم على نقل المسؤوليات من المركز إلى المجالس المنتخبة في المناطق بحيث تصبح هذه المجالس قادرة على اتخاذ القرار دون الرجوع إلى السلطة المركزية.

2 - تفويض الصلاحيات: هو تحويل المجالس المنتخبة للقيام بمسؤوليات الحكومة المركزية مع الحفاظ على درجة من العلاقة المباشرة بين الحكومة المركزية وهذه المجالس.

3 - تخفيف التركيز الإداري: في هذا المستوى من اللامركزية يتم إنابة عدد محدد من الصلاحيات بالمجالس المنتخبة من قبل الحكومة المركزية ويعد هذا أضعف مستويات اللامركزية⁽¹⁾.

• محاور اللامركزية

تقوم اللامركزية على ثلاثة محاور وهي:

1 - اللامركزية السياسية: تحدد النظام السياسي وشكل المجالس المنتخبة وطريقة انتخابها وعددها.

2 - اللامركزية الإدارية: تحدد هيكل وتنظيم الإدارة المحلية وطريقة تنظيم العلاقة وصلاحيات ومسؤوليات مختلف الهياكل الإدارية.

3 - اللامركزية المالية: تحدد الصلاحيات المالية ودورها في إعداد السياسات والتخطيط بالإضافة للتصرف بالمخصصات بالقدر والشكل الملائم.

(1) مركز دلييك هوية، إلى اللامركزية في الأردن، 2015، ص 9-10

• أهداف اللامركزية

- 1 - زيادة المشاركة الشعبية في تحديد الأولويات والمشاريع ذات الأهمية للتطبيق الأمر الذي من شأنه رفع درجة الوعي لدى المجتمع المحلي بأولوياته وزيادة التركيز على الحلول بعيداً عن الإحباط والتفكير بدرجة التهميش الذي تعانیه منطقة ما.
- 2 - ضمان أفضل الاستخدامات للموارد المتاحة على مستوى المحافظات وتوزيعها بالشكل الأمثل على المحافظات.
- 3 - تحسين كفاءة الإدارات المحلية وتعميق خبرات الأعضاء المنتخبين والإداريين.
- 4 - تحقيق العدالة في توزيع الموارد بما يتوافق مع الاحتياجات للمواطنين ومناطقهم.
- 5 - تحسين كفاءة وجودة الخدمات الحكومية المقدمة في المحافظات⁽¹⁾.

• اللامركزية في المملكة الأردنية الهاشمية

بدأ الحديث عن اللامركزية في الأردن خلال الأعوام 2004 و2005، حيث أشار جلالة الملك عبد الله الثاني بن الحسين إلى ضرورة إعطاء استقلالية أكبر للمؤسسات على المستوى المحلي، حيث كان التركيز في ذلك الوقت على فكرة الأقاليم الثلاث وتوزيع المحافظات عليها، انطلاقاً من مبدأ أن سكان الأقاليم هم أكثر معرفة باحتياجاتها وتم تشكيل اللجنة الملكية للأقاليم.

الأفكار كانت تتحدث عن إنشاء مجلس لكل إقليم بحيث يقوم كل مجلس بأدوار كانت محصورة في الحكومة المركزية كأن تكون مجالس الأقاليم مسؤولة عن الاستثمار والمرافق العامة والعمل الحكومي على مستوى الأقاليم.

في العام 2008 أعاد الملك الإشارة للامركزية ولكن على مستوى المحافظة حيث قال: "إن رؤيتنا للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، تسير جنباً إلى جنب، مع رؤيتنا في التنمية السياسية، التي تهدف إلى توسيع قاعدة المشاركة في عملية صنع القرار وتنفيذه، وتعزيز

(1) اللامركزية المالية في الأردن - تعزيز دور المحافظات في تحسين الخدمات العامة، ورقة سياسية صادرة عن وزارة المالية، 2017، ص 11-12، 23

مبادئ المشاركة والمساءلة وتكافؤ الفرص. كما أن المشاركة في صنع القرار وتنفيذه، وخاصة في المحافظات، تستدعي التفكير في أسلوب إدارة محلية، يميل إلى اللامركزية". بالنظر إلى 2015 جاءت الفكرة التي ركز عليها الملك من تطبيق اللامركزية، حيث يُلاحظ أن من أهداف اللامركزية يُلاحظ أن من أهداف اللامركزية أيضاً تعزيز انخراط الأفراد والمجتمعات في صياغة السياسات وصناعة المستقبل الأمر الذي يستدعي البحث عن المعلومة الصحيحة والعمل على توفيرها والتأكد منها في ظل تنوع مصادر المعلومة وفي ظل التأكيد الملكي على تعزيز مبادئ المساءلة. في العام 2015 جاءت صياغة مسودة مشروع قانون اللامركزية الذي عُرض على مجلس الأمة⁽¹⁾.

في إطار الحديث عن الفترة التي سبقت انطلاق تجربة اللامركزية على مستوى المحافظات بشكل عملي أثرت العديد من التساؤلات حول معوقات وأسباب عدم ظهور أثر لتجربة الأقاليم والتأخر في تطبيق اللامركزية على مستوى المحافظات ولعل هذه المعوقات تظهر الآن بعد عام على التجربة، حيث أشار عز الدين كناكريه وزير المالية الحالي في مقال نُشر في العام 2013 تحت عنوان "اللامركزية ومعوقات تنفيذها" موضحاً أن المعوقات متعلقة بالإطار التشريعي، وغياب الحوارات اللازمة بين القطاعين العام والخاص والمجتمع المدني لغايات إعداد التشريعات اللازمة، غياب الخطط والبرامج التنفيذية الواضحة والمحددة بإطار زمني لإنجاز مختلف الإجراءات المتعلقة باللامركزية، تعدد الجهات الإدارية المشرفة على اللامركزية وعدم وجود جهة واحدة للمتابعة والتنسيق، وأخيراً عدم وجود المخصصات المالية الكافية لرفد وتطوير القدرات الخاصة بالكوادر الفنية والإدارية لتنفيذ الإجراءات المطلوبة بكفاءة.

• انتخابات اللامركزية للعام 2017

قبل الحديث عن تفاصيل يوم الانتخاب تجدر الإشارة إلى أهمية الدور الذي مُنح للإعلام لتغطية العملية الانتخابية حيث دأبت منظمات المجتمع المدني على التثقيف والتوعية باللامركزية وإطارها القانوني، وقد استهدفت بشكل خاص الإعلاميين بذلك، حيث صدر عن مركز حماية وحرية الصحفيين دليل الإعلامي لتغطية الانتخابات اللامركزية، ليُحيط الإعلامي والصحفي بكافة جوانب اللامركزية

(1) مركز دليكم هوية، إلى اللامركزية في الأردن، 2015، ص 9-10

من حيث القانون والمفهوم، إضافة إلى أن اللامركزية تضع الإعلام أمام واقع جديد يفرض عليه أدوراً هامة ليكون إعلاماً إيجابياً يتناسب والواقع الجديد الذي يفرضه تطبيق اللامركزية وهذه الأدوار تتلخص بما يلي:

- 1 - تبني قضايا المجتمع المحلي بفئاته المختلفة.
 - 2 - تمكين المجتمع المحلي من الحصول على المعلومات حول كافة قضاياها.
 - 3 - ضمان تدفق المعلومات من المجتمع للإدارة المحلية وبالعكس.
 - 4 - رفع الوعي لدى الرأي العام بأهمية تبني قضايا المجتمع المحلي.
- إن قيام الإعلام بدوره على المستوى المحلي يجعل منه إعلاماً مجتمعياً تنموياً يمارس دوره بشكل إيجابي سواء في تغطية الانتخابات أو ما بعدها⁽¹⁾.

جرت انتخابات اللامركزية أو مجالس المحافظات بموجب قانون اللامركزية رقم 49 لسنة 2015 بالتزامن مع الانتخابات البلدية بتاريخ 15 آب 2017، وقد سبق يوم الاقتراع جولات توعية باللامركزية عملت عليها الهيئة المستقلة سعياً للتعريف بالتجربة كونها الأولى من نوعها، وتم انتخاب أعضاء مجالس المحافظات البالغ عددهم 335 عضواً بها فيها الكوتا المخصصة للنساء والبالغ عددهم 32 مقعداً، إضافة إلى 45 عضو يتم تعيينهم بموجب القانون حيث جرت الانتخابات في 158 دائرة انتخابية. وبلغ عدد مراكز الاقتراع 1440 مركزاً من بينها 18 صالة رياضية تم اعتمادها للمرة الأولى كمراكز اقتراع، ويُذكر أن عدد من يحق لهم الاقتراع هو 4 ملايين و110 آلاف ناخب وناخبة. (هديل غبون 2017) بلغ عدد المرشحين والمرشحات لعضوية مجالس المحافظات 1239 مرشحاً ومرشحة بينهم 117 مرشحة بنسبة 9٪.

الجدول (1) توزيع المرشحين على المحافظات

عدد المرشحين	المحافظة
172	اربد
86	عجلون

(1) الخمايسة، نورد الدين والوحش، عبدالكريم، دليل الإعلامي لتغطية الانتخابات اللامركزية، مركز حماية وحرية الصحفيين، 2017، ص 26.

54	جرش
137	المفرق
103	البلقاء
221	العاصمة
129	الزرقاء
67	مأدبا
97	الكرك
65	الطفيلة
56	معان
52	العقبة
1239	المجموع

بالنسبة لمعدلات الاقتراع وهي عادة ما تكون أبرز المؤشرات التي يتم التركيز عليها في الانتخابات فقد وصلت إلى 32٪ وفق ما أعلنته الهيئة المستقلة للانتخاب، وبلغت نسبة الشباب المقترعين الذين تتراوح أعمارهم من 18 إلى 35 سنة 43٪، أما نسبة الإناث المقترعات فقد بلغت 48٪ مقابل 52٪ للذكور وحول أعلى نسب الإقبال فقد كانت في محافظة عجلون الأكثر إقبالاً والجدول يوضح نسب المشاركة في كل محافظة⁽¹⁾.

الجدول (2) نسب الاقتراع على مستوى المحافظات

المحافظة	نسبة الاقتراع
اربد	43%
عجلون	63%
جرش	57%

(1) صحيفة الرأي 61/8/7102، الموقع الإلكتروني:

<http://alrai.com/article/10402286/> %D9 %85 %D8 %AD %D9 %84 %D9 %8A %D8 %A7 %D8 %AA/ %D8 %A7 %D9 %84 %D9 %87 %D9 %8A %D8 %A6 %D8 %A9- %D8 %AA %D8 %B9 %D9 %84 %D9 %86- %D9 %86 %D8 %AA %D8 %A7 %D8 %A6 %D8 %AC- %D8 %A7 %D9 %84 %D8 %A7 %D9 %86 %D8 %AA %D8 %AE %D8 %A7 %D8 %A8 %D8 %A7 %D8 %AA- %D8 %A7 %D9 %84 %D8 %A8 %D9 %84 %D8 %AF %D9 %8A %D8 %A9- %D9 %88 %D8 %A7 %D9 %84 %D9 %84 %D8 %A7 %D9 %85 %D8 %B1 %D9 %83 %D8 %B2 %D9 %8A %D8 %A9

المفرق	60 %
العاصمة	16 %
البلقاء	39 %
الزرقاء	20 %
مادبا	47 %
الكرك	56 %
الطفيلة	53 %
معان	53 %
العقبة	35 %

من الواضح أن البعد التنموي الذي اكتسبته انتخابات مجالس المحافظات لم يؤثر بمعدلات الإقبال على الاقتراع علاوة على ذلك فقد سجلت العاصمة وتليها الزرقاء أقل معدلات الإقبال على صناديق الاقتراع، مما يؤثر على حضور الدور العشائري مع الإشارة إلى أن البعد القبلي والعشائري ليسا حاضرين بقوة في محافظتي العاصمة والزرقاء كذلك فنسب الاقتراع بمؤشراتها مشابهة لنظيرتها في الانتخابات النيابية. بالعودة إلى البعد العشائري فإن ما يعززه في انتخابات مجالس المحافظات هو حضور الروابط القبلية على مستوى الجغرافيا سواءً عند انتخاب المجالس البلدية او اللامركزية، وما يزيد من أهمية الدور العشائري لا يرتبط فقط بفترة الاقتراع بل يتعداها إلى ما بعد الانتخابات ومسألة تقديم الخدمات التنموية خاصة وأن التواجد العشائري تحكمه الجغرافيا في معظم المحافظات، وفي هذا الجانب لا بد من الإشارة إلى دور اللامركزية في الحد من العشائرية فالنهوض بالتجربة من شأنه التخفيف من دور العشائرية في تقديم الخدمات.

بالعودة إلى نسب ومعدلات الاقتراع يبدو بأن إجراء الانتخابات البلدية واللامركزية في يوم واحد ساهم في رفع معدلات الاقتراع، وإن كانت الأرقام في مجملها غير مرضية إلا أن ذلك جاء كون أن وجود مرشحين أكثر يعني بالضرورة زيادة عدد الناخبين، إضافة إلى أن تشكل القوائم ساهم في رفع نسب الاقتراع حيث تشكلت القوائم من مرشحين للمجالس البلدية والمحلية واللامركزية، ومنح الناخب صوتين

مما أفسح المجال أمام مقايضة الأصوات فالناخب يقوم بالاقتراع على مستوى رئاسة البلدية وعضوية المجلس البلدي ومجلس المحافظة.

• أسباب ضعف المشاركة في الاقتراع

يعود ضعف المشاركة في الانتخابات البلدية واللامركزية إلى عدة أسباب تتشابه بشكل كبير مع أسباب ضعف المشاركة في الانتخابات النيابية وتتلخص هذه الأسباب بما يلي:

1 - قناعة شريحة واسعة من المواطنين بعدم أهمية المشاركة لعدم قدرة المجالس على المشاركة في اتخاذ القرار، خاصة في ظل ضعف الثقة في مجلس النواب، وضعف أداء الأخير خاصة فيما يتعلق بثني الحكومة عن السياسات الاقتصادية التي أرهقت المواطن وفي هذا السياق يقع على عاتق الإعلام دور هام في التوعية والتثقيف بأهمية المشاركة وحق الأغلبية الصامتة على الترشح والاقتراع، لإفراز مجالس منتخبة وممثّلة لشرائح وفئات المجتمع.

2 - ضعف قانون اللامركزية فالقانون لم يمنح المجالس المنتخبة الصلاحيات الكافية التي من شأنها تعزيز دور وفاعلية هذه المجالس وغياب الدور الرقابي لهذه المجالس على المجالس التنفيذية فالقانون اكتفى بمنح مجالس المحافظات صلاحية الإطلاع.

3 - ضعف المشاركة الحزبية والتي سيتم تناولها فيما بعد، إضافة إلى ضعف الوعي باللامركزية وقانونها كونها تُطبق للمرة الأولى فلم تكن البرامج والشعارات حاضرة بقوة في هذه الانتخابات⁽¹⁾.

(1) حوراني، هاني، الانتخابات البلدية واللامركزية في الأردن. رهانات وقانونان جديان، 2017/8/15، موقع العربي الجديد الرابط التالي:

<https://www.alaraby.co.uk/opinion/2017/8/14/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%86%D8%AA%D8%AE%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%84%D8%AF%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%84%D8%A7%D9%85%D8%B1%D9%83%D8%B2%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B1%D8%AF%D9%86-%D8%B1%D9%87%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D9%82%D8%A7%D9%86%D9%88%D9%86%D8%A7%D9%86-%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%AF%D8%A7%D9%86>

• المشاركة الحزبية

تعد الانتخابات البلدية واللامركزية فرصة هامة للأحزاب من أجل قياس مستوى شعبيتها وتوسيع قاعدتها الجماهيرية، فالانتخابات البلدية واللامركزية انتخابات ذات بعدٍ خدمي تلامس احتياجات المواطن بشكل مباشر، بالتالي فهي فرصة للأحزاب لتقديم برامجها الخدمية وتطبيقها على الأرض.

اتسمت مواقف عموم التيارات الحزبية بالإيجابية من المشاركة ترشحاً وانتخاباً ووفق دراسة أعدتها وزارة الشؤون السياسية والبرلمانية بلغ عدد الأحزاب المشاركة في الانتخابات 31 حزباً سياسياً ترشح عنها 117 مرشحاً ومرشحة، وقد حصلت هذه الأحزاب على 30 مقعداً وفق ما أوضحت الدراسة الصادرة عن وزارة الشؤون السياسية والبرلمانية بنسبة 26٪ مما يؤثر على ضعف الحضور الحزبي، خاصة وأن الغالبية العظمى من الأحزاب السياسية لم تُفصح عن قوائم مرشحيها باستثناء حزب جبهة العمل الإسلامي الذي أعلن عن مشاركته من خلال التحالف الوطني للإصلاح الذي بلغ عدد مرشحيه 32 فاز منهم 11 مرشحاً⁽¹⁾.

حزب المؤتمر الوطني "زمزم" حصل على 3 مقاعد علماً أن عدد مرشحي الحزب 7، أما الوسط الإسلامي بلغ عدد مرشحيه 12 فاز منهم 3 بعضوية مجالس المحافظات. هناك أيضاً من الأحزاب التي خاضت الانتخابات الحزب الشيوعي والشعب الديمقراطي بمرشحين لكل حزب ولم يحالفهما الحظ.

الأحزاب الوسطية اتسمت مشاركتها بعدم الوضوح فقد غابت البرامج وهناك من الأحزاب من تعمد عدم الإفصاح عن قوائم مرشحيه.

إن المشاركة الحزبية في انتخابات مجالس المحافظات لم تكن واضحة المعالم فالسلوك الانتخابي لم يتسم بالشفافية فالتابع لواقع الحضور الحزبي يلحظ سلوكيات انتخابية للأحزاب وهي:

1 - التركيز على التصريح بالمرشحين الأوفر حظاً للفوز في الانتخابات دون سواهم من مرشحي الحزب مع التنويه لغياب الطابع الحزبي عن برامجهم.

(1) دراسة تحليلية حول الانتخابات البلدية واللامركزية، وزارة الشؤون السياسية والبرلمانية، 2017.

2 - أحزاب أعلنت بعد الانتخابات عن حزبية مرشحين فائزين

3 - أحزاب أفصحت عن أعداد المرشحين دون الإشارة إليهم في وسائل الإعلام أو منصات الحزب

4 - ركزت الأحزاب السياسية بشكل كبير عبر أنشطتها التي سبقت الانتخابات على الجانب التوعوي بأهمية اللامركزية والتثقيف بالقانون في حين غاب الطابع الحزبي عن حالة الترشح.

5 - بالنسبة للحزب الوحيد الذي شكل قوائم مُعلنة ممثلة بالتحالف الوطني للإصلاح فقد عوّل في تشكيل قوائمه على اختيار شخصيات ذات ثقل اجتماعي، إضافة إلى التعويل على شخصيات نقابية مثل نقيب المعلمين السابق حسام مشة الذي فاز بعضوية مجلس محافظة العاصمة، كما ركز التحالف على المقاعد المخصصة للكوتا كأحد الأدوات التي تساهم في جني المزيد من المقاعد.

بالعودة إلى ضعف الحضور الحزبي أكد رئيس الهيئة العليا للانتخابات في حزب الوسط الإسلامي د. هايل الداود أنه لا يوجد أمام المرشحين والناخبين سوى الخيار العشائري، وعلل ذلك بضعف القوانين الانتخابية واعتبرها ليست في صالح الأحزاب، إضافة إلى ضعف الأحزاب وعدم قدرتها على أن تكون بديلة عن الدعم العشائري⁽¹⁾.

• واقع مشاركة المرأة في انتخابات مجالس المحافظات

يمنح قانون اللامركزية 10٪ من مقاعد مجالس المحافظات للنساء، حيث يصل لمجلس المحافظة الحاصلات على أعلى الأصوات في المحافظة من غير الفائزات ويبلغ عدد مقاعد الكوتا النسائية 32 مقعد من أصل 335، إضافة إلى ثلث المُعينين من قبل مجلس الوزراء بما لا يزيد عن 15٪ من عدد أعضاء المجلس المنتخبين أي 17 سيدة من أصل 54 يُعينهم مجلس الوزراء.

بلغت نسبة الإناث ممن أدلوا بأصواتهن في الانتخابات 48٪ مقابل 52٪ للذكور، وهذه النسبة تعتبر نسبة مرتفعة تؤشر على ضعف الثقة بقدرات النساء بالتالي العزوف

(1) الطراونة، محمود، صحيفة الغد، العدد 4675، 15/8/2017 ص 5

عن انتخابهن، مع إعادة التنويه أن عدد المرشحات بلغ 116 سيدة بنسبة 9٪ و قد بلغ مجموع النساء في مجالس المحافظات 52 سيدة فازت 3 سيدات بالتنافس وحصدن 6498 صوتاً و32 سيدة بالكويتا وحصلن على 43969 صوت و17 بالتعيين والجدول أدناه يوضح تواجد النساء في مجالس المحافظات سواءً عبر الكويتا أو التعيين،

الجدول (3) توزيع النساء في مجالس المحافظات

المحافظة	عدد مقاعد الكويتا	عدد المقاعد بالتعيين
اربد	4	2
عجلون	2	1
جرش	2	1
المفرق	4	2
العاصمة	5	3
البلقاء	2	1
الزرقاء	3	2
مادبا	2	1
الكرك	2	1
الطفيلة	2	1
معان	2	1
العقبة	2	1
المجموع	32	17

• ما بعد الانتخابات

تقييم تجربة اللامركزية ومدى نجاحها في تحقيق أي هدفٍ من أهدافها يستوجب الإشارة إلى العقبات التي قد تواجه طريق الانتقال إلى اللامركزية والوقوف على درجة تعرض التجربة الأردنية لتأثيرها.

أشار الباحث توم كاروترز أحد أبرز الخبراء في مجال الانتقال الديمقراطي إلى وجود ثلاثة عقبات تواجه مختلف الدول عند الانتقال إلى اللامركزية هي ما يلي:

1 - تمسك السلطة المركزية باتخاذ القرار في العديد من المجالات خاصة المالية منها وعدم نقلها إلى الأقاليم.

2 - غياب الوضوح في قوانين اللامركزية خاصة فيما يتعلق بالصلاحيات الممنوحة للمحافظات وبذل الوقت والجهد الكبيرين في شرح وتوضيح هذه القوانين.

3 - التنافسية بين المجالس في ظل ظهور فئة جديدة من المنتخبين وهي مجالس المحافظات تُنافس المجالس الأخرى. ضعف الخبرات الفنية والإدارية المطلوبة لدى أعضاء مجالس المحافظات أنفسهم.

بالنظر إلى النقاط السابقة نجد أن اللامركزية في الأردن تمر بالعقبات أعلاه بالتالي فالوصول إلى اللامركزية الحقيقية يستلزم مراجعة مختلف أركان التجربة بدءاً من القانون ومروراً بالعلاقة بين دوائر ومؤسسات الدولة⁽¹⁾.

جاء تقرير اللجنة الوزارية الخاص بتقييم اللامركزية مُشيراً إلى غياب الإنجازات بعد عشر أشهر على انتخاب مجالس المحافظات فيما أنفق ما لا يتجاوز 10 ٪ من موازنات مجالس المحافظات حيث قُدر حجم الإنفاق بـ 10 ملايين من أصل 122 مليون حُصصت للمحافظات كافة وقد عُلل ذلك ببطء إجراءات تفعيل عمل مجالس المحافظات، كما أن المواطن وفقاً للتقرير لم يلمس تغييراً على الصعيد الخدمي أو التنموي في المحافظات، ومن معوقات التي واجهت اللامركزية عدم توفر المقرات المستقلة الخاصة بالمجالس، عدم إعطاء أعضاء المجلس التنفيذي وهم مدراء الدوائر بالمحافظات الصلاحيات الكافية بالتالي فالكثير من المشاريع والإجراءات تنتظر موافقة الحكومة في المركز، ضعف الخبرات الفنية والإدارية للأعضاء، حيث طالب التقرير بتنسيق برامج تدريب لرؤساء وأعضاء المجالس.

التشريعات الناظمة لعمل اللامركزية:

لابد بدايةً من تسليط الضوء على التشريع الناظم لعمل هذه المجالس وما يحتاجه من تعديل وتطوير للنهوض بدور مجالس المحافظات.

• قانون اللامركزية

عند تناول قانون اللامركزية بصورته الحالية يُشار إلى العديد من الملاحظات والتي من أبرزها العمومية فيما يتضمنه من مواد مما يجعل الأمر أكثر صعوبة في الفهم والتطبيق في ظل

(1) العشر، مروان، هموم اللامركزية، صحيفة الغد، 23/5/2018

حادثة التجربة فأثر العمومية في القانون يظهر تأثيرها في تداخل وتشابك الصلاحيات بين المجالس والحكّام الإداريين الأمر الذي يشكل تحدياً رئيسياً يتمثل في غياب التكاملية في العمل بين مختلف أجهزة الدولة من إدارات ومجالس نتيجة تداخل الأدوار، الأمر الذي من شأنه إحداث تنازع على الصلاحيات والأدوار بدلاً من التكامل في تنفيذها.

أما الدور الخدمي فمرتبط بمهام وصلاحيات مجالس المحافظات ومدى استقلالية هذه المجالس، وفي هذا الإطار فالمادة السادسة الفقرة (أ) تنص على استقلالية مجالس المحافظات مالياً وإدارياً في حين أن موازنات مجالس المحافظات تعد جزءاً من الموازنة العامة للدولة بمعنى أن موارد المحافظات تأتي من الحكومة، وسقف الإنفاق لهذه الموازنة تُحدد من وزارة المالية.

إن قانون اللامركزية لم يمنح مجالس المحافظات التي تحمل صفة المجلس التشريعي داخل المحافظة أية أدوات رقابية كالأستجواب على سبيل المثال، ليكون قادراً على الإشراف على المجلس التنفيذي الذي يعد بمثابة مجلس الوزراء داخل المحافظة مما يعني أن قوة مجلس المحافظة التي يستمدّها من صلاحياته غير موجودة نظراً للمحدودية هذه الصلاحيات، ومن التعديلات التي يمكن أن تُجرى على قانون اللامركزية شمول جميع الأعضاء بالانتخاب فقد يؤدي ذلك إلى تعزيز الغاية من اللامركزية وهي إشراك المواطن في اتخاذ القرار، إضافة إلى أن معالجة الضعف بقدرات المجالس يكمن عبر تمكين وتطوير قدرات الأعضاء.

فيما يتعلق بنظام الانتخاب فباعتقاد نظام القائمة النسبية المفتوحة في انتخاب مجلس النواب لا تبدو هناك حاجةً لاعتماد نظام انتخاب فردي في مجالس المحافظات فممنح صوت واحد لدوائر خصص لها مقعد وصوتين على الأكثر لدوائر قد يُخصص لها أكثر من مقعدين مع إمكانية الإدلاء بصوت واحد يعيدنا لمربع الصوت الواحد الذي تمت مغادرته في انتخابات مجلس النواب.

سعيًا لتعزيز مشاركة المرأة ورفع معدلات إقبالها سواء ترشحاً أو تصويتاً فالمطالبة برفع نسبة الكوتا لـ 25٪ يبدو أمراً إيجابياً من شأنه تحفيز مشاركة النساء⁽¹⁾.

(1) الخمايسة، نورد الدين و الوحش، عبدالكريم، دليل الإعلامى لتغطية الانتخابات اللامركزية، مركز حماية وحرية الصحفيين، 2017، ص 26

في إطار الحديث عن الصلاحيات وعدم وضوحها فالمادة الثامنة الفقرة (أ) البند رقم 3 ينص على "إطلاع مجالس المحافظات على كيفية تنفيذ الموازنات السنوية لبلديات المحافظة"، وهنا تبدو ماهية الإطلاع غير واضحة، خاصة وأن كلا المجلسين البلدي والمحافظة منتخبين ولا يجوز أن يتغول أحدهما على الآخر، بالتالي تبدو عبارة الإطلاع غير واضحة المغزى أو الهدف.

• الإجراءات الإدارية

إن القرار الحكومي برفع سقف الإنفاق للمديريات من 200 ألف إلى مليون دينار يؤثر على أن انخفاض سقف الإنفاق قد شكل عائقاً أمام إنجاز مجالس المحافظات كما أن موازنات المحافظات قد ارتفعت في العام 2019 مقارنة بالعام 2018 والجدول أدناه يوضح موازنة كل محافظة خلال العامين 2018 و2019 بموجب قوانين الموازنة للعامين 2018 و2019.

الجدول (4) موازنات المحافظات للأعوام 2018 و2019

المحافظة	موازنة 2018/ مليون	موازنة 2019 / مليون
أربد	23,353	30,380
عجلون	16,007	21,195
جرش	15,150	20,185
المفرق	19,277	25,835
العاصمة	34,938	46,480
البلقاء	16,616	22,725
الزرقاء	20,606	27,790
مادبا	13,853	20,170
الكرك	14,591	22,240
الطفيلة	13,940	20,665
معان	19,283	26,170
العقبة	15,286	19,165
المجموع	222,9	303

عند الحديث عن موازنات المحافظات لابد من الإشارة إلى معايير واليات تحديد الموازنة الخاصة بالمحافظات حيث يتم توزيع 30 % من إجمالي ما هو مخصص لمشاريع

الرأسمالية بالتساوي على جميع المحافظات، أما 70 ٪ المتبقية فتوزع وفق معادلة تأخذ بعين الاعتبار بحسب المعايير التالية:

1 - 25 ٪ كوزن لنسبة الفقر في المحافظة

2- 25 ٪ كوزن لنسبة البطالة في المحافظة

3 - 35 ٪ كوزن لعدد السكان في المحافظة

4 - 5 ٪ كوزن لمساحة المحافظة

5 - 10 ٪ كوزن لعدد المنشآت الاقتصادية في المحافظة

مع التأكيد على مراجعة وتعديل المعايير سنوياً لتعكس التطور الحاصل في تنفيذ اللامركزية⁽¹⁾.

في سياق الحديث عن الإجراءات فقد أعاد رؤساء مجالس المحافظات التأكيد خلال لقاءهم مع جلالة الملك على ضرورة الحد من البيروقراطية الإدارية، إضافة إلى التأكيد على إشراك المجالس في تحديد الاحتياجات الاستثمارية للمحافظات، في هذا الجانب لا بد من التأكيد على أهمية توحيد المرجعية خاصة وأن القانون يمنح وزارة الداخلية صفة المرجعية في حين أن هناك قرار من رئاسة الوزراء يوزع مهام متابعة ملف اللامركزية بين وزارات الداخلية والشؤون السياسية والتخطيط والتعاون الدولي، مما يرفع من درجة الغموض وضعف التنسيق بين الأطراف المعنية نتيجة تشعبها.

عن العلاقة بين المجالس فتبدو العلاقة بين مجالس المحافظات ومجلس النواب غير صحية خاصة وأن العامل الخدمي يعد عاملاً هاماً، في وصول النواب إلى قبة البرلمان، في حين أن واحداً من مقاصد اللامركزية يتمثل بتركيز النواب على الدور التشريعي والرقابي وإبلاء الدور الخدمي لمجالس المحافظات، وفي هذا الجانب ظهرت عدة مؤشرات منها المشاهدات التي شهدتها إحدى جلسات اللجنة المالية النيابية ومطالبة أحد النواب بتخفيض موازنات مجالس المحافظات.

(1) اللامركزية المالية في الأردن - تعزيز دور المحافظات في تحسين الخدمات العامة، ورقة سياسية صادرة عن وزارة المالية، 2017، ص 23.

الخاتمة

تبدو تجربة اللامركزية بحاجة للمراجعة والتطوير بجوانبها القانونية والتنفيذية والمالية، فقد شهدت اختلالات واضحة في طريقة تنفيذها، وقد يبدو ذلك طبيعياً بالنظر لكونها تجربة وليدة على الساحة الأردنية، إلا أن نجاحها يتطلب العديد من الإجراءات التي يمكن إجمالها بما يلي:

1 - إصلاح قانون اللامركزية والتشريعات الأخرى المرتبطة به والتي قد تتقاطع معه عند الشروع بالتطبيق، ومراعاة منح مجالس المحافظات والمجالس التنفيذية مزيداً من الصلاحيات بما يكفل تعزيز دورها.

2 - توفير المقرات والكوادر الإدارية والفنية المدربة لجالس المحافظات تحقيقاً لواحد من درجات الاستقلالية الغائبة في ظل الاستمرار بالاجتماع في مقر الحاكم الإداري

3 - إشراك مجالس المحافظات في وضع الموازنات وإعداد الخطط والاستراتيجيات التنموية.

4 - فك الاشتباك والتدخلات في الصلاحيات بين المجالس المنتخبة.

5 - تطوير قدرات أعضاء مجالس المحافظات والمجالس التنفيذية في مجالات إعداد الموازنات وأدلة الاحتياجات وتنفيذها على الأرض.

6 - إعداد قانون انتخاب يقلص من فاعلية الدور الخدمي كأساس لنجاح النواب، والسعي لان يفرز هذا القانون برلماناً حزبياً يركز على التشريع ومراقبة أداء الحكومة.

7 - تفعيل دور الجمعيات ومؤسسات المجتمع المدني والمحلي، وإشراكها في وضع السياسات والاستراتيجيات لما له من دور في تنمية قدراتها وتعزيز دورها في تنمية المجتمع والقضاء على الإحساس بالتهميش.

8 - ضبط الإعلام بأنواعه المختلفة وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي وتوخي الدقة في نشر المحتوى لتجنب نشر الصور والأفكار السلبية، وتعزيز الدور التوعوي والثقافي للمؤسسات الإعلامية فيما يخص القوانين والتشريعات والأدوار، إضافة إلى التوعية بأهمية المشاركة السياسية.

المراجع

- 1 - اللامركزية المالية في الأردن - تعزيز دور المحافظات في تحسين الخدمات العامة، ورقة سياسية صادرة عن وزارة المالية، 2017، ص 11-12، 23
- 2 - التقرير التفصيلي لمجريات العملية الانتخابية للانتخابات البلدية ومجالس المحافظات، الهيئة المستقلة للانتخابات 2017، ص 114
- 3 - دراسة تحليلية حول الانتخابات البلدية واللامركزية، وزارة الشؤون السياسية والبرلمانية، 2017.
- 4 - فرح، د.يس: مفاهيم حول المركزية واللامركزية، ورقة عمل قُدمت في ورشة عمل بعنوان تطبيق اللامركزية العمل الإداري والمالي بجامعة القضايف، 2015، ص 6
- 5 - قانون الموازنة العامة لسنة 2018
- 6 - قانون الموازنة العامة لسنة 2019
- 7 - مركز هوية، دليلك إلى اللامركزية في الأردن، 2015، ص 9-10
- 8 - الطراونة، محمود، صحيفة الغد، العدد 4675، 15 / 8 / 2017 ص 5
- 9 - غبون، هديل، صحيفة الغد، العدد 4675، 15 / 8 / 2017 ص 4
- 10 - المعشر، مروان، هموم اللامركزية، صحيفة الغد، 23 / 5 / 2018
- 11 - الخمايسة، نورد الدين و الوحش، عبدالكريم، دليل الإعلامي لتغطية الانتخابات اللامركزية، مركز حماية وحرية الصحفيين، 2017، ص 26
- 12 - حوراني، هاني، الانتخابات البلدية واللامركزية في الأردن.. رهانات وقانونان جديان، 15 / 8 / 2017، موقع العربي الجديد الرابط التالي:

<https://www.alaraby.co.uk/opinion/2017/8/14/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%86%D8%AA%D8%AE%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%84%D8%AF%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%84%D8%A7%D9%85%D8%B1%D9%83%D8%B2%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B1%D8%AF%D9%86-%D8%B1%D9%87%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D9%82%D8%A7>

%D9 %86 %D9 %88 %D9 %86 %D8 %A7 %D9 %86- %D8 %AC %D8 %AF
%D9 %8A %D8 %AF %D8 %A7 %D9 %86

صحيفة الرأي 16 / 8 / 2017، الموقع الإلكتروني:

<http://alrai.com/article/10402286/> %D9 %85 %D8 %AD %D9 %84 %D9 %8A
%D8 %A7 %D8 %AA/ %D8 %A7 %D9 %84 %D9 %87 %D9 %8A %D8 %A6
%D8 %A9- %D8 %AA %D8 %B9 %D9 %84 %D9 %86- %D9 %86 %D8 %AA
%D8 %A7 %D8 %A6 %D8 %AC- %D8 %A7 %D9 %84 %D8 %A7 %D9 %86
%D8 %AA %D8 %AE %D8 %A7 %D8 %A8 %D8 %A7 %D8 %AA- %D8 %A7
%D9 %84 %D8 %A8 %D9 %84 %D8 %AF %D9 %8A %D8 %A9- %D9 %88
%D8 %A7 %D9 %84 %D9 %84 %D8 %A7 %D9 %85 %D8 %B1 %D9 %83
%D8 %B2 %D9 %8A %D8 %A9

نشاطات الجمعية

المؤتمر العلمي السنوي

كلمات افتتاح المؤتمر العلمي السنوي

- كلمة سعادة أمين عام جمعية الخدمة الاجتماعية في اتحاد الجامعات العربية الأستاذة الدكتورة هدى سليم.
- كلمة سعادة أمين عام جمعية كليات الفنون الجميلة في اتحاد الجامعات العربية د. محمد الحاج.
- كلمة سعادة رئيس مجلس أمناء الجامعة الحديثة للإدارة والعلوم الدكتور حاتم علامي.
- كلمة أمين عام اتحاد الجامعات العربية معالي الأستاذ الدكتور عمرو عزت سلامة.

مداخلات في حلقات مناقشة البحث العلمي

- مداخلة سعادة النائب الدكتور فادي علامة.
- مداخلة رئيس تحرير جريدة السفير الأستاذ طلال سلمان.
- مداخلة أستاذة التخطيط الاجتماعي في كلية العلوم الاجتماعية في جامعة الكويت الدكتورة سهام القبندي.
- مداخلة مديع ومراسل تلفزيون لبنان الأستاذ وسيم عرابي

اللجنة العلمية لتقييم الأبحاث أثناء العرض

مديرو الجلسات العلمية

توصيات المؤتمر للعام 2019

بعض المشاهد من المؤتمر

جولة للباحثين العرب إلى بعض المعالم السياحية اللبنانية

نشاطات أخرى

كلمات افتتاح المؤتمر العلمي السنوي

كلمة سعادة أمين عام جمعية الخدمة الاجتماعية في اتحاد الجامعات العربية الأستاذة الدكتورة هدى سليم



صاحب الرعاية، رئيس مجلس الوزراء السيد سعد الحريري ممثلاً بالنائب السابق
الأستاذ محمد أمين عيتاني،

أصحاب الفضيلة،

أصحاب الدولة والمعالي والسعادة والسيادة،

رؤساء الجامعات،

القادة الأمنيين،

رؤساء الجمعيات والمؤسسات الاجتماعية،

المشاركين الأفاضل،

حضرات الضيوف والزملاء الكرام؛

أهلاً وسهلاً بكم في مؤتمرنا الدولي السابع "العمل الاجتماعي في مواجهة الإعلام السلبي".

أستهل حديثي بالشكر الجزيل لكل من ساهم في انعقاد هذا المؤتمر، وأخص بالشكر
صاحب الرعاية دولة رئيس مجلس الوزراء السيد سعد الحريري، كما أشكر معالي

الوزراء وسعادة النواب الذين سيشاركون في مداخلاتهم القيّمة خلال جلسات المؤتمر، وأشكر اتحاد الجامعات العربية وعلى رأسه الأمين العام سعادة الأستاذ الدكتور " عمرو سلامة " والجامعة الحديثة للإدارة والعلوم وعلى رأسها سعادة رئيس مجلس أمناء الجامعة الدكتور "حاتم علامي" ورؤساء الجلسات من أمنيين وإعلاميين وعمداء ورؤساء مؤسسات وأشكر الأساتذة الباحثين القادمين من الدول العربية الشقيقة ولبنان.

أشكر أيضاً لجتتي تحكيم أبحاث المؤتمر، وهيئة التحرير واللجنة التنظيمية، وأعضاء رابطة الاختصاصيين الاجتماعيين في الجامعة الحديثة للإدارة والعلوم الذين يدعمون مهنتهم في الجامعة وسوق العمل وأينما وجدوا.

يتناول مؤتمرنا هذا أبحاث ودراسات الأساتذة الباحثين العرب واللبنانيين ومداخلات رؤساء جلسات المؤتمر حول كيفية التغيير الحاصل في توجّهات الإعلام العربي التي تمثل مواقف سياسية ومصالح شخصية وطائفية وتقليد سلبي للآخرين.

أتمنى من إعلامنا العربي بشكل عام واللبناني بشكل خاص أن يتمثّل بقول الزعيم المناضل الراحل "مارتن لوثر كينغ" الذي قال: "لا بأس من الاستفادة من تجارب الغير، لكن تقليد الآخرين لا يعني أنك ستحصل على ما حصلوا عليه".

يحق لنا التساؤل عن دور الإعلام الوطني في توجيه وترشيد الشعب، لكن الواضح أن الإعلام العربي وخاصة اللبناني يصيغ ثقافة الحقد والكراهية لتحقيق المصالح الشخصية على حساب الوطن والمواطنين.

فمن البدييات أن يتصفّ الإعلام العربي بشكل عام بالصدق وعدم تغيير الحقائق وبث الثقة بين أفراد الشعب، والفكر السليم وعدم الخضوع للواقع السلبي وتصدير الأحكام إلا من أجل المصلحة العامّة والإبتعاد عن إثارة النزاعات وعرض المشاهد السلبية التي تدمر وطنية المواطن.

وبما ان الإعلام يمثل السلطة الرابعة عليه أن يكون صادقا وموضوعيا في نقل وتصوير الواقع وإلا يترهن لمجموعات سياسية أو طائفية.

فالإعلام ما هو إلا وسيلة تتكلم عن قضايا الشعب لا لتأجيج الشعب واللعب في مشاعره من جرّاء عرض البرامج غير الهادفة التي تسبّب الفوضى وتزيد من السلوك العنفي.

البعض منكم يدرك إنّ مهنة العمل الاجتماعي تعمل على ترسيخ العدالة الاجتماعية بغضّ النظر عمّن يتجاهلها من مسؤولين وساسة دول كما حصل مع الأقليات في دول العالم الذي جاهد قادتها للحصول على العدالة والمساواة وهنا ما يذكرنا بقول التربوي جون ماكسول "القادة يصبحون عظماء لا بنفوذهم، لكن بقدرتهم على تفويض القوة للآخرين".

أيها السادة...

العمل الاجتماعي مهنة علمية تؤمّن السلامة في قيادة المسيرة، كم منكم حاول أن يكون قائد طريق لكنه فشل في اكتشاف المرء؟

كم منكم يؤمن بأن قيادة المسار هي القضية؟؟ وكم منكم يدرك إن من أولويات مهنة العمل الاجتماعي قيادة المسيرة في مواجهة الإعلام السلبي وحماية الشعب من الفوضى، ومن العنف والحد من تفاقم المشاكل الاجتماعية. لا شكّ إنها المهنة الرائدة في تأمين العدالة الاجتماعية والحد من الجريمة وهي على استعداد دائم لقيادة مسيرة الرعاية الصحية والاجتماعية للأسرة والشعب وحماية الأجيال من الفقر والحرمان، وتأمين الخدمات الصحية للمسنين والمشرّدين والمسرحين من السجون وأسرههم، وذوي الإحتياجات الخاصة وتحسين الوضع الصحي والثقافي لأحياء العنف من نساء وأطفال ومراهقين ومسنّين وذوي الأمراض المزمنة والمدمنين على المخدرات والكحول.

كما تقود مهنة العمل الاجتماعي مسيرة العدالة الاجتماعية في التربية والتعليم وتنصّ تشريعات لتحسين وتغيير أوضاع الجماعات المهمشة.

إن مؤسسات حقوق الإنسان مهددة عربياً ودولياً من قبل السياسيين والشبكات الإرهابية، لهذا على مهنة العمل الاجتماعي مواجهة الواقع المؤلم الذي يدمر الأسس الحضارية للوطن والمواطن.

أما فيما يخص مهنة العمل الاجتماعي في لبنان التي وللأسف لا تزال دون تشريع من قبل مجلس النواب وذلك بسبب التناقضات الحاصلة بين المؤسسات التربوية للعمل الاجتماعي التي يجب ان تضع المبادئ الأساسية لحماية العمال الاجتماعيين الذين يكافحون في سوق العمل دون دعم ومساندة من مؤسساتهم، إضافة إلى مغالطة مفاهيم المجتمع والمؤسسات والكوادر التربوية الأخرى لهذه المهنة.

على سبيل المثال: إن الفنون الجميلة والموسيقى والترفيه الخاصة والصحة العقلية والمسرح الاجتماعي والمسرح الدرامي والصحة العامة والعدالة والجريمة وغيرها من حقول مهنية هي نظريات علاج في مهنة العمل الاجتماعي.

أعزائي الحضور والإختصاصيين الاجتماعيين...

علينا ألا نستسلم عندما تنتزع هوية أطفالنا، وعندما تنحدر العدالة الاجتماعية كمجرى المياه و حقوق الناس هي المجرى لهذه العدالة.

دعونا نستفيق من سباتنا العميق ونشابك الأيدي مع بعضها البعض ونحقق حلم الأجيال الصاعدة لتعيش في وطن تسوده العدالة الاجتماعية دون تمييز.

كلمة سعادة أمين عام جمعية كليات الفنون الجميلة في اتحاد الجامعات العربية الدكتور محمد الحاج



نوّه سعادة أمين عام جمعية كليات الفنون الجميلة في اتحاد الجامعات العربية الدكتور محمد الحاج في كلمته عن نشاط جمعية العمل الاجتماعي في اتحاد الجامعات العربية مشيراً إلى أهمية التعاون بين الجمعيتين كون جمعية الخدمة الاجتماعية تحوّل الفنون الجميلة إلى نظرية علاج لبعض الحالات التي تعاني من أزمات نفسية حادة.

وشكر في كلمته أمين عام اتحاد الجامعات العربية وأمين عام جمعية الخدمة الاجتماعية في اتحاد الجامعات العربية ورئيس مجلس أمناء الجامعة الحديثة للإدارة والعلوم.

كلمة سعادة رئيس مجلس أمناء الجامعة الحديثة للإدارة والعلوم الدكتور حاتم علامي



يشكل عنوان المؤتمر مدعاة إلى التوقف عند العلاقة بين العمل الاجتماعي والإعلام من لدن فهم تزايد تأثير التطور النوعي الذي شهدته مرحلة العولمة والثورة التكنولوجية بالنسبة إلى تزايد فاعلية الإعلام، ويعكس الاهتمام بدور العمل الاجتماعي في مجابهة الإعلام السلبي تطور نظريات العلوم الإنسانية ولاسيما علم الاجتماع في التعامل مع التحديات التي فرضتها التطورات الجديدة:

ليس الارتباط بين المضاعفات الجديدة لتطور الإعلام وتجليات الإعلام السلبي بالأمر الذي يتعدر تناوله لأنه جزء من حياتنا اليومية. فالعلاقة الناشئة عن موضوع التأثير الإعلامي في دائرة المخططات الهادفة إلى خلق عوامل جديدة تتناسب مع نشوء اختلالات في توظيف التطورات لصالح سعادة الإنسان وأخلاقياته.

السؤال الذي يواجهنا يتعلق بالوضعية الاجتماعية-الثقافية والبنوة السياسية والإقتصادية التي تشكل عصبها؛

فالإعلام في وجهه الإيجابي هو عصب الثورة المعرفية وفتح مسارات التواصل على الصعيد الكوني، وهو في هذا المنحى فرصة لا سابقة لها للتفاعل بين الحضارات والحوار بين الثقافات من أجل عالم يسوده السلام والإستقرار.

إلا أن مشهديات الإضطرابات التي يشهدها العالم والصراعات المطردة من أجل

السيطرة وتحقيق المصالح على صعيد العلاقات الدولية ومشاريع الهيمنة في الدول الإستعمارية والمصالح على مصير الشعوب ومصادرة حقوقها، هو الوجه السلبي الذي أدى إلى توظيف الإعلام في حرب إعلامية لبلبة السلام والإستقرار والطمأنينة. إن الإعلام السلبي في مضمونه السياسي والإقتصادي والثقافي هو الاستراتيجية التي تخل بعوامل العدالة والمساواة.

نميز هنا عدة أبعاد تتعلق:

بتوسع مدى الإعلام السلبي مع العولمة وثورة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، الخارجة عن السيطرة وغير الخاضعة لرقابة السياسات المعلنة، الأمر الذي يجعلها محركاً لإنحرافات وتأثيرات سلبية، على الصعيد الأول.

في جال آخر فإن الخلل القائم بين الثقافات المهيمنة والخصوصيات الثقافية تبرز إشكالية حضارية حيث يؤدي تأثير الإعلام في هذا المجال على إختلالات غير متناسبة مع حالة السكون وخطط التنمية والتطور على الصعيد الوطني.

إن الحديث الدائر عن ضرورة مواجهة الإعلام السلبي يتطلب بناء ثقافة تقوم على تنمية الحس النقدي، من خلال المعرفة، في عصر لا ينفع معه التقوقع والإختباء خلق شعارات لتغطية العجز عن بناء منظومة ثقافية-تربوية بحيث نراهن على جيل متعلم يشكل وقاية كافية في وجه الإسقاطات الناجمة عن تصدير الأفكار السلبية.

أما دور الجامعات، فإنه في اعتقادنا، الضمانة الأساسية، وفي هذا المجال يشكل دور العمل الإجتماعي طليعة استراتيجية ثقافية إنسانية بحيث يتحقق الوعي المطلوب للتعامل مع ظاهرة الإعلام السلبي.

إن جامعتنا التي آمنت منذ البداية بأهمية العمل الإجتماعي كجزء من شخصيتها المنحازة إلى أهداف التنمية وخدمة المجتمع تفخر بتخريجها عشرات الأخصائيين الذين يشغلون مراكز أساسية وهي تمد اليد إلى فعاليات المجتمع والهيئات الرسمية من أجل العمل معاً.

مع اعتقادنا أن اعتماد خطة وقاية استباقية مستندة إلى الثقافة والوعي وحسن الإدراك

والتمييز بدء من البيت إلى المدرسة، فالجامعة وفي الوعي الاجتماعي استناداً إلى تصحيح الخلل في إعلامنا وتطويره باتجاه إيجابي.

أن إعلامنا مدعو إلى استدراك التوجهات السلبية والذهاب بعيداً في التسويق لنماذج من الانحرافات، بما يتناسب مع الفكر العربي واللبناني الخلاق لتقديم نموذج لهوية تفخر بها وتحفظ لأوطاننا ثروته القومية.

**كلمة سعادة الأمين العام المساعد الأستاذ الدكتور خميسي حميدي
ممثلاً أمين عام اتحاد الجامعات العربية
معالي الأستاذ الدكتور عمرو عزت سلامة**



شكر الأمين العام المساعد في اتحاد الجامعات العربية الأستاذ الدكتور خميسي حميدي نيابةً عن سعادة أمين عام اتحاد الجامعات العربية معالي الأستاذ الدكتور عمرو عزت سلامة، جمعية الخدمة الاجتماعية في اتحاد الجامعات العربية على تنظيم المؤتمرات السنوية العلمية المتطورة وإستضافة الباحثين العرب الذين يشاركون بأبحاثهم العلمية.

مداخلات في حلقات مناقشة البحث العلمي

مداخلة سعادة النائب الدكتور فادي علامة



عضو كتلة التنمية والتحرير النائب فادي علامة لفت انه ولأسباب مختلفة وغير مبررة أخذ الاعلام في كثير من الأحيان منحى يجعله ذو أثر سلبي على المجتمعات بسبب ضغط المنافسة التي تجعل من الوسائل الاعلامية تلجأ لعرض مادة مثيرة لإستقطاب المتابعين أو باختيار عناوين خلافية وتكون موضع جدل واحيانا كثيرة تسلط الضوء على مشاهد وأخبار حصرية عن الجرائم والحالات الاجتماعية غير المألوفة والشاذة عن المعايير الاخلاقية لمجتمعاتنا و أحيانا قد يقف وراء سلوك الوسيلة الاعلامية يد خارجية تحركها لأهداف محددة أو لتعميم سياسات وثقافات تكون هذه الوسيلة او تلك منبرا مباشرا او غير مباشر للترويج لها.

كلام علامة جاء خلال مداخلة في المؤتمر الدولي للعمل الاجتماعي والذي حمل عنوان "العمل الاجتماعي في مواجهة الاعلام السلبي" والذي اقيم في الجامعة الحديثة للإدارة والعلوم برعاية رئيس مجلس الوزراء سعد الحريري بدعوة من جمعية الخدمة الاجتماعية في اتحاد الجامعات العربية بالتعاون مع الجامعة الحديثة للإدارة والعلوم.

علامة عرض في مداخلته للتأثيرات السلبية على المستويات الصحية والنفسية وحتى الثقافية لا سيما بعد التطور النوعي الذي شهدها عبر منصات التواصل الاجتماعي من الفيسبوك والتويتر واليوتيوب والانستغرام كوسائل تنقل الخبر الخاطئ وتفسح المجال للتعبير وتعميمها من خلال انتشارها السريع سواء في الحيز الجغرافي وعدد

المتلقين بين مختلف الفئات العمرية.

واشار علامة الى عدد من الاحصاءات والتي خلصت بان هناك أكثر من 40 % من سكان العالم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي فإن هذه الوسائل تسبب احتمال الإصابة بالتوتر والاكتئاب والاضطرابات النفسية كما ايضا الوسائل التقليدية كالتلفزيون والاذاعة والصحف والمجلات.

علامة اعتبر انه انطلاقا من هذا الحضور الفاعل لوسائل الاعلام والتواصل الاجتماعي يمكن استغلالها في سبيل بناء المجتمعات والاطمان من خلال اولا الرقابة الرسمية وثانيا الرقابة الذاتية ايمانا بالدور الذي يمكن ان تساهم به مستشهدا بقول ان الاعلام هو الكيان الاقوى على وجه الارض".

واكد علامة ان الاعلام يحمل وجهين متساويين ودعا الى وجوب التطلع اليه من وجهه الايجابي الايجابية لافتا الى عدد من الاليات التي يمكنها التخفيف من الاثار السلبية انطلاقا من دور الاسرة في المراقبة والتوجيه متابعة ابنائهم, فإن الدور الاهم يبقى للقيمين على الواقع الاعلامي من الوزارة المختصة في وضع القوانين الناظمة بما يتلاءم مع تطلعات الدولة بالإضافة الى تثبيت هذه المفاهيم من خلال التعليم الاكاديمي والحد من الاثر السلبي للإعلام وتبعد الوسائل الاعلامية عن تناول المواد المؤثرة سلباً بناء على ميثاق الحرية المسؤولة مستشهدا بقول ان الاعلام هو الكيان الاقوى على وجه الارض".

مداخلة رئيس تحرير جريدة السفير

الأستاذ طلال سلمان



يشرفني، بداية، أن أرحب بهذه النخبة من العلماء والأساتذة العرب ممن نجح منظمو هذا المؤتمر في جمعهم هنا في بيروت التي تتطلع لأن تستعيد دورها كعاصمة للحوار الفكري، والرغبة في التغيير ومنطلقاً للحلم بالغد العربي الأفضل.

إن هذا اللقاء العربي الذي يجمع نخبة من أهل العلم والفكر فرصة ممتازة لحوار صحي يستشرف المستقبل الأفضل، متحرراً ولو لساعات من ضغوطات واقعنا غير المفرح.

وأفترض أن تصنيف الإعلام السلبي لا يشملني، وإلا لما كنت معكم هنا، في هذا المؤتمر الدولي للعمل الاجتماعي في مواجهة الإعلام السلبي.

هذا لا يعني الدفاع عن الإعلام بالمطلق، ففي عالم الإعلام العربي، على وجه الخصوص، يتنافس أصحاب الأفكار المبشرة بالغد الأفضل، وأصحاب الأقلام المغرضة من الراغبين في دوام الحال على حاله لأنهم مستفيدون من دوامه، متخوفون من انتصار الحق والحقيقة على الزور والتزوير والرغبة في أن يلتهم ماضي التخلف بشائر المستقبل الأفضل.

واسمحوا لي بملاحظة أراها، من موقعي، ضرورية، وهي أن الإعلام العربي بمجمله، إعلام رسمي، تمتلكه وتديره وتشرف عليه "السلطة". أما الإعلام الخاص فتمتلكه، في الغالب الأعم، شركات قابضة على الأفكار، ولها اجتهادها الخاص في إعادة صياغة

الأخبار بما لا يثير الرأي العام ويدفعه إلى المعارضة والإعتراض.. ولو في الشارع.
ثم إن وسائل الإعلام الكبرى (وكالات الأنباء الدولية وكذلك مراكز الدراسات والأبحاث والتحليل، فضلاً عن محطات التلفزة والإذاعات المعروفة عالمياً) تتبع لجهات حكومية أو لشركات دولية كبرى ومؤسسات ذات رساميل هائلة، ومن الطبيعي، إذن، أن يكون للنفوذ الصهيوني تأثيره عليها. فضلاً أن أوضاعنا العربية، سياسياً واقتصادياً، تُعري- ببؤسها - الدول والقوى النافذة في العالم- على التدخل بما يناسب مصالحها، ودائماً على حساب حقنا في المعرفة وبناء المستقبل الأفضل.
أهلاً بكم في بيروت، التي كانت - ذات يوم - عاصمة عربية نوارية، لتشرّفها باختيارها عاصمة للفكر والرأي والإعلام العربي.

ومع تمنّي النجاح لمؤتمركم الحاشد هذا، ندعو الله أن يشمل برعاية منه هذه الانتفاضات المباركة في كل من جزائر المليون شهيد، والسودان الذي خضع لأسر الدكتاتورية أكثر من ربع قرن، لتعودا إلى دورهما الحيوي والضروري في خدمة الأمة العربية المجيدة التي تعاني من القهر الإسرائيلي لمجموعها وليس لشعب فلسطين الباسل بعنوان غزة، وحده.

أهلاً بكم في بيروت النوارية، مع الشكر لجمعية الخدمة الاجتماعية في اتحاد الجامعات العربية ومعها الجامعة الحديثة للإدارة والعلوم على تنظيم هذا المؤتمر الحاشد بالكفاءة والخبرات.

**مداخلة أستاذة التخطيط الاجتماعي في كلية العلوم الاجتماعية
في جامعة الكويت الدكتورة سهام القبندي
حول دور الإعلام في إبراز الاتجاهات الاجتماعية والثقافية والدينية**



مع تطور وسائل الاتصال وثورة المعلومات والمستحدثات التكنولوجية لم يعد الإعلام المعاصر مجرد أداة لتوصيل المعرفة وتزويد الناس بالخبر والحدث، أو حتى مجرد وسيلة للترويج والترفيه والتسلية، بل تعدي ذلك كله ليصبح أداة فاعلة في صناعة الرأي العام الذي لم يعد مستقبلاً للمعلومة أو الخبر فقط، بل أصبح يتفاعل ويتأثر عقلياً وفكرياً وسلوكياً. إن الإعلام بوسائله الحديثة وبرامجه المتنوعة إنما يصدر عن تصورات وأفكار ومبادئ تعمل على إحداث تغير مقصود في المجتمع المستهدف ليس في دائرة محددة أو مجتمع بعينه، بل يحدث ذلك على المستوى العالمي مغطياً البشرية في كل أرض وتحت أي سماء مما جعل العالم كله كما يقول بعض المختصين قرية واحدة تعيش الحدث وتتلقى الخبر في وقت واحد وزمن مشترك عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري المباشرة. وقد تكون هذه الوسائل حروفاً مطبوعة على صفحات الكتب والنشرات والصحف، أو تكون كلمات منطوقة من خلال الإذاعة المسموعة، أو مشاهد من وسائل مرئية متحركة.

فلم يعد هناك اختلاف حول الدور الكبير الذي تقوم به وسائل الإعلام في عصرنا الحاضر نحو شعوب العالم بأجمعها، فقد أصبح الإعلام قادراً على البناء بمقدار قدرته على الهدم. قادراً على ترسيخ القيم أو زعزعتها. وذلك وفق مصدر الرسالة والمضمون الذي يحمله سلباً أو إيجاباً.

من الحقائق الثابتة أن وسائل الإعلام تؤثر في الأفراد والمجتمعات، بل إنها تؤثر في مجرى تطور البشر، وأن هناك علاقة سببية بين التعرض لوسائل الإعلام وابرز الاتجاهات الاجتماعية والثقافية والدينية في المجتمع. ويختلف تأثير دور الإعلام وفقاً للظروف الاجتماعية والثقافية، واختلاف الأفراد أنفسهم، وقد تكون سبباً لإحداث التأثير، أو عاملاً مكماً ضمن عوامل أخرى. وبناءً عليه تتضمن ورقة العمل الراهنة مناقشة القضايا التالية:

أولاً: مفهوم الاتجاهات.

ثانياً: العلاقة بين الدور الإعلامي وتغيير الاتجاهات.

ثالثاً: الدور الإعلامي في ابرز الاتجاهات الاجتماعية والثقافية والدينية.

رابعاً: العوامل المؤثرة في فاعلية الدور الإعلامي.

أولاً: مفهوم الاتجاهات Attitudes:

الاتجاه في اللغة من " وَجَّهَ " أى أرسله وجعله يتجه اتجاه معين واتجه إلى الشيء أى أقبل عليه. والاتجاه هو الجانب والناحية، والموضع الذى نتوجه إليه ونقصده. يعرف " جوردون البورت G. W. Allport " الاتجاه بأنه حالة استعدادات عقلية ونفسية وعصبية تتكون لدى الفرد من خلال الخبرة والتجربة التى يمر بها الفرد، وتؤثر هذه الحالة تأثيراً ملحوظاً على استجابات الفرد أو سلوكه إزاء جميع الأشياء والمواقف التى تتعلق بهذه الحالة.

كما أنه حالة من الاستعدادات تنظم من خلاله خبرة الشخص وتكون ذات أثر توجيهى أو دينامى على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التى تستثير هذه الاستجابة استعداد مسبق ثابت نسبياً ودائم للسلوك أو الاستجابة بطريقة ما تجاه الأشياء والقضايا.

وللاتجاهات أنواع عديدة منها: - القوية والضعيفة، الموجبة والسالبة، العلانية والسرية، الجماعية والفردية، العامة والنوعية.

وفي إطار ما سبق فالاتجاه نزعة قبول أو رفض موقف أو شىء معين، يعبر عنه للفرد

قد يكون مؤقتاً أو مستمراً ويتكون نتيجة لتفاعل الفرد مع البيئة الاجتماعية.
ويتكون الاتجاه من ثلاث مكونات أساسية هي:

(أ) المكون المعرفي / الفكرى Cognitive Component:

وتتضمن معرفة الفرد بموضوع وفكرة الاتجاه ومعلوماته ومعتقداته حول هذا الموضوع، كما يتضمن كل ما لدى الفرد من عمليات ادراكية ومعرفية، وبراهين تقف وراء تقبله لموضوع الاتجاه.

(ب) المكون العاطفي / الوجداني Affective Component:

ويتضمن شعور الفرد حباً أو كرهاً لموضوع الاتجاه من خلال مشاعر الفرد ورغباته في هذا الموضوع، ومدى إقباله عليه أو نفوره منه.

(ج) المكون السلوكي / النزوعي Conative Component:

وتتضمن مدى استجابة الفرد لموضوع الاتجاه في المواقف السلوكية الحياتية.
وتحدد الاتجاهات بالأبعاد الرئيسية التالية:

• الاتجاهات تتباين في تطرفها: إن للاتجاه موقعاً بين طرفين متقابلين أحدهما التأييد التام، والثاني الرفض المطلق، والطرف الأول موجب، والثاني سالب، ويتوقف هذا التطرف على مدى العلاقة بين المكونات الثلاث في نسق الاتجاه.

• الاتجاهات تتباين في تعقدها: بمعنى أن الاتجاهات تختلف من حيث ترابطها ومقدار التكامل بين نوعية الأجزاء المكونة لها فإن كانت صغيرة وغير كافية فيكون الاتجاه منعزلاً وسطحياً، أو يكون عددها كبير وكاف فيصير الاتجاه عميقاً متكاملًا مع اتجاهات أخرى.

• الاتجاهات تتباين في قوتها: بمعنى أن منها ما يبقى قوياً بالرغم ما يقابل الفرد من شواهد تدعو إلى التخلي عن الاتجاه، ومنها ما هو ضعيف يمكن تغييره وتعديله والاتجاه يميل إلى القوة كلما زادت درجة وضوح معالمة عند الفرد، ويصعب تغييره كلما كانت له قيمة في حياة الفرد.

وتعمل وسائل الإعلام على تثبيت القيم ودعم الاتجاهات المرغوبة وترسيخها لدى الجمهور الواسع وهذا من خلال عملية التكرار والتأكيد، فعرض وسائل الإعلام لقيمة أو اتجاه معين موجودة في المجتمع وتكرارها مرات عديدة يجعلها تترسخ في ذهن المتلقي خاصة الطفل الذي لا يزال في مرحلة الاستقبال دون تميز، وهذه المرحلة تُعد الأساسية في ترسيخ القيم وتثبيتها.

كما تقوم وسائل الإعلام بدعم القيم الشخصية والاتجاهات العامة وأنماط السلوك المقبولة وتوحيدها مع قيم المجتمع في اكتساب رؤية الفرد من خلال المقارنة والمطابقة مع الصور الأخرى التي يتعرض لها في وسائل الإعلام.

ثانياً: العلاقة بين الدور الإعلامي وتغيير الاتجاهات.

وتتمثل العلاقة الارتباطية بين الدور الإعلامي وبين تغيير اتجاهات الجمهور فيما يلي:-

• للدور الإعلامي القدرة على تغيير الاتجاهات، وهذا عن طريق دخول مضامينه الى حياة الافراد، والذي أدى بدوره إلى تغيير في النسق القيمي للمجتمع، عن طريق صراع بين القيم التي ينادي البعض بالتحكم بها وتأصيلها، وبين القيم المصطنعة من قبل وسائل الإعلام

• يمكن للدور الإعلامي من خلال وسائله المتعددة أن يفضح الاتجاهات السلبية داخل المجتمع، مما يؤدي إلى حدوث توتر وبالتالي إلى التغيير، لأن التستر على مثل هذه الاتجاهات وعدم نشرها عبر وسائل الإعلام يؤدي إلى التسامح معها وإبقائها على حالها واستمرارها.

• يعتمد الدور الإعلامي في عملية تغيير الاتجاهات على قدرته الفائقة على الاستهواء وأثارة اهتمام المشاهد والرغبة في التقليد، والذي يجعل الفرد المتعرض للوسيلة الإعلامية، وأن يصدق ويتفاعل مع المادة الاعلامية الى حد الاقتناع الشديد.

• تقوم وسائل الإعلام بتغيير الاتجاهات وتعديلها بما يتوافق مع المواقف الجديدة، فمثلاً عمل المرأة خارج المنزل وكان يُنظر إليها على أنه قيمة سلبية، ولكن مع

التغير الاجتماعي وانتشار وسائل الإعلام أصبحت هذه القيمة إيجابية وهذا بفضل البرامج التي تبثها وسائل الإعلام على وجه الخصوص والتي تحفز عمل المرأة وتفوقها.

• أصبح الدور الإعلامي في الوقت الحالي من أقوى العوامل التي تدفع إلى التغير الاجتماعي بما في ذلك تغير القيم والاتجاهات، بحكم كونه الوسيلة الرئيسية إلى حد ما في تبادل الآراء والمعلومات والأفكار الجديدة.

• يقوم الدور الإعلامي بالإقناع عن طريق التأثير الذي تتركه مضامينه على الأشخاص بقصد تغير القيم والمعارف والاتجاهات وأنماط السلوك.. ومن ثم إدراك مشاعر الرضا من عدمه عن هذا التغير بواسطة الاتصال الجماهيري.

وفس اطار ما سبق نجد أن وسائل الإعلام الجماهيرية أداة حاسمة في تشكيل اتجاهات الجمهور من حيث:

- تساهم وسائل الإعلام في نشر قيم واتجاهات جديدة وتحولها إلى جزء ثابت من المنظومة القيمية للمجتمع وتعبير أدق تساهم وسائل الإعلام كما هو مسلم به في تنمية أنماط تفكير وعلاقات وبنى اجتماعية جديدة باستمرار، من خلال تنمية قدرات وطموحات الأفراد والجماعات إضافة إلى تعليم الأفراد مهارات جديدة.

- إشباع مدارك الناس وإفساح المجال لخيالهم وضبط سلوكهم، وتشكيل الاتجاهات والمعايير والقيم التي يتمثلون بها والمقبولة من طرف المجتمع.

- تقوم وسائل الإعلام الجماهيرية بعملية تكوين الصور (معاني، مفاهيم، تعاليم) من أجل خلق اتجاهات معينة لدى الفرد، وهي في حالة إشتباك دائم مع ذاتها ومصادرها وواقعها ومتلقيها ومنافسيها من أجل هذه المهمة الصعبة والوصول إلى تشكيل القيم والاتجاهات التي تريدها.

- تقوم وسائل الإعلام بالمساهمة في إعادة الترتيب القيمي والسلوكي للجماهير عن طريق خلق اتجاهات ومعايير جديدة وفرض الأوضاع والسلوكيات الاجتماعية المرغوبة والعمل على نشرها وتنميتها في أذهان الناس.

ثالثاً: الدور الإعلامي في إبراز الاتجاهات الاجتماعية و الثقافية و الدينية

مع التطور التكنولوجي والتقنيات الجديدة ظهر الدور الإعلامي الجديد مع الأقمار الاصطناعية، وتقنيات البث المباشر والإنترنت والحاسبات الآلية، مما جعل الأمور سهلة في التأثير على المتلقي بما يبث على شاشات الفضائيات، وعبر أجهزة المحمول والآيباد وغيرها من وسائل الاتصالات.

طفرة كبيرة جعلت منه نافذة سريعة لتداول الأخبار والمعلومات. جمعت العالم في قرية كونية صغيرة يتلاقى أفرادها عبر شبكات التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتر والانستجرام وغيرها لتبادل الأخبار والمعلومات والفيديوهات المصورة.

وذكرت شبكة فيسبوك العالمية أن هناك أكثر من 2, 1 مليار نسمة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة للتواصل في نقل الأحداث والنشر والإعلام والتسويق.

وقد أظهر تقرير الإعلام الاجتماعي العربي 2017 الذي أصدرته كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية ويتضمن دراسة عن « وسائل التواصل الاجتماعي » استمرار نمو استخدام هذه الوسائل يرافقتها زيادة ملحوظة في الأثر على الواقع الثقافي والاجتماعي والعلاقة بين المجتمعات والحكومات في العالم العربي، حيث بلغ عدد مستخدمي «فيسبوك» بحلول 2017 في المنطقة العربية 156 مليون مستخدم، مقارنة بـ 115 مليوناً في العام الماضي، وأن 1, 11 مليون مستخدم نشط لـ«تويتر» في المنطقة العربية في أوائل 2017، مقارنة بـ 8, 5 ملايين قبل ثلاث سنوات. وكشف التقرير عن وصول مستخدمي «لينكد إن» في المنطقة إلى 6, 16 مليون مستخدم بحلول 2017 بزيادة 22 ٪ مقارنة بالعام الماضي، كما بلغ عدد المستخدمين النشطين لانستغرام 1, 7 ملايين في المنطقة، وأن اللغة العربية الأكثر استخداماً عبر منصات التواصل الاجتماعي للمرة الأولى في المنطقة.

وعليه بات للإعلام أدوار عديدة ومختلفة، ومتنوعة الشدة، قد تكون قصيرة الأمد أو طويلة الأمد، ظاهرة أو مستترة قوية أو ضعيفة، ثقافية أو اجتماعية أو دينية أو سياسية أو اقتصادية.

وتجدر الإشارة ان الدور الإعلامي في ابراز الاتجاهات الاجتماعية والثقافية والدينية. يتم من خلال عناصر أساسية هي:

1 - تغيير الموقف أو الاتجاه:

ويمثل الموقف هنا رؤية الإنسان لقضية ما، أو لشخص ما، أو لقيمة، أو لسلوك، وشعور الإنسان تجاه هذا الشيء، إما سلباً أو إيجاباً، رفضاً أو قبولاً، حباً أو كراهية، وذلك بناءً على المعلومات والحقائق التي تتوافر للإنسان والتي يجب ان تتسم بما يلي:

- الواقعية في الاسلوب والطرح و الارتباط بمصالح المجتمع، من اجل جذب كل شرائح المجتمع للتفاعل مع الدور الإعلامي.. الوضوح وقول الحقيقة بصدق كما هي، دون تجميل واستخدام اساليب حديثه مشوقه الاستناد الى الحجج والبراهين المنطقية في إقناع الناس.

- التعبير بواقعية عن هموم الناس ومشاكلهم وطموحاتهم الفعلية القبول والاستحسان من قبل الناس بقدر ما يلامس واقعهم.

- ووسائل الإعلام عادةً هي التي تزودنا بالمعلومات والحقائق أو بالجزء الأعظم منها، وبالتالي فإن وسائل الإعلام تؤثر على فهمنا، ومواقفنا، وحكمنا على الأشياء..

2 - التغيير المعرفي.

- إذا كان تغيير المواقف من الأمور العارضة التي قد تزول بزوال المؤثر^o فإن للمعرفة جذوراً ممتدة في أعماق الفكر الإنساني فهي تمثل: مجموع كل المعلومات التي لدى الفرد، وتشمل الاعتقادات والمواقف والآراء والسلوك مما يحول دون تغييرها بسرعة حيث أن التغيير المعرفي أعمق أثراً في حياة الإنسان، بخلاف تغيير الموقف أو الاتجاه الذي يكون طارئاً أحياناً ويزول بزوال المؤثر، أما التغيير المعرفي فهو بعيد الجذور، ويمر بعملية تحول بطيئة تستغرق زمناً طويلاً. وعمليات

التعرض الطويلة والمستمرة للرسائل الإعلامية ذات الصبغة الفكرية لها دورها في عملية التشكيل المعرفي للأفراد باعتبار أن المضمون المحمول له دوره كمصدر من مصادر المعرفة، وهذا أمر يتيح للرسالة الإعلامية إبدال الأصول المعرفية القائمة نحو قضية ما وإحلال أصول معرفية جديدة، بما قد يؤدي إلى أشكال أخرى من التفكير والمعتقد والتقاليد والتأثير في اتجاهات ومواقف الأفراد والجماعات لجعلهم أكثر استشعاراً بالمواقف التي تواجههم وتجعلهم أكثر استعداداً للمساهمة في حلها. وفي أطار ما سبق ويمكن لوسائل الاعلام بأساليبها ورسائلها تعديل وتغيير المفاهيم والسلوكيات السلبية إلى مفاهيم وسلوكيات إيجابية، ولعلها عملية ليست بالبساطة حيث تتداخل فيها عدة عوامل ومتغيرات، مثل شخصية المتلقي وثقافته وتدينه وما يحيط به من قوى الضبط الاجتماعي.

3 - التنشئة الاجتماعية

جاءت ثورة الاتصال لتجعل من الدور الإعلامي شريكاً فاعلاً يسهم بقدر كبير في عملية التنشئة الاجتماعية والعملية التربوية، بجانب الأسرة والمدرسة والنادي والمسجد ومراكز التوجيه والتوعية، وتظهر فاعلية الدور الإعلامي في قدرته على التحرك، حيث يوجد المستقبل أو الجمهور المستهدف في أي مكان يتجه إليه، تخاطب الكبير والصغير والمرأة والرجل، واحتلت المرأة لنفسها مكاناً في كافة ميادين الفكر والتأثير، من ثقافة وترويح وتسلية وتوجيه، وفق أساليب مستحدثة وتقنيات عالية، مما يجعل الإنسان يُسلم عقله وعاطفته لجاذبية الوسيلة الإعلامية وبرامجها، لتقوم بدور الأب والمعلم، بل وأحياناً بدور الإفتاء والإرشاد، دون أن يدرك المتلقي أن ما تحمله الرسائل الإعلامية اليوم مشحون بقيم صاحب الرسالة يسعى لإحلالها محل القيم القائمة إذا كانت هذه القيم القائمة تتعارض مع أهدافه ومراجعته.

إن ما يث في الإعلام ليس بالضرورة إيجابياً فقد يدس السم في العسل، فهناك المسلسلات التي تظهر على أنها قصة رومانسية واجتماعية، وهي في الحقيقة ترسل إشارات للشباب والفتيات كجمهور مستهدف لتغيير سلوكه وهدم قيمة التربية والأخلاقية فقد يرى مشاهد للتلفاز مثلاً مشاهد تضحكه وتسليه ولكنها تحمل السخرية من قيم قائمة تتسلل للشعور، مثال ذلك في:-

• غزو عقول الشباب بأفكار جديدة موجهة ومعدة خصيصاً إلى الشباب تؤثر على سلوكهم وثقافتهم وعاداتهم وتقاليدهم الشرقية الأصيلة في الملبس والمأكل وتسريحة الشعر من خلال وضع خطة طويلة المدى لاختراق المنظومة القيمة للمجتمع قد تصل إلى عشرات السنين ليحني بعدها ثمار الفكر الموجه.

• السخرية من إطلاق اللحي، أو تعدد الزوجات أو حقوق المرأة وغير ذلك من القيم التي يراد تشويها وتأويله بشكل ينافي حقيقتها والهدف منها، من خلال مقال صحفي أو رسم كاريكاتير أو كلمة عابرة من خلال برنامج إذاعي أو مشهد من مشاهد الإعلام المرئي فإنها لا تأتي بصورة مباشرة قد تجرد معارضة من المشاهد، لكن عندما تأتي في سياق الترفيه والتسلية والكوميديا الضاحكة فقد تكون أسهل للوصول إلى قلب المتلقي من أن تكون مباشرة

• احترام الوالدين كقيمة أخلاقية بدأ الإعلام الجديد اختراقها فبدلاً من أن يقبل الابن يد والديه عليه أن يعبر بأي طريقة أخرى، وبذلك كسر واحترام الصغير للكبير وحنو الكبير على الصغير وعدم التراحم والتلاحم حتى من خلال جمع شمل الأسرة على مائدة واحدة، كما أن الشعارات التي ينادي بها الشباب من حرية التعبير والديمقراطية، غرست من خلال برامج موجهة يتبادل فيها الشباب الأفكار بينهم عبر فيسبوك وتويتر وكل مواقع التواصل الاجتماعي.

في كل مجتمع توجد مؤسسات تقوم بتنشئة الأفراد وتنقيفهم وتعليمهم السلوك المقبول اجتماعياً، وتزويدهم بالمعارف والعقائد والقيم التي تشكل هويتهم الثقافية والحضارية، مثل البيت والمدرسة. ومع التوسع الهائل للدور الإعلامي تضاعف دور مؤسسات التنشئة الأساسية كالبيت والمدرسة، وأصبحت وسائل الإعلام صاحبة الدور الأكبر المسيطر في عملية التنشئة الاجتماعية، وإن كثيراً مما نسمعه أو نقرأه أو نشاهده في وسائل الإعلام لا يخلو من هدف، ويعبر عن ذلك علمياً بأنه «مشحون بالقيم» (Value Loaded).

إن الرسالة الإعلامية سواء كانت في شكل خبر أو فكاهة أو برنامج وثائقي فإنها تستطيع أن تعمل على إزالة قيمة من القيم وتثبيت أخرى محلها، أو ترسيخ

شيء قائم والتصدي لآخر قادم، وهذا بالضبط هو مفهوم التنشئة الاجتماعية في أبسط صورها.

4 - الآثار الاجتماعية:

وتنطلق من أن الدور الإعلامي له القدرة على مخاطبة جماهير عريضة في وقت واحد، وهذه خاصية من خصائص الإعلام الجماهيري بما يمكن معه التوجيه الجماعي نحو هدف أو قضية معينة واستنهاض الرأي العام لعمل ما سلباً أو إيجاباً وبث مشاعر معينة تحرك الجماهير نحو سلوك أو قرار محدد ويعد إنه السلطة الحقيقية والتي لها حسابها في تصرفات الأفراد.

ولما كانت وسائل الإعلام ذات طبيعة جماهيرية تعتمد على الجمهور كمصدر للمعلومات فإن ذلك يجعل لها القدرة على جمع الناس وتحدد لهم ما يصح وما لا يصح ولو بقدر ما، بمعنى توحيد الناس بدرجة معينة على نوع من الثقافة يصبح الخروج عليها أمراً صعباً في كثير من الأحيان، مما يجعلها جزءاً من عملية الضبط الاجتماعي في المجتمع المستهدف، وتظهر هذه العملية بصورة أكثر وضوحاً في الأمور السياسية ونظم الحكم والتجمعات المهنية.

ومجمل القول أن لوسائل الإعلام تأثيراً واضحاً على المجتمع الإنساني، حتى أصبحت هذه القضية مثار اهتمام العلم والباحثين في مجال الممارسة الإعلامية بعد أن ثبت أن للاتصال صلة وثيقة بثقافة المجتمع، وخصوصاً مع التطورات السريعة في تقنيات وسائل الإعلام والاتصال، وظهر ذلك جلياً في مجال التعليم ومجال التبادل الإخباري ومجالات الأنشطة الاجتماعية والرياضية والتغيرات الثقافية، مما قلل من أهمية الثقافات المحلية والإقليمية. ولا شك أن لهذه الوسائل آثارها الإيجابية وآثارها السلبية.

5 - تغيير السلوك الإنساني

إن تغيير السلوك البشري سواء أكان السلوك مفيداً، أم ضاراً لا يمكن التحكم فيه من خلال عامل واحد فقط، وإنما يحدث نتيجة عوامل متعددة.

قد يكون تغيير السلوك البشري نتيجة تغيير في الموقف والاتجاه، أو نتيجة تغيير

معرفي عميق، أو نتيجة تنشئة اجتماعية طويلة الأمد، أو قد يكون السلوك ناشئاً عن مؤثرات وقتية بسيطة مثل تغيير السلوك الشرائي، والإقبال على ألوان أو نوعيات معينة من الملابس.

3. مهما كانت أسباب تغيير السلوك فإن لوسائل الإعلام دور ما، يزيد أو ينقص، في إحداث التغيير والتأثير بشكل عام، وذلك حسب متغيرات البيئة، والمحتوى، والوسيلة، والجمهور والتفاعل.

رابعا: العوامل المؤثرة في فاعلية الدور الإعلامي في إبراز الاتجاهات الاجتماعية والثقافية و الدينية:

هناك عوامل متعددة تؤثر على فعالية دور الإعلام في دعم الاتجاهات وقدرتها على التأثير والتغيير وقيادة المجتمعات، وهذه العوامل يمكن التعبير عنها بالمتغيرات التالية:

- متغيرات البيئة: وهي كافة الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وهي قد تكون مساعدة لوسائل الإعلام على إحداث التأثير والتغيير، أو تكون عوامل تضعف فعالية وسائل الإعلام.

- متغيرات الوسيلة: وهي العوامل المتعلقة بوسائل الإعلام ومصداقيتها، وتنوعها، وشمولها، وتجانسها، وهل هي متشابهة ومتسقة أم لديها تنوع وتعددية إعلامية.

- متغيرات المحتوى: يلعب المحتوى وقدرته على الاستمالة، والإقناع، والتنوع، والتكرار، والجاذبية، وإشباع حاجات المتلقي، دوراً مهماً في فعالية تأثير وسائل الإعلام

- متغيرات -الجمهور المستهدف: متغيرات الجمهور لها دلالة كبيرة في فعالية تأثير وسائل الإعلام، حيث يختلف الأفراد في خبراتهم، وثقافتهم، وتعرضهم الانتقائي لوسائل الإعلام، وقابليتهم للتأثر، بل إنه أحياناً يستجيب الشخص الواحد بشكل مختلف لنفس المحتوى وفقاً لظروفه الصحية أو النفسية أو الاجتماعية.

- متغيرات التفاعل: إن آلية التفاعل وطريقته وهل هو جماعي أم فردي، كل ذلك يحدد مدى فعالية تأثير وسائل الإعلام.

للدور الإعلامي تأثيرات مختلفة في تشكيل الاتجاهات، خلال مدني زمني معين وذلك على النحو الآتي:

1. الاستشارة: وهي الاستجابة السريعة من المتلقي، ويؤدي التعرض إلى محتوى عنيف أو مخيف إلى تنبيه بيولوجي واستجابة انفعالية وجدانية، وهكذا. وهناك أيضاً الاستشارة الجماعية للجماهير، خلال فترة قصيرة محدودة، لمدة أيام أو أسابيع، تجاه قضية ما أو حدث ما.

2. التأثير قصير المدى: في ظل متغيرات البيئة والمحتوى والوسيلة والجمهور والتفاعل فإن هناك تأثيراً لوسائل الإعلام يؤدي إلى حدوث تغييرات قصيرة الأمد في الفهم والاتجاهات، والقيم والسلوك.

3. التأثير بعيد المدى: إن تكرار التعرض لبعض أنواع المحتوى، في بعض البيئات، لبعض أعضاء الجمهور، يؤدي إلى إحداث تغيير طويل الأمد، عميق الجذور، في البناء المعرفي، والاتجاهات، والقيم، والسلوك، ويحدث ذلك على مستوى الأفراد أو المجتمع ككل.

إن الغزو الإعلامي وهذا الفيض الهائل من برامج الإعلام الوافدة يسانده إعلام داخلي يسير على نهجه ويقنفي آثاره. قد يكون سبباً في دعم بعض الاتجاهات السلبية في الجوانب الاجتماعية والثقافية في المجتمع والتي تنعكس بشكل أو بآخر على أنماط السلوك الإنساني نشير إلى بعض منها:

أ/ السلوك منحرف لدى الأطفال والشباب والمراهقين حيث توصلت بعض الدراسات إلى أن المشاهدة المتكررة لأفلام العنف والعدوان تقود إلى السلوك العدواني ولا شك أنه قد تكون هناك أسباب أخرى لمثل هذا السلوك ولكن المشاهدة والمداومة على مثل هذه الأفلام والعباب العنف على الكمبيوتر يعزز وينمي الدوافع الأخرى والاتجاه نحو العنف والانحراف والتطرف.

ب/ التأثير على تكوين الصورة الذهنية لدى المشاهدين حيث أن لوسائل الإعلام المرئية بصفة خاصة دورها الواضح في تكوين الصورة الذهنية عند الأفراد عن الدول والمواقف والأحداث، بل تؤثر على الطريقة التي يدرك بها الناس الأمور

وطريقة التفكير، وبهذا فإن البرامج المنحرفة إنما تقود إلى تصورات منحرفة عن الحياة والمجتمع وعن الأشخاص والقيادات والموجهين.

ج/ إن التركيز على أفلام العنف وأحداث الإجرام إنما تقود المراهقين من الشباب وغيرهم إلى تطبيع علاقاتهم بالسلوك الإجرامي، على اعتبار أنه أمر ميسور واعتيادي، وبالتالي فإن من يقوم عليه ليس شاذاً، بل قد يكون مغامراً بطلاً يستحق الإعجاب.

د/ دخول الأطفال عالم الكبار قبل الأوان دون أن تتوفر لهم الخبرة المطلوبة فقد أثبتت الدراسات أن برامج الاعلامية بشتى صورها تتيح للأطفال أساليب للتعامل ما كانوا يدركونها أو يمارسونها مثل: عمليات الهروب خارج الحدود، المخدرات، القتل والاعتداء، أساليب التحايل والكذب، فيعيش الطفل عالماً غير عالمه وعمراً غير عمره.

هـ/ بروز النزعة الاستهلاكية في المجتمع، على حساب الاجتهاد الإنتاجي نتيجة للإعلانات المختلفة في وسائل الاعلام وشبكات التواصل الاجتماعي ومظاهر الترف والبذخ، وتعويد الناس على عادات السلوك الشرائي، والتطلع إلى ما هو فوق القدرات المالية والاقتصادية.

و/ ضعف العلاقات مع الجماعات الأولية: الأسرة، المدرسة، الدولة، لانعزال وحصر المشاهد مع واقع جديد، بما يضعف فرص التعامل الاجتماعي والأسري.

ز/ تنمية الروح السلبية في التلقي والتعليم واكتساب المهارات عن طريق الممارسة حيث يتعود المشاهد سهولة التحصيل دون ممارسة أو جهد أو تجربة للمعلومة أو المهارات، مكثفاً بما يقدمه الجهاز الإعلامي من حلول أو نتائج.

مداخلة مذييع ومراسل تلفزيون لبنان الأستاذ وسيم عرابي



تزدحم الأحداث في عالمنا العربي، وتتراكم معها مآسٍ تئنُّ تحت وطأتها الشعوب، التي تحكمها سياسيات تتأرجح على وقع المصالح الإقليمية والعالمية. ومع هذا التدهور المستمر، قد يكون العمل الاجتماعي أحد السبل لجعل الشعوب تُعدّل عن انحرافها، لتُحسن خياراتها واختياراتها حيال مَنْ هم في موقع المسؤولية، والذين يُفترض بهم أن يراعوا شؤون من اتتمنهم على حُسن إدارة أحوالهم.

عندما نتحدث عن العمل الاجتماعي أو الخدمة الاجتماعية، على أنواعها فردية كانت أم جماعية، علينا معرفة في البداية الهدف لذلك وَمَنْ هو المستهدف؟ ما هي مقومات هذا العمل الرئيسية والأساسية وما إذا كانت متوفرة؟ هل يساهم في إيجاد الحل، وهل يساند الدولة في تحمّل مسؤولياتها أو يأخذ جزءاً من دورها؟؟

في هذه الجلسة التي كان لي شرف ترؤسها ضمن أعمال المؤتمر السنوي لجمعية الخدمة الاجتماعية في اتحاد الجامعات العربية تحت عنوان "العمل الاجتماعي في مواجهة الإعلام السلبي"، لا بد من القول إن أهمية العمل الاجتماعي تمكن في مدى الإيثار في القدرة على تغيير ظروف الأشخاص وتحسينها... لكن هل ينجح العمل الاجتماعي في حال طغى عليه الإعلام السلبي؟

إنّ الإعلام السلبي هو من أكثر العوامل التي تؤدي إلى تراجع المجتمعات، إذ بإمكانه

أن يبدل المفاهيم حتى يحرف الأنظار إلى نواح أخرى، تجافي الحقيقة.. وثمة الكثير من الأمثلة على مفاعيله، فيما نحن نتقبل ما يث إلينا دون عناء البحث عن دقة الأخبار وصحتها. إن الإعلام السلبي إذا ما طغى "عاث فساداً" في المجتمعات.

وأخيراً، إنني أتقدم من اتحاد الجامعات العربية وشخص أمينها العام المحترمة الدكتورة هدى سليم، بطيبة التحية وعميق الشكر على هذه الإستضافة، آمليين دائماً إلى مجتمع عربي واعٍ وراقي، ويدرك تماماً مخاطر ما يحاك له، فيعبر...

اللجنة العلمية لتقييم الأبحاث العلمية أثناء العرض

الدكتورة ليلى تنوري

دكتوراه في إدارة الأعمال وإدارة الصحة العامة
أستاذ مساعد
مدير كلية الاقتصاد وإدارة الأعمال
الجامعة اللبنانية - لبنان

الدكتور مأمون طربيه

دكتوراه دولة في العلوم الاجتماعية - الجامعة اللبنانية
أستاذ محاضر في الجامعة اللبنانية
الجامعة اللبنانية - لبنان

الدكتورة حنان غازي

دكتوراه في العلوم الاجتماعية تخصص الأنثروبولوجيا
الاجتماعية والافلام الوثائقية الانتوغرافية للابحاث الميدانية
في قسم السينماتوغرافيا - جامعة السوربون الأولى، باريس
أستاذ مساعد
معهد العلوم الاجتماعية - الفرع الثالث
الجامعة اللبنانية - لبنان

الدكتور علي حمدون

دكتوراه في العلوم الإدارية
مستشار لعدّة شركات في الأعمال الإدارية
أستاذ في الإدارة والبحث العلمي
الجامعة الحديثة للإدارة والعلوم - لبنان

الدكتورة أمل مكرزل

أستاذ محاضر في المدرسة اللبنانية للتدريب الاجتماعي
جامعة القديس يوسف - لبنان

الدكتورة فاطمة دحبول

دكتوراه في علوم الحياة إختصاص: كيمياء حيائية
أستاذ محاضر في مادة علم التغذية في الجامعة
الحديثة للإدارة والعلوم - لبنان

الأستاذ هشام فواز

طالب دكتوراه في إدارة الأعمال
ماجستير في العلوم المالية والمصرفية
الجامعة الحديثة للإدارة والعلوم - لبنان
رئيس قسم المستشفيات في وزارة الصحة العامة

مديرو الجلسات العلمية

مدير الجلسة	الجلسة العلمية
<p>العميد الأستاذ الدكتور فضل ضاهر أمين عام المركز اللبناني لحكم القانون، والأمين العام للمنظمة العربية للمسؤولية الاجتماعية</p>	الأولى
<p>الأستاذ طلال سلمان رئيس تحرير جريدة السفير</p>	الثانية
<p>العقيد جوزيف مسلم رئيس شعبة العلاقات العامة في قوى الأمن الداخلي</p>	الثالثة
<p>الأستاذ وسيم عرابي مذيع ومراسل تلفزيون لبنان</p>	الرابعة
<p>الأستاذ الدكتور إبراهيم عز الدين رئيس الإتحاد العربي للعمل الاجتماعي</p>	الخامسة
<p>الدكتور محمد قمره</p>	السادسة
<p>الدكتور موسى شرف الدين رئيس جمعية أصدقاء المعوقين</p>	السابعة
<p>معالي الأستاذ الدكتور أمين المشاقبة وزير التنمية الاجتماعية الأسبق في المملكة الأردنية الهاشمية</p>	الثامنة: التوصيات

توصيات المؤتمر للعام 2019

- إجراء مزيد من الدراسات لمعرفة تأثير إعلانات الشركات الدولية على النواحي الاقتصادية والثقافية والاجتماعية لما تحمله تلك الإعلانات من تأثير على الهوية الوطنية العربية.
- التركيز على ثقافة ترشيد الإستهلاك وتشجيع المنتج العربي.
- ضرورة الإعلان وعدم إستفزاز المستويات الاقتصادية الفقيرة من الأسر العربية وتكريس ثقافة الحرمان لديها.
- توعية الشباب العربي بالنواحي السلبية للإعلام الجديد وخاصةً مواقع التواصل الاجتماعي وما تبثه من معلومات مغلوطة تؤثر في هيبة الدولة وتنال من إستقرارها.
- ضرورة وجود جمعية وطنية عربية تتابع أداء الوسائل الإعلامية على مستوى كل دولة ومحاسبة أي وسيلة تعمل على إثارة الأخبار السلبية.
- تعزيز التعاون بين أقسام وكليات الإعلام في الوطن العربي بما يتواءم مع أهمية العمل الاجتماعي العربي المشترك.
- قيام مراكز بحثية وجامعات في الوطن العربي لإجراء أبحاث ودراسات متخصصة حول أثر الإعلام السلبي على العمل الاجتماعي وخاصةً في مجال التعليم العالي والإستفادة من هذه الأبحاث في وضع حلول منهجية تضمن تسليح الإختصاصي بالمعلومات والتقنيات اللازمة.
- أن تتضمن المناهج الدراسية في الوطن العربي مواضيع متخصصة في استخدام الشبكة العنكبوتية ووسائل التواصل الاجتماعي بشكل آمن والتوعية حول مخاطر الإستخدام غير المتقن.
- تشريع قوانين حازمة بجرم كل شخص يقوم باستخدام المواقع الإلكترونية بشكل مسيء على مستوى الوطن العربي.
- إعتماد وسائل جذابة خلاقة في إعطاء الدروس في إعداد الإختصاصيين الاجتماعيين واستخدام أساليب تثقيفية متنوعة.
- دمج التربية الإعلامية في المدارس.
- التنسيق المستمر بين كليات العمل الاجتماعي والمؤسسات الإعلامية للتعاون في سبيل عرض البرامج التي تغذي وطنية المواطن العربي وتعزز إنتمائه.
- الإيعاز إلى تشريع مهنة العمل الاجتماعي في لبنان.

بعض المشاهد من المؤتمر



مشهد من الجلسة العلمية الأولى التي أدارها أمين عام المركز اللبناني لحكم القانون والأمن العام للمنظمة العربية للمسؤولية الاجتماعية الأستاذ الدكتور فضل ظاهر

مقدمة المؤتمر الإعلامية رندة يسير



مشهد من الجلسة العلمية الثالثة التي أدارها رئيس شعبة العلاقات العامة في قوى الأمن الداخلي العقيد جوزيف مسلم



مشهد من الجلسة العلمية الثانية التي أدارها رئيس تحرير جريدة السفير الأستاذ طلال سلمان

بعض المشاهد من المؤتمر



مشهد من الجلسة العلمية الخامسة التي أدارها رئيس الإتحاد العربي للعمل الاجتماعي الأستاذ إبراهيم عز الدين



مشهد من الجلسة العلمية الرابعة التي أدارها مذيع ومراسل تلفزيون لبنان الأستاذ وسيم عرابي



باحثات من الدول العربية



مشهد من الجلسة العلمية السابعة التي أدارها رئيس جمعية أصدقاء المعوقين الدكتور موسى شرف الدين



باحثون من الدول العربية وبعض الضيوف خلال مناقشة أحد الأبحاث



باحثات من الدول العربية

جولة للباحثين العرب إلى بعض المعالم السياحية اللبنانية





**المديق الراحل الأستاذ الدكتور محمد العميرة
الذي غادرنا إلى دنيا الخلود بعد مشاركته في المؤتمر
لروحه السلام**

نشاطات أخرى

- العشاء السنوي لرابطة الإختصاصيين الإجتماعيين في الجامعة الحديثة للإدارة والعلوم بالتعاون مع جمعية الخدمة الاجتماعية في اتحاد الجامعات العربية في فندق الكراون بلازا - الحمرا.



- عقدت جمعية الخدمة الاجتماعية عدّة إجتماعات مع نقابة العاملين الإجتماعيين في لبنان بهدف تقييم تشريع مهنة العمل الاجتماعي لعرضه على مجلس النواب اللبناني خلال هذا العام.

- شارك الأمين العام لجمعية الخدمة الاجتماعية في اتحاد الجامعات العربية في الاجتماع السنوي للاتحاد الذي أقيم في العاصمة الأردنية - عمّان.

إنضمام أعضاء جدد للجمعية

- إنتسبت جامعة قطر كعضو فعّال في جمعية الخدمة الاجتماعية في اتحاد الجامعات العربية، وستتسبب جامعة بني سويف - مصر، وجامعة الملك سعود بالرياض قبل نهاية العام 2019 أيضاً.