

أولا : الإشكالية

- مما لا شك أن الإنسان يكتسب ثقافة المجتمع ويكون لنفسه شخصية وقيما أخلاقية معينة من خلال التنشئة الاجتماعية والتربية التي يحصل عليها بانتمائه للأسرة، فتوجهات الوالدين والأفراد المحيطين بالطفل وملاحظة سلوكهم ومحاولات تقليدهم أو معارضتهم وتعابير القبول والرفض ودرجات الحب والعاطفة التي يتعرض لها، تشكل في النهاية تراكما لمجموعة من الخبرات التي تسهل تقدمه ونمو شخصيته المستقلة، لينتقل الطفل بعد ذلك إلى المدرسة التي تؤدي دورها في بناء شخصيته ونموها خاصة مع الفترة الزمنية الطويلة التي يقضيها التلميذ في المدرسة، حيث تقوم من خلال المناهج والمقررات الدراسية بترويض القيم الأخلاقية للمجتمع وتقرير السلوكيات الإيجابية وحذف السلوكيات السلبية وممارسة المواطنة بشكل إيجابي، وبين الأسرة والمدرسة توجد وسائل الإعلام التي أصبح دورها يتعاظم يوما بعد يوم، فبعد أن كانت خلال العقود الماضية إحدى وسائل التنشئة الاجتماعية أصبحت اليوم أهمها وأخطرها، وتأثيرها أكبر من التأثير الذي تمارسه الأسرة والمدرسة أو أي مؤسسة أخرى، وهو ما أثبتته العديد من الدراسات. وفي هذا الصدد يقول الباحث نهدو القادري عيسى: "تواجه التربية حاليا مخاطر عديدة ناجمة عن كونها ينظر إليها على أنها مؤسسة مترهلة ثقيلة بطيئة الخطى غير قادرة على الحركة السريعة وعلى مواكبة المتغيرات التقنية الحاصلة على صعيد الاتصال والإعلام والمعلوماتية، هذه المؤسسة التي أوكلت مهمة إدارتها إلى القطاع العام في معظم الدول أصبحت الآن لا تلبى متطلبات شركات الإعلام والإعلان والاتصال والمعلوماتية والمؤثرات الخاصة فأصبحت ترمي بالإخفاق، وأصبح الأولاد يعدون أنفسهم غير معنيين بالمعلومات التي تمدهم بها المدرسة وينظرون إلى أساتذتهم وأهلهم على أنهم من مخلفات العصر السالف، باختصار إنها مخاطر ناجمة عما يسمى التربية الموازية الآتية من المنظومة الإعلامية التي تكاد تحل محل التربية الفعلية"(1).

ويعد كل من التلفزيون وشبكة الأنترنت وأخطر وسائل الإعلام التي استحوذت على عقول ووجدان الأطفال والمراهقين، خاصة بالنسبة للمجتمعات التي تكاد تنعدم فيها وسائل الترفيه المختلفة للأطفال والمراهقين كمختلف الأنشطة والبرامج الثقافية والرياضية والاجتماعية، حيث يلجؤون إلى شاشات التلفزيون والكمبيوتر لقضاء وقت الفراغ. والملاحظ اليوم أنه حتى دور الشارع قد تقلص لصالح هذه الوسائل حيث إن الشارع لم يعد في السنوات الأخيرة مكانا آمنا كما كان في السابق، والأولياء اليوم يعتقدون أنهم يقومون بحماية أولادهم من مخاطر الشارع بإبقائهم في البيت وتوفير الوسائل التكنولوجية لهم.

وبناء عليه يمكن القول إن تأثير وسائل الإعلام أصبح علي درجة كبيرة من الخطورة، ويعود ذلك لسببين: الأول أن الأمر يتعلق بأكثر المراحل العمرية هشاشة، خاصة إذا ما واجه الأطفال والمراهقون مضمون وسائل الإعلام منفردين دون وعي ودون توجيه، لأنهم لم يتحصنوا كفاية بميكانيزمات الدفاع التي من شأنها أن تجعلهم يميزون بين ما هو إيجابي وما هو سلبي، أما السبب الثاني فيعود إلى اختلاف طبيعة كل من وسائل الإعلام من جهة والأسرة والمدرسة من جهة أخرى، حيث إن وسائل الإعلام تمثل ما هو سهل وبسيط وأكثر رونقا وسحرا، وكل ما هو أقرب إلى الميول والخيال، وتمثل المدرسة والأسرة كل ما هو صعب ويتطلب مجهودا وتفكيراً أكبر وكل ما هو بعيد عن الميل والرغبة، والمعروف أن الإنسان بطبعه يبحث عن المتعة في كل ما هو سهل، وهذه المتعة غالبا ما تغيب عن أوامر ونواهي الوالدين والسلوكيات والواجبات التي تفرضها المدرسة،

ومما سبق تتضح أهمية وضرورة التربية الإعلامية؛ أي تربية الأطفال والمراهقين على كيفية التعامل مع وسائل الإعلام فلم يعد يجدي نفعا الحديث عن مخاطر وسلبيات التعرض لوسائل الإعلام المختلفة، ولكن لا بد من الاهتمام أكثر بالبحث عن الطرق الملائمة للتعامل مع الظاهرة على أنها موضوعية وموجودة فعلا دون إضاعة المزيد من الوقت خاصة وأن مجال صناعة الإعلام والاتصال اليوم يكاد يخرج عن السيطرة، فمن جهة يصعب التنبؤ بتطوراته وتطبيقاته الجديدة، ومن جهة أخرى يخضع لأطراف معينة تهدف إلى تحقيق ما أمكن من المكاسب المادية في إطار العولمة الإعلامية، وهو ما يذهب إليه أسعد ملي من أن أحد أبعاد العولمة الإعلامية هو زيادة الأرباح الطائلة للشركات متعددة الجنسية التي تعمل في مجال إنتاج وسائل الإعلام والاتصال والمعلومات، وإنتاج المضامين الإعلامية المختلفة فضلا عن صناعات الإعلام والترويج وبيع خدمات الإعلام والمعلومات... وتقلص دور الحكومات والمنظمات الدولية في تنظيم بيئة الإعلام والاتصال المحلية والدولية لصالح الشركات الاحتكارية متعددة الجنسية، وذلك من خلال الدعوة إلى تغيير التشريعات والنظم التي تعيق التدفق الحر للمعلومات كالتخطيط والرقابة والمنع والمصادرة... وتواكب هذه الدعوة وتدعم العمل نحو الخصخصة وتشجيع استثمارات القطاع الخاص والشركات متعددة ومتعدية الجنسية في مجال الاتصال والإعلام والمعلوماتية كما أنها تتفق مع قرارات الأمم المتحدة بشأن حرية الإعلام ومسؤولياته، وتستند إلى الحقوق الإعلامية التي تنص عليها المادة 29 من الميثاق العالمي لحقوق الإنسان(2).

وعليه فقد أصبح لزاما على مؤسسات التنشئة الاجتماعية أن تواجه هذا الوضع ببذل مجهودات أكبر على الصعيد التربوي تتبنى من خلالها فلسفة تربوية جديدة تأخذ بعين الاعتبار المتغيرات المعلوماتية والتكنولوجية وحقيقة قوة الصورة التلفزيونية ومغريات مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة على الأطفال والمراهقين، فإذا كان التعرض لوسائل الإعلام وتأثيراتها ضرورة لا مفر منها، فلا بد أن تخضع هذه التأثيرات للمراقبة من قبل الأولياء من أجل تحقيق التوازن النفسي للأطفال والمراهقين وجعلهم يفهمون الواقع الذي يعيشون فيه فهما صحيحا، وأن تكون لهم رؤية نقدية لكل ما يتعرضون له، والأولياء يجب أن يكونوا على وعي بخطورة تعرض أبنائهم لوسائل الإعلام دون قيد أو شرط، فالتربية الإعلامية تتطلب أن يكون الوالدان على دراية بحقيقة الوسائل الإعلامية من حيث خصائصها ومميزاتها وعيوبها وكيفية استخدامها وكيفية الاستفادة منها وتدارك مساوئها والعلم بدوافع استخدامها والإشباع التي تحققها للمستخدمين، ومثل هذه الخاصية تحتاج إلى جهد ووقت يصعب على الكثير تحقيقه، فيلجأ الناس عادة إلى استخدام الوسائل الإعلامية دون أن يفكروا أو ينظروا فيما وراء هذا الاستخدام، مما يؤدي إلى سلبات الاستخدام وعدم الاستفادة من إمكانات الوسائل الإعلامية، وخاصة في ظل انعدام أي مادة إعلامية في المناهج الدراسية الخاصة بالتعليم الأساسي تهتم بالتربية الإعلامية، وهو ما يؤدي إلى استبعاد دور المدرسة.

ومن هنا فإن غياب الإرادة السياسية يستدعي ضرورة حضور إرادة الوالدين في التنشئة الاجتماعية السليمة، وذلك من باب مسؤوليتهم تجاه أبنائهم ومن باب أنهم سوف يتأثرون بتأثيرات وسائل الإعلام على أبنائهم، وفي ظل غياب الدراسات الميدانية حول الموضوع لا تتوفر لنا معلومات حول مدى وعي الأولياء بهذه القضية، ولكن هناك كثير من الدراسات تؤكد تعرض أفراد الأسرة الجزائية لوسائل الإعلام بطريقة فردية وجماعية، والأولياء في مجتمعنا يسمحون لأبنائهم بمشاهدة التلفزيون برفقتهم أو منفردين ويتكونهم يشاهدون قنوات الأطفال والرسائل الإشهارية دون قيد أو شرط، ما يجعلنا نتساءل عن مدى وعي الأولياء بمفهوم التربية الإعلامية في ظل كل المتغيرات السابقة الذكر، وهو ما أردنا البحث عنه من خلال دراسة ميدانية. لذلك قمنا بصياغة السؤال الرئيسي: ما مدى وعي الأولياء بمفهوم التربية الإعلامية؟

حيث افترضنا أنه يمكن معرفة مستوى هذا الوعي من خلال تصورات وسلوكيات الوالدين حول تعرضهم لوسائل الإعلام ومدى تدخلهم في تعرض أبنائهم لها (التلفزيون والإنترنت) لذلك طرحنا سؤالين فرعيين:

- ما مدى مشاهدة التلفزيون واستخدام الإنترنت من طرف الأولياء؟

- ما هي تصورات وسلوكيات الوالدين حول تعرضهم وتعرض أبنائهم للتلفزيون والإنترنت؟

- ثانيا: الإطار النظري للدراسة

1- مفهوم التربية الإعلامية

- يعرفها عبد القادر بن الشيخ بأنها: "تمكين النشء تدريجيا من التفاعل الواعي الناقد والخلاق مع المضامين الاتصالية والإعلامية من منطلق المحصول المعرفي المعاصر سعيا إلى تجاوز السلوك الاستهلاكي الصامت والممارسة الاتصالية العشوائية." (3)

- ويعرفها عبد الوهاب بوخنوفة بقوله: "يغطي مفهوم التربية على التعامل مع وسائل الإعلام ممارسات بيداغوجية متعددة الأشكال إذ تهدف إلى تكوين أفراد مستقلين وناقدين من خلال معرفة أفضل بطبيعة وسائل الإعلام وسيرها، وتمنح الآباء والمعلمين معرفة أفضل بالعالم الثقافي الذي يندمج فيه الأطفال والشباب، والواقع أن التربية على التعامل مع وسائل الإعلام حقل ناشئ متعلق بالعمليات المرتبطة بمعرفة وسائل الإعلام في البيت، والتحليل النقدي لمحتوياتها وشكلها وبنيات رسائل الإعلام، وفهم السياق الاقتصادي والاجتماعي والسياسي الذي تبنى من خلاله هذه الرسائل، وتقييم تأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع." (4)

- وتعرفها منظمة اليونسكو حسب توصيات مؤتمر فيينا عام 1999 بأنها تختص في التعامل مع كل وسائل الإعلام والاتصال وتشمل الكلمات والرسوم المطبوعة والصوت والصور الساكنة والمتحركة التي يتم تقديمها عن طريق أي نوع من أنواع التقنيات وتمكن أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم لوسائل الإعلام الاتصالية التي تستخدم في مجتمعهم والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، ومن ثمة تمكنهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين. (5)

- ويعرفها Mc Deromtt بأنها القدرة على قراءة الاتصال وتحليله وتقويمه وإنتاجه. فالوعي الإعلامي لا يقتصر على جانب التلقي والنقد فقط، بل يجب أن يتعدى ذلك إلى المشاركة الواعية والهادفة لإنتاج المحتوى الإعلامي.
(6)

2- أهداف التربية الإعلامية: تهدف التربية الإعلامية إلى تحقيق أهداف عامة وأخرى خاصة.

الأهداف العامة للتربية الإعلامية

- تحديد طريقة استخدام وسائل الإعلام تبعاً لخطة مسبقة وغاية محددة.
- تنمية الجوانب المختلفة من حياة الأبناء حيث يتم الربط بين الأهداف لتحقيق هدف أعلى.
- الاستفادة من إمكانات الأبناء العقلية والسلوكية وتطويعها لتحقيق أقصى استفادة ممكنة.
- الاستفادة من إمكانات الوسائل الإعلامية والتقليل من أضرار استخدامها.
- تنمية الرقابة الذاتية على الاستخدام.
- تكوين قدرة من الأبناء قادرة على التأثير في المجتمع من خلال تنظيم حياتهم وسلوكياتهم الخاصة والعامة. (7)

الأهداف الخاصة للتربية الإعلامية

- تطوير مهارات التعرف على طبيعة وسائل الإعلام وتكنولوجياتها ولغتها السمعية البصرية والافتراضية.
- تطوير مؤهلات التعرف على عمليات البناء وإعادة البناء وتمثيل الواقع من خلال وسائل الإعلام.
- التعرف بسلطة وسائل الإعلام والتقنيات التي تستخدمها في توصيل أو تبليغ رسائلها والآثار الإقناعية لهذه الوسيلة.
- تعليم مناهج وطرق فك الرموز وتحليل المحتويات التي تنتجها وتبثها وسائل الإعلام.
- تطوير مؤهلات التمييز بين الأشكال المتعددة للواقع والخيال.
- التعرف على مصادر الرسائل الإعلامية.
- التعرف بتأثيرات وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات الفردية والجماعية.
- تطوير مؤهلات التعبير والإبداع باستخدام وسائل الإعلام وتكنولوجياتها وتجريب الإبداع والإنتاج.
- تطوير مهارات التعبير الشخصي والحكم النقدي والاختيار الانتقائي للمنتجات والمعلومات التي تروجها وسائل الإعلام.
- تطوير قدرات التعرف على العلاقة بين المحتوى الإعلامي والواقع. (8)

3- واقع الإعلام والاتصال وأهمية التربية الإعلامية

- تميز القرن 21 بمعايير لم يشهدها غيره وهي التوسع في تطبيقات تكنولوجيا الاتصالات، فلم تعد تلك الوسائل قاصرة على الراديو والتلفزيون أو الفيديو أو الصحيفة بل غطت الأقمار الصناعية السماوات، وانتشر الكمبيوتر بما يحمله من رسائل الأنترنت بالإضافة إلى التلفزيون المحمول، مع التطور الذي يضاف له ولغيره من الأجهزة

والبرامج، بل وأصبحت تلك التكنولوجيا حقا مشاعا في تناول أعداد غفيرة من البشر بصرف النظر عن العمر أو المستوى المادي والاجتماعي. (9)

- يعتمد الإعلام الجديد على استخدام الكمبيوتر والاتصالات عن بعد في إنتاج المعلومات والتسليية وتخزينها وتوزيعها، هذه الخاصية وهي عملية توفير مصادر المعلومات والتسليية لعموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة هي في الواقع خاصية مشتركة بين الإعلام القديم والجديد، الفرق هو أن الإعلام الجديد قادر على إضافة خاصية جديدة وهي التفاعل وقدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماما كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين، هذه الخاصية أضافت بعدا جديدا مهما إلى أنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية التي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إصدارها مركزيا مثل الصحيفة أو قناة التلفاز أو الراديو إلى المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسليية لمن أراها وبالشكل الذي يريده. (10)

- في المجتمع الحديث مجتمع الإعلام والاتصال، تميل التقنيات والمعلوماتية والمصانع الثقافية إلى السيطرة على البنى الاجتماعية والاقتصادية، وبما أن الاتصال والنشر الثقافي يتمان بواسطة آلات لا تستدعي القراءة فإن المنتصر هو الصوت والصورة اللذان يشجعان لدى الفرد عملية التسجيل السلبي، ومن أجل ذلك تسود لدى المنتمين إلى أوساط عائلية غير متيقظة الأمية التي هي الخطوة الأولى نحو الهامشية المدرسية الثقافية، ثم نحو الأزمت الاجتماعية. (11)

- تتفاعل مخيالتنا مع وسائل إعلام لا تملك المقدره على التحكم فيها فتصبح أسيرة نظام إعلامي لا تملكه، وهذا الأمر لا يقتصر على الإعلاميين أنفسهم ولا على الجمهور فقط إنما يتعداهم إلى المثقفين والنخبة وصناع القرار. (12)

- إن الخطاب المدياتيكي برهن منذ عقود على قدرة خارقة فعالة في النفاذ إلى اللاوعي البشري وتحويل شكل التفاعل مع المدركات، واستنفار الحواس واستثمارها أو لإخضاعها وفق تجليات الصورة بمختلف تقنيات تشكيلها وإخراجها. (13)

- إن التعامل مع الإعلام ومنتجات الثقافة كسلعة وفي ظل الزيادة الهائلة في عدد الإعلانات والقنوات الفضائية دفع إلى شراء مواد إعلامية ومنتجات ثقافية ترفيهية رخيصة ورديئة أو استئجارها لتغطية ساعات الإرسال الطويلة على مدار الساعة، وقد أفاد ذلك صناعة السينما أو التلفاز الأمريكية بحكم استحواذها على النصيب الأكبر من الإنتاج العالمي (14).

- تركز أغلب القنوات الفضائية على أخبار النجوم على اختلاف ألوانهم وتخصص لهم من المساحة ووقت البث ما لا يقارن مع الأوقات المخصصة للموضوعات التربوية والثقافية والعلمية...

إن إبراز القنوات الفضائية لقضايا محددة وأشخاص معينين لا يؤدي فقط إلى تضخيم تلك القضايا وأولئك الأفراد على حساب قضايا وأفراد أهم، بل إن له آثاره البعيدة في الوعي المجتمعي العام بقضايا الأمة الحساسة، كما أنه يساهم في وضع نماذج وقنوات من الناس كالمطربين والممثلين وغيرهم، ويقدمهم للأجيال الشابة على أنهم أبطال ونجوم. (15)

- إن الإعلام العالمي لا يعين فقط على الإعلانات التجارية حيث يسعى إلى كسب المشاهدين ولو عن طريق البرامج السطحية والهابطة لتوسيع مساحات البث الإعلاني والأرباح، إنما لأن هذا الإعلام العولمي قد ارتبط في واقع الحال بظاهرة التوسع في الإعلان عن السلع المصدرة عبر الحدود، وإذا كان جيل الكبار في المرحلة الراهنة هو الأقل في إمكانية التحول إلى النمط والذوق الغربي فإن مجالات التأثير هي الأقوى لدى الشباب والنساء، وبما يمتد إلى تغييرات في القيم والمفاهيم والأنماط السلوكية والاستهلاكية وفقا لأنماط الإعلان عن السلع. (16)

- إن التحالف التجاري في القنوات الفضائية والشركات الدولية الكبرى على رعاية الأحداث والمباريات الرياضية، والألعاب الأولمبية أصبح يشكل سوقا مالية ذات شأن عظيم، فعلى سبيل المثال تعد كوكاكولا أكبر ممول للمباريات الرياضية، وكذلك شركة موتورولا، وهما تعملان على بث كم هائل من إعلانات شركتيهما حتى

إنه يخيل إلى المشاهد أحيانا أن المباراة وإمتاع الجمهور ما هي سوى وسائل للإعلان عن سلع الشركة الدعائية.
(17)

- في ظل صعود الإعلام السمعي البصري أصبح هذا الإعلام هو المؤسسة التربوية والتعليمية الجديدة التي حلت مكان كل من الأسرة والمدرسة التي تقوم بدور أساسي في تلقين النشء والأجيال الجديدة المنظومة المعرفية المنزوعة من سياقها التاريخي والقيم السلوكية ذات السرعة الاستهلاكية والتي تروج بأشكال متنوعة لمصالح السوق العالمية وإيديولوجياتها. (18)

ومما سبق تتضح أهمية التربية الإعلامية بعد أن هيمنت وسائل الإعلام بقدراتها الخارقة على الساحة الدولية، وأصبحت تشكل خطورة على الجمهور المتلقي غير الواعي، حيث يصبح ضحية لكل ما يقدم له دون التمييز بين ما يضره وما ينفعه، خاصة إذا كان هذا الجمهور من الأطفال والمراهقين، الذين يجدون أنفسهم في مواجهة تلك المضامين بما تحتويه من عنف وإثارة وقدرة على خلق حاجيات وهمية دون أدنى المستويات المعرفية التي تعينهم على التمييز بين الحاجة والرغبات اللامتناهية، وهذا يعني عدم الاستسلام لمضامين وسائل الإعلام، وتحمل المسؤولية الكاملة لتعليم النشء فكرة المتلقي النشط القادر على الاختيار، ومنح التأييد أو الرفض أو المقاومة للوسائل وللرسائل الإعلامية، وهو ما أكدته نظريات المعرفة الإدراكية وفكرة الإدراك الانتقائي ودور المتلقي في بناء وتغيير الرسالة الإعلامية، وأنه يشارك بصورة فعالة وديناميكية في عملية إقناعه، ومن هذا المنطلق لا بد - كما قال عبد الوهاب بوخوفة - من تربية الأطفال على التعامل مع هذه الوسائل ومعرفة طبيعتها ومنطق عملها وسيرها وكيف تنتج المعنى، وتعليمهم فك الرموز ولغة هذه الوسائل من خلال تعليمهم كيفية فهم وتحليل الصورة التي تشكل أساس المحتويات الإعلامية...

ينبغي إذن أن نعطي أطفالنا الوسائل الفكرية لتمكينهم من تحقيق تلق فاعل وناقد للرسائل، وإعطائهم إمكانية إنتاج وإبداع الرسائل بأنفسهم، والتعبير عن أنفسهم بواسطة هذه اللغة، وبديهي أنه كلما اتجهنا نحو عمق القرن الحالي كان واضحا أننا في حاجة إلى تطوير المهارات المرتبطة بالاستخدام والتحليل الإعلامي في حياتنا المهنية وحياتنا الإعلامية. (19)

4-تأثيرات وسائل الإعلام والاتصال على الأسرة

- أصبحت مقولة "أن الإنسان اجتماعي بطبعه" تتراجع وبدأت في الاضمحلال فلا بأس أن نقول اليوم إن الإنسان تكنولوجي بطبعه، إذ أصبح ينبهر وينجذب لأحدث وأذكى وسائل التمازج مع افتقاره إلى التغذية الراجعة وتبادل الأفكار والمشاعر، فأصبح الاتصال يقتصر على الجمل القصيرة بين أفراد الأسرة الواحدة التي تقتضيها الضرورة، فعوض أن يتحاور المراهق مع أمه أو أبيه على رغباته أو مشكلاته الدراسية والعاطفية بفضل التوجه والانخراط في عالم « الشات » « chat » لساعات عديدة و كأن البحث عن الحلول لمشاكله في العالم الافتراضي أفضل من البحث في العالم الواقعي.

- إن قضاء المراهق ساعات أمام جهاز الكمبيوتر، يجعله بمرور الزمن مدمنا على الشبكة التي لا تمارس عليه سلطة تعسفية، بل يدخل في مواقع سهلة الممارسة، وهذا ما يجعله يترك الحياة الاجتماعية الطبيعية، ونتيجة قضاء ساعات طويلة أمام الشبكة العنكبوتية لا يختلط الطفل أو المراهق بالناس ولا يعاشرهم، يصبح متعودا على الانعزال الاجتماعي، حتى ولو كان يحب العشرة والمعايشة الاجتماعية قبل الإدمان. وعند فقدانه لحياته الاجتماعية الطبيعية، يتوجب عليه البحث عن حياة أخرى بديلة، مما يجعله يصنع لنفسه عالما آخر افتراضي، يوجد فيه لنفسه أصدقاء افتراضيين من كل أرجاء العالم، ويسعى إلى إيجاد ضالته في التواصل مع غيره في مواقع التواصل الاجتماعي، فيجلس المراهقون لأوقات غير محدودة أمام أجهزة التواصل، ويستفيدون من تكنولوجيا التواصل والمعلومات، وفي المقابل فإن هذه الساعات تعني العزلة الاجتماعية عن الأسرة، وتعني الخمول الجسماني، وتعني الضغط والتوتر النفسي، فضلا عن التأثيرات السلبية للدخول إلى المواقع غير البريئة واللا أخلاقية.

- لم يعد اقتناء أحدث الابتكارات الهاجس الوحيد، وإنما بات تجديدها أمرا مهما أيضا، بل أصبحت أيضا موضة يرغب ويتلهف الجميع لاملاكها، والاشتراك بمختلف ما تقدمه شركات الاتصال من برامج وخدمات متنوعة ومتجددة تحدها الحدود،

- إن سوء التعامل مع جهاز التلفزة الذي يستحوذ على وقت اجتماع الأسرة الشحيح، ويوجه اهتمامها إلى برامجه الجذابة، يعتبر مانعا ومعرقلا للتواصل بين الآباء والأبناء. بل أصبح التلفزيون المنافس الأول في تربية الأبناء، خاصة مع وجود برامج أو قنوات فضائية خاصة بالأطفال تساهم في التنشئة الاجتماعية للطفل، وغرس القيم بعيدا عن تقاليد الأسرة أو المجتمع، بحيث يلتقط ما هو حسن وما هو سيء، مما يساعد على تكوين الطفل على الطريقة التي لا يرغب فيها الوالدان، إذ لا يمكن لهما مراقبة النمو الانفعالي له.

- ووجود الأنترنت في البيت واستعمالها بغير عقلانية، يهدد ترابط العلاقة الأسرية الحميمة، خاصة عند قضاء أحد أفراد العائلة وقتا طويلا أمام الأنترنت، مما يزيد من شك أحد الزوجين في الاستعمال لهذه التكنولوجيا في حد ذاتها، خاصة بظهور آفات اجتماعية ومواقع غير أخلاقية على الشبكة.

- يتأثر الأطفال والمراهقون والشباب بأفلام ومسلسلات التلفاز، إلى درجة التقليد الأعمى لأبطال وهميين، وهو تقليد قد يصل إلى حد ارتكاب جرائم، وقد كان هذا التقليد وراء انزواء وتبعيد جيل الصغار والمراهقين عن جيل الكبار في العادات والتقاليد والأفكار، وعدم سيطرة الكبار على هذه الأحداث بسبب اغترابهم وانعزالهم عن محيطهم الاجتماعي، فقد أكدت الدراسات في علم الإجرام أن أغلب عمليات الإجرام التي تقوم بها فئة المراهقين، كانت جراء التقليد الأعمى للأفلام والمسلسلات التي يشاهدونها عبر التلفاز، فالمراهق في أغلب الأحيان يحاول أن يلعب دور البطل.

- إن احتكاك الفرد بعالم الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بالتحديد ومحاولة إظهار المستخدم أنه حاضر بصورة دائمة في الأنترنت، يؤدي إلى اختلاق شخصية افتراضية غير شخصيته، وذلك بوضع اسم غير اسمه وصور غير صورته، وذلك من أجل التلاعب والدخول في قصص حب مع الجنس الآخر، أو عملية اختلاس، أو ممارسة أعمال غير شرعية عبر الأنترنت بدون اكتشاف الآخر ذلك. (20)

- إن ثورة الاتصالات وما تتضمنه من الارتفاع الهائل لنسب المتأثرين بوسائل الاتصال الحديثة مثل المحطات التلفزيونية الفضائية ومستخدمي شبكة الأنترنت ومستخدمي الهواتف الخلوية أصبحت المصدر الرئيس لإنتاج القيم الاجتماعية الجديدة وتوزيعها، يقول عبد الإله بلقرين: "ومع أنه من الواجب التنبيه إلى أهمية الاضمحلال التدريجي للسلطة الأبوية في الأسرة وإلى النتائج التي يمكن أن تنجم عن ذلك على صعيد حريات الأفراد وانطلاق طاقاتهم، وعلى صعيد شعورهم بحقوقهم إلا أن ذلك الاضمحلال لم يترافق للأسف مع صعود نظام القيم الاجتماعي، بل مع انهياره، الأمر الذي عرض السلطة الأبوية المتقهرة والثقافة التقليدية السائدة في امتدادها بحالة من الإستباحة والتسيب القميية تجعل الفرد أعزل من أية دفاعات". (21)

- لقد كانت مصادر المعرفة بالنسبة إلى الأطفال سابقا تقتصر على الكتب وتحتاج المعرفة الناتجة عن هذه الوسيلة إلى جهد كبير وفترة زمنية طويلة لاكتسابها لصعوبة ما تحتويه الكتب من رموز، أما بالنسبة إلى المصدر الآخر فقد كانت تعاليم الآباء والمعلمين وإرشاداتهم التي تتخذ شكلا نظاميا متدرجا إضافة إلى أنها قسرية لا تسمح باختيار بديل عنها لعدم توافره، ولم يقدم هذان المصدران السابقان أجوبة عن تساؤلات الأطفال التي تراوهم فقيبت جوانب غامضة لا يدرك الأطفال كنهها فتركت للتلفاز مهمة القضاء على تدرج اكتشاف الأشياء وكشف أمور كانت تعد سابقا سرا من أسرار الأسرة....بمعنى آخر بدا أن التلفاز يقوم بالدور الذي كانت تؤديه الأسرة فيما يتعلق بالتنشئة الاجتماعية للأطفال، ولكن بشكل فوضوي في أحيان كثيرة. ونتج عن هذا الإزدواج في عملية التنشئة غياب تكوين الوعي الاجتماعي والأخلاقي بصورة سليمة لدى الأطفال. (22)

- 5متطلبات التربية الإعلامية للوالدين

تحتاج التربية الإعلامية للوالدين إلى الإنصاف والالتزام بمجموعة من الخصائص التي تعين الوالدين على تنمية استخدام الأبناء لوسائل الإعلام، واشتملت هذه الخصائص على خاصية العلم وخاصية الانتقاء وخاصية التعديل والتصحيح وخاصية التناسب وخاصية التوازن:

- تعني خاصية العلم أن يكون الوالدان على دراية بحقيقة الوسائل الإعلامية من حيث خصائصها ومميزاتها وعيوبها وكيفية استخدامها وكيفية الاستفادة منها وتدارك مساوئها، كما تعني العلم بدوافع استخدامها والإشباع التي تحققها للمستخدمين (23)، فكلما كانت هناك خلفية معرفية حول حقيقة الممارسات الإعلامية والرهانات التي تقف وراءها تمكن الأولياء من التعامل بشكل أفضل مع تعرض أبنائهم لوسائل الإعلام بحيث يكونون أكثر قدرة على الإقناع والتأثير.

- وتعني خاصية الانتقاء مساعدة الأبناء في حسن اختيار الوسيلة المناسبة والتي تحقق لهم أكثر من فائدة مادية ومعنوية، وحسن اختيار الشكل الفني المناسب والمضمون الذي يحقق لهم أفضل إشباع ممكن، وتبدو أهمية هذه الخاصية في تعدد وتطور وسائل الإعلام وخطورة التعرض لوسائل إعلام معينة ومضمون معين بشكل مكثف في ظل عدم توفر القيم الأخلاقية السليمة والرقابة على الإنتاج... وأيضاً بما يمكن أن تؤثر فيه كمية المشاهدة أو حجمها على جوانب أخرى لحياة الطفل كهبوط المستوى التحصيلي والقلق وضياح الفروض والواجبات الأساسية... كما تبدو أهمية الانتقاء في الاستفادة من الوسيلة وخصائصها ومضمونها فيأخذ الوالدان ما يفيد الأبناء ويشبع رغباتهم وحاجاتهم في إطار قيمهم الدينية والاجتماعية...، فالانتقاء يحمل مفهومي حسن الاختيار وحسن الإعراض معا (24). وعليه فإن الانتقاء يعتبر بمثابة الحل الضروري لتجنب تعرض الأبناء للمحتويات السلبية وتوجيههم نحو الإيجابية منها في ظل عدم إمكانية مقاطعة هذه الوسائل التي أصبحت جزءاً مهماً للحياة الاجتماعية المعاصرة.

- ويقصد بخاصية التعديل والتصحيح: تعديل وتصحيح الصورة الذهنية التي تكونها وسائل الإعلام لدى الجمهور وتتكون هذه الصورة الذهنية نتيجة ملاحظة الوقائع والنماذج وأشكال السلوك التي تعرضها الوسائل الإعلامية... فاستمرار تعرض الإنسان عبر وسائل الإعلام إلى أفكار جديدة وقيم مختلفة وأسلوب في الحياة غير الذي اعتاده يؤدي به إلى تبني بعض تلك الأفكار أو القيم (25)، خاصة وأن الأطفال والمراهقين بحاجة أكثر من غيرهم لتعديل وتصحيح ما يتعرضون له في وسائل الإعلام وفي الحياة الاجتماعية عامة، نظراً لصعوبة طبيعة المرحلة العمرية التي يمرون بها.

- وتعني خاصية التناسب استخدام الأبناء لوسائل الإعلام التي تتفق وتتلاءم مع السن والنوع والهدف من الاستخدام والقيم الثقافية والاتجاهات والإمكانيات... حيث تتفاوت وتختلف القدرات العقلية للأبناء في مراحل العمر المختلفة (26)، وحسب ظروف أبنائهم ووقت الفراغ أو الوقت المتاح لهم لاستخدام الوسائل الإعلامية.

- وتعني خاصية التوازن استخدام الوسائل الإعلامية التي تحقق التوازن النفسي أو الوجداني والمعرفي والسلوكي للأبناء باتفاقها مع القيم والإطار المعرفي والسلوكي للأبناء... فتساعدهم على تكوين صور أكثر اتساقاً وواقعية لما تعرضه وسائل الإعلام من قضايا أو أفكار أو شخصيات (27). ذلك أن التعارض بين ما يتعلمه الفرد من خلال التنشئة الاجتماعية وما يتعرض له من خلال وسائل الإعلام قد يؤدي إلى حالة من التناقض المعرفي توقع الفرد في الحيرة التي لا بد عليه فيها أن يعود إلى حالة التوازن بتبني أحد الموقفين المتناقضين.

بالإضافة إلى ما سبق هناك العديد من الأدوات التوجيهية التي تعين الوالدين للتفاعل الواعي مع وسائل الإعلام ووسائل التقنية الحديثة ومنها:

- تنظيم الوقت: يعد تنظيم الوقت وتحديد ساعات معينة وربطه بأداء الواجبات المدرسية وغيرها من أهم وسائل التوجيه فلا تضيع الساعات تلو الساعات بين مشاهدة القنوات الفضائية وتصفح الأنترنت واللعب بألعاب الفيديو، وإنما يتم الاتفاق على تحديد وقت معين لهذه الأنشطة والحرص على إقناع الطفل بأن تحديد الوقت مفيد لصحته وسلامته.

- تنظيم المكان: من المهم أن تكون ممارسة هذه الأنشطة في مكان مفتوح في المنزل مثل الصالة العائلية ولا يسمح للطفل بممارستها بصورة منعزلة أو في غرفته الخاصة.

- تفعيل المشاركة العائلية: من المفيد أن يكون تعرض الطفل لهذه الوسائل فرصة لتفعيل المشاركة العائلية مثل ألعاب الفيديو التي تتضمن عدداً من اللاعبين والتواصل عبر برامج المحادثة في الأنترنت بين أفراد العائلة والمشاهدة الجماعية للتلفاز بصورة تزيد ترابط العائلة.

- تشجيع الحوار لتنمية التفكير الناقد: تعد المشاركة العائلية للمشاهدة فرصة لتشجيع الحوار وطرح التساؤلات والبحث عن الإجابة حول ما يشاهده الطفل على الشاشة مثل: هل ما تراه حقيقياً؟ ما الذي تشعر به عندما ترى هذا المشهد؟ هل تحبه؟ ما الذي لا تحبه فيه؟ لماذا؟ لو كنت مكانه كيف كنت ستتصرف؟ هل تعتقد أن هذا هو الحل الأفضل؟ إن هذه الأسئلة والتساؤلات عندما يطرحها الوالدان والأشقاء على الطفل تدفعه للتفكير بمضمون البرامج التلفزيونية ولا يأخذها كمسلمات.

– إيجاد البدائل: بتشجيع الطفل على ممارسة الرياضة والألعاب الجماعية والألعاب ذات الطبيعة التركيبية والتفكيرية وألعاب الذكاء والبناء والألعاب التعليمية وتوجيه الطفل إلى ممارسة هواية مفيدة ودعمه بالمال والأدوات والمكان والتشجيع المستمر لممارسة الهواية وتوجيه الطفل إلى حب القراءة ومتعة التعلم الذاتي، وهكذا يمثل وقت الطفل خارج المدرسة بكل ما هو مفيد وممتع وإيجابي، ولا نتركه وحيدا أمام القنوات الفضائية والأنترنت وألعاب الفيديو (28).

ثالثا: الدراسة الميدانية: ممارسات التربية الإعلامية في الأسرة الجزائرية

لقد طرحنا في الإشكالية سؤالاً حول مدى وعي الأولياء بمفهوم التربية الإعلامية، وهو ما نحاول الإجابة عنه من خلال هذه الدراسة الميدانية حيث افترضنا أنه يمكن معرفة مستوى هذا الوعي من خلال تصورات وسلوكيات الوالدين حول تعرضهم لوسائل الإعلام ومدى تدخلهم في تعرض أبنائهم لها (التلفزيون والانترنت).

1- الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

نوع الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى وعي الأولياء بموضوع التربية الإعلامية وكيف يتعاملون مع وسائل الإعلام، ومدى تدخلهم في تعرض أبنائهم لوسائل الإعلام. ولذلك ندرج هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية في بحوث الإعلام والتي تمثل الأسلوب الأكثر قابلية للاستخدام لدراسة بعض المشكلات والظواهر التي تتصل بالإنسان ومواقفه وآرائه ووجهات نظره في علاقته بالإعلام ووسائله (29).

منهج الدراسة: إن أنسب منهج في موضوعنا هو المنهج المسحي الذي يعتبر واحداً من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية وهو المنهج الذي يهدف في الواقع إلى اكتشاف الواقع كما هو. (30)

أداة جمع البيانات: استخدمنا الاستمارة كأداة لجمع البيانات، والاستمارة هي تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الأفراد بطريقة موجهة وذلك لأن صيغ الإجابات تحدد مسبقاً، وهو ما يسمح بالقيام بمعالجة كمية بهدف استخلاص اتجاهات وسلوكيات مجموعة كبيرة من الأفراد انطلاقاً من الأجوبة المتحصل عليها (31). ولقد كان السؤال الرئيسي حول مدى وعي الأولياء بدورهم في التربية الإعلامية، وللإجابة على هذا السؤال نطلب الأمر تقسيم الموضوع إلى محاور كاسئلة فرعية أردنا من خلالها ألا معرفة مدى تعرض الأولياء للتلفزيون ومدى استخدامهم للانترنت، ثم تصوراتهم وسلوكياتهم الخاصة بتعرضهم وتعرض أبنائهم لوسائل الإعلام.

مجتمع البحث والعينة: بما أن الجمهور المستهدف من الدراسة هو جمهور الأولياء القاطنين في مدينة سطيف، فإن كل رجل وامرأة يشكلان عائلة ولديهم أولاد ومتصلون بشبكة الانترنت ولديهم تلفزيون في المنزل يعتبرون مجتمع البحث، وذلك دون تحديد لخصائص أو سمات معينة، وبما أن الأمر كذلك فمجتمع البحث يتميز في هذه الحالة بكبير حجمه مما يصعب عملية حصره نظراً لغياب إطار مضبوط أو قاعدة بيانات، وعليه فإن العينات غير الاحتمالية تفرض نفسها، ولعل أنسب العينات في هذه الحالة هي العينة العرضية أو عينة الصدفة، والتي لا يمكن في أي حال من الأحوال تقدير مدى تمثيليتها للمجتمع الأصلي لأنه يتم اختيار مفرداتها عن طريق الصدفة، أما بالنسبة لحجم العينة والذي يخضع لشروط معينة ومنها طبيعة التكوين الداخلي للمجتمع الأصلي من حيث التباين والتجانس والتوزيع الجغرافي للوحدات ونوع العينة المختارة، وبالنسبة للعينات غير الاحتمالية فإنه من النادر تجاوز بعض المئات من الوحدات. وعلي ذلك قمنا بتوزيع الاستمارة على 100 مفردة وهو العدد الذي رأينا أنه مناسب ويسمح بالحصول على نتائج مناسبة في حدود الإمكانيات المتاحة لأن مجتمع بحثنا وإن كان كبير الحجم فإنه متجانس من حيث أن المجتمع المعني يتشكل من الآباء والأمهات الذين يتكفون برعاية أبنائهم. وكان توزيع الاستمارة بمدينة سطيف على أساس محل إقامة الباحث وذلك خلال شهري أفريل وماي من سنة 2014

4-2 نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: خصائص أفراد العينة (البيانات السوسيوديمغرافية).

- تميز أفراد العينة من الأولياء الذين تم اختيارهم عن طريق الصدفة بما يأتي:

- أغلبهم من جنس ذكر بنسبة 71% أما الأولياء من الإناث فكان بنسبة 29%.

- أعمارهم كانت مختلفة ولكن أغلبهم ضمن الفئة العمرية من (46 فما فوق) بنسبة 52% وتليها الفئة العمرية من (41-45) بنسبة 34% وأخيرا الفئة العمرية من (35-40) بنسبة 14%.

- مستواهم التعليمي كان مختلفا أيضا حيث إن أغلبهم لديهم المستوى الثانوي، ولكن ليس بفارق كبير عن المستوى الجامعي حيث كانت نسبة المستوى الثانوي 48% ونسبة المستوى الجامعي 40% أما المستوى المتوسط فكان 12%.

- بالنسبة إلى المهنة الخاصة بالأباء كان أغلبهم موظفين في قطاعات مختلفة، وذلك بـ 34% وتليهم فئة الأساتذة بـ 26% من مستويات تعليمية مختلفة، ثم فئة التجار بنسبة 11% وفيما يتعلق بالأمهات كن عاملات غالبا حيث إن 16% أستاذات في أطوار تعليمية مختلفة، و8% موظفات، وبلغ عدد الماكثات بالبيت 5%.

ثانيا: مشاهدة التلفزيون واستخدام الإنترنت من قبل الأولياء.

- توضح معطيات الإجابة عن السؤال رقم (5) الخاص بعدد أجهزة التلفزيون التي يملكها أفراد العينة (انظر الملحق) أن: 61% منهم يملكون جهازين، وأن 33% منهم يملكون 3 أجهزة، و6% منهم يملكون أكثر من 4 أجهزة تلفزيون، وهذا معناه أن كل أفراد العينة يملكون أكثر من جهاز تلفزيوني واحد داخل بيوتهم، وهو ما يدل على أهمية التلفزيون وأهمية عملية المشاهدة التي أصبحت جزءا من الحياة اليومية.

- تبين إجابات أفراد العينة عن السؤال رقم (6) المتعلق بكيفية استخدام أجهزة التلفزيون من قبل أفراد الأسرة أن: 62% منهم يتشارك أبنائهم في جهاز تلفزيوني واحد، وهذا معناه أن الأولياء لديهم جهاز والأبناء لديهم آخر، كما صرح 29% منهم أن أبناءهم الذكور لديهم جهاز، وأن الإناث لديهم آخر، وهم طبعاً من الذين يملكون 3 أجهزة تلفزيون، بينما صرح 9% منهم أن كل فرد داخل أسرته لديه جهاز تلفزيوني خاص به، وهذه الأرقام تدل على أن أفراد العينة يشاهدون التلفاز براحة أكبر وبتنظيم أكبر ما يؤدي إلى حرية اختيار البرامج المشاهدة على حسب كل فئة.

- أوضحت الإجابة عن السؤال رقم (7) والمتعلق بالوقت الذي يقضيه الأولياء في مشاهدة التلفزيون أن أغلب أفراد العينة أي 61% يشاهدون التلفزيون لمدة 3 ساعات في غالب الأحيان، إضافة إلى أن 26% منهم يشاهدونه لمدة تفوق الثلاث ساعات بينما عبر 13% منهم أنهم يشاهدونه لمدة ساعتين فقط، وهذه الأرقام تدل على أن الأولياء أنفسهم يخصصون وقتاً لمشاهدة التلفزيون رغم وظائفهم ومسؤولياتهم، ويعدون في هذا قدوة لأبنائهم.

- من خلال الإجابة عن السؤال رقم (8) الخاص بطريقة الاتصال بالإنترنت، فإن يستخدم أغلب أفراد العينة أي بنسبة 97% مودام وفي ذلك في مقابل 3% منهم يستخدمون المودام العادي، وهو الأمر الذي يسهل على كل أفراد العائلة الاتصال بالإنترنت في أي وقت وأي مكان إذا كانوا يملكون الأجهزة المناسبة لذلك.

- يتبين من خلال الإجابة عن السؤال رقم (9) حول كيفية استخدام الإنترنت داخل المنزل أن أفراد العينة يستخدمون عدة طرق للاتصال بالإنترنت، أهمها الهواتف النقالة المحمولة بنسبة 31.13%، واللوحات الإلكترونية بنسبة 6.58%، إضافة إلى أجهزة الكمبيوتر، بحيث إن 22.75% منهم صرحوا أن كل فرد في العائلة يملك جهاز كمبيوتر خاص به، أما 20.35% منهم فقد أكدوا أنهم يملكون أجهزة خاصة بهم، وأن أولادهم لديهم جهاز أو أجهزة خاصة، ومع ذلك فقد صرح 19.16% منهم أنهم يملكون جهاز كمبيوتر واحد للجميع، وهذه الأرقام تدل على أن أغلب أفراد العينة يسهل عليهم الاتصال بالإنترنت من خلال امتلاكهم أجهزة خاصة قد تكون حاسوباً أو هاتفاً محمولاً، وهو ما يتيح في النهاية استخدام الإنترنت براحة وحرية أكبر.

- يشير السؤال رقم (10) إلى الوقت المخصص من قبل الأولياء للاطلاع على الإنترنت حيث اتضح أن معظم أفراد العينة يستخدمونها لمدة تفوق 3 ساعات، وذلك بنسبة 37%، بينما صرح 26% أنهم يستخدمونها لمدة 3 ساعات ونفس النسبة لمدة ساعتين كما صرح 11% منهم باستخدامهم لها لمدة ساعة فقط، وهذا معناه أيضاً أن الأولياء يقدمون القدوة لأبنائهم باستخدامهم للإنترنت.

ثالثاً: تصورات وسلوكيات الوالدين حول تعرضهم وتعرض أبنائهم للتلفزيون والإنترنت (الوعي بمفهوم التربية الإعلامية).

- تشير معطيات الإجابة عن السؤال رقم (11) والسؤال رقم (12) أن أغلب الأولياء على علم بالبرامج التلفزيونية التي يشاهدها أبنائهم وذلك بنسبة 74% ، وهي نقطة إيجابية على الرغم من وجود أكثر من جهاز تلفزيوني داخل المنزل، ومع ذلك فإن 26% منهم ليسوا على علم بما يشاهده أبنائهم، وهو ما يفسر لنا أن 48% منهم لا يتدخلون في تحديد البرامج التي يشاهدها أبنائهم رغم أن 52% منهم يفعلون ذلك وهو أمر إيجابي، ما قد يعني أن أغلب الأولياء لديهم نوع من الوعي بالتربية الإعلامية من خلال اهتمامهم بما يشاهده أبنائهم، وهو ما تؤكد الإجابة عن السؤال رقم (13) الخاص بالسماح للأبناء بمشاهدة التلفزيون في أي وقت، حيث عبر 52% منهم أنهم لا يسمحون بمشاهدة التلفزيون في أي وقت وهم الذين قالوا بأنهم يتدخلون في تحديد ما يشاهده أبنائهم.

- يوضح السؤال رقم (14) والخاص بسماع الأولياء لأبنائهم الصغار بمشاهدة ما يشاهده الأولياء أن كل أفراد العينة بنسبة 100% يفعلون ذلك ويعد ذلك أمراً سلبياً للغاية، لأن الأولياء هنا لا يدركون أن أطفالهم ورغم صغر سنهم بإمكانهم أن يتأثروا بما يشاهدونه دون وعي منهم، وهذا يدل أن الأولياء لا يهتمون أو لا يعرفون كيفية شغل أوقات الأطفال الصغار سوى من خلال الجلوس أمام التلفزيون، وفوق ذلك فهم غير واعين بأنهم يعودون أبناءهم على سلوك المشاهدة بغض النظر عن المحتوى الذي يشاهدونه.

- يتعلق السؤال رقم (16) بقنوات الأطفال التي يشاهدها الأبناء حيث إن كل أفراد العينة يشاهد أبنائهم قناة Spacetoon وذلك بنسبة 22.72% وقناة 3 MBC بنفس النسبة، ثم تليها قناة C, N, Work ب 91 تكراراً، أي بنسبة 20.68% وهذه القنوات تبث برامجها لمدة 24 ساعة دون انقطاع ويتضمن محتواها الكثير من الرسوم المتحركة الحديثة التي تتميز بأنها أكثر عنفاً وخيالاً إضافة إلى الكثير من الرسائل الإشهارية المثيرة والخاصة بالألعاب والمأكولات، وهو ما يؤثر سلباً على سلوكيات هؤلاء الأطفال، والدليل على ذلك هو نتائج السؤال رقم (17) التي تؤكد أن كل أفراد العينة يقلد أبنائهم سلوك شخصيات الرسوم المتحركة. ولقد أثبتت العديد من الدراسات أن هذه القنوات تحتوي على الكثير من القيم السلبية، وأنها بقدر ما تقدم المتعة للأطفال تغرس فيهم الكثير من القيم والمفاهيم والسلوكيات المرتبطة بالعنف والاستهلاك، بالإضافة إلى القنوات السابقة فإن قناة طيور الجنة تحتل مكانة مهمة بين قنوات الأطفال وهو ما عبر عنه 65 فرد من أفراد العينة، أي بنسبة 14.77% وهذه القناة تتضمن مجموعة من الأغاني التربوية الهادفة في جميع المجالات، بالإضافة إلى برامج تربوية أخرى تكون أحياناً باللغة العربية وأحياناً باللهجة العامية لبعض الدول العربية، وهو الجانب السلبي لهذه القناة ورغم ذلك فإن لها قدرة كبيرة على جذب انتباه الأطفال الصغار من خلال إيقاع أغانيها ما جعلها وسيلة أساسية لشغل أوقات الطفل وإلهائه، أما قناة طيور العراق فإن 49 فرد من أفراد العينة يشاهدها أبنائهم، وذلك بنسبة 11.13% وهذه القناة لا تبث 24 ساعة متواصلة كباقي القنوات، حيث تتوقف ليلاً وتجمع بين الرسوم المتحركة القديمة والجديدة وبعض البرامج التعليمية، وتتميز بأن محتوى العنف فيها أقل من القنوات الأخرى، وبالنسبة إلى قناة نون وبراعم فلا تحظى باهتمام كبير رغم أنها أقل عنفاً. وما يمكن استنتاجه أن الأولياء لا يدركون مدى خطورة قنوات الرسوم المتحركة التي ربما يعتقدون أنها وسيلة للتسلية والمتعة فقط، ولذلك يتركون أبناءهم يشاهدونها ظناً منهم أنها أفضل من محتويات أخرى كالأفلام والمسلسلات والأخبار، وظناً منهم أنها مخصصة للأطفال وبالتالي فهي مفيدة لهم، ولا يدركون أن حجم الإشهارات فيها كبير جداً وموجه إلى الطفل خاصة لخلق نمط ثقافي جديد يجعل للطفل دوراً كبيراً في التأثير على السلوك الاستهلاكي للأسرة، وعلى الرغم من أن كل الأولياء بنسبة 100% قد لاحظوا سلوكيات لم تعجبهم في الرسوم المتحركة التي يشاهدها أبنائهم حسب السؤال رقم 19- فإنهم لا يفعلون شيئاً حيال ذلك ويتركونهم عرضة لها اعتقاداً منهم أن كل الأطفال يتعرضون لها، ولأنه ليس لديهم بديل آخر لشغل أوقات أبنائهم التي من المفروض أن تكون بالحديث معهم ومناقشتهم واللعب معهم، والمشكلة الأكبر أن أغلب أفراد العينة بنسبة 86% وحسب السؤال رقم 18- لا يوضحون لأبنائهم ما هو خيالي وما هو واقعي في الرسوم المتحركة التي يشاهدونها، وهي نسبة كبيرة جداً مقارنة مع نسبة 14% من الذين يفعلون ذلك.

- نلاحظ من خلال الإجابة عن السؤال الخامس عشر أن قرار محتوى المشاهدة في حالة المشاهدة الجماعية يكون بيد الأب وذلك بنسبة 77%، ويمكن اعتبار ذلك أمراً إيجابياً من ناحية رضوخ الأبناء لقرار والدهم بالمشاهدة، خاصة إذا كان ما سيختاره هو برنامج يصلح للمشاهدة العائلية والجماعية، والذي قد يتيح فرصه الحوار والمناقشة والتفاعل الأسري مع محتوى البرنامج، ومع ذلك صرح 23% من أفراد العينة أن أبناءهم هم من يقرّر ماذا يشاهدون في حالة المشاهدة الجماعية.

- نلاحظ من خلال نتائج السؤال العشرين أن كل أفراد العينة يشاهدون التلفاز أثناء الأكل، وهو ما يعتبر أمراً سلبياً ويدل على استحواد التلفزيون على الحياة الأسرية بكاملها حتى في أوقات الأكل حيث يكون كل فرد مهتماً بمشاهدة التلفزيون لا بأفراد أسرته.

-يوضح السؤال الواحد والعشرون دوافع أفراد العينة لإدخال الإنترنت إلى المنزل حيث كانت بالدرجة الأولى لأجل الواجبات المدرسية لأبنائهم وذلك بـ 99 تكرار أي بنسبة 41.25%، إضافة إلى إلحاح الأولاد بـ 81 تكرار وذلك بنسبة 33.75% ، وهذا معناه أن أغلب الأولياء أو كلهم خضعوا لرغبة أبنائهم في وجود الإنترنت بالبيت، وذلك بحجة الواجبات المدرسية، كما عبر 31 منهم بنسبة 12.91% أنها رغبتهم الشخصية، وصرح 29 من أفراد العينة بنسبة 12.08% أنهم فعلوا ذلك لأسباب مهنية. ومهما كانت الأسباب فالإنترنت أصبحت متاحة تقريبا في كل البيوت بعد أن أصبح ثمنها معقولا وفي متناول الجميع، كما أن إلحاح الأولاد وواجباتهم المدرسية قد لعب دورا في ذلك، وهو ما يفسر كيف أنها أصبحت ضرورة بنظر الجميع، وكيف أن الأولاد ينشؤون في بيئة اتصالية لا غنى فيها عن الإنترنت. والأكيد أن الأبناء الذين لا يملكون الإنترنت بالمنزل قد يشعرون بالنقص مقارنة بأقرانهم الذين يملكونها، خاصة وأن الكثير من أحاديث هذا الجيل مرتبطة بالتكنولوجيا والتطبيقات التي أتاحتها الإنترنت، وهو ما تؤكد نتائج السؤال رقم 26 حيث أن 78% من أفراد العينة يسمحون لأبنائهم الصغار باستخدام الكمبيوتر، وهم بذلك يعوّدونهم على استعمال التكنولوجيا بوعي أو من دون وعي.

-يبين أفراد العينة من خلال السؤال الثاني والعشرين -22- أن أغلبهم بنسبة 62% يسمحون لأبنائهم باستخدام الإنترنت في أي وقت يشاءون، وذلك في مقابل 38% منهم لا يسمحون بذلك، ولعل السماح للأبناء باستخدام الإنترنت في أي وقت قد يعود إلى عدم قدرتهم على التحكم بأبنائهم نظرا لتوفر التكنولوجيا المساعدة على ذلك، فالمودام وفي يسمح بالاتصال بالإنترنت من أي مكان داخل المنزل، كما أن الهواتف المحمولة قد سهلت المهمة كثيرا، فالإنترنت يقدم الكثير من المتعة والإغراء ويستهوئ الأطفال والمراهقين بشكل لا يمكن التهرب منه بالنسبة إلى جيل جديد يبحث عن المتعة، وترعرع على استخدام هذه الوسائل التي هي جزء من حياته، ولذلك يصعب على الأولياء كبح شغف أبنائهم باستخدام الإنترنت، وهذه النتيجة تؤكدها الإجابة عن السؤال الثالث والعشرين -23- حيث إن 52% من أفراد العينة لا يستخدم أبنائهم الإنترنت بطريقة علنية، ويؤكدوا أيضا السؤال الرابع والعشرون 24 حيث أكد 52% من أفراد العينة أنهم لا يعلمون بالمواقع التي يدخلها أبنائهم، ومع ذلك فإن 48% من أفراد العينة يستخدم أبنائهم الإنترنت بطريقة علنية، ويعلمون بالمواقع التي يدخلونها أبنائهم، وهذا معناه أن هؤلاء الأولياء يراقبون أو يحاولون مراقبة أبنائهم عند استخدامهم الإنترنت.

-حسب معطيات الإجابة على السؤال الخامس والعشرين -25- فإن 48% من أفراد العينة يراقبون أبناءهم بصفة دائمة، في مقابل 45% يراقبونهم أحيانا، ويبقى في ذلك نوع من الوعي أو الخوف، والسؤال السابع والعشرون 27 يؤكد خوف الأولياء على أبنائهم من استخدامهم الإنترنت، وذلك بنسبة 100%، حيث يوضح أفراد العينة أنهم يخافون على أبنائهم من الأمور الآتية:

-الإباحية الجنسية بنسبة 100% وهو أمر طبيعي بما أن الأولاد في سن المراهقة التي تعتبر من أكثر المراحل العمرية هشاشة حيث تغيب فيها مكانزمات الدفاع الذاتي لديهم.

-إهمال الدراسة بنسبة 100% بما أن الأولاد في سن التمدرس فإن استحوذ الإنترنت على أوقاتهم قد يؤدي فعلا إلى إهمال الدراسة، والمعروف أن الأولياء يعطون الأولوية والأهمية لدراسة أبنائهم في هذه السن.

-العزلة والانطواء بنسبة 72% فإدمان الإنترنت يعد أمرا سلبيا حتى ولو كان الاستخدام في أمور ايجابية، حيث إن قضاء أوقات طويلة أمام الكمبيوتر يعد مرضا في حد ذاته، ويبعد الفرد عن واقعه الحقيقي.

-العلاقات العاطفية بنسبة 42% الأمر الذي يخاف منه الأولياء على أولادهم في هذه السن بما أن الإنترنت أتاحت هامشا كبيرا من الحرية في التعبير والتعامل والعلاقات مع صعوبة الرقابة الأسرية في الاستخدام، بالإضافة إلى التفكير في الهجرة والتطرف الديني، وزعزعة العقيدة الإسلامية.

-يعتقد معظم أفراد العينة حسب السؤال الثامن والعشرين 28 والسؤال التاسع والعشرين 29 أن استخدام أبنائهم للإنترنت والتلفزيون هو استخدام كبير، وذلك بنسبة 78% بالنسبة للتلفزيون و80% بالنسبة للإنترنت.

-تؤكد معطيات الإجابة عن السؤال الأخير أن أغلب أفراد العينة من الأولياء بنسبة 97% لا يقرؤون الكتب في مقابل 3 بالمائة فقط يفعلون ذلك، وهذا إن دل شيء فإنه يدل على أن الأولاد ينشؤون في بيئة لا تشجع على القراءة.

ونستخلص من قراءة الجداول النتائج الآتية

أولاً: مشاهدة التلفزيون واستخدام الإنترنت من قبل الأولياء

- الأولياء يخصصون جزءاً مهماً من وقتهم لمشاهدة التلفزيون واستخدام الإنترنت.
- أغلب الأولياء يقضون وقتاً كبيراً مع الإنترنت والتلفزيون (يساوي أو يفوق 3 ساعات).
- قضاء الوقت مع العائلة يكون من خلال مشاهدة التلفاز.
- كل الأسر تملك أكثر من جهاز تلفزيون داخل المنزل.
- استخدام "المودام وبفي" سهل عملية الاتصال الفردية بالإنترنت خاصة مع الهواتف النقالة والكمبيوتر المحمول.
- الأولياء يقدمون القدوة لأبنائهم باستخدامهم وسائل الإعلام، وقد سهلوا عملية استخدامها داخل المنزل من خلال توفير الوسائل المادية، وهم بذلك يساهمون في تعرض أبنائهم لوسائل الإعلام، إضافة إلى أنهم لا يقرؤون على الرغم من أنهم متعلمون، ولذلك فإن سلوك القراءة مستبعد لدى الأبناء إلا إذا تعلق الأمر بالدراسة، وهذا معناه أن المتعة والترفيه وقضاء الوقت خارج إطار الدراسة والشارع يكون من خلال وسائل الإعلام سواء من قبل الأولياء أو الأبناء.

ثانياً: تصورات وسلوكيات الوالدين إزاء تعرضهم وتعرض أبنائهم للتلفزيون والإنترنت

- الأولياء يسمحون لأبنائهم الصغار بمشاهدة ما يشاهدونه هم.
- الأولياء يعوّدون أبنائهم على سلوك المشاهدة.
- كل الأولاد يشاهدون قنوات الأطفال وعلى رأسها ST وMBC3 وهي من أكثر القنوات التي تحتوي العنف والإشهار.
- كل الأولاد الصغار يقلدون سلوك شخصيات الرسوم المتحركة.
- كل الأولياء لا حظوا الكثير من السلوكيات التي لم تعجبهم في الرسوم المتحركة، ومع ذلك لم يوضحوا لأبنائهم ما هو خيالي وما هو واقعي في تلك الرسوم.
- في بعض الأحيان يكون قرار مضمون المشاهدة بيد الأبناء.
- هناك من الأولياء من ليس له علم بما يشاهده أبنائه في التلفزيون.
- هناك من الأولياء من يسمح لأبنائه بمشاهدة التلفزيون في أي وقت.
- كل الأولياء رفقوا بأبنائهم أثناء الأكل يشاهدون التلفزيون.
- معظم الأولياء قرروا إدخال الإنترنت إلى المنزل بالحاح من أبنائهم.
- أغلب الأولياء يسمحون لأبنائهم باستخدام الإنترنت في أي وقت.
- أغلب الأولياء غير قادرين على التحكم في استخدام أبنائهم للإنترنت بفضل المودام وبفي والهواتف الذكية والكمبيوتر المحمول.
- معظم أفراد العينة لا يستخدم أبنائهم الإنترنت بطريقة علنية.

-كل أفراد العينة يخافون على أبنائهم من استخدام الأنترنت وخاصة من المواقع الإباحية وإهمال الدراسة.

-معظم أفراد العينة يحاولون مراقبة أبنائهم أثناء استخدامهم للأنترنت.

-معظم أفراد العينة يسمحون لأبنائهم الصغار باستخدام الكمبيوتر.

-أغلب أفراد العينة ليسوا على علم بالمواقع التي يدخلها أبنائهم.

-معظم أفراد العينة يرون أن أبنائهم يستخدمون الأنترنت والتلفزيون بصورة كبيرة.

الخاتمة

إن السلوكات السابقة تشير إلى أن هناك غيابا للسلوكات والتصورات التي تدل على وعي الأولياء بمفهوم التربية الإعلامية إلا من خلال سلوكياتهم المتعلقة بعدم السماح لأبنائهم بمشاهدة التلفزيون في أي وقت، وعلمهم بما يشاهده أبنائهم، إضافة إلى مراقبتهم لدى استخدامهم الأنترنت وخوفهم عليهم منها، وهو ما يؤكد أهمية البحث عن أساليب من شأنها توعية الأولياء بمفهوم التربية الإعلامية وكيفية ممارستها لها داخل الأسرة ، من أجل حماية أبنائهم من باب الواجب والمسؤولية الملقاة على عاتقهم كأباء وأمهات، نظرا إلى هيمنة وسائل الإعلام بقدراتها الخارقة على الحياة اليومية لأفراد المجتمع ،لذلك فقد آن الأوان للأولياء من أجل إعادة النظر في استخدامهم وسائل الإعلام ، وإعطاء أبنائهم القدوة الإيجابية على الأقل بتعويدهم وأبنائهم على سلوك القراءة واتخاذ القرار من أجل التغيير وتحمل المسؤولية، وعدم ترك الأمور تخرج عن السيطرة، وذلك بمراقبة أبنائهم ومحاورتهم وتوجيههم.