

**THE ROLE OF MEDIA EDUCATION IN STIMULATING SOCIAL SKILLS IN
ADOLESCENT PUPILS****Dr. Ghada Fendi Azzam**

Saint Joseph University, Faculty of Educational Sciences, Beirut, Lebanon

Abstract

This research aims to study the potential of media education in the development of social skills among students, in terms of guiding them on how to take advantage of media messages in evolving their social relations, progressing their communication and interactions, and expanding their knowledge of laws and regulations.

Moreover, the study aims to raise students' awareness on the importance of media in developing the concept of dialogue and in respecting diversity.

Thus, a sample of 50 students has been chosen from the tenth grade in two schools in Beirut to participate in this study.

Subsequently, the study relied on a descriptive analytical approach, and its design was semi-experimental; i.e., the sample was subjected to a survey that closely examines the relationship between the students' behavior and interaction, and the content of the programs they follow; the survey also measures the extent to which they are familiar with the media work and its effects on their communication skills. Then, an intervention was performed through the development of a special program based on special studies and personal experience related to media education, which was taught to the study sample. Afterwards, the students were handed the same survey they had previously filled in order to measure the benefit that the program had on their behavior and reasoning.

The study findings reveal that the developed program has helped students to criticize and benefit from the media messages they receive. Students were now trained to: i) acknowledge their social responsibilities, ii) advancing their dialogue skills, and iii), understanding the specificities of others and accepting their culture.

Keywords: Media education. Social Skills. Social Responsibility. Diversity. Adolescence

دور التربية الإعلامية في تفعيل المهارات الاجتماعية عند التلاميذ المراهقين
(فعالية تطبيق برنامج خاص في مدرستين رسميّة وخاصة في بيروت نموذجاً).

ملخص البحث

يهدف البحث إلى دراسة قدرة التربية الإعلامية في تفعيل بعض المهارات الاجتماعية عند التلاميذ، وقد اخترنا لذلك خمسين تلميذاً من الصف العاشر الذي تتراوح أعمار تلاميذه بين 15 و16 عاماً. واعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي، أما تصميمه فكان شبه تجريبي؛ أي قمنا بإخضاع العينّة إلى استمارة تدرس مدى اطلاع أفرادها على العمل الاعلامي ودوره في تطوير مفهوم الحوار وتقبل الثقافات المتنوعة.

ومن ثمّ تدخلنا عبر وضع برنامج خاص مستند إلى دراسات وتجربة خاصّة، زوّدنا أفراد العينّة به، وبعد ذلك أخضعنا أفرادها للاستمارة ذاتها التي خضعوا لها قبل تزويدهم بالبرنامج بهدف قياس مدى استفادتهم منه. وقمنا بمقارنة النتائج في المرحلتين القبليّة والبعدية، وتبيّن لنا أنّ التربية الإعلامية وفق البرنامج الذي وضعناه ساهمت في توعية التلاميذ على مسؤولياتهم الاجتماعية، وساعدتهم في تطوير مهارة الحوار عندهم وتفهم خصوصيات الآخرين وتقبل ثقافتهم.

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية، المهارات الاجتماعية، المسؤولية الاجتماعية، التنوع، المراهقة.

1- المقدمة

باتت وسائل الإعلام في عصرنا الحالي الرفيق الدائم والأساسي لمعظم الناس ولا سيما المراهقين منهم، فعبّر هذه الوسائل على اختلافها يتفاعل المراهق مع الأصدقاء والغرباء، ومع مختلف الأحداث التي تدور من حوله؛ أكانت هذه الأحداث قريبة أم بعيدة. إنَّ التقدّم التكنولوجي الهائل جعل الإنسان على مقربة من كلِّ التطورات التي يشهدها العالم، فيمكنه، إذا أراد، إعطاء رأيه فيها وحتى المشاركة في بعض فعاليتها.

إنَّ الدراسات العلمية التربوية والاجتماعية برهنت أنّ الإعلام وبفعل تأثيره المباشر في حياة الأفراد وتوجهاتهم وسلوكهم، بات له دور مهم في تكوين الرأي العام وتشكيل المجتمعات. ومن هنا لا بدّ من التنبيه إلى خطورة بعض الرسائل الإعلامية، إذ أنّ هناك تخوفاً من أن تشكل بعض الرسائل الإعلامية مصدرًا أو محفزًا لانحراف المراهقين واكتسابهم سلوكًا عدائيًا، أو ممارستهم لتصرفات لا يتقبلها المجتمع.

وبفعل هذا الواقع، كان لا بدّ من وجود تربية إعلامية بهدف ضبط الرسائل الإعلامية من جهة، وتوجيه التلاميذ إلى المخاطر الناجمة عن بعضها وتوعيتهم على غايات العمل الإعلامي وخلفياته من جهة ثانية. (اليونيسكو، 2017).

2- تحديد الموضوع

وبما أنّ الإعلام قد يشكّل خطرًا على عقول المراهقين إذا لم يتمّ ضبط المحتوى الذي يبثّ عبر وسائله. وبما أنّ مشاهد العنف والقتل والدمار والتلاسن الكلامي والاتهامات والتجيبش المتعمّد من قِبَل بعض الوسائل الإعلامية للترويج لأفكار معينة سياسية كانت أم اجتماعية أم تجارية تؤثر في نفوس المتلقين وخاصة المراهقين منهم، نرى أنّ الوعي حول عمل وسائل الإعلام على اختلافها والتنبيه إلى ما تعرضه من مواد ورسائل، هو مسألة مهمة للحدّ من آثارها السلبية. ولذا فإن التربية الإعلامية المتطورة ضرورية من أجل توجيه التلاميذ على متابعة المواد الإعلامية التي توعيتهم على مسؤولياتهم الاجتماعية، وتطوير مهارة الحوار عندهم، ومعرفة الآخرين بموضوعية وتقبلهم، وعدم التشنّج بأرائهم ومعتقداتهم الموروثة، والانفتاح على المعتقدات والثقافات والحضارات المتعدّدة.

3- أهداف الموضوع

يهدف البحث إلى الإضاءة على دور التربية الإعلامية السليمة في تنوير المراهق على كيفية فهم الرسائل الإعلامية وتحليلها والنظر في خلفياتها، بالإضافة إلى توعيته على القوانين وعلى مسؤولياته الاجتماعية، وعلى أهمية البحث عن المواد التي من شأنها تعريفه على الآراء المختلفة والثقافات المتنوّعة وتحثه على تقبل الآخرين.

4- فائدة الموضوع

علمنا على وضع برنامج خاص يتضمّن عناوين ودروسًا من شأنها إفادة التلميذ، وتفعيل مهاراته الاجتماعية من خلال تحفيز فكره الناقد عبر مقارنته للعمل الإعلامي بشكل واع. وتكمن الفائدة العلمية لبحثنا في وضعنا هذا البرنامج الذي هو بمثابة إرشادات سريعة وبسيطة استوحيناها من الدراسات العلمية والتجارب الدولية وخبرتنا الإعلامية، ووددنا نقلها إلى الجيل الجديد علّها تُعرّفه بشكل أوسع وأعمق على طبيعة عمل الإعلام، وتوجّهه إلى الاستفادة من حسناته، والانتباه إلى سيئاته وكيفية التعامل معها. ونرى أنّ هذا البرنامج المختصر، ولكن المشبع بالمعلومات، قد يدفع التلميذ إلى تفعيل ثقافة الحوار، وتقبل الآخر عنده.

5- الإشكالية

يشكّل الإعلام حاليًا القوّة الأكثر تأثيرًا في حياة الناس بسبب التقدّم التكنولوجي، وبالتالي وصول وسائل الإعلام إلى شريحة واسعة من المتابعين. وبما أنّ الإنسان لا يعيش بمفرده، وبما أنّ تكوين شخصيته هي نتاج تفاعله مع محيطه، ومع من يراه ويشاهده ويتحاور معه، فإنّ المادة التي تُعرض في الإعلام هي بدورها من المتغيّرات الأساسية في رسم سلوك المتلقي والتأثير في نمط عيشه وأفكاره.

وتُعتبر العلاقة بين المنظومة الإعلامية ومنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية علاقة فعالة ومتداخلة على اعتبار أنّ وسائل الإعلام في أيّ مجتمع هي الوسائل الناقلة لأنماط التفكير والمعرفة والقيم الموجودة داخل هذا المجتمع. ويرى العالم الأميركي (هارولد لاسويل) أنّ من بين وظائف وسائل الإعلام مراقبة البيئة الاجتماعية من خلال تجميع المعلومات وتوزيعها حتى يتمكن أفراد المجتمع من التكيف مع الظروف المتغيّرة (صالح، 1998، ص99-100). كما يشير إلى أنّ لوسائل الإعلام مهمة أخرى هي زيادة ترابط المواطنين في مواجهة التحديات التي تعترضهم. ولذا يمكن اعتبار وسائل الإعلام أداة اجتماعية تساهم في توحيد المجتمعات من خلال توحيد الأفكار والمشاعر الإنسانية بين الناس، وتوحيد عاداتهم، وتقليداتهم، وقيمهم، وأنماط سلوكهم.

ويُلاحظ الأهل والمدرّسون تأثير المواد الإعلامية في حياة أبنائهم وتلاميذهم المراهقين لا سيما وأنّ هذه الفئة العمرية هي في طور النمو الفكري، وبالتالي فإنّ ما يشاهده المراهقون من أحداث وتطوّرات اجتماعية وسياسية وحياتية تدخل في وجدانهم، وقد تُظهر معالم تفاعلهم مع هذه الأحداث والتطوّرات في سلوكهم وردّات فعلهم وأرائهم.

ومن هنا تكمن خطورة الرسائل الإعلامية، إذ أنّ بعضها قد تكون له تداعيات سلبية في طريقة تفكير المراهق وتصرّفاته، وفي مقارنته للقوانين التي تُحكّم مجتمعه، وفي كَيْفِيَّة تفاعله مع الآخرين الذين يتشابهون معه، أو يختلفون عنه.

وبما أنّ الإعلام بات قادراً على التأثير في تكوين أفكار المُشاهد وبناء مواقفه من سائر القضايا المطروحة، فقد تداعى الباحثون التربويون إلى وضع "التربية الإعلامية" التي تعنى بتعليم مهارة التعامل مع الإعلام. ومن بين أهداف هذه التربية، معرفة اختيار الرسائل الإعلامية التي تعنى بتفعيل الحوار وتقبّل الآخر، والاهتمام بالقوانين والقضايا الاجتماعية.

لذا هناك تعويل على هذه التربية لناحية توجيه التلاميذ على كَيْفِيَّة التعامل مع الرسائل الإعلامية، وأخذ ما هو مفيد لهم في طريقة تطوير علاقاتهم الاجتماعية، وفي فهم القوانين التي تضبط حياتهم.

وتتمثّل إشكاليّة بحثنا في معرفة الدور التي بإمكان التربية الإعلامية السليمة والمتطوّرة القيام به لناحية تفعيل المهارات الاجتماعية عند المراهقين.

6 - الفرضيات

يضعنا البحث أمام فرضية أساسية تمّ تحديدها على الشكل الآتي: إنّ التربية الإعلامية وفق البرنامج الخاص المقترح تساهم في تفعيل المهارات الاجتماعية عند التلاميذ المراهقين.

ويَنفَرَع عن هذه الفرضية ثلاث فرضيات مساندة هي

1. هناك علاقة بين تطبيق البرنامج الخاص وتوعية المراهقين على مسؤولياتهم الاجتماعية.
2. هناك علاقة بين تطبيق البرنامج الخاص وتعزيز ثقافة الحوار عند المراهقين.
3. هناك علاقة بين تطبيق البرنامج الخاص وشجيع المراهقين على تقبّل الآخر.

7- منهجية البحث وأدواته

تُعتبر دراستنا ما يُعرف بدراسة حالة (case study)، وقد اعتمدنا فيها على المنهج الكمي التحليلي، وتكمن أهميته في الكشف عن أثر التربية الإعلامية في تفعيل المهارات الاجتماعية عند المراهقين. وقد استعملنا أداتين في عملنا.

أولاً: الاستبيان؛ ويهدف إلى قياس مدى تأثير التلاميذ بالعمل الإعلامي، وكيفية انعكاس هذا الأثر في سلوكهم وعلاقاتهم الاجتماعية.

ثانياً: برنامج خاص، وقد وضعنا مضمونه استناداً إلى دراسات علمية وتجربة خاصة؛ ويهدف إلى توعية التلاميذ على كَيْفِيَّة عمل وسائل الإعلام وخلفيّة اختيارها للمواد الإعلامية التي تعرضها، بالإضافة إلى تنبيههم إلى أنّ بعض المواد الإعلامية تشكل خطراً على سلوكهم وتفكيرهم ورؤيتهم لبعض المفاهيم الاجتماعية والحياتية.

وتضمّن عملنا الميداني إخضاع عيّنة الدراسة إلى الاستمارة ومن ثمّ تدخّلنا عبر وضع برنامج خاص زوّدنا أفراد العيّنة به عبر توزيعه عليهم وتعليمهم إيّاه، وبعد ذلك أخضعنا أفراد العيّنة نفسها للاستمارة ذاتها.

أما النتائج فقد حصلنا عليها بعدما قارنا إجابات التلاميذ على أسئلة الاستمارة في مرحلتين؛ مرحلة قبلية أي قبل تزويدهم بالبرنامج الخاص، ومرحلة بعدية أي بعد تدريسهم لمضمون هذا البرنامج. وقمنا بربط هذه النتائج بفرضيات البحث لمعرفة إلى أيّ مدى استطاعت الدراسة بلوغ أهدافها.

8- مجتمع الدراسة

يتكوّن مجتمع الدراسة من تلاميذ مراهقين تتراوح أعمارهم بين 15 و16 عامًا. أما العيّنة فضمّت خمسين تلميذاً من الصفّ العاشر. وقد تمّ اختيار التلاميذ من مدرستين في بيروت؛ الأولى رسمية والثانية خاصة.

9- عرض نتائج الدراسة وتحليلها

ظهر من خلال الإجابة عن أسئلة الاستمارة في مرحلتها قبلية والبعديّة أنّ التلاميذ يتابعون وسائل الإعلام بشكل كبير بنسبة تفوق الـ75%، ولا سيّما منها المواقع الإلكترونية والتلفزيون. وبالتالي نستطيع القول بأنهم عرضة لتأثيرات رسائلها بحسناتها وسيئاتها. والسؤال المطروح: هل استطاع البرنامج الخاص الذي وضعناه مساعدة التلاميذ على تفعيل مهاراتهم الاجتماعية؟

1-9- مناقشة الفرضية الأساسية: إنّ التربية الإعلامية وفق البرنامج الخاص المقترح تساهم في تفعيل المهارات الاجتماعية عند التلاميذ المراهقين.

وللتأكد من صحّة هذه الفرضية سنناقش الفرضيات المنبثقة عنها:

9-1-1- مناقشة الفرضية الفرعية الأولى: هناك علاقة بين تطبيق البرنامج الخاص وتوعية المراهقين على مسؤولياتهم الاجتماعية

لقد قمنا بدراسة إجابات التلاميذ على مجموعة أسئلة متعلقة بهذه الفرضية الفرعية في المرحلتين القبلية والبعديّة. وقد وجدنا أنّ نسبة التلاميذ الذين يعتقدون أنّ وسائل الإعلام تساعدهم على معرفة القوانين انخفضت من 42.4% في المرحلة القبلية إلى 30% في المرحلة البعدية، مما يشير إلى أنّ معظم التلاميذ باتوا متنبّهين إلى أنّ وسائل الإعلام لا تزودهم بالمعلومات الكافية والضرورية التي تعرّفهم على القوانين التي تحكم حياتهم الاجتماعية، وهذه الوسائل بالتالي، وفق نظرهم، لا تحاكي واقعهم ولا تجيب على تساؤلاتهم في ما خصّ الأطر القانونية الواجب اتباعها. ومن اللافت أيضاً أنّه في المرحلة القبلية كان هناك 39% من التلاميذ يعتقدون بشكل جازم أنّ وسائل الإعلام تدفعهم إلى الاهتمام بالبيئة؛ وهذا يدلّ على أنّ معظم التلاميذ يرون أنّ وسائل الإعلام لا تتناول بشكل كافٍ قضايا بيئية تشجّعهم على احترام البيئة وتدلّهم على كيفية التعامل معها. ولم تتغيّر هذه النسبة بشكل كبير في المرحلة البعدية، إذ ارتفعت 3% فقط فبات 42% من التلاميذ على بينة من أنّ القضايا البيئية لا تستحوذ على مساحة واسعة من شبكة البرامج في وسائل الإعلام على الرغم من أهميّة هذا الملف في لبنان لا سيما في السنوات القليلة الماضية. وردّاً على سؤال حول ما إذا كانت وسائل الإعلام توجّه متابعتها إلى احترام الآخر، رأى حوالي نصف التلاميذ أي 51.5% منهم أنّها تفعل ذلك، في حين نرى أنّ ما يقارب نصف العينة غير متأكدة من أنّ وسائل الإعلام تحثّ متابعتها على احترام الآخرين ومعتقداتهم وأرائهم. وبعد تزويدهم بالبرنامج الخاص أصبح التلاميذ أكثر وعياً على حقيقة أنّ الكثير من الرسائل الإعلامية يدفع المتابعين إلى الريبة من أفكار الآخرين ومعتقداتهم إذ أنّ 70% من التلاميذ رأوا أنّ وسائل الإعلام لا تساهم من خلال المواد التي تنشرها في جعل المتلقّي أكثر احتراماً للفئات التي لا تشبهه أو تعارض آراءه.

وهنا لا بدّ من الإشارة إلى أنّه وعلى الرغم من أنّ وسائل الإعلام عرضت برامج شكّلت في السنوات الماضية منصات يتمّ من خلالها الإضاءة على قضايا تهّم الناس، ولكن للأسف لا يزال عدد متابعي هذه البرامج قليل مقارنة بأولئك الذين ينجرون وراء المواد الإعلامية التجارية والمبتذلة. وهنا يكمن دور التربية الإعلامية التي برأينا تشكل منطلقاً مهمّاً لمساعدة الجمهور على معرفة حسنات المواد الإعلامية من سيئاتها، وعلى الوعي إلى مخاطر بعض الرسائل الإعلامية على طريقة تفكير المتابعين وتصرفاتهم، وبالتالي على حياتهم الاجتماعية وما تتضمنها من مسؤوليات. ومن خلال الأبحاث التي أجريناها لم نجد دراسات تربط التربية الإعلامية بالمسؤولية الاجتماعية، وإنما أبحاث تناولت واقع الإعلام ولا سيما الإعلام الجديد أو الرقمي، وتأثيره في المجتمع. فقد أشارت معظم هذه الأبحاث إلى أنّ الفرص التي يتيحها الإعلام الجديد ترتبط ارتباطاً مباشراً بالمسؤولية الاجتماعية عبر تعزيز الترابط والتكامل بين أفراد المجتمع، وتشكيل فضاء عام صالح لتبادل الحوار والتلاقي والتواصل (الدليمي، 2013، ص56).

بالمقابل هناك دراسات تناولت عزلة الفرد داخل العالم الافتراضي الناجم عن متابعة وسائل الإعلام، فعلى الرغم من أنّ الفرد يصبح كأننا عالمياً في تواصله الافتراضي، غير أنّه معرّض أيضاً كي يكون منعزلاً عن الوسط الاجتماعي الذي يعيش فيه ويحيط به، فضلاً عما يمكن أن تنتسبه بعض مواقع التعارف الإباحية أو مواقع الإرهاب من أضرار (سلطان، 2011، ص88)، مما يؤثر سلباً في عقلية الجمهور وتعاطيه مع قضاياها ومجتمعها.

وبمعزل عن هذه الدراسات ومقاربتها للمهارات الاجتماعية من باب متابعة وسائل الإعلام، فإنّ نتائج هذه الفرضية الفرعية تدلّ على وجود تربية إعلامية توعي عند التلاميذ حسن احترام الغير، والاهتمام بالمشاكل البيئية ومحاولة معالجتها، والتعرّف على القوانين التي تضبط الحياة الاجتماعية وتغيّنها. كما أنّ هذه النتائج تدلّ على أنّ التلاميذ ليسوا على بينة من طبيعة مضامين الرسائل الإعلامية المفيدة، وهم بالتالي يتابعون البرامج بشكل عشوائي من دون التنبّه إلى أهميّة بعض البرامج المعروضة التي تساهم في تحسين قدرات المجتمع، والمشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية فيه. ولذا فإن البرنامج الخاص الذي وضعناه ودرسناه لعينة الدراسة أظهر أنّه قادر على توعية التلاميذ على كيفية الاستفادة من الوسائل الإعلامية للاطلاع على القوانين التي تنظّم الحياة الاجتماعية من حولهم، ومتابعة البرامج التي تعرّفهم على المشاكل البيئية وكيفية حلّها، وطريقة المحافظة على البيئة. كما باتوا أكثر انتباهاً إلى ضرورة عدم الاكتراث إلى الرسائل الإعلامية التي تقلّل من احترام الآخرين أو التعاطف مع الغير.

9-1-2- مناقشة الفرضية الفرعية الثانية: هناك علاقة بين تطبيق البرنامج الخاص وتعزيز ثقافة الحوار عند المراهقين

ارتبطت وسائل الإعلام بعد الثورة التكنولوجية بصفة التواصل، فانتشرت مواقع التواصل الاجتماعي المبنية على تبادل المعلومات والأفكار ومناقشة الأحداث وطرح المشكلات والحلول لقضايا تهّم أفراد المجتمع وتؤثر في مسارهم. ومن هذا المنطلق افترضنا أنّ للتربية الإعلامية علاقة بثقافة الحوار بين المراهقين الذين يتابعون بغالبية وسائل الإعلام لاسيما الحديثة منها.

وقد لاحظنا بعد مراقبتنا لنتائج أسئلة الاستمارة التي تقيس علاقة التربية الإعلامية بثقافة الحوار، أنّ 33.3% من عينة دراستنا كانوا في المرحلة القبلية يناقشون ما يتابعونه في وسائل الإعلام مع أصدقائهم وبعد تزويدهم بالبرنامج الخاص ارتفعت

هذه النسبة إلى 59%. كما أظهرت النتائج أن 55% من التلاميذ يتمسكون بمواقفهم ولا يقبلون مناقشتها، غير أن هذه النسبة ارتفعت في المرحلة البعدية وبنات 67%، وتتقاطع هذه النسب مع النتائج التي دلّت على أن التلاميذ المفتحين على آراء الغير كانوا في المرحلة القبلية لا يتعدون الـ 66%، إلا أن هذه النسبة ارتفعت أيضاً في المرحلة البعدية وبنات 79%. من الأرقام اللافتة أن نسبة التلاميذ الذين يعتقدون أن متابعتهم لوسائل الإعلام تكوّن عندهم الرغبة في التعرف على البيئات المختلفة بلغت 60% في المرحلة القبلية، بالمقابل ارتفعت هذه النسبة في المرحلة البعدية لتصل إلى 83%. ومن النتائج المتعلقة بهذه الفرضية، وجدنا أن 39% من التلاميذ كانوا يعتبرون أن متابعتهم لمادة إعلامية تؤدي إلى تكوين رأي أو موقف حولها، وبعد البرنامج الخاص بات التلاميذ على دراية بأن الرسائل الإعلامية عندها المقدر على التأثير في آرائهم ومعتقداتهم إذ أن نسبة هؤلاء ارتفعت إلى 61%.

وركزت وسائل الإعلام في عملها في السنوات القليلة الماضية على البرامج الحوارية في محاولة منها لتنمية الفكر البشري، ومهارات التفكير العلمي. وكان لوسائل الإعلام دور كبير في الإضاءة على مفهوم الحوار بما أن الحوار يحتاج إلى منصة يتم عبرها نقل الآراء وشرح المعتقدات. ولكن هذا الأمر ليس سهلاً، فقد يقع على عاتق مسؤولي وسائل الإعلام والعاملين فيها اتخاذ تدابير معينة لإنجاح مفهوم الحوار؛ ومنها تنقيته من الألفاظ البذيئة، والعبارات أو التلميحات التي تستهزئ بالآخرين، واحترام آراء كل من يريد التعبير عن نفسه من مختلف الفئات، أيًا كان مستواه الثقافي، والعمل على الارتقاء بمستوى الحوار في الأعمال الدرامية بين الشخصيات لما لذلك من أثر مباشر في ثقافة المشاهدين. فالحوار إذا يأتي في صلب عمل وسائل الإعلام بغض النظر عما إذا كانت تضعه في سلم أولوياتها أم لا، أو تعمل على بث رسائل إيجابية ومفيدة من خلاله.

ولذا فإن من واجب التربية الإعلامية تصويب هذا الهدف من خلال توعية الجمهور على كيفية استفادته من الرسائل الإعلامية لما فيه خيره وخير مجتمعه. ومن هنا يتم وصف التربية الإعلامية كعملية بناء الإنسان والمساعدة على جودة استعمال وسائل الإعلام من أجل تشكيل ثقافة التفاعل والحوار عند الجمهور من خلال تنمية تفكيره الناقد وتقوية طريقة تحليله، وتطوير مفهوم تقييمه للمواد الإعلامية (بارانوف، 2002، ص 87).

إن نتائج البحث المتعلقة بهذه الفرضية الفرعية أثبتت أن البرنامج الخاص الذي وضعنا ساهم في مساعدة التلاميذ على فهم مضامين الحوار وغاياته، كما عرض لهم عناصر الحوار الأساسية لإنجاحه؛ كاحترام آراء الآخرين ومناقشتها بوعي وانفتاح بعيداً عن التمسك بالمواقف المسبقة، بالإضافة إلى أنه شرح للتلاميذ مدى قدرة وسائل الإعلام على زرع مفاهيم خاطئة عند الرأي العام المؤثر حكماً في مسارات الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية.

إن ما وجدناه من الأثر الإيجابي للتربية الإعلامية السليمة في تفعيل ثقافة الحوار عند التلاميذ جاء مكملاً لنتائج دراسة قامت بها الباحثة السعودية (موزة عيسى يوسف الدوسري) على عينة تناولت شرائح مختلفة في جدة وحملت عنوان "دور وسائل الإعلام الجديد في نشر ثقافة الحوار". وقد كشفت هذه الدراسة عن وجود فجوة عند مختلف الفئات العمرية من حيث مقاربتهم للرسائل التي تنبئها وسائل الإعلام في إطار تعزيز ثقافة الحوار (الدوسري، 2007). وأوصت بإجراء مزيد من الدراسات والبحوث حول دور وسائل الإعلام الجديد وتأثيره في النشء، وتدريب التلاميذ على السبل الصحيحة للتعامل مع الرسائل الإعلامية. ومن هذا المنطلق لا بد من تنمية الوعي عند التلاميذ حول المحتوى الإعلامي والرسائل الإعلامية حتى يتسنى لهم تقييمها بأساليب علمية. وقد حدّد الباحثان اليابانيان (إمايزومي) و(سيجي) بعض النقاط الضرورية من أجل ذلك، وهي: التعاون بين التلاميذ وإبداء آرائهم المختلفة بشأن ما يُقدم في وسائل الإعلام، وتحليل المضامين الإعلامية وتفسيرها، ونقدها (إمايزومي وسيجي، 2014، ص 49).

9-1-3- مناقشة الفرضية الفرعية الثالثة: هناك علاقة بين تطبيق البرنامج الخاص وتشجيع المراهقين على تقبل الآخر.

إن التركيز على نشر القيم الاجتماعية والوطنية في التربية أمر جوهري يطور العلاقات الاجتماعية ويساهم في تعزيز مبدأ حقوق الإنسان. ومن أبرز عناصر هذه القيم تقبل الآخرين على اختلاف انتماءاتهم وأفكارهم ومعتقداتهم.

من خلال النتائج التي حصلنا عليها، يظهر أن 57% من التلاميذ كانوا يعتقدون في المرحلة القبلية أن وسائل الإعلام تساعدهم على احترام آراء الآخرين، ولكن هذه النسبة انخفضت في المرحلة البعدية إلى 49%.

وقد تكون هذه النتائج ناجمة عن أن التلاميذ باتوا أكثر وعياً على خلفيات الرسائل الإعلامية، والنظر في ما إذا كانت تحرص بالفعل على تقدير آراء مختلف البيئات والطبقات الاجتماعية، وبالتالي تقوم بحثّ الجمهور على تقبل هذا التنوع، والوعي إلى أن وجوده ضروري من أجل بناء مجتمع ديمقراطي.

كما ظهر أن 45% من التلاميذ كانوا يعتقدون في المرحلة القبلية أن على وسائل الإعلام عرض البرامج والمواد التي تحث على تقبل تقاليد الآخرين وثقافتهم، وقد زادت هذه النسبة في المرحلة البعدية فوصلت إلى 60%. ونرى هنا أن التلاميذ باتوا على بينة من أن الرسائل الإعلامية قادرة على تعريفهم على مختلف البيئات، وبالتالي فإن نسبة التلاميذ الذين يعتقدون

أن من واجب وسائل الاعلام تقريب المجتمعات من بعضها، ارتفعت من 33% في المرحلة القبليّة إلى 57% في المرحلة البعدية.

ومن الأرقام المهمة أيضًا ما لاحظناه عن أنّ نسبة التلاميذ الذين يعتقدون أنّ وسائل الاعلام تساعدهم على بناء صداقات مع الآخرين فاقت الـ 70% في المرحلتين القبليّة والبعدية. وهذا دليل على أنّ المراهقين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي لبناء صداقات جديدة وتوطيد صداقاتهم القديمة.

ومن هنا فإنّ نسبة غير قليلة تعتبر أنّ وسائل الإعلام فتحت لها المجال في التعرّف على الآخرين ونسج علاقات صداقة معهم. وفي هذا الإطار تتوافق هذه النتائج مع نتائج دراسة مسحية وطنية أجريت في الولايات المتحدة الأميركية بين عامي 2014 و2015 على 1060 مراهق دلّت على أنّ 64% منهم أقاموا علاقات صداقة جديدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، و94% منهم وطّدوا علاقاتهم مع أصدقائهم الحاليين عبر هذه المواقع (لأنهارت، 2015).

إنّ التنوّع والاختلاف يُعتبران من مزايا الحياة الاجتماعيّة، ولكنّ المهمّ أن نستثمرهما لما فيه إغناء مجتمعنا. فنحن في أمسّ الحاجة في ظلّ العولمة إلى احترام التعدّدية وقبول أفكار الغير وآرائهم ومعتقداتهم، لأنّه في غياب هذه العوامل تتحوّل الحياة إلى فوضى وعنف وتعبصّب. وقد وجدنا أنّ التربية الإعلاميّة المتطوّرة وفق البرنامج الذي زدنا به التلاميذ قد شكّلت وسيلة فعّالة لتنمية وعي الأفراد حول ثقافة الاختلاف من خلال حثّهم على احترام مختلف التوجّهات والتّيّارات الفكرية والعقائدية، فثقافة الاختلاف هي لغة واعية، تدفع إلى تفعيل التواصل الفكري والثقافي بين البشر، وتعمق قيمة التحاور بهدف حلّ الخلافات من دون اللجوء إلى العنف.

10- الخلاصة

ظهر لنا من خلال هذه النتائج أنّ الفرضيات الفرعية الثلاث صحيحة وبالتالي تبين صحة الفرضية الاساسية التي تقول بأن التربية الإعلاميّة وفق البرنامج الخاص المقترح تساهم في تفعيل المهارات الاجتماعيّة عند التلاميذ المراهقين.

11- الاقتراحات

إنّ التربية الإعلاميّة باتت عنصرًا مساندًا لعملية التنشئة الاجتماعيّة التي تهدف إلى توجيه التلاميذ ولا سيما المراهقين منهم، كي يصبحوا مؤهلين للمشاركة في الحياة الاجتماعيّة، واكتساب الأنماط السلوكيّة التي تساهم في تطوير بينّتهم وتنميتها وتثقيفها. ومن هنا نرى أنّه من الضروري:

- العمل مع التلاميذ المراهقين على تنمية مهاراتهم المتعلّقة بالتحليل الناقد للرسائل الاعلاميّة وكيفية الربط بين خلفيات الرسائل الاعلاميّة ومضمونها، وطبيعة الوسيلة الاعلاميّة وملكيّتها، ونوايا القائمين بعملية الاتصال والتواصل.
- توعية التلاميذ على متابعة المواد الاعلاميّة التي تساعدهم في إيجاد أنماط متميّزة من السلوك الهادف إلى تعزيز التعايش والتفاهم مع الآخر المختلف في ثقافته ومعتقداته ومرجعياته الدينيّة والحضاريّة.
- توجيه التلاميذ إلى أهميّة تعزيز روح التسامح والقبول بالتنوّع في المجتمع. بالمقابل من الضروري أنّ يتسم عمل وسائل الإعلام أيضًا بالمسؤوليّة، وبالتالي:
- وقف وسائل الإعلام الرسائل التحريضية والمسيئة إلى شرائح من المجتمع عن قصد أو غير قصد مُتسلّحة بحريّة التعبير.
- احترام وسائل الإعلام للتنوّع الثقافي والمعتقدات الدينيّة وعرضها برامج تعزّز هذه الميزات.
- تخصيص برامج وفقرات تهدف إلى تقريب وجهات النظر ومدّ الجسور بين الشعوب والتعريف بها وتاريخها بما يعزّز التفاهم بين الثقافات على نحو أفضل.

12- المصادر والمراجع

باللغة العربية:

1. الدليمي، محمد عبد الرزاق. (2013). الإعلام وإدارة الأزمات. عمّان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
2. الدوسري، موزة عيسى يوسف. (2007). دور وسائل الإعلام الجديد في نشر ثقافة الحوار، ورقة مقدّمة لمؤتمر التربية الإعلامية، الرياض.
3. سلطان، محمد صاحب. (2011). وسائل الإعلام والاتصال- دراسة في النشأة والتطور. عمّان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
4. صالح، سليمان. (1998). صناعة الأخبار في العالم المعاصر (ط2). القاهرة: دار النشر للجامعات.
5. اليونيسكو. (2017). مراجع مختارة لتدريس أساسيات المعلومات والإعلام. استرجع في 11 تشرين الثاني 2018 من: uneco.mil-for-teachers.unsoc.org

باللغة الأجنبية:

1. Baranov, O. (2002). *Media Education in School and University in Russia*. Tver: State University
2. Imaizumi, K. S. Seiji, W. (2014). Academic Standards of Media Education in Japanese Faculties: Present and Future. *Japan Prize International Educational Research Journal*. 11 (2), p.49.
3. Lenhart, Amanda. (August 6, 2015). *Social Media and Friendships*. Retrieved July 17, 2021, from: <https://www.pewresearch.org/internet/2015/08/06/chapter-4-social-media-and-friendships/>