

دور الثقافة الإعلامية في تشكيل وعي الآباء لاستخدام أبنائهم للمنصات الرقمية

رفيدة محمد متولي رمضان*

ملخص:

في ظل تطورات الاعلام الالكتروني وانتشار المنصات الرقمية وتعدد ما بين العام والمتخصص، أصبحت المنصات الرقمية أحد ادوات الاعلام الجديد التي حاولت تقديم نفسها كمنصات بديلة عن التلفزيون التقليدي، واستطاعت ان تضع معايير جديدة للبث التلفزيوني تتمثل في شكل ومحتوى جديد للمضمون المقدم عبر هذه المنصات.

ومن هنا تبرز أهمية الثقافة الاعلامية حتى يعرف الآباء كيف يتعاملون مع مختلف وسائل الاعلام عامة ووسائل الاعلام الرقمي والمنصات الرقمية خاصة، وكيف يستفيدون منها لتنمية وتطوير الثقافة والتربية للنشء والمساعدة على ضبط تأثيرات وسائل الاعلام وترشيدها وبلورتها في إطار يخدم الاهداف المنشودة.

ومن ثم تسعى هذه الدراسة الى معرفة مدى تأثير الثقافة الاعلامية للآباء على استخدام ابنائهم للمنصات الرقمية ونوعية المضامين التي يتعرضون لها، وذلك من خلال المقابلات المتعمقة مع المتخصصين في مجال علم نفس الاطفال والثقافة الاعلامية وثقافة الطفل.

وقد توصلت الدراسة الي ان زيادة مستوي الثقافة الإعلامية لدي الآباء يؤدي الي زيادة قدرتهم على التوجيه والإرشاد نحو انتقاء المضامين الإيجابية الفعالة لأبنائهم فيما يتناسب مع فئاتهم العمرية وميولهم وتغييراتهم الجسمانية والعقلية والفكرية والمعرفية، لابد من عمل حملات إعلامية موجهة للآباء عن أهمية الثقافة الإعلامية، وتوعيتهم بالآثار الإيجابية والسلبية ومخاطر وسائل الاعلام من خلال جميع وسائل الاعلام ومواقع التواصل الاجتماعي لضمان سهولة وصولها لهم.

The Role of Media Literacy in Shaping Parents' Awareness of Their Children's Usage of Digital Platforms

Summary:

In light of the developments of electronic media and the spread of digital platforms and their multiplicity between the general and the specialized, digital platforms have become one of the New Media tools that have tried to present themselves as alternative platforms to traditional television, and have been able to set new standards for television broadcasting exemplified by the new form and content for the substance presented through these platforms.

* مدرس مساعد بقسم الانتاج الإذاعي والتلفزيوني، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام

Hence the importance of media literacy so that parents know how to deal with various media in general and digital media and digital platforms in particular, and how they can benefit from them to advance and develop culture and education for children and help control, rationalize, and crystallize the effects of media in a framework that serves the desired goals.

Hence, this study seeks to know the extent to which parents' media literacy affects their children's usage of digital platforms, the quality of the content they are exposed to. That is achieved through in-depth interviews with specialists in the fields of child psychology, media literacy, and child culture.

The study concluded that increasing the level of media literacy among parents leads to an increase in their ability to direct and advise with regard to selecting positively effective content for their children that suits their age groups, tendencies, and physical, mental, intellectual and cognitive changes. Media campaigns, targeting parents, must be initiated with focus on the importance of media literacy and the merits and demerits of consuming media throughout all media channels and social networking websites to ensure easy access to them.

مقدمة:

في ظل تطورات الإعلام الإلكتروني وانتشار المنصات الرقمية وتعدد ما بين العام والمتخصص، وما تم ملاحظته من إقبال متزايد من الأطفال نحوها، وتناول العديد من الأبحاث والدراسات الإعلامية للتأثيرات الإيجابية والسلبية لمضامين تلك المنصات على الأطفال، وملاحظة التغيير الملحوظ في خصائص وأساليب وأنماط التعرض لوسائل الاتصال داخل الأسرة الواحدة، فلم يعد للآباء القدرة على السيطرة أو التحكم بشكل كامل فيما يتعرض له الأبناء عبر المنصات الرقمية وذلك بسبب الثورة التكنولوجية التي تجسدت في صورة أجهزة وأدوات تساعد على التعرض لهذه المنصات بشكل أسهل وأسرع والتي أفقدت الآباء قدرتهم على المراقبة والمتابعة الكاملة لما يتعرض له أبنائهم، وكذلك ممكناً عن طريق الحاسبات الشخصية الموجودة في المنزل، إلا أنه عندما يتعلق بالحاسبات والهواتف المحمولة التي يمكنهم الدخول من خلالها ومتابعة حساباتهم على المواقع والمنصات المختلفة سواء في المنزل أو خارجه.

تعرض الأطفال لتلك المضامين له الكثير من الإيجابيات والسلبيات عليهم لما يمكن تحدثه هذه الوسائط بدءاً من التأثير على إدراكهم وتكوين اتجاهاتهم وبالتبعية سلوكياتهم الناتجة عن تعرضهم لتلك المضامين الإعلامية والتي اتخذت عدة الأشكال منها: العنف أو الاباحية أو صورة نمطية عن بعض فئات المجتمع وبعض الأقليات أو الأجناس أو غير ذلك، وقد عبر الباحثون

عن مخاوف المجتمع نتيجة تفشي مظاهر التأثير السلبي لتلك المنصات بشكل ملحوظ على سلوك أفراد المجتمع خاصة الأطفال.

وبالتالي يبرز دور الثقافة الإعلامية للآباء كمسؤولين مباشرين عن أبنائهم حتى يتمكنوا من تحديد ما يصلح يتعرض له الأبناء من مضامين، والتي تعتبر مجالا من مجالات الثقافة التي يمارسها الآباء لتنشئة أبنائهم متكاملة ومتوازنة تؤدي إلى تطوره وتنميته في جميع المجالات، وهي تهدف إلى الوصول لأفضل استخدام ممكن للمنصات الرقمية بما يحقق الاستفادة الإيجابية وتقليل الآثار السلبية الغير مرغوب فيها نتيجة للتعرض لتلك المنصات.

أولاً: مشكلة الدراسة:

نظرا لكثافة المضامين والوسائل الإعلامية المتاحة للأطفال والمراهقين في عصر الاتصال الرقمي تبرز أهمية الثقافة الإعلامية للآباء بما ينعكس على الاستخدام المرشد لتلك الوسائل من قبل الأبناء.

ثانياً: أهداف الدراسة:

رصد وتحليل آراء المعنيين بالثقافة الإعلامية بأهمية الثقافة الإعلامية للآباء.

ويندرج تحت هذا الهدف الرئيسي أهداف فرعية :

أ/ أهداف الدراسة الخاصة بالمعنيين بعلم نفس الأطفال والمعنيين بالثقافة الإعلامية:

1. استطلاع رأى المتخصصين بالثقافة الإعلامية عن مفهومها وكيفية تحقيقها بالنسبة للآباء.
2. استطلاع رأى المعنيين بعلم نفس الأطفال والمراهقين عن كيفية استخدام الأبناء للمنصات الرقمية.

ثالثاً: أهمية الدراسة:

- طرح دليل إرشادي للآباء لكيفية التعامل مع الأبناء في استخدام المنصات الرقمية واختياراتهم لمخرجاتها.

رابعاً: الدراسات السابقة:

في إطار الإطلاع على التراث العلمي الذي ذات صلة بالموضوع يتم عرض الدراسات السابقة من خلال المحاور التالية باستخدام أسلوب APA في إثبات المراجع:

١- الدراسات التي تناولت مفهوم الثقافة الإعلامية Media literacy :

العديد من الدراسات تناولت بالبحث والدراسة مفهوم الثقافة الإعلامية منها دراسة (B. Eristi,2017) والتي حاولت تطوير مقياس موثوق وصالح لتحديد مستويات مهارات الثقافة الإعلامية للمستخدمين وكشفت نتائج الدراسة مقياس مهارات الثقافة الإعلامية والذي يتكون من 45 بند تم جمعها في إطار أربعة أبعاد رئيسية، هي: (الوصول Access، التحليل Analysis، التقييم Evaluate، والتواصل Communicate) هو أداة قياس موثوقة وصالحة، حيث يغطي المقياس جميع المهارات الأساسية للتربية الإعلامية في كافة وسائل

الإعلام التقليدية والجديدة على حد سواء. كما بحث (خليل، حسن، 2015) في تحديد قائمة بمهارات الثقافة الإعلامية اللازمة للطلاب، وبناء مقياس لمعرفة درجة ممارسة الطلاب لهذه المهارات و التوصل لتصوير بأهم المقترحات لتفعيل ممارسة الطلاب لمهارات الثقافة الإعلامية التي تمكنهم من تعزيز التأثيرات الإيجابية و مواجهة التأثيرات السلبية لتعدد مصادرهم في الحصول على الثقافة الإعلامية، وقد جاءت نتائج الدراسة بقائمة شملت مهارات الثقافة الإعلامية والتي تحددت في (مهارات الثقافة الإعلامية – الثقافة البصرية – الثقافة المعلوماتية – الثقافة الرقمية) كما قامت (Mohamed Doaa, 2014) بدراسة مهارات الثقافة الإعلامية في عصر الإعلام الرقمي وقد توصلت إلى الثقافة الإعلامية يمكن تقوم بتحسين مستويات المعرفة السياسية لدى الأفراد، كما قامت بصياغة مقياس المقترح يمكن الاعتماد عليه لتقييم مستويات المهارات الخاصة بالثقافة الإعلامية لدى الطلاب بالجامعة الأمريكية. كما توصل (جمال، أحمد، 2018) إلى الثقافة الإعلامية أكثر تأثيراً عندما تتكامل أدوار الآباء والمعلمون والمختصون في الإعلام وصناع القرار، وذلك لإيجاد أكبر قدر من الوعي الناقد لدى الأفراد، وهناك قصور واضح في مستوى تفعيل الثقافة الإعلامية في الجامعات المصرية. وقد قامت (رحمة الله، شريفة، 2013) بعمل بحث تجريبي لمعرفة تأثير الحوار وتبادل الآراء على الثقافة الإعلامية وقد وجدت هناك إقبال من عينة الدراسة بالبرنامج التدريبي، وامتلاكهم المقدرة على الحوار والمناقشة إذا أتيح لهم المجال و الفرصة لتبادل الآراء، وأوصت الدراسة بضرورة استثمار المواضيع التي تحتوي في منهج الثقافة الوطنية لجميع المراحل في تعزيز مفهوم الثقافة الإعلامية لدى الطلبة بما يمكنهم من تحليل محتويات الدروس وفقاً لما يتم تناوله عبر وسائل الإعلام المختلفة.

وهناك دراسات أخرى تناولت بالبحث تأثير الثقافة الإعلامية على استخدام الأطفال للإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي منها دراسة (منصور، حسن، 2019) والتي تناولت أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مهارات الثقافة الإعلامية ولقد توصل إلى وجود بعض الصعوبات أمام التوظيف الأمثل لشبكات التواصل في تطوير مهارات الثقافة الإعلامية وكانت تلك الصعوبات تتعلق بالمقررات ذاتها التي لا تلبى الإحتياجات التعليمية في البيئة الاتصالية الحديثة. ودراسة (السيد، هالة، 2019) اهتمت أيضاً بالثقافة الإعلامية لمستخدمي الفيس بوك وقد وجدت مستخدمين الفيس بوك يتمتعون بمهارات الثقافة الإعلامية الثلاثة حيث المستخدم لديه مهارة التحليل فهو مشارك نشط في الحوار حول المعنى للمحتوي الإعلامي، وواع بالعوامل المختلفة التي تؤثر في الحوار، أما مهارة البحث فنجد المستخدم باحث نشط في تحديد المصادر الإضافية المناسبة لدراسة الموضوعات الإعلامية ذات الاهتمام الشخصي، ومهارة التأثير أيضاً فالمستخدم قادر على تغيير معنى أو تأثير وسائل الإعلام كما معظم مستخدمي الفيس بوك على دراية بمفهوم المواطنة الرقمية، وكيف يكونوا مواطنين صالحين على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، و ظهر ذلك جلياً في تطبيق أبعاد و قيم المواطنة الرقمية على عينة الدراسة، فنتم كافة الممارسات على الفيس بوك سواء من خلال المنشورات أو التعليقات أو المشاركات طبقاً للمبادئ و القيم الأخلاقية التي تحت على ذلك فتساهم مهارات الثقافة الإعلامية

بشكل كبير في تعزيز مفهوم المواطنة الرقمية لدى عينة الدراسة، فالمستخدمون قادرون على فهم الرسائل الإعلامية المقدمة إليهم، وتفسيرها، بل ومنتجون لنفس الرسائل بطرق وأساليب مختلفة. أما (فايز، فاطمة، 2018) فقد توصلت لوجود علاقة دالة إحصائياً بين إدراك الأطفال لمبادئ الثقافة الإعلامية والرقمية وبين سلوكياتهم الاتصالية على مواقع التواصل الاجتماعي في حين (جمال، أحمد، 2015) يرى ضرورة تفعيل نموذج الثقافة الإعلامية كحل لحماية النشء والأطفال من التأثيرات السلبية لمضامين وسائل الإعلام. أما (Melki, Jad P, 2015) فقد حاول دراسة مستوى الثقافة الإعلامية للأطفال في البلاد العربية وقد توصل إلى وجود مستويات متدنية من الأهتمام بالثقافة الإعلامية، حيث الأطفال العرب أكثر استهلاكاً وأقل إنتاجاً للمضامين الإعلامية على شبكات التواصل الاجتماعي، واستخدام وسائل الإعلام يركز أكثر على الترفيه مع بعض المخاوف من الرقابة الحكومية ومخاطر انتهاك الخصوصية. كما وجد (معوض، محمد، 2015) مناهج الثقافة الإعلامية في العالم العربي ينبغي لا تتجاهل وسائل الإعلام التقليدية وخاصة التلفزيون، إضافة إلى أساليب الاتصال الشخصي المباشر وجد فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المراهقين على مقياس مهارات التفكير الناقد والتحليل من خلال ممارسة ألعاب الفيديو قبل تطبيق برنامج الثقافة الإعلامية وبعده لصالح التطبيق البعدي، وعدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المراهقين على مقياس مهارات التفكير الناقد والتحليل من خلال ممارسة ألعاب الفيديو قبل تطبيق برنامج الثقافة الإعلامية تبعاً للنوع، وعدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات المراهقين على مقياس مهارات التفكير الناقد والتحليل من خلال ممارسة ألعاب الفيديو بعد تطبيق برنامج الثقافة الإعلامية تبعاً للنوع. في حين وجدت دراسة (الشمري، صالح عابر، 2018) غياب لمفهوم الثقافة الإعلامية عن جميع أفراد العينة ووجد الأسرة تمارس دوراً إيجابياً من حيث المراقبة والإرشاد، وأكد القائمين على العملية التربوية والمعلمين على أهمية تضمين مفهوم الثقافة الإعلامية في المناهج الدراسية. وهذه النتيجة تختلف عما توصل إليه (عقيلة، عبد المحسن حامد، 2018) حيث توصل إلى المستوى المرتفع لمهارات الثقافة الإعلامية للآباء، إضافة إلى الآباء يلجأون إلى أنماط الوساطة الأبوية الثلاثة عند مشاهدة أطفالهم للتلفزيون وقد اعتقد الآباء السن المناسب للسماح للطفل بمشاهدة التلفزيون هو 5 اعوام مع عدم رضا الآباء عن المستوى التعليمي لبرامج الأطفال وعدم جودة محتوى البرامج التي يقدمها التلفزيون للأطفال بوجه عام.

٢- الدراسات التي تناولت استخدام المنصات الرقمية Digital Platforms :

قامت (خيرة، سعيدة بن عمار، 2019) بدراسة المنصات الرقمية ودورها في تطوير الأفلام الوثائقية وقد توصلت إلى المنصات الرقمية ساهمت في إحداث مجموعة من التحولات المهمة في عالم الفيلم الوثائقي وهذه التحولات لم تشمل الجوانب التقنية فقط بل تعرضت أيضاً للجوانب الفنية من خلال تفاعل المتلقي ونقده وتقديم آرائه وتعليقاته على الفيلم الوثائقي في حين توصلت دراسة (Mikos, Lothar, 2016) إلى التقدم الرقمي والدمج بين وسائل الإعلام يتطلب تضبط شركات البث التلفزيوني محتواها ليتناسب مع المنصات الرقمية وقنوات التوزيع الحديثة، فالإنترنت كقناة دمج بين وسائل الإعلام المختلفة تأخذ على نحو متزايد دوراً مركزياً كوسيلة إعلام جديدة فالتلفزيون التقليدي لا يزال مهما ولكن بالنسبة لبعض الجماهير فقد تراجع

دوره ليصبح ثانويا، ونتيجة لنمو الدمج بين محتويات التلفزيون التقليدي من جهة والمحتوى الرقمي من جهة أخرى أدى ذلك إلى تفاعل كبير بينهما مما أثار العديد من المناقشات حول مستقبل التلفزيون، وقد لخص هذا البحث نتائج دراستين مختلفتين على جمهور الأفلام والبرامج التلفزيونية التي يتم توزيعها عبر الإنترنت من خلال المنصات الرقمية عند الطلب مثل "Netflix". وقد تناولت الدراسة الأولى عادات ودوافع استخدام الجمهور للمنصات الرقمية في ألمانيا لمشاهدة الأفلام والبرامج التلفزيونية وما تعنيه هذه المنصات في الحياة اليومية، وأفاد معظم المشاركين في هذه الدراسة أنهم يتابعون بالأساس مسلسلات الدراما التلفزيونية على Netflix، أما الدراسة الثانية فركزت على ظاهرة المشاهدة المكثفة للأفراد والأزواج للدراما التلفزيونية وعلاقتها بظهور هياكل جديدة لسوق التلفزيون في المستقبل. أما (Ganito, 2012) فقد وجد التكنولوجيا الرقمية أدت إلى تحول الممارسات الإعلامية لدى الجماهير مما شكل تحديات جديدة لصناعة التلفزيون مع زيادة المنصات الجديدة حيث تجربة استهلاك المسلسلات التلفزيونية قد تغير تماما بشكل ملحوظ بين جمهور الأطفال، ففي حين التلفزيون لا يزال منتشرا إلا المنصات الرقمية بمميزاتها التشاركية وتوقيتها الفوري مع التحكم والحرية جذبت انتباه الأطفال بشكل كبير حديثاً. وبالحدوث عن استخدام الأطفال للمنصات الرقمية نجد (النشار، عادة أحمد، 2018) توصلت إلى الطفل المصري أصبح معتاداً على هذا النمط من المشاهدة الدرامية عبر المنصات الرقمية، فقد أصبح يعيش في بيئة رقمية تحيط به من كل جانب وتتداخل مع مختلف الأدوار الحياتية التي يؤديها، فقد وجدت الدراسة 32% من الأطفال قلت مشاهدتهم بدرجة كبيرة للتلفزيون التقليدي بسبب متابعة الدراما على المنصات الرقمية و 24% قلت مشاهدتهم بدرجة ضعيفة و 16% قلت مشاهدتهم بدرجة متوسطة مقابل 28% لم تقل مشاهدتهم على الإطلاق. ومع تزايد استخدام المنصات الرقمية يتراجع اهتمام الجمهور بمشاهدة التلفزيون التقليدي وهذا ما أكدته دراسة (Sanz, Esteve, 2015) والذي وجد هناك انخفاض مستمر في مشاهدة التلفزيون التقليدي مع تزايد المشاهدة عن طريق المنصات الرقمية، وترتب على هذا التحول آثار اجتماعية واقتصادية وثقافية كبيرة جداً، كثيراً ما تجاهلتها الأدبيات في المجال الإعلامي والإقتصادي في الوقت الحالي، وتستعرض هذه الدراسة الأنماط الرئيسية في الاعتماد على المنصات الرقمية في جميع أنحاء أوروبا وقد لاحظت الدراسة صعود منصات التلفزيون المغلقة كنموذج تجاري مثالي في المشهد الإعلامي الجديد من جهة مع الإفتتاح الثقافي والمادي للإنترنت من جهة أخرى، الأمر الذي أدى لتحول جذري في استهلاك التلفزيون، بالرغم من ظهور ترتيبات متناقضة إلا الحلول المقدمة من صناعات الإعلام لاتزال متوافقة مع تفضيلات المستهلكين، فقد قدمت هذه الدراسة نظرة على الطرق المتعددة التي لا تزال تغير بها المنصات الرقمية وجه صناعة التلفزيون في العالم.

خامساً: الإطار النظري:

تستمد الدراسة الحالية إطارها النظري من نظرية الوساطة الأبوية، فقد تبنت منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم "اليونسكو" مهمة دعم الثقافة الإعلامية عالمياً وذلك من خلال عبارة مهمة تتكرر باستمرار وهي " أنه يجب نعد النشء للعيش في عالم سلطة الصورة والصوت والكلمة " فلا بد من يلعب الوالد دور الوسيط بين أبنائهم وبين استخدام التكنولوجيا الحديثة والوسائل المتطورة والحديثة للإعلام ومن هنا تبرز أهمية نظرية الوساطة الأبوية.

نظرية الوساطة الأبوية Parental Mediation:

تفترض نظرية الوساطة الأبوية الآباء يستخدم استراتيجيات الاتصال الشخصي في محاولة للتدخل فيما يتعرض له أبنائهم في وسائل الاتصال المختلفة للحد من التأثيرات السلبية لها في حياة الأبناء وتفترض التعامل الشخصي والجهود التي يعملها الآباء فيما يتعلق باستخدام الأبناء لهذه الوسائل تقوم بدور كبير في عملية التنشئة الاجتماعية داخل الأسرة، وهذه النظرية بدأت منذ أوائل ظهور التلفزيون ومحاولات المربين تحديد وقت المشاهدة ووضع قواعد فيما يتعلق بالمشاهدة والمشاركة الجماعية والمناقشة مع الأبناء فيما يتم التعرض له، وتوجد جذور لهذه النظرية في التراث الخاص بتأثيرات وسائل الاتصال النفسية والاجتماعية وفي البحوث الثقافية الاجتماعية والعرقية المختلفة عند استخدام وسائل الاتصال المختلفة (Clark,Lynn, 2011).

وتفترض النظرية ان الآباء يمارسون ثلاث أنماط من الوساطة:

1- الوساطة التوجيهية أو النمط التوجيهي Instructive mediation:

وهو يسمى أيضا بالتدخل التقييمي أو النشط Evaluation Mediation or Active Mediation حيث لا يكتفي الآباء بالمعرفة الجيدة للمحتوى والشخصيات، بل أيضا يناقشون هذه الجوانب مع أبنائهم، ويوجهون الأبناء للتفكير، حيث يشير هذا الأسلوب إلى عملية مناقشة جوانب معينة في المحتوى الإعلامي مع الأبناء سواء أثناء المشاهدة أو بعدها، وهنا قد يفسر الآباء ما يحدث في التلفزيون أو يوضحا عدم واقعية بعض ما يقدم أو بعض الأحداث السيئة التي تقوم بها الشخصيات في التلفزيون، ويوفر هذا الأسلوب للأبناء فرصاً لإثارة الأسئلة حول ما يشاهدونه، وفرصة للآباء لكي يقيموا ما يشاهده الأبناء ويشرحونه لهم.

2- النمط التقييدي أو الإشراف Restrictive mediation or Supervision:

وهو يشير إلى التقييد الذي يمارسه الآباء على كم وأوقات المشاهدة والمحتوى الذي يشاهده الأبناء وفي هذا الأسلوب يضع الآباء قواعد للمشاهدة أو يمنع مشاهدة مضمون معين، كما يحددون ساعات معينة للمشاهدة .

3- نمط المشاهدة المشتركة Co-viewer:

وهو يحدث عندما يشاهد الآباء والأبناء المحتوى الإعلامي معا بسبب مجموعة من الدوافع المشتركة، ويشير هذا الأسلوب إلى تجربة المشاركة الجماعية في مشاهدة التلفزيون بدون الإنخراط في مناقشة ما يقدم، ويعتبر هذا النمط تدخلا من الآباء حيث تبينت تأثيرات إيجابية له على الأبناء فلقد بينت الدراسات أنه بعد المشاهدة المشتركة يشعر الآباء والأبناء أنهم أقرب إلى بعضهم البعض، في حين بينت دراسات أخرى الأطفال يتعلمون عن العلاقات البشرية من البرامج الأسرية عندما يشاهدونها مع الآباء أكثر مما يتعلمونه عند مشاهدتها بمفردهم (Clark,Lynn, 2011).

وتتمثل فروض النظرية:

1- الآباء يستخدمون استراتيجيات اتصال شخصية مختلفة في محاولاتهم للتوسط والتخفيف من الآثار السلبية لوسائل الإعلام في حياة أبنائهم، فالتفاعلات الشخصية حول وسائل الإعلام التي تحدث بين الآباء وأطفالهم تلعب دوراً في تنشئة الأطفال في المجتمع، كما المحادثات حول وسائل الإعلام لا تلبى فقط الأهداف المعرفية حول التربية الإعلامية، ولكن يمكن أيضاً اعتبارها جزءاً من استراتيجيات الوالدين الأوسع التي لها أهمية كبيرة في التنشئة الاجتماعية للأطفال.

2- الآباء وجهودهم المقصودة في الوساطة - قد يخفف من الآثار السلبية التي يُفترض تخلفها وسائل الإعلام على التطور المعرفي للشباب، فعندما يسمع المراهقون من الآباء عن تفسيراتهم الخاصة للمحتوى الإعلامي، فهذا يزيد من قدرة المراهقين على التشكك في المحتوى التلفزيوني والإهتمام باستخدام وسائل الإعلام في الشؤون العامة، فالعائلات التي تتمتع بدرجة عالية من التوجه الحوارية تعزز مناخاً إيجابياً للأبناء أكثر من أولئك الذين لا يتمتعون بتوجيه المحادثات والتدخل النشط مع الأبناء.

3- الأمهات والآباء الأكثر تعليماً، والآباء ذوي الدخل المرتفع، وأولياء أمور الأطفال الأصغر سناً يشاركون في استراتيجيات الوساطة الأبوية النشطة أكثر من الآباء، والآباء الأقل تعليماً، والآباء ذوي الدخل المنخفض، وآباء الأطفال الأكبر سناً الذين يلجأون للنمط التقييدي.

4- التقييد المفرط للسلوك محفوف بالمخاطر حيث الاستخدام المفرط للنمط التقييدي قد يخلق سلوكيات عدائية لدى الأبناء وخصوصاً المراهقين الذين سيقومون بمقاومة القواعد الأبوية إذا كانت صارمة للغاية، فالوساطة التقييدية للمراهقين مرتبطة بالمواقف السلبية تجاه الآباء والمواقف الأكثر إيجابية تجاه المحتوى المحظور، واحتمال أكبر يرى المراهقون الذين يعانون من الوساطة التقييدية المحتوى مع أقرانهم للتخلص من قيود الأبوين الصارمة.

5- يحتاج الأطفال إلى قبول قواعد وسائل الإعلام واستيعابها من أجل الإلتزام بها عن طيب خاطر (Clark,Lynn, 2011).

سادساً: تساؤلات الدراسة

1. ما دوافع استخدام الأبناء للمنصات الرقمية؟
2. ما معايير الوعي بمفهوم الثقافة الإعلامية بالنسبة للآباء عينة الدراسة؟
3. ما علاقة الثقافة الإعلامية للآباء بأنماط الوساطة الأبوية التي يلجأون إليها عند استخدام أبنائهم للمنصات الرقمية؟
4. كيف تؤثر الثقافة الإعلامية للآباء على سلوكيات الأبناء بعد تعرضهم لتلك المضامين؟

سابعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

١- نوع الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة دراسة استكشافية ووصفية وتحليلية، تعتمد على وصف مشكلة الدراسة والتعمق في فهمها وتحليلها، وتستهدف هذه الدراسة الكشف عن دور الثقافة الإعلامية في تشكيل وعي الآباء لاستخدام أبنائهم للمنصات الرقمية.

٢- منهج الدراسة:

تم الاعتماد على المنهج الكيفي، والذي يمثل تحليل الطريقة أو الأسلوب الذي يسمح بالتعرف على درجة وقوة العلاقات بين المتغيرات ومن ثم التعرف على مستويات التأثير بين هذه المتغيرات، كما تعتبر الدراسات الكيفية إطاراً منهجياً يسمح للباحث بالتعامل مع الظاهرة دون قيود أو ضوابط، وقد طبقت الباحثة المنهج الكيفي من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع المعنيين بالثقافة الإعلامية والمنصات الرقمية وثقافة الطفل بهدف جمع بيانات تساعد على وصف وتحليل وتفسير تأثير الثقافة الإعلامية للآباء على استخدام أبنائهم للمنصات الرقمية.

٣- مجتمع الدراسة والعينة :

قامت الباحثة بإجراء مقابلات متعمقة مع عينة عمدية من المعنيين بالثقافة الإعلامية والمنصات الرقمية وثقافة الطفل حيث تم عمل 10 مقابلات أساسية.

سمات عينة الدراسة الكيفية وتاريخ المقابلة معهم:

الرقم	الاسم	التاريخ
١	أ.د ماجي الحلواني أستاذ متفرغ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة	٢٠٢٢/٣/٢٦
٢	أ.د خالد عبد الجواد أستاذ الاعلام بقسم الإذاعة والتلفزيون جامعة الزقازيق وعميد شعبة الإعلام بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام	٢٠٢٢/٣/٢٧
٣	أ.د نشوة عقل أستاذ الاعلام بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الاعلام جامعة القاهرة ووكيل كلية الإعلام للدراسات العليا بجامعة الأهرام الكندية	٢٠٢٢/٣/٧
٤	أ.د هند امبابي أستاذ علم النفس بكلية التربية للطفولة المبكرة جامعة القاهرة	٢٠٢٢/٣/١٧
٥	أ.م.د سماح المحمدي الأستاذ المساعد بقسم الصحافة كلية الاعلام جامعة القاهرة ووكيل كلية الاعلام بجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا	٢٠٢٢/٣/١٧
٦	أ.م.د بسنت مراد الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة	٢٠٢٢/٣/٢٤
٧	أ.م.د عبير حمدي أستاذ مساعد بقسم الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني بالأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام	٢٠٢٢/٣/٧
٨	د صفا محمد مدرس بقسم الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني بالأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام	٢٠٢٢/٢/٢١
٩	د جورج لطيف مدرس بقسم الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني بالأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام	٢٠٢٢/٢/٢١
١٠	د رنا الخولي مدرس بقسم الإنتاج السينمائي بالأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام	٢٠٢٢/٢/٢١

٤- أداة جمع البيانات:

تم استخدام المقابلة المتعمقة، بحيث تم تصميم مجموعة من الأسئلة التي تقيس أهداف البحث من جميع النواحي، ومن خلال الحديث الهادف و المتعمق مع عدد من المعنيين بالثقافة الإعلامية والمنصات الرقمية وثقافة الطفل تم الحصول على الاجابات الضمنية على هذه الاسئلة التي وضعتها الباحثة وتريد الاجابة عنها.

ثامناً: نتائج الدراسة:

دارت المقابلات المتعمقة حول أربعة محاور اساسية تجيب عن تساؤلات الدراسة فيما يتعلق بوصف وتحليل وتفسير تأثير الثقافة الإعلامية للأباء على استخدام أبنائهم للمنصات الرقمية وهي:

المحور الأول: المضامين التي يتعرض لها الاطفال والمراهقين في المنصات الرقمية ومدى تأثيرها على سلوكياتهم الاجتماعية والنفسية:

أولاً: المضامين التي يتعرض لها الاطفال والمراهقين:

اتفقت آراء الخبراء (على اختلاف اهتماماتهم سواء كانوا معنيين بالثقافة الإعلامية أو المنصات الرقمية أو ثقافة الطفل) على ان المضامين التي يتعرض لها الاطفال والمراهقين تعتبر مضامين مختلفة ذات محتوى جذاب بالنسبة للأطفال والمراهقين ومتنوعة ما بين السلبي والايجابي وبين ما يتناسب مع مجتمعنا العربي وعاداتنا وتقاليدنا والبعض الآخر لا يتناسب معنا فبعض هذه المضامين تحتوي على مشاهد أو إحياءات جنسية أو ألفاظا خارجة غير مناسبة للأطفال والمراهقين. فالمجال مفتوح امام تلك المنصات الرقمية لعرض كل المضامين دون أي نوع من الرقابة عليها ولكن أكثر ما يجذب الأطفال على تلك المنصات هي المضامين الترفيهية أو الكوميديا والساخرة لتمضية أوقات فراغهم. وبالتالي يمكن القول بأنه كلما كان المضمون جذاب لهم ولميولهم وكلما كان المضمون ترفيهي، ساخر، أو كوميدي كلما زادت كثافة التعرض لهذا المضمون والعكس صحيح فكلما كان المضمون إيجابي أو تعليمي قلت كثافة التعرض فأغلب الاطفال والمراهقين يبحثون عما يقضون به أوقات فراغهم وليس ما ينفعهم.

كما أكد الخبراء على ان الأطفال يميلون أكثر الي المضامين الترفيهية أو الساخرة الكوميديا، اما المراهقين فيميلون الي كل ما هو جديد فليديهم قدر كبير من الفضول والتطلع لكل المضامين بما فيها المضامين السلبية.

ثانياً: تأثير تعرض الاطفال والمراهقين لتلك المضامين على سلوكياتهم:

يرى الخبراء ان كثرة تعرض الاطفال والمراهقين لتلك المضامين يؤثر بالسلب على السلوك الاجتماعي والتحصيل الدراسي لديهم كما يؤثر ايضا بالسلب على قدراتهم الابداعية ونشاطاتهم الرياضية.

السلوك الاجتماعي:

أكد الخبراء ان كثرة تعرض الاطفال والمراهقين للمنصات الرقمية يؤثر على سلوكياتهم الاجتماعية، أي كلما زاد التعرض زادت العزلة الاجتماعية وقل الاندماج الاجتماعي وأصبح لديهم نوع من العزوف عن الحياة الاجتماعية؛ فكلما زاد التعرض للمنصات الرقمية قلت التجمعات الاسرية وقل الاندماج الاسري وأصبح هناك شيء من العزلة لدي الأبناء. وذلك بالإضافة الى ان نوع المضمون يرتبط ارتباط وثيق بنوع التأثير على السلوكيات الاجتماعية لدى الاطفال والمراهقين، فكلما كان المضمون إيجابى كلما اكتسبوا المعلومات والمعارف المفيدة والسلوكيات الإيجابية، وكلما كان المضمون سلبى كلما أثر ذلك على سلوكياتهم داخل الاسرة والمدرسة والأصدقاء بشكل سلبى، فإذا تعرض الأطفال والمراهقون لمضمون يحتوي على مشاهد عنيفة سوف يؤثر ذلك على سلوكياتهم بشكل كبير ويتعاملون مع من المحيطين بهم بشكل فيه نوع من العنف.

أما بالنسبة لتأثير المنصات الرقمية على تكوين الابناء للصدقات فجاءت آراء الخبراء ان كثرة التعرض للمنصات الرقمية يؤدي الي قلت قدرة الأبناء على تكوين الصداقات الحقيقية المختلفة في حين انها تزيد من صداقاتهم الاعتبارية على مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها حيث تجمعهم وحدة المضمون والاهتمامات والميول مما يزيد من انعزال الطفل وزيادة انخراطه في العالم الافتراضي الاعتباري.

كما ان الخبراء في علم نفس الاطفال من افراد العينة يروون ان كثافة التعرض للمنصات الرقمية تؤدي الي تقبل الاطفال والمراهقين للآخر والتعرف على ثقافات مختلفة ومتنوعة، وهذا الامر قد يزيد من حالات التتمر عند الأبناء وعدم تقبل اختلاف الآخرين.

التحصيل الدراسي:

يرى الخبراء عينة الدراسة ان كثرة التعرض للمنصات الرقمية يؤثر بالسلب على المستوي الدراسي للأطفال والمراهقين، وان زيادة التعرض لهذه المنصات الرقمية يقلل من المستوي الدراسي للطلاب بشكل نسبي من ناحية التركيز والانتباه ويكون هناك نوع من التشتيت في التحصيل الدراسي.

الأنشطة الرياضية والفنية:

ويروا أيضا أن كثرة التعرض بالطبع يؤثر بالسلب على ممارسة الأنشطة بوجه عام لدى الاطفال والمراهقين، فيقل لديهم الرغبة في ممارسة الأنشطة المختلفة فهم يقضون معظم اوقاتهم في مشاهدة تلك المضامين التي تعرض عبر المنصات الرقمية وكثرة التعرض تؤدي الي العزوف عن ممارسة نشاطاتهم الرياضية ودفن مواهبهم بداخلهم لعدم قدرتهم على التركيز والابداع؛ فوقتهم يضيع هباءا في متابعة هذه المضامين التي قلما تكون ايجابية.

ولكن مع كل السلبيات التي لا حصر لها لتعرض الاطفال والمراهقين لمضامين المنصات الرقمية؛ إلا ان جميع الخبراء عينة الدراسة اتفقوا على أنه مادام هناك نوع من التحكم الغير مباشر في استخدام المنصات الرقمية كما وكيفا من قبل الاسرة فان ذلك يقلل من تأثيراتها السلبية عليهم، من ناحية ممارسة الرياضة فدور الآباء مهم جدا في الاستمرار والمواظبة على

ممارسة التمارين الرياضية بالإضافة الى ضرورة تنظيم وقت الدراسة حتى لا يغرق الطفل في بحر المضامين المختلفة المعروضة على المنصات الرقمية ويفشل في تنظيم وقته.

المحور الثاني: الوساطة الاعلامية الابوية ومدى تأثيرها سلبا وإيجابا على استخدام الاطفال والمراهقين للمنصات الرقمية:

عرف الخبراء ان الوساطة الابوية تعني ارشاد وتوجيه الأبناء الي كل ما هو إيجابي قبل المشاهدة عن طريق اختيار المنصات والمضامين المناسبة لأعمارهم ثم مشاركتهم أثناء المشاهدة لكل ما يتعرضون له ثم الحوار والمناقشة وتدعيم المضامين الإيجابية والتعليق والنقد البناء بعد التعرض بشكل هادئ ومتفاهم للمضامين السلبية، ووجود نوع من الرقابة الغير مباشرة ووضع أطر وقواعد عامة لكل ما هو مقبول ومرفوض للالتزام، وليس المنع التام من التعرض لأنه يولد جزء من العند والفضول لديهم. وقد اختلف الخبراء عينة الدراسة في الرأي حول اهمية الوساطة الابوية على استخدام أبنائهم للمنصات الرقمية وانقسموا مجموعتين يتبنيان الى رأيين متناقضين:

المجموعة الاولى: ترى ان ممارسة الوساطة الابوية بأنواعها تؤدي الي زيادة كثافة التعرض لمضامين المنصات الرقمية، فكلما زادت الوساطة الابوية قل استخدام الابناء للمنصات الرقمية وقلت كثافة تعرضهم لمضامينها وبالتالي إذا لم يتدخل الآباء وقلت وساطتهم على استخدام أبنائهم للمنصات الرقمية فإن ذلك يؤدي الي كثافة تعرض الابناء لهذه المنصات. ليس هذا فقط فإن أنصار هذا الرأي يرون ان الوساطة الابوية ايا لها دور فعال في اختيار نوعية المضامين الاعلامية التي يتعرض لها الابناء بأستخدامهم للمنصات الرقمية فنجد أنه كلما زادت الوساطة الابوية وزاد تحكم الآباء فيما يشاهده أبنائهم؛ قل التعرض للمضامين السلبية والعكس الصحيح فكلما قلت الوساطة الابوية وقل تدخل الآباء في اختيار ما يشاهده ابنائهم على المنصات الرقمية زادت احتمالات تعرض هؤلاء الابناء للمضامين السلبية.

أما **المجموعة الثانية** وهي تشمل افراد العينة من المتخصصين في علم نفس الطفل فقد تبنا رأيا مخالفا لرأي المجموعة الاولى فنجد أنهم يرون ان الافراط في استخدام الوساطة الابوية يدفع الطفل والمراهق الى التمرد واعتبار ذلك تدخل في شؤونهم مما يدفعهم الى مشاهدة هذه المنصات الرقمية بشراهة وخاصة المضامين التي رفضها الآباء فالممنوع مرغوب وسياسة التدخل والاجبار وإن كانت مفيدة في العصور السابقة التي كانت تعتمد على التلفزيون في المقام اتلاول لتلقي الرسائل الاعلامية وبالتالي كان الآباء يستطيعون التحكم فيما يشاهده أبنائهم بشكل كامل. أما في العصر الحالي فهذا التحكم الكامل شبه مستحيل في حين انتشار الهواتف الذكية والاجهزة اللوحية الحديثة بين الاطفال والمراهقين. والضغط على الابناء والاستخدام المفرط للوساطة سيدفع الطفل والمراهق لمشاهدة ما يريد دون علم أبويه مما يعرضه أكثر للمضامين السلبية وبالتالي فإن الوساطة الابوية لن تجدي نفعاً.

المحور الثالث: الثقافة الاعلامية للآباء وتأثيرها على استخدام الابناء لوسائل الاعلام عامة والمنصات الرقمية خاصة وآليات رفع الوعي بالثقافة الاعلامية لدى الآباء.

عرف الخبراء ان الثقافة الاعلامية هي المعارف والمهارات والاتجاهات الضرورية التي تمكن الآباء من الاندماج مع الوسائل الاعلامية بطريقة فاعلة كما تمكنهم من تطوير التفكير الناقد والتعلم أي انها تعبر عن المقدرة على الوصول الى الاعلام، والمقدرة على فهم الجوانب المختلفة للإعلام وسياقاته وتقويمها تقويماً ناقداً. وقد اكد أفراد العينة من المعنيين بالثقافة الاعلامية أنه في العصر الحالي لا غنى عن تمتع الآباء بالمقدرة على متابعة ورؤية وانتقاء وتحليل وتقييم ونقد كل ما يقدم على وسائل الاعلام المختلفة، ويكون لديهم الوعي الكافي عن طبيعة ودور ومخاطر وسائل الاعلام المختلفة، وانها سلاح ذو حدين لها سلبيات كما لها إيجابيات. فلا بد ان يكون لدي الآباء القدرة على توجيه الأبناء وارشادهم نحو المضامين الإيجابية التي يتعرضون لها وترشيد استهلاكهم كما وكيفا، وتعديل سلوكهم.

وقد اتفقوا مع اختلاف اهتماماتهم على انه لا بد ان يكون الآباء قادرين على اجراء حوار ومناقشة إيجابية مع أبنائهم حول الاضرار المترتبة على كثرة استخدامهم للمنصات أو تعرضهم لمضامين سلبية، واجراء مناقشات وحوار بعد تعرضهم لأي مضمون حول إيجابياته وسلبياته. كما انه لا غنى عن وعيهم التقني لاستخدام وسائل الاعلام الحديثة وسط ذلك التطور التكنولوجي الذي نعيش فيه.

ولم يختلف الخبراء عينة الدراسة في الرأي حول أهمية الثقافة الاعلامية للآباء فقد أكدوا جميعاً على ان زيادة مستوي الثقافة الإعلامية بالنسبة للآباء يؤدي الي زيادة وعي الأبناء بالمضامين الإيجابية وزيادة قدرتهم على انتقاءها وقلة تعرضهم للمنصات الرقمية بوجه عام والمضامين السلبية بوجه خاص.

معايير الوعي بمهارات الثقافة الإعلامية من وجهة نظر الخبراء عينة الدراسة:

1. القدرة على استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تتيحها كل وسائل الاعلام الرقمية
2. الوعي بالمضامين السلبية والايجابية وانتقاء الأفضل والانسب للفئة العمرية لأبنائهم ومعرفة حقوقهم.
3. القدرة على كيفية التعامل مع أبنائهم في المراحل العمرية المختلفة والتغيرات المختلفة التي يمرون بها (النفسية، العقلية، الجسمانية، والابداعية).
4. يكون لديهم ثقافة الحوار والتفكير الجيد في حل المشكلات مع أبنائهم
5. يكون لديهم إدراك لدور الاعلام في نشر الثقافة في المجتمع
6. وضع معايير لترشيد استهلاك أبنائهم للمنصات الرقمية خاصة ووسائل الاعلام عامة وتوجيههم لكل ما هو إيجابي
7. يكون لديهم القدرة على وضع بعض القيود الغير مباشرة لأبنائهم لمشاهدة المضامين المختلفة أوالمنع التقني لمنع وصولهم الي المضامين السلبية ن طريق تطبيقات مختلفة على هواتف الآباء والأبناء أو عن طريق انشاء حساب خاص بالأبناء على المنصات الرقمية يحدد من خلالها المضامين المناسبة لهم.

آليات رفع الثقافة الإعلامية للآباء من وجهة نظر الخبراء عينة الدراسة:

1. توجيه الآباء حول أهمية الثقافة الإعلامية عن طريق حملات إعلامية وحملات توعية لجميع الآباء على اختلاف مستواهم الثقافي والاجتماعي والتعليمي، زيادة الاعمال الدرامية والبرامج الموجهة للآباء المتضمنة للثقافة الإعلامية واهميتها.
2. رفع وعي الآباء بالآثار السلبية والإيجابية لوسائل الاعلام المختلفة، وزيادة وعيهم بمخاطر الاعلام، وقيمة الوقت الذي يهدره الأبناء امام وسائل الاعلام، ورفع كفاءة التعامل التكنولوجي للآباء، ووعيهم بالتمييز بين ما هو إيجابي وسلبى.
3. حلقات ارشادية للآباء عن الثقافة الإعلامية والوعي وكيفية انتقاء المضامين المناسبة لابنائهم وكيفية النقد البناء، عن طريق وسائل الاعلام التقليدية والحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية.

المحور الرابع: كيفية استخدام المنصات الرقمية بالشكل الامثل لوقاية الاطفال والمراهقين من تأثيراتها السلبية:

يرى الخبراء من المعنيين بالثقافة الاعلامية والمنصات الرقمية وعلم نفس الاطفال انه لا بد من ترشيد استهلاك استخدام المنصات الرقمية عن طريق تحديد مواعيد تعرض الأبناء للمنصات الرقمية من خلال حسابات خاصة ينشئها الآباء على المنصات الرقمية يمكنهم من خلالها التحكم في أوقات المشاهدة ومدة التعرض ونوع المضامين. بالإضافة الى الرقابة الغير مباشرة على الأبناء وليس المنع التام لأنه يولد نوع من العند والفضول خاصة في مرحلة المراهقة. مع ارتداء قيم وقواعد واسس عامة داخل الاسرة عن كل ما يعرض من خلال المنصات وما هو إيجابي وسلبى والمخاطر المترتبة على ذلك. كما انه لا بد من استخدام الآباء لتطبيقات الحماية الابوية الحديثة التي تمكنهم باستخدام تليفوناتهم للتحكم في مواعيد واوقات المشاهدة ونوع التطبيق الذي يدخل ابنائهم من خلاله.

تاسعاً: مناقشة اهم النتائج:

1. كثرة تعرض الأبناء للمنصات الرقمية يؤدي الي العزوف عن معظم الأنشطة اليومية الاجتماعية، الرياضية، وممارسة بعض الهوايات الأخرى.
2. كثرة تعرض الأبناء للمنصات الرقمية يؤدي الي انخفاض المستوي الدراسي وقلة التركيز وزيادة تشتت الانتباه.
3. زيادة وعي الآباء بجودة المضامين وكيفية انتقائها، وزيادة مستوي الثقافة الإعلامية لدي الآباء يؤدي الي زيادة قدرتهم على التوجيه والإرشاد نحو انتقاء المضامين الإيجابية الفعالة لابنائهم فيما يتناسب مع فئاتهم العمرية وميولهم وتغيراتهم الجسمانية والعقلية والفكرية والمعرفية.
4. لا بد من رفع مستوي الثقافة الإعلامية للآباء لكي يكون لديهم القدرة الكافية لمتابعة أبنائهم لاستخدام وسائل الاعلام المختلفة عامة والمنصات الرقمية خاصة من حيث أوقات ومدة التعرض وأنواع المضامين التي يتعرضون لها.

5.لابد من وجود نوع من أنواع الوساطة الابوية بين الآباء والابناء ووسائل الاعلام المختلفة قبل وأثناء وبعد التعرض للمضامين المختلفة، ووجود نوع من الرقابة ولكن ليست المباشرة للمضامين التي يتعرض لها الأبناء من خلال تلك المنصات الرقمية ولا يجب يكون هناك نوع من المنع التام لمشاهدة بعض المضامين لكي لا يولد عند الابناء نوع من أنواع العند أو اثاره الفضول لديهم.

6.لابد من عمل حملات إعلامية موجهة للآباء عن أهمية الثقافة الإعلامية وبرامج وحلقات ارشادية وتوعيتهم بالآثار الإيجابية والسلبية ومخاطر وسائل الاعلام من خلال جميع وسائل الاعلام ومواقع التواصل الاجتماعي لضمان سهولة وصولها لهم.

عاشراً: المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- 1- ابراهيم، محمد، (2015)، فاعلية تطبيق برنامج للتربية الإعلامية من خلال استخدام ألعاب الفيديو في تنمية مهارات النقد والتحليل لدى المراهقين، بحث منشور في مجلة دراسات الطفولة، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.
- 2- البخاري، محمد، (2019)، نظريات الصحافة، بحث منشور في الموسوعة الجزائرية للدراسات السياسية والاستراتيجية، <https://www.politics-dz.com/بحث-نظريات-الصحافة/>
- 3- الجندي، ابتسام (2008): "مفهوم ومبادئ التربية الإعلامية، ورقة عمل مقدمة للدورة التدريبية الأولى عن مشروع نشر وتعليم مبائي ومهارات التربية الإعلامية للطلبة دارسي الاعلام، اليونسكو : اللجنة الوطنية للتربية والعلوم والثقافة بالقاهرة.
- 4- الخيري، طلال (2007): تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر اعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، رسالة دكتوراه، قسم التربية الإسلامية والمقارنة، كلية التربية، جامعة أم القرى.
- 5- الشافعي، هاجر، (2013)، العلاقة بين أنماط التدخل الأبوي وطبيعة التأثيرات الناتجة عن تعرض الطفل المصري للقنوات الفضائية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 6- الشمري، صالح عابر، (2018)، الثقافة الإعلامية وطرق تضمينها في الإطار العام للمناهج في المؤسسات التعليمية في دولة الكويت، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 7- الشميمري، فهد بن عبدالرحمن، (2010)، الثقافة الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام. http://www.saudimediaeducation.org/media_book/pdf/media_book.pdf
- 8- النشار، غادة احمد، (2018)، تأثير التعرض للدراما عبر المنصات الرقمية على أنماط علاقة الأطفال بالدراما التلفزيونية، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 9- اليونيسكو، اليونيسكو، الثقافة الإعلامية والمعلوماتية. <http://www.unesco.org/new/ar/amman/communication-information/media-and-information-literacy>
- 10- ثومان، إليزابيث (1990): "تقرير المؤتمر الدولي بجامعة تولوز حول (الاتجاهات الحديثة في التربية الإعلامية، فرنسا، جامعة تولوز، يوليو، 1990، available on <http://www.meduconf.com/uploader/pdf/>
- 11- جمال، أحمد، (2015)، الثقافة الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدي طلاب الجامعة، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الثقافة النوعية جامعة المنيا.
- 12- جمال، أحمد حسن، (2018)، رؤية منهجية مقترحة لتطبيق الثقافة الإعلامية على طلاب الجامعة المتخصصين وأثرها على جودة إنتاجهم للرسائل الإعلامية، رسالة دكتوراه، كلية الثقافة النوعية، جامعة المنيا.
- 13- خليل، حسن، (2015)، تقويم واقع ممارسة الطلاب لمهارات الثقافة الإعلامية في ضوء تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية و تأثيراتها، مجلة دراسات الطفولة، المجلد 18، العدد 66، مصر.
- 14- خيرة، سعيدة بن عمار، (2019)، الأفلام الوثائقية على المنصات الرقمية، دراسة في بنية المحتوى وأنماط التفاعل، المركز الجامعي احمد زبانه، غليزان، بحث منشور في مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ المجلد 15، العدد 1.

- 15-درويش، عبد الرحمن، (2015)، الثقافة الإعلامية داخل الأسرة، دراسة حالة في تدخل الآباء في استخدام أبنائهم للإنترنت، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، عدد54.
- 16-سليمان، شريفة رحمة الله، (2013)، استخدام تكنولوجيا الاتصال في نشر مفهوم الثقافة الإعلامية بمدارس دولة الإمارات العربية المتحدة، رسالة دكتوراة، قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 17-عقيلة، عبد المحسن، (2018)، مستوى مهارات الثقافة الإعلامية للوالدين وعلاقته بمشاهدة الأطفال للتلفزيون، بحث منشور في المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 18-فرج، منى، (2015)، علاقة العوامل الديموغرافية بنمط الرقابة الوالدية على ما يتعرض له الأطفال في التلفزيون والإنترنت دراسة مقارنة، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، كلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية، عدد8.
- 19-قطب، فاطمة، (2018)، العلاقة بين إدراك الأطفال لمبادئ الثقافة الإعلامية والرقمية وبين سلوكهم الاتصالي على مواقع وتطبيقات التواصل الإجتماعي، بحث منشور في المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، عدد 23.
- 20-محمد، شطاح، (2013)، الثقافة على وسائل الإعلام في المؤسسة المدرسية مقارنة نقدية لاستخدامات التلفزيون مجلة الاتصال والتنمية، المركز العربي لبحوث الاتصال والتنمية، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع.
- 21-محمود، هدير، (2015)، السلوكيات التي يكسبها الأطفال من الأفلام السينمائية المصرية التي تعرض بالقنوات الفضائية، دراسة على عينة من الآباء والأمهات، بحث منشور في المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 22-مكتب التربية العربي لدول الخليج (أ) (2013): "برنامج الثقافة الاعلامية في المناهج الدراسية وتطبيقاتها في التعليم العام بالدول الاعضاء بمكتب التربية العربي لدول الخليج : الاطار المفاهيمي" ، الرياض: مكتب التربية العربي لدول الخليج.
- 23-مكتب التربية العربي لدول الخليج (ب) (2013): "برنامج الثقافة الاعلامية في المناهج الدراسية وتطبيقاتها في التعليم العام بالدول الاعضاء بمكتب التربية العربي لدول الخليج دراسة تحليلية للتجارب والخبرات العالمية وأفضل الممارسات في مجال تقديم الثقافة الاعلامية ل طلاب التعليم العام" . الرياض: مكتب التربية العربي لدول الخليج.
- 24-منصور، حسن، (2019)، تنمية مهارات الثقافة الإعلامية من خلال شبكات التواصل الإجتماعي بناءً على الخبرة التدريسية لأساتذة الإعلام في الجامعات السعودية، بحث منشور في مجلة العلوم الإجتماعية، المجلد 47، العدد 2، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت.
- 25-يسري، هالة السيد، (2019)، تقييم ممارسات مستخدمي (الفييس بوك) للتربية الإعلامية إزاء مضامين الإعلام الرقمي وأثرها على تجسيد مفهوم المواطنة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، بحث منشور في المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 26-Buchingham, D (2007): Digital Media Literacies: rethinking media education in the age of the internet” Research in comparative and international education, 2(1), PP 43-55

27-Carpentier, Nico, (2011), Media and Participation A site of ideological-democratic struggle, published in the UK in 2011 by Intellect, The Mill, Parnall Road, Fishponds, Bristol, BS16 3JG, U).

28-Chang, F. C. , Miao, N. F. ,Lee,C. M. , Chen, P. H. , Chiu, C. H. and Lee, S. C. (2016),The association of media exposure and media literacy with adolescent alcohol and tobacco use Journal of health psychology, 21(4))

29-Clark, Lynn Schofield, (2011), Parental Mediation Theory for the Digital Age , Department of Media, Film and Journalism Studies, University of Denver, CO 80208, USA)

30-Duursma, J E. , Meijer, A. & Bot, K. De, (2017), The impact of home literacy and family factors on screen media use among Dutch preteens ,Journal of Child and Family Studies, 26(2))

31-Engin, G. & Genc, S.Z., (2015), Examination on Media Literacy Behaviors of Teacher Candiates: Ege University Example The International Journal of Research in Teacher Education, 6(2))

32-Eristi, B. & Erdem, C.,(2017), Development of Media Literacy Skills Scale. Op. cit. 8(3))

33-Eristi, B. & Avcl, F., (2018), Preschool Children's Views Regarding Their Parents' FREquency of Internet Use at Home and Its Relevant Effects

34-European Association for Viewers' Interests & Danish Technological Institute (2011), Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe – Final Report, April 2011, Commissioned by the European Commission Directorate-General for Information Society and Media, Media Literacy Unit. Brussels: European Commission.

35-Fujioka, Yuki & weintraub, Erica Austin, (2002), The Relationship of Family Communication Patterns to Parental Mediation styles, Communication Research, 29(6))

36- Ganito, Carla, Burnay, catarina Duff, Ferreira, Catia, (2011), Serialized Participatory Culture: The Digital Transformation of youth Audiences Creative Commons Attribution Noncommercial No Derivatives (by-NC-ND), available at <http://obs.obercom.pt>)

37-Hakan, U. N. A. L., (2014), Determination of media and television literacy levels of sport consumers filtered out of the students of the school of physical education and sports Educational Research and Reviews, 9(16))

38-Jiow, H. J., Lim. S. S. & Lin, J., (2016), Level Up! Refreshing Parental Mediation Theory for Our Digital Media Landscape: Parental Mediation of Video Gaming, Article in Communication Theory •November 2016.

- 39-Karppinen, Kari, (2013), Uses of democratic theory in media and communication studies, University of Helsinki, Finland.
- 40-Landry, N & Basque, J (2015): “Media Literacy, Contributions, Practices and Research Perspectives in communication” *Revue de communication sociale et publique*, N. 15
- 41-Livingston, Sonia, Van Couvering, Elizabeth & Thumim, Nancy (2005): “Adult Media and Communications” London: London School of Economics and Political Science.
- 42-Livingstone, S. & Helsper, E.J, (2008), Parental mediation of children's internet use, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(4)
- 43-McDougall, J., Zezulcova, M., Van Driel, B., & Sternadel, D. (2018): “Teaching media literacy in Europe: evidence of effective school practices in primary and secondary education, NESETII report. Luxembourg: European Union, Publications Office of the European Union.
- 44-Melki, Jad P., (2015), Guiding digital and media literacy development in Arab Curricula through understanding media uses of Arab youth, *Journal of Media Literacy Education*, 6(3))
- 45-Miko, Lothar, (2016), Digital Media Platforms and the use of TV content: Binge Watching and Video-on-Demand in Germany, *Article, Media and communication* , ISSN:2183-2439, Volume 4, Issue 3)
- 46-Mohamed, Doaa, (2014), A model for examining the relation between news media literacy skills, Heuristic – Systematic news processing and political knowledge levels, Amaster thesis of Arts School of Global Affairs and public policy, The American University in Cairo, <http://dar.aucegypt.edu/handle/10526/3970>)
- 47-Oxstrand, Barbro (2009): ” Media Literacy Education – a discussion about media education in the western countries, Europe and Sweden” paper presented at nordmedia29 conference in Karlstad University, Sweden, August 13-15, 2009. Retrieved from https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/22007/1/gupea_22007_1.pdf
- 48-Piotrowski, Jessica Taylor, (2013), The Parental Media Mediation Context of Young Children’s Media Use, Amsterdam School of Communication Research, ASCoR ,University of Amsterdam.
- 49-Piotrowski, T., (2017), The parental media mediation context of young children's media use, In *Media exposure during infancy and early childhood*, Springer, Cham.
- Sanz, Esteve, Crobie, Thomas, (2015), The meaning of digital platforms: Open and closed television infrastructure, *Article in journal, Poetic-1221*, available at : www.elsevier.com/locate/poetic

50-Sanz, Esteve & Crobie, Thomas, 2015, (The meaning of digital platforms: Open and closed television infrastructure, Article in journal, Poetic-1221, available at : www.elsevier.com/locate/poetic

51-Tuominen, S. & Kotilainen, S. (2012): “Pedagogies of Media and Information Literacies”. Moscow: UNESCO.