

التكامل بين التربية الإعلامية والدراسات الإسلامية في بناء مجتمع واعٍ ومتماسك

قيس محمود صالح

ليث ماهر مرعي

جامعة تكريت كلية الاداب / قسم الاعلام

1-Qais Mahmoud Saleh

qais.saleh122@tu.edu.iq

ملخص البحث

العالم الحالي يشهد تغيرا رقميا سريعا ساعد في تغيير طبيعة التواصل وتدفق المعلومات. وقد جعل هذا الناس، وخاصة المراهقين، أكثر عرضة لمجموعة متنوعة من المواد الإعلامية، بما في ذلك أفكارها ومثلها ومعتقداتها. وبالنظر إلى هذه الحقيقة، أصبح من الضروري رفع الفهم العام للتمييز بين المعلومات المضللة والموثوقة، ولتعزيز نظام القيم الذي يعزز الاستقرار والتماسك الاجتماعي. يتم استكشاف أهمية دمج ثقافة الإعلام والدراسات الإسلامية ك تخصصات مكملة في تطوير الوعي الفردي والجماعي في هذا البحث. تعزز ثقافة الإعلام تطوير التفكير النقدي، والتحليل، والقدرة على تقييم المحتوى الإعلامي الواعي، بينما تقدم الدراسات الإسلامية إطارا أخلاقيا وقيمة يساعد في توجيه السلوك وعقلانية الممارسات الاجتماعية في البيئة الرقمية. تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أهمية الشمول في معالجة القضايا الفكرية والثقافية والإعلام التي يسببها العصر الرقمي، بالإضافة إلى إبراز إمكاناته في تعزيز المسؤولية الاجتماعية والمواطنة والشعور بالانتماء. تسعى الدراسة أيضا إلى المساعدة في خلق مجتمع أكثر معرفة واستعدادا للتعامل مع التغيرات الحالية. تم استخدام النهج التحليلي الوصفي في هذه الدراسة، والذي شمل مراجعة الأدبيات والدراسات ذات الصلة وتقييم العلاقة بين محور الأهمية الإعلامية والدراسات الإسلامية في ضوء تطور الوعي المجتمعي. تناول المبحث الأول الإطار المفاهيمي للثقافة الإعلامية، والدراسات الإسلامية، والوعي المجتمعي، مع شرح الأسس النظرية التي يستند إليها كل منها، بينما خصص المبحث الثاني لشرح التكاملات بين الثقافة الإعلامية والدراسات الإسلامية ودورها في مواجهة تحديات العصر الرقمي، وتعزيز التماسك الاجتماعي وبناء المواطنة الواعية. اختتم البحث بمجموعة من النتائج والتوصيات التي تساهم في تطوير الأدوار التعليمية والإعلامية والدينية في بناء الوعي المجتمعي المعاصر الكلمات المفتاحية: الثقافة الإعلامية، الدراسات الإسلامية، الوعي المجتمعي، العصر الرقمي، القيم الأخلاقية، والتماسك الاجتماعي.

Abstract

Today's world is witnessing rapid digital change that has helped change the nature of communication and the flow of information. This has made people, especially teenagers, more vulnerable to a variety of media materials, including their thoughts, ideals, and beliefs. In view of this fact, it has become necessary to raise public understanding of the distinction between disinformation and reliable information, and to strengthen a value system that promotes stability and social cohesion. The importance of integrating media culture and Islamic studies as complementary disciplines in developing individual and collective consciousness is explored in this research. Media culture promotes the development of critical thinking, analysis, and the ability to evaluate conscious media content, while Islamic studies offers an ethical and value framework that helps guide behavior and the rationality of social practices in the digital environment. This study seeks to highlight the importance of inclusion in addressing the intellectual, cultural, and media issues caused by the digital age, as well as highlighting its potential to promote social responsibility, citizenship, and a sense of belonging. The study also seeks to help create a more knowledgeable and prepared society to deal with current changes. A descriptive analytical approach was used in this study, which included reviewing the literature and relevant studies and assessing the relationship between media literacy and Islamic studies considering the development of societal

awareness. The first topic dealt with the conceptual framework of media culture, Islamic studies, and community awareness, while explaining the theoretical foundations on which each is based, while the second topic was dedicated to explaining the complementarities between media culture and Islamic studies and their role in facing the challenges of the digital age, promoting social cohesion and building conscious citizenship. The research concluded with a set of findings and recommendations that contribute to the development of educational, media, and religious roles in building contemporary societal awareness. Keywords: Media Culture, Islamic Studies, Community Awareness, Digital Age, Ethical Values, and Social Cohesion.

المقدمة

بناء الوعي في العصر الرقمي: التكامل بين التربية الإعلامية والدراسات الإسلامية نموذجاً يشهد العالم الحالي تطوراً تقنياً سريعاً، مما غير بشكل كبير طريقة تواصل الناس واستخدامهم للإعلام؛ لذلك، أصبح العالم الرقمي أحد العوامل الرئيسية التي تؤثر على تفكير الناس ومواقفهم وقيمتهم. لقد تجاوزت وسائل الإعلام دورها في نشر المعلومات، لتصبح مشاركا حيوياً في عملية تشكيل الرأي العام والسلوك ووعي الأفراد، خاصة بسبب الاستخدام الواسع للشبكات الاجتماعية التي توفر كمية هائلة من المعلومات دون أي قيود زمنية أو مكانية. من ناحية أخرى، أدت هذه التحولات إلى تحديات متعددة في الجوانب المعرفية والأخلاقية والثقافية، أبرزها انتشار المعلومات المضللة، وخطاب الكراهية، والتطرف الأيديولوجي، والآثار السلبية للمحتوى الإعلامي غير المنضبط، الذي يدعو إلى البحث عن مناهج علمية وتعليمية قادرة على بناء الوعي المجتمعي الذي يحسن التعامل مع البيئة الرقمية، والتوازن بين حرية الوصول إلى المعلومات والالتزام بالأخلاق الإنسانية والقيم. الثقافة الإعلامية هي واحدة من أهم الأساليب الحديثة التي تسعى إلى تمكين الأفراد من امتلاك مهارات التفكير النقدي، والتحليل، والتقييم، بطريقة تعزز قدرتهم على قراءة رسائل الإعلام بوعي، والتمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة. من ناحية أخرى، توفر العلوم الإسلامية مجموعة متكاملة من القيم والمبادئ التي تساعد على بناء شخصية متوازنة قادرة على الوفاء بمسؤولياتها الأخلاقية والاجتماعية تجاه المعلومات من خلال قيم الصدق والاعتدال واحترام الناس. من هذه الزاوية، أهمية التكامل بين محو الأمية الإعلامية والعلوم الإسلامية كطريقة فكرية تشمل اكتساب مهارات الإعلام وتأسيس القيم الأخلاقية بطريقة تبني شخصاً واعياً قادراً على التعامل مع التغيرات في العالم الرقمي. وبناء على ذلك، يسعى هذا البحث إلى شرح الدور الذي يلعبه الدمج بين الثقافة الإعلامية والدراسات الإسلامية في بناء الوعي المجتمعي، ومراجعة أهم الأسس النظرية التي يستند إليها هذا الاندماج، بالإضافة إلى تسليط الضوء على تأثيره في مواجهة تحديات العصر الرقمي وتعزيز قيم المواطنة والتماسك الاجتماعي.

المبحث الأول الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث

المشكلة البحثية تكمن في تزايد تأثير الإعلام الرقمي في تشكيل وعي الناس ومواقف الناس بسبب سرعة تدفق المعلومات غير القابلة للتحقق التي تسببت في عدة أنواع من المعلومات المضللة الإعلامية، والاستقطاب الفكري، وتأثير نظام القيم الاجتماعية، خصوصاً على الشباب. على الرغم من تزايد الاهتمام بدور الثقافة الإعلامية في تعزيز مهارات التفكير النقدي والدراسات الإسلامية من حيث الأخلاق والأخلاق، إلا أن هناك حاجة لمزيد من الدراسة والتحليل للعلاقة بين المجالين لتحديد مساهمتهما في بناء الوعي الاجتماعي الذي يمكنه التعامل مع تحديات العصر الرقمي لذا تبدأ مسألة البحث في الإجابة على السؤال الرئيسي التالي: كيف يمكن أن يكون دمج الثقافة الإعلامية والدراسات الإسلامية مفيداً لرفع الوعي المجتمعي في العصر الرقمي؟ يمكن تقسيم هذا السؤال إلى الأسئلة التالية:

١. ماذا نفهم من الثقافة الإعلامية وما هي أهدافها الرئيسية في البيئة الرقمية؟
٢. ما أهمية دراسة الإسلام فيما يتعلق بتطوير وترسيخ القيم والوعي؟
٣. ما هي خصائص التفاعل بين الثقافة الإعلامية والدراسات الإسلامية؟
٤. كيف يمكن لهذا الدمج أن يساعد في مواجهة التحديات الإعلامية والفكرية الحالية؟
٥. من خلال أي طرق يمكن لهذا الدمج أن يساعد في رفع الوعي المجتمعي؟

ثانياً: أهمية البحث

تكمن أهمية هذه الدراسة في تزايد أهمية الثقافة الإعلامية في ظل الثورة الرقمية، إلى جانب الحاجة إلى ترسيخ القيم الأخلاقية التي يؤكد عليها الدراسات الإسلامية، بطريقة تساهم في خلق وعي مجتمعي يمكنه التعامل مع التحديات الفكرية والإعلامية اليوم. تتجلى أهمية البحث في ما يلي:

١. أهمية دمج الثقافة الإعلامية والدراسات الإسلامية في خلق الوعي بين المجتمع.
٢. أهمية الثقافة الإعلامية في تطوير مهارات التفكير النقدي وتعزيز الاستخدام المتعمد لمحتوى الإعلام.
٣. مساهمة الدراسات الإسلامية في تعزيز القيم الأخلاقية والإنسانية في العصر الرقمي.
٤. إطار معرفي يمكن اعتماده من قبل المؤسسات التعليمية والإعلام والدعوة.
٥. تزويد المكتبة العربية بتحقيق يدمج بين الإعلام والدراسات الإسلامية من منظور متكامل.

ثالثاً: أهداف البحث

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق أهداف علمية معينة مرتبطة بخصائص موضوعها، وهي كما يلي:

١. تحديد مفهوم الثقافة الإعلامية وركازها الرئيسية في العصر الرقمي.
٢. شرح دور الدراسات الإسلامية في تطوير القيمة والوعي الأخلاقي للفرد والمجتمع.
٣. اكتشاف خصائص التكامل بين الثقافة الإعلامية والدراسات الإسلامية.
٤. تفسيرات لتأثيرات هذا الاندماج في مواجهة التحديات الفكرية والإعلامية التي يفرضها العصر الرقمي.
٥. تقديم منظور علمي لاستخدام الثقافة الإعلامية والدراسات الإسلامية في خلق مجتمع اجتماعي واع قادر على التعامل مع تطورات العصر الرقمي.

رابعاً: منهج البحث

في البحث، تم استخدام النهج التحليلي الوصفي نظراً لطبيعة الدراسة التي تتضمن تحليل ووصف الظاهرة التي تم بحثها باستخدام الأدبيات العلمية والدراسات السابقة المتعلقة بمحو الأمية الإعلامية والتعليم الإسلامي، بالإضافة إلى تحليل النظريات والمفاهيم المستخدمة في مناقشة المجالين وتكاملهما في معالجة قضايا العصر الرقمي.

خامساً: خطة البحث

ونظراً لطبيعة الدراسة، كان تقسيم البحث إلى موضوعين أمراً ضرورياً، إلى جانب قسمي المقدمة والخاتمة. تناول الموضوع الأول مفهوم الثقافة الإعلامية والدراسات الإسلامية، حيث شرح الباحث مفهوم الثقافة الإعلامية وأهدافه وأهميته، وشرح مفهوم الدراسات الإسلامية ودورها في خلق القيم، بالإضافة إلى تعريف الوعي المجتمعي والصعوبات الرئيسية التي يواجهها في العصر الرقمي. ركز الموضوع الثاني على تسليط الضوء على مكمالات الثقافة الإعلامية والدراسات الإسلامية وكيف تساعد في تجاوز التحديات الفكرية والإعلامية، وتعزيز قيم المواطنة والتضامن الاجتماعي لخلق مجتمع واع قادر على التعامل مع التحولات الرقمية. اختتمت الدراسة بنتائجها وتوصياتها.

سادساً: الدراسات السابقة

تعتبر الدراسات السابقة واحدة من أهم الركائز التي تسهل تحديد مكانة البحث الحالي في المجال العلمي وتحديد مجالات التشابه والاختلاف بين البحث الحالي والسابق. استناداً إلى طبيعة مشكلة البحث، تم تصنيف الأبحاث السابقة إلى دراسات تتعلق بالثقافة الإعلامية والوعي الرقمي، وتلك التي كانت تهتم بالقيم الإسلامية وتأثيرها في تطوير السلوك الاجتماعي.

أ: الدراسات العربية

١. كان البحث الذي أجراه عطيا (٢٠٢٢) مهتماً بموضوع التفكير النقدي وتأثير هذه العملية على الثقافة الإعلامية لكل من الطالب والمعلم كمثال، وأجري في مجلة نابو للأبحاث والدراسات التي تصدرها جامعة بابل. في هذه الدراسة، درس المؤلف العلاقة بين التفكير النقدي والثقافة الإعلامية في المجال التعليمي، مؤكداً على ضرورة تطوير المهارات النقدية والتحليلية لفهم رسائل الإعلام. وبدوره، يستخدم البحث الحالي نتائج عطية (٢٠٢٢) لإثبات العلاقة بين الثقافة الإعلامية وبناء التفكير النقدي، لكنه لا يتطرق إلى جانب القيم الإسلامية في هذا الصدد.¹
٢. يهدف بحث أمين (٢٠٢٣) بعنوان "استخدام الشباب لمهارات الثقافة الإعلامية للتحقق من الأخبار المزيفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي" إلى دراسة مستوى استخدام الشباب لمهارات الثقافة الإعلامية مثل الوصول، والتحليل، والتقييم، والإنتاج للتحقق من الأخبار الكاذبة التي يتم مشاركتها عبر الوسائط الرقمية. يبرز هذا البحث بناءً على أهمية العلاقة بين الثقافة الإعلامية ومكافحة المعلومات المضللة في العصر الرقمي، وهي قضية تتناولها هذه الدراسة بشكل مباشر؛ ومع ذلك، يأخذ هذا البحث الأمر أبعد من ذلك من خلال التركيز على التحقق ونظام القيم الإسلامية.²

وقائع (مؤتمر تعزيز دور الدراسات الإسلامية والاجتماعية والإنسانية في بناء المجتمع) المجلد (٢٣) تموز لعام (٢٠٢٦)

٣. ركز غاندر (٢٠٢٣) على قضية التفاعل بين طلاب الإعلام التعليمي فيما يتعلق بالأخبار المزيفة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمهارات الثقافة الرقمية لهؤلاء الأفراد، ونشر في مجلة أبحاث الإعلام. هدفت الدراسة إلى إثبات العلاقة بين مهارات الثقافة الرقمية وقدرة طلاب الإعلام التعليمي على مواجهة الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي. تستخدم هذه الورقة البحث الحالي لتوضيح أهمية الثقافة الإعلامية في مكافحة الأخبار الكاذبة، لكنها اقتصر على حدود الإعلام والتعليم دون دمج الدراسات الإسلامية فيها.^٣

٤. يرتبط بحث ضيف (٢٠٢٤) أيضا بقضية الثقافة الإعلامية ومنع الأخبار الكاذبة عبر الشبكات الاجتماعية. تم استخدام الثقافة الإعلامية كأداة لمنع الأخبار الكاذبة من خلال تطوير مهارات انتقائية ونقدية وتحليلية. الدراسة ذات صلة بالبحث الحالي، الذي يركز على الثقافة الإعلامية كنهج لمنع المعلومات المضللة؛ ومع ذلك، يتضمن البحث الحالي جانبا آخر، وهو جانب أخلاقي وقيم قائم على الدراسات الإسلامية.^٤

ب: الدراسات الأجنبية

١. تسلط الدراسة التي أجراها وسوعي، روي، وأرال (٢٠١٨) حول انتشار الأخبار المزيفة والحقيقية على الإنترنت، بناء على الطبيعة المثيرة والقدرة على جذب انتباه المستخدمين، الضوء على مشكلة انتشار المعلومات المضللة الرقمية والحاجة إلى تطوير الوعي.^٥

٢. حلل أورهان (٢٠٢٣) في ورقة بحثية بعنوان 'اكتشاف الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي: الدور التنبؤي لميول التفكير النقدي ومعرفة الإعلام الجديد' أهمية التفكير النقدي ومعرفة الإعلام في اكتشاف الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي. أشارت نتائج الورقة إلى أن التفكير النقدي ومعرفة الإعلام كانا العاملين الرئيسيين في تحسين القدرة على اكتشاف الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي. تستخدم هذه الورقة في البحث الحالي لتقديم أدلة حول البعد المعرفي للنموذج المقترح، ولكن ليس على القيم أو البعد الديني.^٦

٣. استكشف ديانا (٢٠٢٤) في بحثه "الثقافة الإعلامية ومنع الأخبار الكاذبة بين الطلاب" العلاقة بين مهارات الثقافة الإعلامية ومنع انتشار الأخبار الكاذبة بين الطلاب. كشفت نتائج هذه الدراسة عن وجود ارتباط كبير بين مهارات الثقافة الإعلامية ومنع انتشار الأخبار الكاذبة. على الرغم من أن الدراسة تندرج ضمن سياق الأبحاث الحالية حول الثقافة الإعلامية، إلا أن البحث الحالي يحاول تطويره أكثر من خلال إضافة منظور القيم الإسلامية إلى الإطار.^٧

كما قدمت اليونيسكو إطارا مهما في تقريرها "المواطنون المتعلمون في الإعلام والمعلومات: فكروا نقديا، انقروا بحكمة!" أكد التقرير أن الثقافة الإعلامية والمعلومات أصبحت واحدة من المهارات الأساسية للمواطنة في القرن الحادي والعشرين لأنها تساهم في تطوير التفكير النقدي والتحقق من المعلومات، بالإضافة إلى المشاركة في المجتمع الرقمي. يقدم هذا التقرير دعما للدراسة الحالية من خلال تأسيس مفاهيم الإعلام والثقافة المعلوماتية، بينما تدمج الدراسة الحالية القيم الإسلامية ضمن هذا الإطار.^٨

ج: التعليق على الدراسات السابقة والفجوة البحثية

من خلال مراجعة الدراسات البحثية السابقة، يتضح أن معظم هذه الدراسات كانت تهتم بثقافة الإعلام كاستراتيجية لتعزيز التفكير النقدي، ومكافحة الأخبار المزيفة، وتمكين الناس من تحليل والتحقق من المحتوى الرقمي. ركزت دراسات بحثية أخرى على المخاطر المرتبطة بالأخبار المزيفة والانتشار السريع للأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتأثير هذه الأخبار المزيفة على وعي المجتمع بالمحتوى الرقمي.

على الرغم من أهمية مثل هذه الأبحاث، إلا أن هذه الدراسات ركزت عموما على الثقافة الإعلامية من منظور الإعلام والتعليم، لكنها لم تهتم بربط الثقافة الإعلامية بنظام القيم الإسلامية لتعزيز الوعي الرقمي. تركز الأبحاث التي تناولت القيم الإسلامية بشكل رئيسي على القضايا الأخلاقية والاجتماعية بشكل عام دون ربطها بوسائل الإعلام الرقمية. لذلك، يكمن الجانب المميز في البحث الحالي في أن هذه الدراسة لا تركز فقط على تحليل مفهوم الثقافة الإعلامية أو مفهوم الدراسات الإسلامية بشكل منفصل، بل تقدم أيضا إطارا مفاهيميا يتم فيه دمج المفهومين من خلال النموذج التكامل لبناء الوعي الرقمي المبني على ثلاثة أبعاد رئيسية. وهي: البعد المعرفي، بعد القيم، والبعد السلوكي. لذا، تهدف هذه الدراسة إلى معالجة فجوة بحثية في الأدبيات المتعلقة بالعلاقة بين مهارات الثقافة الإعلامية والقيم الإسلامية.

المبحث الثاني الإطار المفاهيمي للتربية الإعلامية والدراسات الإسلامية

أولا: مفهوم التربية الإعلامية ونشأتها وتطورها

الثقافة الإعلامية هي واحدة من المفاهيم التي تم تقديمها مؤخرا في مجال دراسات الإعلام والتعليم. ظهرت هذه الفكرة نتيجة النمو السريع في مجال الإعلام والإعلام، وكذلك بسبب زيادة كمية رسائل الإعلام وتأثيرها على تكوين معرفة الأفراد ومواقفهم وقيمتهم. في الوقت الحاضر، الوسائط ليست مجرد أداة لنقل المعلومات؛ لقد تحولت إلى مؤسسة اجتماعية وثقافية يمكنها إعادة تشكيل الإدراك الجماعي والتأثير على عمليات التفكير والسلوك

وقائع (مؤتمر تعزيز دور الدراسات الإسلامية والاجتماعية والإنسانية في بناء المجتمع) المجلد (٢٢) تموز لعام (٢٠٢٦)

لدى الناس. لهذا السبب كان هناك حاجة لإيلاء اهتمام خاص لتحضير الأفراد للتعامل بوعي مع رسائل الإعلام. يمكن تتبع أصول الثقافة الإعلامية إلى الستينيات والسبعينيات عندما كانت هناك نداءات في كندا والمملكة المتحدة لإدراج الثقافة الإعلامية في المناهج المدرسية لمساعدة الطلاب على تحليل رسائل الإعلام بشكل نقدي بدلا من تلقيها بشكل سلبي. مع تزايد شعبية الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، شهدت هذه الفكرة نموا هائلا ولم تعد مقتصرة على الإعلام التقليدي، بل تشمل الآن جميع أشكال الإعلام الرقمي بالإضافة إلى تلك التي تتطلب استخدام التكنولوجيا مثل الأمن الرقمي والذكاء الاصطناعي. وفقا لمنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو)، تشير الثقافة الإعلامية والمعلومات إلى مجموعة من المهارات التي تمكن الناس من الحصول على المعلومات والرسائل وتحليلها وتقييمها واستخدامها وخلقها بطريقة أخلاقية ومسؤولة بهدف تعزيز المشاركة الفعالة والتنمية المستدامة (اليونسكو، ٢٠٢١).^٩ يقدم أحد أبرز الباحثين في هذا المجال، ديليو. جيمس بوتير، فهمه لثقافة الإعلام بالعبارات التالية: "تشمل محو الأمية الإعلامية مجموعة من وجهات النظر التي يبنيناها الناس بنشاط عند تعرضهم للرسائل الإعلامية من خلال تطبيق المعرفة والمهارات اللازمة لتفسير وتحليل وتقييم تلك الرسائل" (بوتير، ٢٠١٩).^{١٠} وهذا يعني أن الثقافة الإعلامية ليست مجرد مسألة معرفة بالمعلومات، بل أيضا بتطبيق مهارات التفكير النقدي بشكل مستمر فيما يتعلق بمحتوى الإعلام. في هذا السياق، يرى ديفيد باكنغهام أن الثقافة الإعلامية هي عملية تعليمية تهدف إلى تطوير كفاءة المستلم لفهم كيفية إنتاج الرسائل الإعلامية، إلى جانب كشف الأهداف الاقتصادية والسياسية والثقافية وراءها، مما يؤدي إلى زيادة استقلالية الفرد في تفسير رسالة الإعلام وتبني موقف مستنير تجاهها (باكنغهام، ٢٠٠٣).^{١١} استنادا إلى ما سبق، يمكن القول إن الثقافة الإعلامية ليست مجرد مجموعة معرفة مرتبطة بالإعلام أو التعليم فقط؛ بل أصبح جسدا من المعرفة يشمل الاتصال، والتعليم، والثقافة، والتكنولوجيا، وهدفه النهائي هو إعداد مواطن متعلم رقميا يمتلك مهارات نقدية ووعي بالمعلومات.

ثانيا: أهداف التربية الإعلامية وأهميتها في العصر الرقمي

ترتكز الثقافة الإعلامية على فهم أن الجمهور ليس مجرد متلقي سلبي للرسائل الإعلامية، بل هو مشارك في إنشاء وتوزيع وتفاعل مع المحتوى الإعلامي، خاصة بسبب التقدم الرقمي الذي حول كل شخص إلى صانع معلومات وتأثير يشكل الرأي. في هذا المنظور، تسعى الثقافة الإعلامية إلى تجهيز الأفراد الذين لديهم القدرة على الوعي برسائل الإعلام من خلال استخدام التفكير النقدي، والتحليل، والتقييم، والمسؤولية الأخلاقية في إنتاج وتوزيع الإعلام. في الأدبيات العلمية المعاصرة، يبرز أن هدف الثقافة الإعلامية يتكون من عدد من الأهداف؛ على وجه الخصوص، تتيح الثقافة الإعلامية للأفراد الوصول إلى المعلومات من مصادر موثوقة، وتحليل رسائل الإعلام في سياق البيئة الاجتماعية والثقافية والسياسية التي تم إنشاء الرسائل فيها، وتطوير القدرة على التمييز بين الحقائق والآراء، بالإضافة إلى التعرف على المعلومات المضللة والدعاية والخطابات التي تسعى للتأثير على الرأي العام (بوتير، ٢٠١٩).^{١٢} تساهم الثقافة الإعلامية في خلق ثقافة مشاركة مسؤولة في البيئة الرقمية، حيث لا يتم تقييم الفرد فقط من خلال استهلاكه للمعلومات؛ على العكس، يجب أن يكون الفرد قادرا على إنشاء محتوى إعلامي موثوق وموضوعي؛ لذا، أصبحت الثقافة الإعلامية الركيزة الرئيسية للمواطنة الرقمية، التي تقوم على الاستخدام الأخلاقي للتقنيات (هوبز، ٢٠١٧).^{١٣} أصبح الثقافة الإعلامية أكثر أهمية في عصر الرقمنة بسبب الزيادة الكبيرة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والاعتماد على المنصات الرقمية كأحد المصادر الرئيسية للأخبار والمعلومات. وقد أدى هذا التحول إلى ظهور بعض القضايا الجديدة، بما في ذلك انتشار الأخبار الكاذبة، والتلاعب بالمعلومات، والاستقطاب الفكري، وخطاب الكراهية، إلى جانب دور الخوارزميات في التأثير على جودة المعلومات المقدمة للمستخدمين، ولذلك هناك حاجة إلى بعض المهارات النقدية لتحليل مثل هذه المعلومات الإعلامية قبل قبولها أو إعادة نشرها (اليونسكو، ٢٠٢١).^{١٤} ضمن هذا الإطار، تؤكد اليونسكو أن مهارات المعلومات والثقافة المعلوماتية أصبحت واحدة من المهارات الأساسية التي يحتاجها المواطنون في القرن الحادي والعشرين، نظرا لتأثيرها على تطوير حرية التعبير، ومشاركة المجتمع، وترسيخ قيم الحوار والتسامح، وقدرة الأفراد على اتخاذ قرارات بناء على معلومات دقيقة (اليونسكو، ٢٠٢١).^{١٥} ومع ذلك، فإن أهمية الثقافة الإعلامية لا تكمن فقط في ضمان الحماية من الآثار السلبية للمحتوى الإعلامي؛ بل يكمن في تشكيل شخصية قادرة على التفكير المستقل، وتقدير الاختلافات الثقافية، والتفاعل الإيجابي مع شؤون المجتمع بطريقة تعزز الوحدة الاجتماعية وقيم المواطنة. تساعد الثقافة الإعلامية أيضا في خلق جيل لديه وعي كاف لاستخدام التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي بمسؤولية، مما يجعلها واحدة من أهم القواعد لبناء مجتمع قائم على المعرفة في العصر الرقمي. ومن النقاش أعلاه، يمكن الاستنتاج أن الثقافة الإعلامية لم تعد مسألة اختيار في التعليم، بل أصبحت ضرورة اجتماعية، لأنها تعمل كأداة للتفكير النقدي، ووسيلة لتطوير الثقافة الرقمية، وسلوك مسؤول للإعلام، مما يجعلها رفقا حيويا للدراسات الإسلامية في خلق الوعي المجتمعي بطريقة متوازنة.

ثالثا: مفهوم الدراسات الإسلامية ودورها في بناء الوعي المجتمعي

وقائع (مؤتمر تعزيز دور الدراسات الإسلامية والاجتماعية والإنسانية في بناء المجتمع) المجلد (٢٣) تموز لعام (٢٠٢٦)

تعد الدراسات الإسلامية من العلوم المتعلقة بدراسة الإسلام كدين وشريعة وأخلاق وحضارة من خلال استنتاج آيات القرآن وكذلك الروايات النبوية، وتحليل التراث الإسلامي، واستنتاج المبادئ والقيم التي تتحكم في علاقة الإنسان مع ربه، ومع نفسه، وبالأخرين، وبالمجتمع. وظائف الدراسات الإسلامية لا تقتصر على البعد الروحي فقط، بل تشمل أيضا بناء الإنسان فكريا وأخلاقيا واجتماعيا لتحقيق أهداف الشريعة التي تشمل حفظ الدين والروح والعقل والممتلكات والأبناء. شهدت الدراسات الإسلامية تطورا هائلا في محتوى ومناهج دراسات الإسلام؛ تطورت من كونه موضوعا يهتم فقط بدراسة كتب وقضايا الشريعة إلى موضوع يتناول المشاكل الحديثة، بما في ذلك حقوق الإنسان، والتعايش، والمواطنة، والهوية، والإعلام، والتحول الرقمي، بناء على قدرة الشريعة الإسلامية على التكيف مع تغير الأوقات وتقديم حلول قائمة على نظام متوازن من القيم والمبادئ. بناء الوعي بالمجتمع هو أحد الأدوار الرئيسية التي تلعبها الدراسات الإسلامية، لأن الإسلام يدور حول تنمية الوعي بين البشر قبل أي سلوك، وتطوير العقل، والتأمل، والتحقق من الأخبار، وتجنب التطرف، وغرس قيم العدالة والصدق والمسؤولية. يمكن تأكيد ذلك بكلمات الله تعالى في القرآن الكريم، في قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا﴾ [الحجرات: ٦]،^{١٦} هذه قاعدة معرفية تخلق وعيا بالتحقق من المعلومات قبل نشرها.^{١٧} يشجع الشريعة الإسلامية على العقل فيما يتعلق بفهم وتحليل المعلومات والحقائق دون تقليد أعمى أو التواجد خلف الشائعات أو التحيز، مما يساعد على تطوير شخصية نقدية قادرة على التمييز بين الصواب والخطأ وبين الصواب والخداع. يجادل العديد من الباحثين بأن الأهداف العامة للشريعة الإسلامية يمكن اعتبارها نموذجا أخلاقيا يوجه سلوك الناس نحو تأمين المصلحة العامة وحماية المجتمع من الانحرافات في العقل والأخلاق (الزحيلي، ٢٠٠٦).^{١٨} في ظل التغيرات السريعة التي شهدتها العصر الرقمي، تقع على عاتق الدراسات الإسلامية مسؤولية تنشيط الخطاب العلمي والتعليمي ضمن إطار البيئة الجديدة للإعلام من خلال تعزيز قيم المسؤولية الرقمية، واحترام خصوصية الناس، وأخلاقيات النشر الإلكتروني، ومواجهة الشائعات وخطاب الكراهية والتطرف وفقا للمبادئ الإسلامية في الحفاظ على كرامة الإنسان والمجتمع.^{١٩} لذا، لا تنتهي وظيفة الدراسات الإسلامية عند إصدار أحكام شرعية، بل تذهب أبعد من ذلك لخلق وعي وأخلاق يمكن أن تقود سلوك الناس في العالم الرقمي، وتخلق ثقافة الحوار والتسامح، بالإضافة إلى مبادئ المواطنة والانتماء، مما يجعلها شريكا مهما للثقافة الإعلامية في بناء مجتمع واعي. والتي يمكنها التعامل مع الإعلام الحديث بشكل صحيح، من خلال تحقيق توازن بين التفكير التحليلي والنقدي والالتزام بالقيم الأخلاقية.^{٢٠} على هذا الأساس، فإن العلاقة بين الثقافة الإعلامية والدراسات الإسلامية ليست مجرد علاقة متداخلة بين مجالين من المعرفة، بل هي علاقة تكاملية، حيث تمنح الثقافة الإعلامية الناس المهارات والكفاءات اللازمة لفهم وتحليل رسائل الإعلام، بينما توفر الدراسات الإسلامية الإطار الأخلاقي والقيم لاستخدام هذه الكفاءات في خدمة الصالح العام وبناء الوعي المجتمعي الذي يمكن أن يواجه تحديات العصر الرقمي.

المبحث الثالث النموذج التكاملي لبناء الوعي الرقمي

التكامل بين التربية الإعلامية والدراسات الإسلامية في بناء الوعي الرقمي

بسبب الثورة الرقمية، شهدت الثورة تغييرات كبيرة في بنية الاتصالات والإعلام، حيث توقفت وسائل الإعلام عن كونها أداة تنقل المعلومات والأخبار، وأصبحت الآن لاعبا مهما في تشكيل الوعي الاجتماعي وخلق الاتجاهات/القيم.^{٢١} وفي هذا الصدد، خلقت وسائل الإعلام تحديات معرفية وأخلاقية جديدة، من بينها الانتشار السريع للمعلومات المضللة، وخطاب الكراهية، والتلاعب بالرأي العام، إلى جانب الدور الذي تلعبه الخوارزميات الرقمية في تشكيل رسائل الإعلام التي ينقلها الناس (كاستيلز، ٢٠١٠).^{٢٢} في ضوء ما سبق، لم يعد إعداد الناس لعصر الاتصال الرقمي من اختصاص المؤسسات الإعلامية، بل أصبح عملية تشمل منظمات تعليمية وثقافية ودينية لأنها تتطلب إعداد أفراد قادرين على تحليل وانتقاد رسائل الإعلام من جهة، واتباع الإرشادات الأخلاقية والقيمة المتعلقة بإنتاج ونشر وسائل الإعلام من جهة أخرى. بعبارة أخرى، هناك حاجة لإيجاد نهج متكامل يجمع بين الثقافة الإعلامية والدراسات الإسلامية كمجالين مترابطين يساهمان في تطوير شخص مسؤول. تزود الثقافة الإعلامية الفرد بالمهارات الإدراكية التي تمكنها من الوصول إلى المعلومات وتحليلها وتقييمها، بينما توفر الدراسات الإسلامية له البعد القيم والأخلاقي الذي يساعده على استخدام مهاراته وتحقيق الصالح العام بناء على مفاهيم الصدق والعدالة والتحقق من الأخبار واحترام كرامة الإنسان. هذه ضرورة تحددها خصائص العصر الرقمي الحالي، حيث تتقاطع القيم وحرية المسؤولية والتكنولوجيا والأخلاقيات. (اليونسكو، ٢٠١٩؛ اليونسكو، ٢٠٢١).^{٢٣} لذا، فإن النموذج المتكامل الذي تم تطويره في هذه الدراسة سيعتمد على الأبعاد الثلاثة الرئيسية التالية: البعد المعرفي المنعكس في محو الأمية الإعلامية، والبعد القيمي الذي تم تطويره من خلال الدراسات الإسلامية، والبعد السلوكي المنعكس في ممارسة المواطنة الرقمية بطريقة تتفاعل هذه الأبعاد معا، مما يخلق وعيا رقميا متوازنا قادرا على التعامل مع التحديات الفكرية والإعلامية والمساهمة في تطوير المجتمع التماسك وبناء مجتمع معرفي.^{٢٤} لذلك،

تم تخصيص موضوع هذه الدراسة لتحليل أكثر القضايا تحدياً في الوعي المجتمعي في البيئة الرقمية والطبيعة المكملة لمحو الأمية الإعلامية والدراسات الإسلامية من أجل تطوير نموذج علمي فعال للوعي الرقمي.

أولاً: تحديات البيئة الإعلامية الرقمية وأثرها في الوعي المجتمعي

رافق ظهور بيئة الإعلام الرقمي تحول غير مسبوق في عملية إنتاج ونشر المعلومات، وذلك بفضل التقدم السريع لتقنية الاتصالات وظهور الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، التي سهلت وزادت من سرعة توزيع المعلومات. بينما وفر هذا العصر الرقمي فرصاً عظيمة لزيادة التواصل والوصول إلى المعرفة، إلا أنه في الوقت نفسه تسبب في العديد من المشاكل التي كان لها تأثيرات مباشرة على الوعي المجتمعي وتتطلب جهداً مشتركاً لمعالجتها. واحدة من أبرز المشاكل التي سببها هذا العصر هي انتشار المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة، حيث أن المنصات الرقمية الجديدة جعلت من الممكن للجميع نشر المحتوى دون المرور بعمليات التحرير والتحقق التي ميزت وسائل الإعلام التقليدية، والتي أدت إلى نشر معلومات كاذبة. شائعات ورسائل مضللة يمكن أن تؤثر على الرأي العام وتثير مخاوف مجتمعية. أظهرت الأبحاث أن الأخبار الكاذبة تنتشر أسرع على وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بالأخبار الحقيقية (وسوعي، روي، وأرال، ٢٠١٨).^{٢٥}

ثانياً، هناك التأثير الناتج عن استخدام الخوارزميات الرقمية التي تستخدمها مواقع التواصل الاجتماعي ومحركات البحث، حيث يتم تخصيص المحتوى ليتناسب مع تفضيلات المستخدم، مما يؤدي إلى تكوين فقاعات تصفية حيث يرى الناس فقط المحتوى الذي يتوافق مع آرائهم السابقة. هذا يجعل الناس أقل تنوعاً فكرياً ويسبب استقطاباً في المجتمع (باريسر، ٢٠١١).^{٢٦}

ثالثاً، زادت التكنولوجيا الرقمية من انتشار خطاب الكراهية والتطرف بسبب سهولة إنشاء حساب والبقاء مجهولين. وذلك لأنه يوفر منصة يمكن من خلالها نشر مثل هذا الخطاب العنيف والتمييز والمتعصب. أطلقت منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) قلقاً بشأن كيف أن نقص مهارات الثقافة الإعلامية يجعل الأفراد عرضة لهذا النوع من الخطاب، خاصة مجموعة الشباب (اليونسكو، ٢٠٢١).^{٢٧} ومن التحديات المهمة أيضاً ضعف ثقافة التحقق من المعلومات، إذ يعتمد كثير من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي على إعادة نشر الأخبار دون التأكد من مصادرها أو دقتها، وهو ما يؤدي إلى انتشار الشائعات والمعلومات المغلوطة بصورة واسعة. ويتعارض هذا السلوك مع المبادئ المهنية للإعلام، كما يتنافى مع القيم الإسلامية التي تدعو إلى التثبت من الأخبار قبل نشرها، انطلاقاً من قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا﴾ [الحجرات: ٦]، وهي قاعدة أخلاقية ومعرفية تتوافق مع المبادئ الحديثة للتربية الإعلامية في التحقق من المعلومات قبل تداولها^{٢٨}. قضية أخرى تطرح مشكلة هي تآكل الخصوصية الرقمية وإساءة استخدام البيانات الشخصية، حيث تعتمد العديد من المنصات الرقمية على جمع وتحليل بيانات المستخدمين لتحقيق مكاسب اقتصادية أو سياسية، وهي قضية أثارت العديد من النقاشات حول قضية الأخلاقيات في استخدام البيانات وتأثيرها على حرية الأفراد واستقلاليتهم في اتخاذ القرار (زوبوف، ٢٠١٩).^{٢٩} وبالتالي، يتضح أن هذه القضايا تثبت أن بناء الوعي المجتمعي في العصر الرقمي لا يتم فقط من خلال منح الناس الوصول إلى المعلومات، بل تحتاج العملية إلى القدرة على تحليل محتوى الإعلام بشكل نقدي وتطوير نظام قيم وأخلاقي للتحكم في إنتاج ونشر المعلومات. يتضح الآن لماذا الربط بين الثقافة الإعلامية والدراسات الإسلامية ضروري، إذ أن الأولى مفيدة في خلق المهارات النقدية، والثانية مفيدة في توجيه هذه المهارات أخلاقياً.

ثانياً: التكامل بين التربية الإعلامية والدراسات الإسلامية في بناء الوعي الرقمي

وبالنظر إلى التغيرات السريعة التي شهدتها العالم الرقمي، هناك مشاكل معقدة جداً لا يمكن لأي مجموعة معرفة واحدة معالجتها، ولهذا السبب هناك حاجة إلى دمج المجالات المختلفة. في ظل هذه الظروف، يعد التكامل بين الثقافة الإعلامية والدراسات الإسلامية أحد الطرق التي يمكن استخدامها لخلق محو الأمية الرقمية المتوازنة التي تشمل المهارات والقيم وتجهز الناس لإدارة المشهد الإعلامي الحديث. تشمل الثقافة الإعلامية تطوير مهارات الوصول والتحليل والنقد والتقييم وإنتاج المعلومات التي تساعد في تعزيز التفكير النقدي وتقليل مستوى القابلية للمعلومات المضللة والخطابات الإعلامية (بوتر، ٢٠١٩). من المهم الإشارة إلى أن وجود هذه المهارات لا يضمن الاستخدام المسؤول للإعلام، لأن الشخص قد يمتلك هذه المهارات لكنه يفتر إلى نظام القيم الذي يوجهه عند إنتاج وتداول المعلومات.^{٣٠} على العكس، يشكل دراسة الإسلام نظاماً موحداً من المبادئ والقيم يحكم العلاقة بين الإنسان والمعلومات والإنسان نفسه، من خلال ترسيخ قيم الصدق والعدالة واحترام الخصوصية والتحقق من المعلومات وتحمل المسؤولية الاجتماعية. كل هذا مذكور في القرآن في أماكن كثيرة، مثل، منها قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا﴾ [الحجرات: ٦]، هذا مبدأ أخلاقي ومعرفي يتوافق مع أحد أهم مبادئ الثقافة الإعلامية، وهو التحقق من صحة المعلومات قبل نشرها أو إعادة توزيعها.^{٣١} بعبارة أخرى، العلاقة بين الثقافة الإعلامية والدراسات الإسلامية ليست رابطاً موازياً؛ بل هو رابط تكاملي، حيث تتناول الثقافة الإعلامية

قضية "كيف نتعامل مع رسالة الإعلام؟" بينما تجيب الدراسات الإسلامية على سؤال "كيف نتعامل مع هذا وفقا للقيم الأخلاقية؟". من خلال ذلك، سيتمكن الفرد ليس فقط من مواجهة المعلومات المضللة، بل أيضا اتخاذ موقف أخلاقي تجاه المعلومات التي ينشئها أو يتداولها.³³ هذا الاندماج واضح أيضا عند مواجهة أكبر تحديات العصر الرقمي، حيث تلعب محو الأمية الإعلامية دورا في اكتشاف الأخبار الكاذبة، وفهم آليات الخوارزميات، وتحليل رسائل الإعلام، بينما تسعى الدراسات الإسلامية إلى ترسيخ مبادئ الاعتدال، ورفض التعصب، واحترام الطرف الآخر، وثقافة الحوار. وهذا سيعمل على تقليل خطاب الكراهية، والاستقطاب، والتلاعب بالمنصات الرقمية. لذلك، فإن التكامل بين هذين المجالين سيشكل المفتاح لبناء المواطن الرقمي الذي يجمع بين الجانب المعرفي والجانب الأخلاقي. وفقا لليونسكو، يجب أن تستند الثقافة الإعلامية والمعلومات إلى حقوق الإنسان والمشاركة والمسؤولية والتنوع الثقافي (اليونسكو، ٢٠٢١)^{٣٤}، وكلها تتماشى مع الأهداف العامة للشريعة الإسلامية، والتي تشمل الحفاظ على كرامة الإنسان، وتحقيق المصلحة العامة، وحماية المجتمع من العوامل المسببة للفساد والانقسام. ما سبق يوضح أن العلاقة بين الثقافة الإعلامية والدراسات الإسلامية ليست ارتباطا بالاندماج الشكلي، بل هي علاقة تكامل وظيفي، مما يساعد على تحقيق هدف مشترك يتمثل في خلق إنسان واعي. وبالتالي، من الواضح أن الثقافة الإعلامية والدراسات الإسلامية تشكلان ركيزتين مترابطتين للوعي الرقمي، فالأولى تؤدي من جهة إلى خلق المهارات الذهنية والنقدية، ومن جهة أخرى تضع أسس التنظيم الأخلاقي والقيم لهذه المهارات لخدمة كل من الفرد والمجتمع. من خلال دمج التخصصين، يمكن خلق شخصية قادرة على التفاعل مع الوسائط الرقمية بطريقة واعية ومسؤولة لتعزيز المواطنة الرقمية وتقليل تأثير محتوى الإعلام على المجتمع.

ثالثا: النموذج المقترح لبناء الوعي الرقمي

بالنظر إلى النقاش السابق حول تعريف الثقافة الإعلامية، والدور القيمي للدراسات الإسلامية، والتحديات الذي تخلقه بيئة الإعلام الرقمي، يرى الباحث أنه لكي يتم ترسيخ الوعي الرقمي، يجب استخدام نهج تكاملي يدمج الأبعاد المعرفية والقيمة والسلوكية لهذه القضية كأبعاد مترابطة ولا تتفصل. لا يمكن النظر إلى التعامل مع البيئة الرقمية فقط من منظور الكفاءات التقنية، ولا فقط من منظور القيم الأخلاقية، بل هو دمج المعرفة والقيم معا. النموذج قيد المناقشة مبني وفقا للفرضية الأساسية التي تقول إن تحقيق الوعي الرقمي المستدام ممكن من خلال تفاعل ثلاثة أبعاد رئيسية: البعد المعرفي، بعد القيم، والبعد السلوكي، حيث ينفذ كل بعد وظيفة خاصة ويتم تحقيق تأثيراته من خلال التفاعلات مع الأبعاد الأخرى.

- يعد البعد المعرفي البعد الأول للنموذج، والذي يعتمد على مبادئ الثقافة الإعلامية. يشير إلى القدرة على الحصول على المعلومات، وتحليل رسائل الإعلام بشكل نقدي، وانتقاد وتقييم مصادرها، وفصل الحقائق عن الآراء، واكتشاف أي نوع من الأخبار الكاذبة أو المعلومات المضللة. يلعب هذا البعد دورا مهما في تطوير مهارات التفكير النقدي لدى الأفراد لكي يتمكنوا من التعامل مع محتوى الإعلام بوعي دون استقبال سلبي أو تضليلهم بأي شكل من أشكال المعلومات المضللة (بوتر، ٢٠١٩)^{٣٥}.

- البعد القيم يستند إلى المفاهيم التي تم التركيز عليها في الدراسات الإسلامية، والتي تشمل الصدق، والتحقق من الأخبار، وحماية خصوصية الآخرين، والمسؤولية الاجتماعية، والتعصب تجاه التعصب وخطاب الكراهية. الغرض من هذا البعد هو توجيه القدرات المعرفية للفرد لتسخير معرفته في الإعلام لخدمة المجتمع بدلا من إلحاق الضرر به، وفقا لأهداف الشريعة الإسلامية في حماية الدين والعقل والروح، والسعي وراء الخير الأعلى (الزحيلي، ٢٠٠٦)³⁶.

- البعد السلوكي هو تجلي المعرفة والقيم في الأفعال العملية من خلال الاستخدام الأخلاقي للإعلام من خلال ممارسة أخلاقيات النشر الإلكتروني، واحترام حقوق الملكية الفكرية، والتفاعل بمسؤولية مع محتوى الإعلام، والانخراط الإيجابي في العالم الرقمي.

يدرك الباحث أن الاتصال بين هذه الأبعاد ليس اتصالا خطيا؛ إنه ارتباط دائري لأن المهارات الإدراكية تولد تكوين الإدراك، وتعمل القيم كإرشادات للإدراك لجعله أخلاقيا، والممارسة المسؤولة تعزز القيم والمهارات؛ وهذا يؤدي إلى تطوير الوعي الرقمي الذي يمكنه مواجهة تحديات عصر الإعلام الحالي.

وبناءً على ذلك، يقترح الباحث النموذج الآتي:

المدخلات

- التربية الإعلامية.

- الدراسات الإسلامية.

العمليات

- تنمية التفكير النقدي.
- التحقق من المعلومات.
- ترسيخ القيم الأخلاقية.
- تعزيز المسؤولية الرقمية.

المخرجات

- مواطن رقمي واعٍ.
- استخدام مسؤول لوسائل الإعلام.
- الحد من التضليل الإعلامي.
- تعزيز التماسك المجتمعي.
- دعم ثقافة المواطنة الرقمية.

يمكن ذكر الخصائص التالية فيما يتعلق بهذه النظرية لأنها تتضمن العنصرين الرئيسيين للمفهوم في نمط واحد، وبالتالي فهي أكثر قدرة على شرح عملية خلق الوعي الرقمي من الأنماط التي تركز فقط على جزء واحد من القضية. وفي الوقت نفسه، من الممكن تطبيق هذا النموذج على إنشاء المناهج لتدريب الناس على التعامل مع وسائل الإعلام الرقمية بحكمة وزيادة استقرار المجتمع في ظل التغيرات السريعة للعصر الرقمي.

رابعاً: آلية عمل النموذج التكاملي المقترح لبناء الوعي الرقمي

يبدأ النهج التكاملي المقترح بافتراض أن بناء الوعي الرقمي هو عملية تدريجية تبدأ من اكتساب المعرفة، تليها توجيه القيمة، وتنتهي بتنفيذ سلوكي في المجال الرقمي. يعتمد النموذج المقترح على دمج مجالين رئيسيين، وهما محو الأمية الإعلامية والدراسات الإسلامية كركيزتين مكملتين تؤدي إلى تكوين مواطن واع رقمياً ومسؤول. تتضمن الخطوة الأولى من النموذج المقترح مدخلين أساسيين، وهما الثقافة الإعلامية والدراسات الإسلامية. توفر محو الأمية الإعلامية للشخص بعض الكفاءات الإدراكية، بما في ذلك التفكير النقدي، والقدرة على تحليل رسالة الإعلام، والتمييز بين المعلومات الصادقة والمعلومات المضللة، والتحقق من مصادر وعمل المنصات الرقمية والخوارزميات المختلفة. تشمل الدراسات الإسلامية بعداً آخر - مجموعة القيم الأخلاقية المتعلقة بالصدق، والتحقق من المعلومات، احترام الخصوصية، المسؤولية الاجتماعية، عدم انتهاك الآخرين. الخطوة الثانية هي عملية دمج المهارات والقيم لأن النموذج المقترح لا يعتبر المهارات والقيم ككيانين منفصلين، بل نظاماً واحداً، وبالتالي فرد يمتلك مهارة التعرف على الأخبار الكاذبة، لكنه يؤمن بضرورة التحقق من الأخبار قبل نشرها. سيظهر التزاماً أكبر بالسلوك المسؤول مقارنة بالفرد الذي يمتلك أياً من الاثنين وليس كلاهما. الخطوة الثالثة تتضمن تحويل الدمج إلى سلوك رقمي مسؤول من خلال الالتزام بأخلاقيات النشر عبر الإنترنت، واحترام حقوق الآخرين، وعدم نشر الشائعات، وتوفير معلومات موثوقة، والمشاركة الإيجابية في البيئة الرقمية. ستبلغ هذه العملية ذروتها في المرحلة النهائية، وهي خلق الوعي الرقمي، والتي تتجسد في خلق مواطنين رقميين يتخذون قرارات جيدة، ويتفاعلون بمسؤولية مع الإعلام، ويساهمون في القضاء على المعلومات المضللة وخطاب الكراهية الإعلامي، حتى يتم تحسين المواطنة الرقمية والتماسك الاجتماعي. يشعر الباحث أن هذه العملية ليست خطية تنتهي بتحقيق الوعي الرقمي، بل هي عملية مستمرة قائمة على التغذية الراجعة، حيث أن الممارسة المسؤولة للإعلام ستعزز مهارات الإعلام وتطور نظام القيم، وبالتالي تطور الوعي الرقمي بشكل مستمر، وفقاً للطبيعة الديناميكية لبيئة الإعلام. ١. مزايا النموذج المقترح النموذج الذي اقترحه الباحث هو نموذج يعرف ببعض الخصائص التي تمنحه قيمة علمية وعملية في مجال خلق الوعي الرقمي. أولاً، يشمل مزيجاً من بعدين من الوعي الرقمي؛ من جهة، هناك البعد المعرفي من خلال الثقافة الإعلامية، ومن جهة أخرى، هناك بعد القيمة الذي تم التأكيد عليه في الدراسات الإسلامية. الهدف هو تحقيق التكامل بين تحسين المهارات المتعلقة بالإعلام ووضع ضوابط أخلاقية. الخاصية الثانية للنموذج المقترح هي شموليته، لأنه لا يتوقف عند تحسين مهارات الفرد في تحليل رسائل الإعلام وتحديد المعلومات المضللة؛ بل يؤدي إلى توجيه هذا التحليل نحو أداء مهام الإعلام بصدق وقابلية التحقق واحترام للآخرين. بالإضافة إلى شمولية النموذج، فهو مرن وقابل للتوسع، حيث يمكن الاستفادة منه على مستويات تعليمية مختلفة وفي أعمار مختلفة.

إمكانات تطبيق النموذج

قد يجد هذا النموذج المتكامل العديد من التطبيقات العملية لأنه يشكل حجر الزاوية في تصميم منهج محو الأمية الإعلامية من خلال ربط مهارات الإعلام بالقيم الأخلاقية المستخلصة من الدراسات الإسلامية. كما يساعد في تصميم برامج التدريب لطلاب الجامعات والمعلمين والمتخصصين

وقائع (مؤتمر تعزيز دور الدراسات الإسلامية والاجتماعية والإنسانية في بناء المجتمع) المجلد (٢٢) تموز لعام (٢٠٢٦)

في الإعلام، بهدف تطوير التفكير النقدي وتشجيع المسؤولية الرقمية إلى جانب خلق ثقافة التحقق من المعلومات. من منظور المؤسسات الإعلامية، يمكن استخدام النموذج في إعداد برامج التوعية والحملات الإعلامية ضد انتشار الأخبار الكاذبة وخطاب الكراهية، بالإضافة إلى خلق ثقافة الاستخدام المسؤول للوسائط الرقمية. قد تجد المنظمات الدينية والثقافية هذا النموذج مفيداً في تصميم حملات توعية مشتركة تساعد في نشر ثقافة الحوار والاعتدال.

آفاق البحث المستقبلية

تخلق مثل هذه الدراسة مسارا لعدة دراسات مستقبلية ستساعد في تطوير واختبار النموذج المقترح في بيئات مختلفة. قد تتضمن الأبحاث المستقبلية إجراء دراسة ميدانية لمعرفة تأثير دمج الثقافة الإعلامية والدراسات الإسلامية في رفع الوعي الرقمي لدى طلاب الجامعات أو المدارس، وتصميم برامج تدريبية بناء على النموذج المقترح وتقييم تأثيرها على تعزيز التفكير النقدي والمسؤولية الرقمية. هناك مجال لتطوير مقاييس علمية لتقييم مستوى الوعي الرقمي بناء على أبعاد النموذج، بالإضافة إلى دراسات مقارنة للمجتمعات العربية والإسلامية تثبت تأثير الخصوصية الثقافية والقيمة في بناء الوعي الرقمي. من بين المقترحات البحثية الأخرى، هناك دراسات حول تأثير الذكاء الاصطناعي ومنصات التواصل الاجتماعي على الوعي الرقمي، وإمكانية استخدام النموذج المقترح في مواجهة التحديات التي تخلقها التقنيات الرقمية الحديثة.

النتائج والتوصيات الخاتمة

أجري هذا البحث حول قضية خلق الوعي الرقمي نتيجة دمج الثقافة الإعلامية والدراسات الإسلامية، مع الأخذ في الاعتبار التحولات التي لوحظت في البيئة الرقمية وتأثيرها على ظهور القضايا المعرفية والأخلاقية التي أثرت على خلق الوعي الاجتماعي. كان هدف هذا البحث هو إظهار دور الثقافة الإعلامية في تطوير التفكير النقدي وتحسين المهارات في التعامل مع محتوى الإعلام، بالإضافة إلى دور الدراسات الإسلامية في تعزيز النظام الأخلاقي الذي يوجه سلوك الإعلام، لاقتراح نموذج متكامل للمعرفة والقيم يساهم في بناء الوعي الرقمي.

أولاً: النتائج

توصل البحث إلى مجموعة من النتائج، من أبرزها:

١. برزت الثقافة الإعلامية كأحد المتطلبات الأساسية لبناء الوعي الرقمي بسبب الدور المهم الذي تلعبه في تطوير التفكير النقدي وتحليل رسائل الإعلام، خاصة في التمييز بين المعلومات الصادقة والمضللة.
٢. تلعب الدراسات الإسلامية دوراً مهماً في بناء الوعي المجتمعي لأنها تؤسس إطاراً أخلاقياً من النزاهة، والصدق، وصحة الأخبار، وكرامة الإنسان، وهو إطار مشابه جداً لمفاهيم الثقافة الإعلامية الحديثة.
٣. تظهر النتائج أن صعوبات العصر الرقمي لا يمكن حلها أبداً باستخدام المهارات التقنية فقط؛ بل يتطلب مزيجاً من المعرفة والقيم.
٤. تمكنت الدراسة من إظهار وجود علاقة جوهرية بين الثقافة الإعلامية والإسلام، حيث يساعد الأول في تطوير مهارات الثقافة الإعلامية والثاني يوفر المنظور الأخلاقي لهذه المهارات عند استخدام الوسائط الرقمية.
٥. قدمت الدراسة نموذجاً متكاملاً لبناء الوعي الرقمي من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية: البعد المعرفي، البعد القيمة، والبعد السلوكي بطريقة تساعد في زيادة المواطنة الرقمية والتغلب على الآثار السلبية لبيئة الإعلام الرقمي.
٦. يمكن تطبيق النموذج المقترح في تطوير المناهج التعليمية، وبرامج الإعلام، ومبادرات التوعية المجتمعية لبناء الوعي الرقمي.

ثانياً: التوصيات

استناداً إلى النتائج التي توصل إليها البحث، يوصي الباحث بما يأتي:

١. إدراج مفاهيم الثقافة الإعلامية في مناهج المراحل المختلفة من التعليم، مع ربطها بالقيم والمبادئ التي تبرز الدراسات الإسلامية.
٢. إنشاء برامج تدريبية تعزز تطوير مهارات التفكير النقدي والتحقق من المعلومات، ومسؤولية استخدام الوسائط الرقمية بشكل أخلاقي.
٣. تشجيع التعاون بين مؤسسات التعليم والإعلام والدين في إعداد حملات توعية تعزز ثقافة الإعلام وتكافح الأخبار الكاذبة وخطاب الكراهية.
٤. تعزيز البحث العلمي المرتبط بالعلاقة بين محو الأمية الإعلامية والدراسات الإسلامية، خاصة الدراسات الميدانية التي تقيم فعالية النهج التكاملية في تطوير الثقافة الرقمية.
٥. استخدام النهج التكاملية المقترح في تصميم المناهج وبرامج التدريب للمواطنة الرقمية لضمان التكامل بين مهارات الثقافة الإعلامية ونظام القيم.

وقائع (مؤتمر تعزيز دور الدراسات الإسلامية والاجتماعية والإنسانية في بناء المجتمع) المجلد (٢٣) تموز لعام (٢٠٢٦)

٦. تشجيع تبني منظمات الإعلام لقواعد سلوك تستند إلى مبادئ الثقافة الإعلامية والقيم الأخلاقية للمساهمة في تقليل المعلومات المضللة الإعلامية. من خلال النقاش أعلاه، يبرز للباحث أن تطوير الوعي الرقمي لا يجب أن يترك لمسؤولية الإعلام أو التعليم أو الدين فقط، بل هو مهمة متكاملة، ولهذا يجب تنسيق الجهود بين مختلف المؤسسات في المجتمع. يمكن اعتبار دمج الثقافة الإعلامية والدراسات الإسلامية نقطة انطلاق جيدة لتطوير مواطن رقمي ذو تفكير نقدي وشخص ذو أخلاق قوية لمواجهة تحديات العصر الرقمي.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

القرآن الكريم.

١. أمين، محمد. (٢٠٢٣). استخدام الشباب لمهارات التربية الإعلامية للتحقق من الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة https://ejos.journals.ekb.eg/article_308320.html.
٢. عطية، محمد. (٢٠٢٢). التفكير الناقد وأثره في التربية الإعلامية: الطالب والمدرس أنموذجاً. *مجلة نابو للبحوث والدراسات*، جامعة بابل، ٣٠(٣٦)، ٢٠٣-٢٢٤. <https://search.emarefa.net/ar/detail/BIM-1343159>.
٣. غندر، محمد. (٢٠٢٣). تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمهارات التربية الإعلامية الرقمية. *مجلة البحوث الإعلامية*، جامعة الأزهر <https://search.emarefa.net/ar/detail/BIM-1516941>.
٤. ضيف، سفيان. (٢٠٢٤). التربية الإعلامية والتصدي للأخبار الكاذبة عبر الشبكات الاجتماعية. *مجلة الدراسات الإعلامية*. <https://asjp.cerist.dz/en/article/261304>.
٥. الزحيلي، وهبة. (2006). *أصول الفقه الإسلامي*. دمشق: دار الفكر.
٦. العلواني، طه جابر. (1995). *أدب الاختلاف في الإسلام*. فرجينيا: المعهد العالمي للفكر الإسلامي.
٧. أبو زهرة، محمد. *أصول الفقه*. القاهرة: دار الفكر العربي.

ثانياً: المراجع الأجنبية

1. Buckingham, D. (2003). *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge: Polity Press.
2. Hobbs, R. (2017). *Create to Learn: Introduction to Digital Literacy*. Hoboken: Wiley.
3. Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York: Penguin Press.
4. Potter, W. J. (2019). *Media Literacy* (9th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. <https://study.sagepub.com/potter9e>
5. UNESCO. (2021). *Media and Information Literate Citizens: Think Critically, Click Wisely!* Paris: UNESCO. <https://www.unesco.org/en/articles/media-and-information-literate-citizens>
6. Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The Spread of True and False News Online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
7. Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism*. New York: PublicAffairs.
8. Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society* (2nd ed.). Oxford: Wiley-Blackwell.
9. Orhan, G. (2023). Fake News Detection on Social Media: The Predictive Role of Critical Thinking Dispositions and New Media Literacies.
10. Dianah, A. (2024). Media Literacy and the Prevention of Fake News among Students. *Journal of Pedagogical Research*.

هوامش البحث

- ¹ عطية، محمد. (٢٠٢٢). التفكير الناقد وأثره في التربية الإعلامية: الطالب والمدرس أنموذجاً. *مجلة نابو للبحوث والدراسات*، جامعة بابل، ٣٠(٣٦)، ٢٠٣-٢٢٤.
- ² أمين، محمد. (٢٠٢٣). استخدام الشباب لمهارات التربية الإعلامية للتحقق من الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة.

- ^٣ غندر، محمد. (٢٠٢٣). تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمهارات التربية الإعلامية الرقمية. مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر
- ^٤ ضيف، سفيان. (٢٠٢٤). التربية الإعلامية والتصدي للأخبار الكاذبة عبر الشبكات الاجتماعية. مجلة الدراسات الإعلامية
- ^٥ Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The Spread of True and False News Online. Science, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- ^٦ Orhan, G. (2023). Fake News Detection on Social Media: The Predictive Role of Critical Thinking Dispositions and New Media Literacies. Journal of Media Literacy Education
- ^٧ Dianah, A. (2024). Media Literacy and the Prevention of Fake News among Students. Journal of Pedagogical Research
- ^٨ UNESCO. (2021). Media and Information Literate Citizens: Think Critically, Click Wisely!. Paris: UNESCO.
- ^٩ UNESCO. (2021). Media and Information Literate Citizens: Think Critically, Click Wisely! UNESCO
- ^{١٠} Potter, W. J. (2019). Media Literacy (9th ed.). SAGE Publications.
- ^{١١} Buckingham, D. (2003). Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture. Polity Press
- ^{١٢} Potter, W. J. (2019). Media Literacy (9th ed.). SAGE Publications
- ^{١٣} Hobbs, R. (2017). Create to Learn: Introduction to Digital Literacy. Wiley
- ^{١٤} UNESCO. (2021). Media and Information Literate Citizens: Think Critically, Click Wisely! UNESCO.
- ^{١٥} المصدر السابق.
- ^{١٦} القرآن الكريم
- ^{١٧} يوسف القرضاوي. (1995). الخصائص العامة للإسلام. مؤسسة الرسالة
- ^{١٨} وهبة الزحيلي. (2006). أصول الفقه الإسلامي. دار الفكر
- ^{١٩} محمد أبو زهرة. د.ت. (أصول الفقه. دار الفكر العربي
- ^{٢٠} طه جابر العلواني. (1995). أدب الاختلاف في الإسلام. المعهد العالمي للفكر الإسلامي .
- ^{٢١} David Buckingham. (2003). Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture. Polity Press
- ^{٢٢} Manuel Castells. (2010). The Rise of the Network Society (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- ^{٢٣} UNESCO. (2021). Media and Information Literate Citizens: Think Critically, Click Wisely! Paris: UNESCO
- ^{٢٤} W. James Potter. (2019). Media Literacy (9th ed.). SAGE Publications
- ^{٢٥} Soroush Vosoughi, Roy, D., & Sinan Aral. (2018). The Spread of True and False News Online. Science, 359(6380), 1146–1151.
- ^{٢٦} Eli Pariser. (2011). The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. Penguin Press.
- ^{٢٧} UNESCO. (2021). Media and Information Literate Citizens: Think Critically, Click Wisely! Paris: UNESCO.
- ^{٢٨} القرآن الكريم
- ^{٢٩} Shoshana Zuboff. (2019). The Age of Surveillance Capitalism. PublicAffairs.
- ^{٣٠} W. James Potter. (2019). Media Literacy (9th ed.). SAGE Publications
- ^{٣١} القرآن الكريم .
- ^{٣٢} طه جابر العلواني. (1995). أدب الاختلاف في الإسلام. المعهد العالمي للفكر الإسلامي .
- ^{٣٣} David Buckingham. (2003). Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture. Polity Press.
- ^{٣٤} UNESCO. (2021). Media and Information Literate Citizens: Think Critically, Click Wisely!. Paris: UNESCO
- ^{٣٥} Potter, W. J. (2019). Media Literacy (9th ed.). SAGE Publications.
- ^{٣٦} الزحيلي، وهبة. (2006). أصول الفقه الإسلامي. دار الفكر .