

علاقة تعرض طلبة الجامعات للإعلام الرقمي بمستوي معرفتهم بمفهوم التربية الإعلامية

شيماء نبيل عبدالسميع عبد الغني*

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على مدى علاقة تعرض طلبة الجامعات للإعلام الرقمي بمستوي معرفتهم بمفهوم التربية الإعلامية، واستخدمت الدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وهي دراسة وصفية، تعتمد على منهج المسح، وتمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها (200) طالبا وطالبة ممن يدرسون في مختلف الجامعات المصرية الحكومية والخاصة (جامعة النيل، جامعة 6 أكتوبر، جامعة عين شمس)، وتمثلت أدوات البحث في أداة الاستبيان، وكانت أهم النتائج ما يلي:

حيث ارتفعت استجابات عينة الدراسة تجاه استخدام وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات عن التربية الإعلامية، حيث جاءت (الفييس بوك) في المقدمة بوزن نسبي مقداره (83%)، يليها (يوتيوب) في المرتبة الثانية بوزن نسبي مقداره (77%)، أما عن استجابات عينة الدراسة تجاه المهارات التي تنميها التربية الإعلامية لديهم في عصر الإعلام الرقمي، حيث جاءت (تحديد احتياجات وأهداف الطالب قبل التعرض لوسائل الإعلام) في المقدمة بوزن نسبي مقداره (88%)، أما عن استجابات عينة الدراسة تجاه تقييم فعالية المحتوى المقدم الخاص بالتربية الإعلامية في عصر الإعلام الرقمي، حيث جاءت (إكساب الطالب العديد من المهارات الرقمية) في المقدمة بوزن نسبي مقداره (87%).

الكلمات المفتاحية: (تعرض، طلبة الجامعات، الإعلام الرقمي، التربية الإعلامية).

The Relationship of University Students' exposure to digital media and their knowledge level of the media education concept

ABSTRACT

The present study drives at identifying the levels of awareness of the Egyptian university students concerning the media education in the era of digital transformation. The study uses the theory of dependence on the media. The study belongs to the descriptive type of studies that is based on

*باحثة دكتوراة في كلية الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس

the survey method. The study sample consists of (200) male/female students who study in various governmental and private universities (Nile University, October 6 University, Ain Shams University). The research uses the questionnaire form as a tool. The most important results come as follows:

-The responses of the study sample towards the use of media for obtaining information on media education have increased, as (Facebook) comes on top with a relative weight of (83%), followed by (YouTube) in the second place with a relative weight of (77%), As for the responses of the study sample towards using the skills that media education develops for them in the digital media era, as (determining the needs and goals of the student before exposure to the media) comes in the first rank with a relative weight of (88%), Regarding the responses of the study sample towards evaluating the effectiveness of the presented content in media education in the digital media age, (the student's acquisition of many digital skills) has come at the forefront with a relative weight of (87%).

Key words: exposure, university students, Media Education, digital media.

مقدمة:

إن التطور الذي عرفته البشرية عبر العصور، من المجتمع الزراعي إلى المجتمع الصناعي وصولاً إلى المجتمع المعلوماتي، أدت إلى انتشار وسائل الإعلام بمختلف أنواعها، ما أثر في طريقة تفكير البشر وتصرفاتهم وسلوكهم ونظرتهم للمجتمع الذي يعيشون فيه، وكذلك نظرتهم للآخرين خاصة مع بروز الميديا الجديدة كفاعل أساسي في حياة المجتمعات المعاصرة، بما تحمله من تأثيرات ومظاهر اجتماعية جديدة، غيرت طبيعة العلاقة بين الإنسان ووسائل الإعلام، حيث لم تعد هناك مسافة فاصلة بين الفرد واستخداماته للوسائط الإعلامية بعد إنغماس هذا الأخير في الواقع الافتراضي المصطنع بفعل وسائط الميديا الجديدة، إلى الحد الذي أصبحت فيه هوية الأفراد تحمل سمات هذه الوسائط، في ظل هذا الواقع لم تعد التربية الإعلامية مجرد مشروع دفاع فحسب بل مشروع تمكين يسعى إلى فهم الثقافة الإعلامية وحسن الانتقاء والمشاركة فيها بطرق ذكية.

وارتكزت التربية الإعلامية في العصر الرقمي علي الثقافة التشاركية، لأن الشبكات الرقمية تتيح للأفراد الإنغماس في بيئات تفاعلية كونية لا يمكن أن تتحقق فيها التربية الإعلامية والتفكير النقدي في استخدام وتلقي وسائط الإعلام الجديد، إلا أن خلال تعرف الفرد المثقف إعلاميا علي عمق التفاعل الكوني الحاصل في البيئات النواصلية الجديدة، والذي يعد قاعدة أساسية لتحقيق التربية الإعلامية في العصر الرقمي والتي أصبحت تركز علي ثلاث مستويات أساسية وهي مهارات استخدام تقنيات المعلومات وتصفح الشبكات الرقمية ومهارات التفكير الناقد لمحتوي الرسائل الإعلامية وتقدير التفاعلية الكونية.

إن تحيين قواعد التربية الإعلامية لمواءمة مستجدات العصر الرقمي لم يقتصر علي المنظومة التقنية فقط بل تعداه إلي مختلف نواحي حياة الفرد، وقد دعا بعض الباحثين في هذا السياق إلي ضرورة تثقيف الفرد ومحو أميته بالإعلام ووسائله، وضرورة الوعي بمخدراته وكيفية الانتقاء الأمثل وفصل وتصنيف محتوياته، واعتماد مناهج وأساليب جديدة تتماشى مع الواقع الحالي للإعلام كاستغلال الوسائط الإعلامية الجديدة وعدم الاكتفاء بالمطبوعات فقط وتطوير مفهوم التربية الإعلامية ليشمل التغيرات الجديدة الناجمة عن الميديا الجديدة، بالإضافة إلي إدراج التحليل النقدي للمواد الإعلامية، والارتقاء بمفهوم التربية الإعلامية من أسلوب التلقين إلي أسلوب المشاركة من خلال إدماج الأفراد والمتعلمين في المواد المنشورة كالفديوهات وغيرها مؤديا بذلك إلي تمكين الفرد من القراءات الواعية للميديا الجديدة وأبعادها الايجابية والسلبية.¹

مشكلة الدراسة:

نظرا لما جاءت به تكنولوجيا الإتصال الحديثة للإعلام والاتصال فيما يسمى (بالإعلام الرقمي) الذي استطاع أن يستقطب فئة كبيرة من الأفراد وهي فئة الشباب وتحديدًا طلاب الجامعة نحو مفهوم التربية الإعلامية، التربية الإعلامية التي تؤدي دورا هاما في مواجهة تأثيرات الإعلام والإختراق الإعلامي العالمي، ولعل الإعلام الرقمي بوسائطه المختلفة يلعب دورا محوريا في الحياة عامة وفي نشر مفهوم التربية الإعلامية بصفة خاصة.

فإذا كانت وسائل الإعلام المختلفة تؤدي أدوارا كبيرة في حياة المجتمع المعاصر، وذلك انطلاقا من انتشارها ووظائفها وأهدافها وأدوارها المتنوعة؛ كان من الضروري وفق هذا الواقع أن يزداد وعي المؤسسات التعليمية بأهمية وخطورة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام المختلفة في تنشئة الأفراد وتربيتهم، والعمل الجاد علي الاستفادة من هذه الوسائل بهدف بناء توجهاتهم وتنمية معارفهم ومهاراتهم بشكل يسهم في تنمية وإعمار المجتمع بشكل إيجابي.

وتعد التربية الإعلامية وفق هذا المنظور عملية لبناء الإنسان ومساعدته علي استخدام وسائل الإعلام بالشكل الصحيح؛ لتشكيل ثقافة تهدف إلي التفاعل الإيجابي مع هذه الوسائل والاستفادة منها في تنمية مهارات الفرد الاتصالية والتحليلية والتقييمية والابتكارية والنقدية للمضامين الإعلامية كافة.

وفي ظل أهمية التربية الإعلامية في الجامعات، والحاجة الملحة إليها باعتبار دورها مهما في الحماية من الرسائل السلبية التي تستهدف الشباب، ومن خلال عرض الدراسات السابقة، نجد اهتماما كبيرا من قبل الباحثين بدراسة التربية الإعلامية وتأثيرها علي طلبة الجامعات، مما يدل علي أهميتها كقالب إعلامي يمكن أن يسهم في تنمية القدرة علي الإبداع والنقد والتحليل لدي طلبة الجامعات كما أشارت دراسة

(Banatul, Nur Hidayanto, (2019) – دراسة أميرة محمد أحمد، (2018) – دراسة Francis, (2018) - دراسة Basirat, Azeez, (2017) - دراسة Chu, Chu,(2015) - دراسة (Schilder, (2015).

ومن ثم يمكن تحديد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي هو:

- ما علاقة تعرض طلبة الجامعات للإعلام الرقمي بمستوي معرفتهم بمفهوم التربية الإعلامية ؟

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من أهمية التربية الإعلامية، وضرورة الاهتمام بها في الجامعات المصرية، كما تتبع من أهمية طلاب الجامعة ودورهم الفعال في المجتمع، فهم سند الأمة وثروتها في حاضرها وذاخرها وأملها في مستقبلها، وتتضح الأهمية البحثية فيما يلي:

1- يستمد البحث أهميته من العلاقة بين التربية والإعلام، ودور كل منهما في المجتمع المعاصر.

2- يكتسب البحث أهميته من أهمية دور الإعلام الرقمي في النمو المتكامل للطلاب معرفيا ومهاريا، في بناء كافة الجوانب من خلال ممارستهم للأنشطة الإعلامية المختلفة.

3- أهمية ما تحققه التربية الإعلامية من فوائد تعود علي الفرد والمجتمع باعتبارها أداة لتحسين طلاب الجامعات ضد ما تبثه وسائل الإعلام من أفكار سلبية تنال من قيم وخصوصيات المجتمع وثقافته وتزوده بالمهارات.

- 4- التربية الإعلامية لها أهمية بالغة لأنها تُمد الطلاب بالمهارات والخبرات اللازمة لاتخاذ قرارات هامة في حياتهم للاستفادة منها في الحاضر ويعبروا بها إلى المستقبل.
- 5- تعمل التربية الإعلامية علي بناء طلاب قادرين علي فهم المتغيرات من خلال علاقاتهم الاجتماعية.

أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة فيما يلي:

- 1- التعرف علي مستوي معرفة طلبة الجامعات بمفهوم التربية الإعلامية.
- 2- التعرف علي درجة اهتمام طلبة الجامعات بمفهوم التربية الإعلامية في الإعلام الرقمي.
- 3- التعرف علي العلاقة بين تعرض طلبة الجامعات للإعلام الرقمي بمستوي معرفتهم بمفهوم التربية الإعلامية.
- 4- التعرف علي المهارات التي تنميها التربية الإعلامية لدي طلبة الجامعات في عصر الإعلام الرقمي.
- 5- التعرف علي درجة ثقة عينه الدراسة في الإعلام الرقمي بالمعلومات التي يحصلوا عليها حول مفهوم التربية الإعلامية.

الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة من أهم الركائز العلمية التي يعتمد عليها الباحثة عند تحديد واختيار مشكلة الدراسة، لتجعلها أكثر وضوحاً، ووضع الدراسة الحالية علي الطريق الصحيح، وتحديد النقاط التي لم يلتفت إليها الباحثون مع تجنب أخطائهم، وسيتم عرض بعض الدراسات ذات الصلة بعلاقة تعرض طلبة الجامعات للإعلام الرقمي بمستوي معرفتهم بمفهوم التربية الإعلامية، وتم تناول الدراسات من الأحداث للأقدم كما تم تقسيم هذا المحور إلي:

أ-الدراسات العربية:

ب-الدراسات الأجنبية:

أ-الدراسات العربية:

- 1- دراسة (محسن يوسف مهني، 2022) بعنوان: " فاعلية برنامج مقترح في التربية الإعلامية لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدي طلاب الجامعة".

هدفت الدراسة إلى قياس فاعلية برنامج مقترح في التربية الإعلامية لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي القائم على التصميم شبه التجريبي ذا المجموعة التجريبية الواحدة (قبلي - بعدي)، وتمثلت أدوات الدراسة في: اختبار تحصيلي لمهارات التربية الإعلامية، ومقياس المسؤولية الاجتماعية، والتي تم تطبيقها على عينة شملت (30) طالباً من طلاب قسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية بجامعة المنيا في العام الدراسي 2021/2020م. وقد تحققت الدراسة من صحة فرضيتها، وأسفرت الدراسة عن النتائج التالية: حيث تبين وجود فروق دال إحصائياً بين متوسطي درجات الطلاب عينة الدراسة في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لاختبار التربية الإعلامية قبل تعرضهم للبرنامج وبعده لصالح التطبيق البعدي، أيضاً وجود فرق دال إحصائياً بين متوسطي درجات الطلاب عينة الدراسة في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لمقياس المسؤولية الاجتماعية قبل تعرضهم للبرنامج وبعده لصالح التطبيق البعدي.²

2- دراسة (غادة فندي عزام، 2021) بعنوان: "دور التربية الإعلامية في تفعيل بعض المهارات الاجتماعية عند التلاميذ المراهقين".

هدفت الدراسة إلى دور التربية الإعلامية في تفعيل بعض المهارات الاجتماعية عند التلاميذ المراهقين، 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 العينات إلى استمارة تدرس مدى اطلاع أفرادها على العمل الإعلامي ودوره في تطوير مفهوم الحوار وتقبل الثقافات المتنوعة. ومن ثم تدخلنا عبر وضع برنامج خاص مستند إلى دراسات وتجربة خاصة، زودنا أفراد العينات به، وبعد ذلك أخضعنا أفرادها للاستمارة ذاتها التي خضعوا لها قبل تزويدهم بالبرنامج بهدف قياس مدى استفادتهم منه. وقمنا بمقارنة النتائج في المرحلتين القبليّة والبعديّة، وأسفرت الدراسة عن النتائج التالية: 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.³

3- دراسة (مروة محمد أحمد عوف، 2021): بعنوان: "التحديات التي تواجه التربية الإعلامية في مجال التعليم في ضوء التحول الرقمي".

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم التحديات التي تواجه التربية الإعلامية في مجال التعليم في ضوء التحول الرقمي، واستخدمت الدراسة نظرية نموذج انتشار المبتكرات، كما استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال استبيان مقدم لعينة من (120) مفردة من أخصائي الإعلام التربوي بمدارس محافظة دمياط، وأسفرت الدراسة عن النتائج التالية: أهم التحديات

التي تواجه التربية الإعلامية في مجال التعليم في ضوء التحول الرقمي جاءت علي النحو التالي: في المرتبة الأولى جاءت التحديات الاجتماعية بينما في المرتبة الثانية جاءت التحديات السلوكية والتربوية ، وجاءت في المرتبة الثالثة التحديات المهنية وفي المرتبة الرابعة جاءت التحديات القيمية والأخلاقية ، وفي المرتبة الخامسة جاءت التحديات الثقافية.⁴

4- دراسة (حنان محمد إسماعيل، 2020): بعنوان: " تقييم كفاءة ممارسة مهارات التربية الإعلامية لدي الطلاب بأقسام الإعلام التربوي".

هدفت الدراسة إلي التعرف علي استخدام طلاب أقسام الإعلام التربوي لوسائل الاتصال التقليدية والرقمية، والتعرف علي مستوي الاستهلاك الناقد للوسائل بينهم، ومستوي المهارات الشخصية في مجال التربية الإعلامية، استخدمت الباحثة منهج المسح وجمعت بين الدراسة الكمية والكيفية، وطبقت علي عينة حصصية بلغ قوامها 360مبحوثا من طلاب الفرقين الثالثة والرابعة بأقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية جامعة القاهرة وجامعة المنوفية وجامعة المنيا، وأسفرت الدراسة عن النتائج التالية: تبين وجود ارتباط دال إحصائيا بين استخدام الصحف الورقية والتلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي ومستوي الاستهلاك الناقد لهذه الوسائل في حين لم يثبت وجود علاقة دالة إحصائيا بين استخدام الراديو واستخدام مواقع الصحف الإلكترونية والاستهلاك الناقد.⁵

5- دراسة (محمد رمضان الخنيني، 2019): بعنوان: " التأثيرات المختلفة للتربية الإعلامية الرقمية علي المراهقين".

هدفت الدراسة إلي رصد أهم التأثيرات المختلفة للتربية الإعلامية الرقمية علي المراهقين، وذلك من خلال التعرف علي التأثيرات السلبية والإيجابية والمعرفية والسلوكية والوجدانية للتربية الإعلامية الرقمية علي الطلاب المراهقين، وتنتمي هذه الدراسة إلي نوعية الدراسات الوصفية ، وتعتمد علي منهج المسح الإعلامي ، وإختارت عينة عمدية من المراهقين عددها 374 مفردة من الطلاب (ذكور وإناث) بمحافظة دمياط، واعتمدت الدراسة في جمع المعلومات علي أداة الاستبيان، وأسفرت الدراسة عن النتائج التالية: في وجود علاقة ارتباطية موجبة بين التأثيرات الإيجابية للتربية الإعلامية الرقمية علي المراهقين وكل من : (مدة الاستخدام للعالم الرقمي، ووسائل الاستخدام)، بينما لا توجد علاقة بين التأثيرات الإيجابية للتربية الإعلامية الرقمية علي المراهقين وكل من: (مكان التصفح، وعدد مرات التصفح، ومدة التصفح)، من ناحية أخرى تأثر المراهقون إيجابيا بما تلقوه من خلال التربية الإعلامية الرقمية، كذلك توصلت إلي وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيا بين التأثيرات السلبية للتربية الإعلامية الرقمية علي المراهقين وكل من: (وسائل الاستخدام، وعدد مرات التصفح)، بينما لا توجد علاقة بين التأثيرات السلبية وكل من: (مكان التصفح، ومدة الاستخدام، ومدة التصفح).⁶

6- دراسة (أميرة محمد أحمد، 2018): بعنوان: " تقييم أثر التربية الإعلامية علي مستوى المهارات التحليلية والنقدية لوسائل الإعلام الجديد في الفيسبوك".

هدفت الدراسة إلي التعرف علي مستوى مهارات التربية الإعلامية لدي الشباب الجامعي ومعرفة علاقة التربية الإعلامية بنظام التعليم الذي يتلقاه الشباب والذي يتنوع بين الدراسة العلمية والنظرية والتعليم الحكومي والخاص كما استخدمت الباحثة الأسلوب الكيفي وأسلوب المقارنة حيث قامت بإجراء مناقشات المجموعة المركزة (البؤرية) علي عينة من الشباب الجامعي في أربع جامعات مصرية وعددهم (88) مبحوث، وأسفرت الدراسة عن النتائج التالية: قدرة طلاب الكليات النظرية علي تطبيق بعض مهارات التربية الإعلامية عند التعامل مع وسائل الإعلام الجديد بمستوي أعلى من طلاب الكليات العملية ولوحظ حاجة جميع الطلاب عينة الدراسة إلي برامج لزيادة الوعي بالتربية الإعلامية ومهاراتها.⁷

ب-الدراسات الأجنبية:

1-دراسة إريكا سشرير، ستيفن وآخرون (Erica Scherer,Stephen, et al,2020)

هدفت الدراسة إلي التعرف علي آراء المراهقين حول تقييمات وسائل الإعلام في ضوء برنامج التربية الإعلامية (محو الأمية الإعلامية) واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي من خلال استبيان مقدم لعينة من (58)مراهقا بغرض تقييم والتعرف علي التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ودور محتوى التربية الإعلامية في مواجهتها، وأسفرت الدراسة عن النتائج التالية: إلي أن الطلاب تعلموا من مناقشات محو الأمية الإعلامية، وتطبيق المفاهيم المقدمة لهم، كما أنهم تعلموا استخدام مهارات التفكير الناقد لدعم وجهات نظرهم في الوسيلة المستخدمة، وقد أوصت الدراسة: بأنه يمكن استغلال قدرة المراهقين في وقت مبكر علي استخدام التقييمات لتنظيم استخدامهم لوسائل الإعلام الجديدة الخاصة بهم، ومواجهة الآثار المترتبة عليها إذا ما تم ذلك في ضوء برامج متخصصة في التربية الإعلامية (محو الأمية الإعلامية).⁸

2- دراسة: (Banatul Murtafi'ah, Nur Hidayanto Pancoro Setyo)

(Putro,2019)

هدفت الدراسة من أهمية تربية الطالب رقميا وإعلاميا، بمعنى أن يتم محو الأمية الرقمية للطلاب، خاصة عند التعامل مع وسائل الاتصال والتواصل الجديدة، بالتطبيق علي الأنشطة الطلابية المطلوبة في المقررات. ومن خلال التطبيق علي أحد المقررات الدراسية لطلاب إحدى المدارس الإندونيسية، تم اختبار نموذجين للتربية الرقمية في تنفيذ الأنشطة التعليمية لهذا المقرر، سواء تم تنفيذ هذه الأنشطة إلكترونيا أو من خلال الاتصال المباشر مع الطلاب.

وارتكز النموذج الأول علي ضرورة تعريف الطلاب كيفية التمييز بين الأخبار الصحيحة والمزيفة أو غير الحقيقية، في حين ارتكز النموذج الثاني علي تعليم الطلاب الاستخدام الآمن والرشيد لوسائل التواصل الجديدة والإنترنت بشكل عام، من خلال إنتاج ورقة بحثية يقدم فيها الطلاب نصائح في هذا الصدد. وتوصلت الدراسة إلي النتائج التالية: إلي أنه يمكن تضمين مهارات التربية الرقمية داخل الأنشطة الطلابية بمختلف المقررات بدلا من إقامة الندوات والمحاضرات النظرية التي تشرح مهارات التربية الرقمية.⁹

3-دراسة: (Francis, 2018).

هدفت الدراسة إلي استكشاف مدي ملاءمة وسائل الإعلام الجديد وللدور الذي تؤديه أدوات الإعلام الجديد في نشر التربية الإعلامية وتحسينها بين شباب الجامعات، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي الاستكشافي إضافة إلي الكيفي، وشارك في الدراسة عينة تكونت من طلاب قسم تكنولوجيا الإعلام بجامعة أوكسفورد، 68 طالبا وطالبة، متوسط أعمارهم بين (19-21 عاما)، وتم اختيار العينة عمديا نظرا لوجود مناهج التربية الإعلامية بشكل أساسي ضمن المقررات الدراسية للطلاب، وطبقت الأدوات علي أفراد العينة لتجميع بيانات الدراسة، وكانت أدوات جمع البيانات هي: المقابلات المتعمقة، والاستبيان، والملاحظات، وتوصلت الدراسة إلي النتائج التالية: من وجهة نظر الطلاب، تعد أدوات الإعلام الجديد عناصر محورية في نشر التربية الإعلامية وتحسينها بين الطلاب، وظهور مجموعة من العوامل المساهمة في دور الإعلام الجديد كبيئة مناسبة لدعم معارف الطلاب واكسابهم أسس التربية الإعلامية تمثلت في: التكنولوجيا التي تعد الأساس في الإعلام الجديد، العناصر البصرية والإبهار التي تميز الإعلام الجديد، التفاعلية.¹⁰

4- دراسة: (Basirat Jumoke & Azeez Adebamgbola, 2017).

هدفت هذه الدراسة بالبحث في مستوى المعرفة والتربية الرقمية لدي الطلاب بجامعات نيجيريا من خلال توزيع أداة استقصاء علي عينة تبلغ 595 طالب بجامعات (Awolowo University, University of Ibadan and University of Lagos) وتوصلت الدراسة إلي النتائج التالية: أن الطلاب يكتسبون مهارات عالية في مجال التربية الرقمية، بداية من استخدام الوسائل التقنية والتربية الإعلامية، واستخدام وسائل الاتصال الحديثة، وإنتاج محتويات لدعم الأنشطة الطلابية في المقررات المختلفة، وكيفية تحقيق الخصوصية عند استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في سير العملية التعليمية للمقررات المختلفة. وأوصت الدراسة

ضرورة دعم التعليم الإلكتروني، وتشجيع استخدام المعلمين وأساتذة الجامعات لوسائل الاتصال والإعلام الحديثة في شرح المقررات، وتمكين الطلاب من تقوية مهارات التربية الرقمية لديهم.¹¹

5- دراسة: (Chu,D &Chu,S. 2015).

هدفت الدراسة إلى فحص مستويات الوعي بالتربية الإعلامية بين عينة طلابية بجامعة هونج كونج، وتأثيرها على فهم عاداتهم وتفضيلاتهم لاستخدام الإعلام، حيث تكونت عينة البحث من (448) طالبا وطالبة من 4 كليات إعلامية وتقنية بجامعة هونج كونج، وشارك الطلاب في ورشة عمل مختصرة للتوعية بالتربية الإعلامية، ثم تطبيق الاستبانة عليهم وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: علي الرغم من إنتماء الطلاب إلي عصر الإعلام الجديد، إلا أنهم كانوا يعتقدون بدور وسائل الإعلام التقليدية كالتلفاز والصحف من بين مصادر التربية الإعلامية الهامة، وأظهرت النتائج أيضا أن أنماط التربية الإعلامية لأفراد العينة مالت للتركيز علي المحتوى.¹²

6- دراسة: (Schilder, E. A. M. 2015).

هدفت الدراسة إلى استكشاف استخدام الإعلام الجديد في تحسين مفاهيم طلاب الجامعات نحو التربية الإعلامية من خلال المشاركين في برنامج تأهيلي للتربية الإعلامية بالسنة النهائية من الدراسة (متوسط العمر ما بين 21-22 عاما) بجامعة كارولينا الشمالية بلغ عددهم (161) طالبا وطالبة من طلاب كلية الإعلام ، وتم اختيارهم عمديا، وتم تجميع البيانات عبر تطبيق أدوات: المقابلات شبه البنائية مع مجموعة النقاش المركزة (العدد= 10)، واستبانة، بالإضافة إلي استعراض أهداف ونتائج استخدام الإعلام الجديد بصفة عامة في التربية الإعلامية، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: علي وجود علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المفحوصين لأدوات الإعلام الجديد ومفاهيمهم نحو التربية الإعلامية، وكما أكدت الدراسة علي ارتباط أهداف التربية الإعلامية بنتائجها خاصة عن استخدام أدوات الإعلام الجديد في التربية الإعلامية.¹³

7- دراسة: (Aaltonen,T.2014).

هدفت الدراسة إلي توضيح أهمية التربية الإعلامية للطلاب الجامعيين بفنلندا، بحث دور التربية الإعلامية في التحكم بوعي وأيدولوجيات الشباب الجامعي، وتم تطبيق منهجي: البحث التجريبي والوصفي، وتكونت عينة البحث من (13) طالبا بالسنة النهائية بكلية بحوث الإعلام في إحدى الجامعات الفنلندية، وتم تطبيق الأدوات الآتية لتجميع البيانات: ملاحظة وتسجيل

التفاعلات التعليمية للطلاب خلال برنامج التربية الإعلامية، واستبانة الوعي بالتربية الإعلامية، والمقابلات مع الطلاب، وأسفرت الدراسة عن النتائج التالية: دور البرنامج في تغيير طريقة إدراك الطلاب للتربية الإعلامية نتيجة

لزيادة عمق المعرفة الإعلامية لديهم، ظهرت علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين تحسن التربية الإعلامية والقدرة على التحكم بوعي وأيدولوجيات الشباب الجامعي.¹⁴

التعليق على الدراسات السابقة ومدى الاستفادة منها:

- من حيث الموضوع: تم الاطلاع على بعض الدراسات التي تناولت التربية الإعلامية، فمن خلالها تم الربط بين موضوع التربية الإعلامية وبعض الموضوعات الأخرى ومنها الإعلام الجديد، والأنشطة الإعلامية المدرسية في نشر مفهوم التربية الإعلامية، كما تناولت بعض الدراسات تفعيل المهارات الاجتماعية، وكذلك التأثيرات المختلفة والمعرفية والسلوكية والوجدانية المرتبطة بالتربية الإعلامية.

- من حيث العينة: تنوع استخدام العينة من حيث الفئة العمرية، وكذا المرحلة التعليمية التي طبقت عليها الدراسات، فهناك من اعتمد على عينة المراهقين، وطلاب المرحلة الثانوية، والشباب الجامعي، كما اعتمدت على عينة من أخصائي الإعلام التربوي.

- من حيث المنهج والأدوات: اعتمدت الدراسات السابقة على منهج الشبه تجربي، ومنهج الوصفي التحليلي، منهج المسح، وأداة الاستبيان.

- من حيث النتائج: أكدت نتائج الدراسات السابقة في مجملها على أهمية التربية الإعلامية، وأن تدريس التربية الإعلامية يساهم في تنمية الوعي الإعلامي للطلبة، وإكساب مهارات التربية الإعلامية لدي الطلاب، ساهمت في توعية التلاميذ على مسؤولياتهم الاجتماعية.

- تعرضت الدراسات السابقة للعديد من القضايا البحثية، أهمها: فاعلية برنامج مقترح في التربية الإعلامية لتنمية المسؤولية الاجتماعية (2022)، تقييم كفاءة ممارسة مهارات التربية الإعلامية لدي الطلاب (2020)، التأثيرات المختلفة للتربية الإعلامية الرقمية لدي المراهقين (2019)، تقييم أثر التربية الإعلامية على مستوى المهارات التحليلية والنقدية لوسائل الإعلام الجديد (2018)، وغيرها من القضايا البحثية التي تنوعت واختلقت حسب المتغيرات التي تسعى الدراسات التحقق منها.

- أن معظم الدراسات التي تناولت التربية الإعلامية الرقمية منها والأجنبية دراسات حديثة نظرا لحدثة الموضوع وارتباطها بالتطور السريع في وسائل الإعلام الجديد وتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وخاصة المنصات التكنولوجية ومواقع التواصل الاجتماعي.

تساؤلات الدراسة:

تتحدد تساؤلات الدراسة علي النحو التالي:

- 1- ما التعرف علي مستوي معرفة طلبة الجامعات بمفهوم التربية الإعلامية؟
- 2- ما التعرف علي درجة اهتمام طلبة الجامعات بمفهوم التربية الإعلامية في الإعلام الرقمي؟
- 3- ما التعرف علي العلاقة بين تعرض طلبة الجامعات للإعلام الرقمي بمستوي معرفتهم بمفهوم التربية الإعلامية؟
- 4- ما التعرف علي المهارات التي تنميها التربية الإعلامية لدي طلبة الجامعات في عصر الإعلام الرقمي؟
- 5- ما التعرف علي درجة ثقة عينة الدراسة في الإعلام الرقمي بالمعلومات التي يحصلوا عليها حول مفهوم التربية الإعلامية؟

المصطلحات العلمية والمفاهيم الإجرائية:

* **طلبة الجامعات: تُعرف إجرائياً:** بأنها "وهم جميع الطلبة المسجلين والذين يدرسون في جامعة عين شمس، وجامعة 6 أكتوبر، وجامعة النيل بمدينة 6 أكتوبر) خلال الفصل الدراسي الثاني للعام الدراسي 2021-2022م وبمختلف التخصصات الأكاديمية".

* **التربية الإعلامية:** بأنها "قدرة الأفراد على الاستخدام الواعي والأمن لوسائل الإعلام، من فهم وتفسير ونقد وتقييم المضامين الإعلامية بأشكالها المتنوعة، والمساهمة في تطوير إدراكهم وتعاونهم في إنتاج مضامين إعلامية مسؤولة، وتخزينها والارتقاء باهتماماتهم، وهي تمثل رد فعل طبيعي للبيئة الإعلامية المعقدة، والمستحدثات التكنولوجية التي تحيط بهم".¹⁵

التربية الإعلامية: تُعرف إجرائياً: بأنها "قدرة الأفراد على الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام، من فهم وتحليل ونقد وتقييم وتقويم المضامين الإعلامية بأشكالها المتنوعة، والمساهمة في تطوير إدراكهم ومشاركتهم في إنتاج مضامين إعلامية مسؤولة وتخزينها، والارتقاء باهتماماتهم، وهي تُمثل رد فعل طبيعي ودافعي للبيئة الإعلامية المعقدة، والمستحدثات التكنولوجية التي تحيط بهم".

* **الإعلام الرقمي:** بأنها "مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكنا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة وغير المتصلة بالإنترنت".¹⁶

* **الإعلام الرقمي: تُعرف إجرائيًا:** بأنها "كافة أشكال النشر الحديثة التي تعتمد علي التكنولوجيا الرقمية وتعمل علي نقل المعلومات وتبادلها، والتي تقوم علي الاتصال والتفاعل بين أطرافها عبر أي من الوسائل الحديثة".

الاطار النظري للدراسة:

- **نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام: (Media system dependence theory)**

تعد نظرية الاعتماد علي وسائل الإعلام إحدى النظريات التي تهتم برصد ودراسة التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام علي كل من الفرد والمجتمع، وقد أسس هذه النظرية الباحثان الأمريكان " ملفين ديلفر " ¹⁷ " Sangra J.Ball.Rokeach " ساندرنا بول روكش "

و **Melvin I. Defleur**

ويمكن تلخيص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد علي النحو التالي: "أن قدرة وسائل الاتصال علي تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف، وهذا الاحتمال سوف تزداد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير، بالإضافة إلي ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيرا مرتدا لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع.¹⁸

وتقوم علاقات الاعتماد علي وسائل الإعلام علي ركيزتين أساسيتين هما:

أن الأفراد يعتمدون علي وسائل الإعلام باعتبارها مصدرا من مصادر تحقيق أهدافهم، حيث إن الفرد يهدف إلي تأييد حقه في المعرفة لاتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة، ويحتاج أيضا إلي التسلية والترفيه كهدف ويقوم اعتماد الفرد علي وسائل الإعلام علي ركيزتين أساسيتين هما:¹⁹

أولاً: الأهداف: هناك أهدافا للأفراد يسعون لتحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة سواء كانت هذه الأهداف شخصية أو اجتماعية.

ثانياً: المصادر: اعتبار نظام وسائل الإعلام نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد، وتتمثل هذه المصادر في مرحلة استقاء المعلومات ونشرها، مروراً بعملية الاعداد والترتيب والتنسيق لهذه المعلومات، ثم نشرها بصورة أخرى.

فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على مجموعة من الافتراضات:

1- أن الفرد يقوم بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة وكما

أدت الوسيلة دوراً هاماً في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الأشخاص، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيداً ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.²⁰

2- توجد علاقة اعتماد متبادلة بين الجمهور ووسائل الإعلام والمجتمع، وهي التي تحدد بشكل مباشر كثيراً من التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام في المجتمع.²¹

3- أن درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه تختلف نتيجة التغيرات المستمرة وتبعاً لهذه الاختلافات تزيد أو تقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار، ففي حالة عدم الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة إلى المعلومات فيكون الأفراد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام.

4- يختلف الجمهور من حيث اعتماده على وسائل الإعلام، فجمهور الصفوة يكون لديه مصادر أخرى متعددة للمعلومات تجعله يتفاوت في درجة اعتماده على وسائل الإعلام.

5- كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات زادت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لتلك الوسائل.

مفهوم التربية الإعلامية :

تعتمد التربية الإعلامية على الاتصال اعتماداً كلياً من أجل تحقيق أهداف إعلامية تربوية بناءً على مُعطيات ما يُقدم لخدمة الطالب وإعطائه كماً من المعلومات والمهارات للتعامل مع الإعلام وما يبثه من رسائل مختلفة ذات مضامين ظاهرة أو خفية.

تمثل التربية الإعلامية مفهوماً شاملاً يُعنى بطريقة التعبير والوصول إلى الإعلام والفهم الإعلامي سواء السلبي أو النشط، وتقييم الإعلام تقييماً ناقداً والوعي بإمكانيات ومخاطر الإعلام الجديد²² ، وتجدر الإشارة إلى أن التربية الإعلامية تقوم على مجموعة من المحاور العملية من بينها عملية تكنولوجيا المعلومات، والاطلاع والتعامل بسهولة مع وسائل الإعلام المختلفة، والوعي الإعلامي القائم على التواصل، واكتساب المعلومات الحيوية والاستراتيجية الخاصة بالإعلام، والاستخدام الآمن له.²³

ولقد برزت عدة تعريفات للتربية الإعلامية في الدراسات والأبحاث الغربية والعربية تفاوتت وتباينت في مضامينها وتطورت في استخداماتها تبعاً للتطورات المتسارعة للثورة الإعلامية والمعلوماتية التي تُعد السمة البارزة للقرن الحادي والعشرين، ومن أبرز المفاهيم التي تناولت التربية الإعلامية مايلي:

يرى سلفلات " *2001 Silveblatt.A.* " أن التربية الإعلامية هي "الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع، وفهم عملية الاتصال الجماهيري، وتطوير إستراتيجيات تمكنا من فهم وتحليل ومناقشة الرسائل الإعلامية، وتنمية الاستمتاع الجمالي، والتقدير لمضمون وسائل الإعلام".

ووفقاً لهذا المفهوم فإن العناصر الأساسية للتربية الإعلامية يمكن أن تتمثل في :

1- الوعي بتأثير تلك الوسائل على المجتمع ودفع أفرادها لاتخاذ مواقف معينة من التجارب التي يمرون بها.

2- فهم عملية الاتصال الجماهيري فهماً واعياً وشاملاً مبنياً على التربية الإعلامية بمقوماتها المختلفة.

3- استخدام أساليب واستراتيجيات مناسبة؛ لتفسير المضامين الإعلامية وتنقيحها.

4- مراعاة الجوانب الجمالية عند فهم وتقدير تلك المضامين، في ضوء ما يتمتع به الأفراد من تذوق.

5- الفهم العميق للمعاني الخفية التي تحتويها الرسالة الإعلامية، وترجمة المناسب منها في حياتنا اليومية.²⁴

وعرفها " *Kubey, R. (2014)* " بأنها "التعليم بهدف إكساب القدرة على بناء المعنى الشخصي من الرموز البصرية واللفظية المستمدة يومياً من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية أكثر من مجرد تفسير المعلومات"، وبذلك فهي عملية بصرية تُنمي مبادئ المُشاهدة الواعية، وعملية عقلية تُعزز التفكير السليم والفهم الصحيح والنقد البناء لما يتلقاه شباب الجامعات من مضامين ظاهرة ومضامين خفية.²⁵

ويعرفها " *Greenaway, P. (2015)* " على أنها "مجموعة المبادئ الأساسية والمعلومات التي يكتسبها الفرد من الوسائل في مواجهة التقدم والعشوائية الإعلامية، والتعريف بالأسلوب الصحيح

للتعامل معها".²⁶

وفي ضوء ماسبق يرى **البحث الحالي** أن التربية الإعلامية تُنمي لدى الطلاب الوعي بأهمية تكوين التفكير الناقد للمضامين الإعلامية وأيضاً تنمية مهارات استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة؛ لحماية الأطفال والنشء من المضامين الهدامة؛ لبناء جيل قوي قادرٌ على الإنتاج والإبداع.

ويرتبط مفهوم التربية الرقمية بمفهوم التربية الإعلامية بشكل كبير، حيث أضافت التربية الرقمية لمفهوم التربية الإعلامية عدداً من المتغيرات والمهارات، فأصبح التعامل مع وسائل الإعلام التقليدية ليس كافياً، خاصة مع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الاتصال الحديثة.

- وتتعدد أنواع التربية الرقمية التي استمدت من دراسات قامت بقياس مهارات المستخدمين في نواحي مختلفة وتطبيقها في السياقات والمجالات التعليمية بشكل خاص.

أنواع التربية الإعلامية الرقمية:

تحدد أنواع التربية الإعلامية الرقمية فيما يلي:

- **التربية المعلوماتية:** تعني القدرة علي الحصول علي المعلومات عبر المنصات الرقمية، وتمييز المصادر المعلوماتية الدقيقة والحقيقية عن المضللة.

- **التربية المرئية:** حيث يزيد اعتماد وسائل الإعلام والاتصال الحديثة علي الصور والمحتويات المرئية والفيديوهات، لذا توفر التربية الرقمية أساليب تمييز المحتويات المرئية الصحيحة وأساليب إنتاج محتوى مرئي سليم يوصل رسالة اتصالية وإعلامية صحيحة.

- **التربية الإعلامية الجديدة:** هي القدرة علي الوصول للمحتويات الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد وتحليلها ونقدها وإعادة إنتاجها بشكل سليم.

- **التربية المتعددة:** تعتبر نوعاً مهماً من أنواع التربية الرقمية، حيث تشير إلي قدرة المستخدم علي الحصول علي المعلومات من أكثر من مصدر في المحتوى الواحد الذي يشمل مادة مكتوبة وأخرى مرئية ومحركات بحثية وروابط إلكترونية، وبهذا يتعلم المستخدم تمييز المعلومات المتحيزة عن غيرها.²⁷

خصائص التربية الإعلامية:

الخصائص الآتية للتربية الإعلامية: (Buckingham, Grahame, & Sefton-Green, 2015) حدد

- التربية الإعلامية تتضمن فهم آلية إنتاج الرسالة الإعلامية وتوزيعها.

- التربية الإعلامية ترتبط باستراتيجيات تحليل الرسائل الإعلامية ومناقشتها بطريقة هادفة.
- التربية الإعلامية تركز علي تأثير الوسيلة الإعلامية علي الفرد والمجتمع.
- التربية الإعلامية تساعد الطلاب علي التذوق الجمالي والفني للإعلام الجيد.
- التربية الإعلامية تقوم علي التفكير الناقد في مصادر الإعلام والمعلومات.²⁸

أهداف التربية الإعلامية:

تهدف التربية الإعلامية إلي غرس المبادئ الأساسية للإعلام في نفوس الطلاب، من خلال تزويدهم بالمشاركة الحيوية والخبرات الفعالة للتعامل مع وسائل الإعلام التقليدية والرقمية.²⁹

ووصف لين (2011) الأهداف الآتية لتنفيذ التربية الإعلامية:

- تحقيق أهداف التعلم مدي الحياة، والتعبير الثقافي.
- مواكبة اقتصاد المعرفة والتنافسية.
- تحقيق المشاركة والمواطنة النشطة للشباب.³⁰

ويتم تصنيف أهداف التربية الإعلامية لشباب الجامعات إلي:

- تشجيع الطلاب علي تجربة أدوات الإعلام الرقمي.
- تشجيع الطلاب علي التعرف علي أحدث تكنولوجيا الإعلام وخدماته، وفهم طبيعة البيئة الإعلامية.
- التوعية بالتطورات التكنولوجية والمساعدة علي فهم المصطلحات الإعلامية.³¹
- وترى الباحثة أن أهداف التربية الإعلامية تعمل علي تنمية مهارات الطلبة لفهم وسائل الإعلام، كما تساعد علي إكساب الطلاب والطالبات المفاهيم والاتجاهات والقيم والمعلومات التي تساعد علي التعايش مع الآخرين.

المهارات المرتبطة بالتربية الإعلامية الرقمية:

إن القضايا والمهارات المرتبطة بالتربية الإعلامية الرقمية لا ينبغي أن تقتصر علي حجات الوسائط ومعامل الحاسب الآلي، بل ينبغي دمجها في جميع التخصصات، كما يجب أن تكون مكونات لا غني عنها في جميع المواد الدراسية، أو من خلال منهج مستقل.

ونعرض أهم المهارات التربية الإعلامية الرقمية فيمايلي:

- 1- مهارة فهم الواقع الافتراضي: القدرة علي فهم طبيعة التحديات الرقمية وآثارها الواقعية وإدارتها بشكل مسئول.
 - 2- مهارة التعاطف الرقمي: القدرة علي إظهار التعاطف تجاه احتياجات ومشاعر الآخرين علي الإنترنت.
 - 3- مهارة الهوية الرقمية: القدرة علي بناء هوية صحيحة وإدراتها عبر الإنترنت.
 - 4- مهارات التفكير الناقد: القدرة علي التمييز بين المعلومات الحقيقية والخطأ، والمحتوي الجيد والضار، والاتصالات الموثقة والغير آمنة عبر الإنترنت.
 - 5- مهارة حل المشكلة عبر الإنترنت: القدرة علي اكتشاف حالات التسلط عبر الإنترنت والتعامل معها بحكمة.
 - 6- مهارة إدارة وقت الشاشة: القدرة علي إدارة وقت الشاشة، وتعدد المهام، وعدم الانخراط في الألعاب عبر الإنترنت وسوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتعلم مهارة ضبط النفس.
 - 7- مهارة إدارة الأمن والخصوصية: القدرة علي حماية بيانات الشخص عن طريق إنشاء كلمات مرور قوية وإدارة الحسابات الإلكترونية بأمان.
 - 8- مهارة احترام خصوصية الآخر: القدرة علي التعامل مع جميع المعلومات الشخصية المشتركة مع الآخرين عبر الإنترنت وحماية خصوصيتهم.³²
- تري الباحثة أن المهارات اللازمة بالتربية الإعلامية الرقمية هي مجموعة مهارات منها مهارات معرفية تتضمن الوصول إلي المعلومات، ومهارات تقنية تتضمن تعليم التطبيقات الرقمية المتاحة وإنتاج المواد الرقمية، ومهارات إعلامية تتضمن أسس بناء المحتوى الاعلامي وأسس نقده وتحليله.

أهمية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الجامعة:

تَكُنُّ أهمية الوعي بالتربية الإعلامية لدى الشباب الجامعي في بلوغ الحد الأدنى من المهارات والمواقف (ليس مهارات مهنية احترافية) اللازمة؛ لتفسير موجة الصور والمحتوى الإعلامي البصري سمعي، الذي أصبح يشكل جزءاً أساسياً من الحياة اليومية. وأيضاً، يرتبط الوعي بالتربية الإعلامية بمعرفة وتقييم المحتوى والرسائل الإعلامية وفهم التأثيرات الإعلامية على المستويين العملي ومتعدد الأنظمة (السياسة والأدب والاجتماع والفن وغيرها)، وتشجيع المشاركة النشطة في صنع المحتوى الإعلامي للطلاب بدلاً من مجرد الاكتفاء بالمتابعة، بل الفهم الواعي والإدراك السليم لما يُبث ولحرية التعامل معه.³³

ويشير العديد من الباحثين إلى المكانة المرتفعة للتربية الإعلامية إلى درجة اعتقاد البعض بأنها باتت من المهارات الحياتية الأساسية، وأن لها القدرة على تمكين الشباب من التصرف في الأمور، وأيضاً يُعتقد أن التربية الإعلامية عنصر حيوي في التربية الديمقراطية.³⁴

وتهدف تنمية الوعي بالتربية الإعلامية إلى غرس فهم الدور الذي تلعبه في المجتمع والعالم لدى الطلاب، والقدرة على دعم الاتصال الفعال على المستويين المحلي والعالمي. وتتكون عملية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية من مستويين أحدهما نظري والآخر عملي. ففي **المستوى النظري**: يكتسب الطلاب المعرفة حول نظريات الاتصال الاجتماعي والاتصال الجماهيري والاتصال متعدد الثقافات والإعلام. أما **على المستوى العملي**: يتم تنمية الوعي بالتربية الإعلامية من خلال مهارات جمع وتنظيم المعلومات، والتفكير الناقد والمرونة في فهم المعلومات، ومهارات الكتابة الفعالة، ومهارات التحدث والإنصات النشط، وكفاءة الاتصال الاجتماعي والثقافي، والتثقيف الإعلامي.³⁵

وترى **الباحثة** أن الاهتمام يتزايد بالتربية الإعلامية مع تزايد الاندماج في مجتمع المعلومات والعوالم افتراضية، وما يمتلكه الإعلام من تأثير في تشكيل حياة الأفراد والمجتمع، خاصة في زمن الجيل الثاني من الإنترنت ذات الطبيعة التفاعلية ووسائل التواصل الاجتماعي.

وقد أوضح واي وشين (2015) أن عملية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية تقوم على ثلاثة ركائز وهي:

1- الاستفادة النشطة من التربية الإعلامية.

2- القدرة على التقييم الواعي لإمكانيات ومخاطر الإعلام.

3- الانتباه لتأثير التربية الإعلامية على العقل والسلوك.³⁶

ويؤكد البحث الحالي على أن الإعلام والتربية هما جناحا المجتمع الذي يخلق بهما في فضاء العلم والمعرفة والسموات المفتوحة؛ ليصل بنا إلى ما يُسمى "بالتربية الإعلامية"، حيث لا يقتصر الأمر فقط على الوعي بمضامين وسائل الإعلام بأنواعها المختلفة، بل يتعدى هذا أيضاً إلى تعزيز قدرات طلاب الجامعات لفهم وتحليل ما تقدمه وسائل الاتصالات التكنولوجية الحديثة والوسائط المتعددة في المجتمع المعلوماتي.

إجراءات الدراسة:

نوع ومنهج الدراسة:

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي، واعتمدت علي منهج المسح بالعينة، وتمثلت أدوات البحث في أداة الاستبيان كاداة أساسية للدراسة الخاصة بالتربية الإعلامية.

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات المصرية الحكومية والخاصة المتمثلة في (جامعة 6 أكتوبر، جامعة النيل- جامعة عين شمس) تتراوح أعمارهم بين (18 – 21) سنة.

شملت عينة الدراسة عينة عشوائية مكونة من (200) مفردة من طلبة الجامعات المصرية الحكومية المتمثلة في جامعة عين شمس (100) مفردة من الذكور والإناث، ومن طلبة الجامعات المصرية الخاصة المتمثلة في جامعة 6 أكتوبر وجامعة النيل (100) مفردة من الذكور والإناث. كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (1) يوضح خصائص عينة الدراسة

(ن = 200)		العينة المتغيرات	
ك	%		
100	50	ذكور	النوع
100	50	إناث	
200	100	المجموع	
158	79	تطبيقية	الكلية
42	21	نظرية	
200	100	المجموع	

الجدول السابق يوضح :-

أن خصائص العينة وتوزيعها بالأرقام والنسب المئوية بالنسبة لتوزيع العينة وفقا للمتغيرات الديموجرافية كالنوع والتعليم الجامعي الخاص والحكومي.

توزيع العينة وفقا للنوع تم تقسيمهم إلى فئتين ذكور وعددهم (100) مفردة بنسبة (50%) من جملة أفراد العينة، والإناث وعددهم (100) مفردة بنسبة (50%) من جملة أفراد العينة.

- مبررات اختيار عينة الدراسة الميدانية:

تم اختيار المرحلة العمرية من (18-21 سنة) من مرحلة المراهقة انطلاقا مما أثبتته الدراسات والأبحاث العلمية أن مرحلة المراهقة هي أكثر المراحل العمرية باعتبارهم يمثلون شريحة

مهمة وقطاعا فاعلا في المجتمع، فالمرهق في هذه المرحلة يحدث لديه تطور كبير في طبيعة العمليات المعرفية وتنمو قدرته علي التفكير وربط الأحداث ببعضها، وأيضا يتميز تفكيره وحكمه علي القضايا الاجتماعية المحيطة به.

- الفترة الزمنية لإجراء الدراسة:

قامت الباحثة بتطبيق الدراسة خلال الفترة الزمنية من 2022/2/15م حتي 2022/3/15م.

- حساب ثبات وصدق أداة الدراسة:

أ- صدق الاستبيان:

صدق المحكمين:

تم قياس استمارة الاستبيان في ضوء أهداف الدراسة وبعد إعداد الباحثة للاستمارة في شكلها المبدئي قامت بعرضها على عدد من المحكمين⁽³⁷⁾ من الأساتذة المتخصصين في الإعلام، واستفادت الباحثة من آراء المحكمين لتعديل عدد من الأسئلة والعبارات التي تقيس المتغيرات المستقلة والتابعة والوسيلة، وكذلك تعديل صياغة الأسئلة للوصول إلى أفضل ترتيب للأسئلة.

ب- ثبات الاستبيان:

يقصد بثبات أداة الدراسة (الاستبيان) أن يعطى هذا الاستبيان نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعه أكثر من مرة، وتحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى أن ثبات الاستبيان يعني الاستقرار في النتائج وعدم تغيرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية معينة، ولقياس مدى ثبات أداة الدراسة (الاستبيان) استخدمت الباحثة طريقة معامل (ألفا كرونباخ)، للتأكد من ثبات أداة الدراسة على عينة استطلاعية مكونة من (200) مفردة من لدى طلبة الجامعات المصرية، وقد تم استبعاد تلك العينة الاستطلاعية من العينة الكلية عند التطبيق، والجدول رقم (2)، يوضح معاملات ثبات أداة الدراسة.

جدول (2) معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات وصدق أداة الدراسة

ن = 20

عدد الاسئلة	عدد الوحدات	الثبات Cronbach's Alpha	الصدق
13	70	0.922	0.960

الصدق = الجذر التربيعي لمعامل الثبات

يتضح من بيانات الجدول أن معامل الثبات العام لاسئلة الدراسة مرتفع حيث بلغ (0.922) لإجمالي اسئلة الاستبيان وعددها 13 سؤال، وهذا يدل على أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات يمكن الاعتماد عليها.
أساليب المعالجة الإحصائية:-

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية " SPSS " Statistical Package for the Social Science ، وتم اللجوء إلي المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة ومنها استخدام التكرارات البسيطة والنسب المئوية لوصف خصائص عينة الدراسة واستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، واختبار كاي² Chi Square Test لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal)، وتم استخدام معامل التوافق والذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2 واعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل اقل من 0.30 ومتوسطة إذا تراوحت بين 0.30 – 0.70 وقوية إذا زادت عن 0.70 والاهمية النسبية، واستخدام استخدام معامل (ألفا كرونباخ) لقياس ثبات الاداة ، واخيرا تم اختبار T- Test وهو أسلوب إحصائي بارامتري لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).

نتائج الدراسة:

1- رأى عينة الدراسة نحو مفهوم التربية الاعلامية.

جدول رقم (3) مفهوم التربية الاعلامية تبعا لمتغير النوع

النوع المفهوم		ذكور		اناث		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
39	39	33	33	72	36		
19	19	32	32	51	25.5		
24	24	18	18	42	21		
7	7	13	13	20	10		
11	11	4	4	15	7.5		
100	100	100	100	200	100		

ك²: 9.738 درجة الحرية: 4 مستوى الدلالة: 0.045 داله معامل التوافق 0.215

يتضح من بيانات الجدول جاء في الترتيب الاول تعريف عينة الدراسة لمفهوم التربية الاعلامية بأنه يتيح للأفراد أن يكونوا مفكرين ناقدين مبدعين للرسائل الإعلامية مثل الصورة واللغة

والصوت بنسبة (36%)، يليه عملية تعليمية يتم من خلالها تزويد الطلبة بالمعارف والمهارات الاعلامية بنسبة (25.5%)، بينما القدرة علي المعرفة وتحليل وتقييم وتوصيل المعلومات بطرق مختلفة متداخلة بطبيعتها بنسبة (21%)، يليه مهارة التعامل مع الإعلام بنسبة (10%)، ثم التحليل و تكوين الآراء الانتقادية حول المادة الإعلامية بنسبة (7.5%).

تشير النتائج التفصيلية للجدول الى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين طلبة الجامعات المصرية نحو مفهوم التربية الاعلامية تبعا لمتغير النوع، حيث بلغت قيمة ك² للاستقلالية (9.738) وهى قيمة دالة احصائيا عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (4)، وبقياس شدة الارتباط بين المتغيرين (النوع – مفهوم التربية الاعلامية) ثبت وجود علاقة ارتباط ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.215).

تتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (Schilder, E. A. M. 2015) حيث أكدت علي وجود علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام المفوضين لأدوات الإعلام الجديد ومفاهيمهم نحو التربية الإعلامية، وكما أكدت الدراسة علي ارتباط أهداف التربية الإعلامية بنتائجها خاصة عن استخدام أدوات الإعلام الجديد في التربية الإعلامية.

2-مساهمة الإعلام الرقمي في نشر مفهوم التربية الإعلامية لدى عينة الدراسة.

جدول رقم (4) مساهمة الإعلام الرقمي في نشر مفهوم التربية الإعلامية تبعا لمتغير النوع

النوع درجة المساهمة	ذكور		اناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	35	35	55	55	90	45
أحيانا	55	55	34	34	89	44.5
نادرا	10	10	11	11	21	10.5
المجموع	100	100	100	100	200	100

ك²: 9.447 درجة الحرية: 2 مستوى الدلالة: 0.009 داله معامل التوافق 0.212

يتضح من بيانات الجدول ارتفاع نسبة رأى عينة الدراسة في الإعلام الرقمي في نشر مفهوم التربية الإعلامية بدرجة كبيرة بنسبة (45%)، يليه المساهمة بدرجة متوسطة بنسبة (44.5%)، بينما تساهم بدرجة منخفضة بنسبة (10.5%).

تشير النتائج التفصيلية للجدول الى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين طلبة الجامعات المصرية فى رأيهم نحو مساهمة وسائل الإعلام الجديد في نشر مفهوم التربية الإعلامية تبعا لمتغير النوع، حيث بلغت قيمة ك² للاستقلالية (9.447) وهى قيمة دالة احصائيا عند مستوى

دلالة (0.01) ودرجة حرية (2) ، وقياس شدة الارتباط بين المتغيرين (النوع – المساهمة) ثبت وجود علاقة ارتباط ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.212).

تتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (Francis. 2018) ، حيث أكدت الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة الطلاب، تعد أدوات الإعلام الجديد عناصر محورية في نشر التربية الإعلامية وتحسينها بين الطلاب، وظهور مجموعة من العوامل المساهمة في دور الإعلام الجديد كبيئة مناسبة لدعم معارف الطلاب واسبابهم أسس التربية الإعلامية تمثلت في: التكنولوجيا التي تعد الأساس في الإعلام الجديد، العناصر البصرية والإبهار التي تميز الإعلام الجديد، والتفاعلية.

3- استجابات عينة الدراسة على مقياس الأهداف التي تحققها التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات للإعلام الرقمي

جدول (5) استجابات عينة الدراسة على مقياس الأهداف التي تحققها التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات للإعلام الرقمي

الاستجابة الأهداف	موافق	محايد	معارض	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
التوعية بالتطورات التكنولوجية والمساعدة علي فهم المصطلحات الإعلامية	124	71	5	2.60	0.541	86.7
	62	35.5	2.5			
تزودني بمحتوي مناسب عن الثقافة الإعلامية	121	75	4	2.59	0.533	86.3
	60.5	37.5	2			
التعريف بمصادر المواد الإعلامية	125	68	7	2.59	0.533	86.3
	62.5	34	3.5			
تنمي مهارة القراءة للرسائل الإعلامية وفك رموزها	122	69	9	2.57	0.581	85.7
	61	34.5	4.5			
تعمل علي حسن الاختيار	118	74	8	2.55	0.574	85.0
	59	37	4			
الاندماج في المجتمع الرقمي	123	62	15	2.54	0.633	84.7
	61.5	31	7.5			
التعريف بأساليب التأثير الإعلامي	118	70	12	2.53	0.609	84.3
	59	35	6			
تنمي مهارة القدرة علي اتخاذ قرار التعرض الانتقائي	97	93	10	2.44	0.623	81.3
	48.5	46.5	5			
تنمي مهارة التفكير الناقد لمحتوي المواد الإعلامية	103	83	14	2.44	0.623	81.3
	51.5	41.5	7			
تعرفني الطرق الصحيحة لحل المشاكل الاجتماعية	101	78	21	2.40	0.673	80.0
	50.5	39	10.5			
تنمي مهارة التفكير الابداعي لإنتاج مضامين إعلامية	77	106	17	2.30	0.618	76.7
	38.5	53	8.5			

يتضح من بيانات الجدول السابق استجابات عينة الدراسة تجاه الأهداف التي تحققها التربية الإعلامية لديهم في عصر الإعلام الرقمي، حيث جاءت (التوعية بالتطورات التكنولوجية والمساعدة علي فهم المصطلحات الإعلامية) في المقدمة بوزن نسبي مقداره (86.7%)، يليها (تزودني بمحتوي مناسب عن الثقافة الإعلامية) و(التعريف بمصادر المواد الإعلامية) في المرتبة الثانية بوزن نسبي مقداره (86.3%)، وجاءت (تنمي مهارة القراءة للرسائل الإعلامية وفك رموزها) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي مقداره (85.7%)، يليها (تعمل علي حسن الاختيار) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي مقداره (85%)، وحصلت (الاندماج في المجتمع الرقمي) على المرتبة الخامسة بوزن نسبي مقداره (84.7%).

الفرق بين المبحوثين تبعاً لمتغير النوع و الأهداف التي تحققها التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات للإعلام الرقمي

جدول رقم (6) معنوية الفروق بين مجموعات العينة من حيث

الأهداف التي تحققها التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات المصرية للإعلام الرقمي

مجموعات العينة		ن	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات احصائية
النوع	ذكر	100	2.45	0.330	قيمة (ت) الدلالة
	انثى	100	2.55	0.360	2.008
					0.046

• يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث علي مقياس الأهداف التي تحققها التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات المصرية في عصر الإعلام الرقمي كدرجة كلية، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى 0.05 لصالح أفراد العينة الإناث.

4- متابعة عينة الدراسة للموضوعات التي تتناول التربية الإعلامية في عصر الإعلام الرقمي.

جدول رقم (7) متابعة الموضوعات التي تتناول التربية الإعلامية في عصر الإعلام الرقمي تبعاً لمتغير النوع

النوع درجة المتابعة	ذكور		اناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	31	31	35	35	66	33
أحياناً	53	53	59	59	112	56
نادرًا	16	16	6	6	22	11
المجموع	100	100	100	100	200	100

ك²: 5.109 درجة الحرية: 2 مستوى الدلالة: 0.078 غير داله معامل التوافق 0.158

يتضح من بيانات الجدول ارتفاع نسبة درجة متابعة عينة الدراسة للموضوعات التي تتناول التربية الإعلامية في عصر الإعلام الرقمي بدرجة متوسطة بنسبة (56%)، يليه المتابعة بدرجة كبيرة بنسبة (33%)، بينما يتابعونها بدرجة منخفضة بنسبة (11%).

تشير النتائج التفصيلية للجدول الى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين طلبة الجامعات المصرية في متابعتهم للموضوعات التي تتناول التربية الإعلامية في عصر الإعلام الرقمي تبعاً لمتغير النوع، حيث بلغت قيمة كا² للاستقلالية (5.109) وهى قيمة غير دالة احصائياً عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (2).

5- أهم أسباب متابعة عينة الدراسة للموضوعات التي تتناول التربية الإعلامية في عصر الإعلام الرقمي

جدول رقم (8) ترتيب أهم أسباب متابعة عينة الدراسة للموضوعات التي تتناول التربية الإعلامية في عصر الإعلام الرقمي

مستوى معنوية د ح = 1	الترتيب كا ²	الإجمالي ن		الاسباب
		ك	%	
0.157	2.000	45	90	للحصول علي معلومات بشأن التربية الإعلامية
0.011	6.480	41	82	للتعرف علي وجهات النظر المختلفة حول موضوعات التربية الإعلامية
0.000	18.000	35	70	لتكوين خلفية لدي عن مفاهيم التربية الإعلامية
0.000	18.000	35	70	يتيح لي حرية الرأي والتعبير حول التربية الإعلامية
0.000	23.120	33	66	تساعدني علي تنمية الإفتتاح الفكري
0.000	32.000	30	60	مواكبة التطورات التكنولوجية
0.000	35.280	29	58	متابعة المتغيرات التي تحدث علي المستوي المحلي والعربي والدولي
0.000	36.980	28.5	57	زيادة التفاعل والمشاركة
0.000	72.000	20	40	تسمح بإنتاج المضامين الإعلامية
0.000	92.480	16	32	التحكم في اختيار الوقت المناسب لاستخدام الوسائل
0.000	103.680	14	28	تعد وسيلة ملائمة تتميز بالتفاعلية وفورية الحدث

يتضح من بيانات الجدول ترتيب أهم أسباب متابعة عينة الدراسة للموضوعات التي تتناول التربية الإعلامية في عصر الإعلام الرقمي وحصل على المركز الأول " للحصول علي معلومات بشأن التربية الإعلامية " بنسبة مئوية مقدارها (45%)، يليه " للتعرف علي وجهات النظر المختلفة حول موضوعات التربية الإعلامية" فى المركز الثاني بنسبة مئوية مقدارها (41 %)، و " لتكوين خلفية لدي عن مفاهيم التربية الإعلامية " و " يتيح لي حرية الرأي والتعبير حول التربية الإعلامية" فى المركز الثالث بنسبة مئوية مقدارها (35 %)، يليها "تساعدني علي تنمية الإفتتاح الفكري" في المركز الرابع بنسبة مئوية مقدارها (33 %)، ثم " مواكبة التطورات التكنولوجية" في المركز الخامس بنسبة مئوية مقدارها (30%).

6- استجابات عينة الدراسة على مقياس استخدام وسائل الإعلام في الحصول علي المعلومات عن التربية الإعلامية

جدول (9) استجابات عينة الدراسة على مقياس استخدام وسائل الإعلام في الحصول علي المعلومات عن التربية الإعلامية

الاستجابة الوسائل	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة ضعيفة	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
الفيس بوك	ك	117	20	2.49	0.672	83.0
	%	58.5	10			
يوتيوب	ك	93	31	2.31	0.726	77.0
	%	46.5	15.5			
انستغرام	ك	79	59	2.10	0.827	70.0
	%	39.5	29.5			
صحافة الفيديو	ك	68	77	1.96	0.852	65.3
	%	34	38.5			
الصحافة الإلكترونية	ك	42	56	1.93	0.698	64.3
	%	21	28			
راديو الإنترنت	ك	22	124	1.49	0.687	49.7
	%	11	62			

يتضح من بيانات الجدول السابق استجابات عينة الدراسة تجاه استخدام وسائل الإعلام في الحصول علي المعلومات عن التربية الإعلامية، حيث جاءت (الفيس بوك) في المقدمة بوزن نسبي مقداره (83%)، يليها (يوتيوب) في المرتبة الثانية بوزن نسبي مقداره (77%)، وجاءت (انستغرام) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي مقداره (70%)، يليها (صحافة الفيديو) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي مقداره (65.3%)، وحصلت (الصحافة الإلكترونية) على المرتبة الخامسة بوزن نسبي مقداره (64.3%).

الفرق بين المبحوثين تبعاً لمتغير النوع و استخدام وسائل الإعلام في الحصول علي المعلومات عن التربية الإعلامية

جدول رقم (10) معنوية الفروق بين مجموعات العينة من حيث

استخدام وسائل الإعلام في الحصول علي المعلومات عن التربية الإعلامية

مجموعات العينة	ن	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات احصائية
النوع	ذكر	100	1.97	قيمة (ت)
	انثى	100	2.11	الدلالة
				0.031

• يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث علي مقياس استخدام وسائل الإعلام في الحصول علي المعلومات عن التربية الإعلامية كدرجة كلية، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى 0.05 لصالح أفراد العينة الذكور.

7- انماط تفاعل عينة الدراسة بالمعلومات التي يحصل عليها من الإعلام الرقمي حول التربية الإعلامية

جدول رقم (11) ترتيب انماط تفاعل عينة الدراسة بالمعلومات التي يحصل عليها من الإعلام الرقمي حول التربية الإعلامية

مستوى معنوية د ح = 1	كا ²	الترتيب	الإجمالي ن = 200		انماط التفاعل
			ك	%	
1.000	0.000	1	100	50	أتابع العناوين إلي جانب متابعة الصور والفيديوهات المصاحبة
0.000	16.820	2	71	35.5	قراءة تعليقات المستخدمين علي الموضوع لمعرفة آرائهم حوله
0.000	24.500	3	65	32.5	أكتفي بمتابعة عناوين الموضوعات
0.000	30.420	4	61	30.5	التأكد من صحة المعلومات الواردة بالبحث عنها في مصادر أخرى
0.000	60.500	5	45	22.5	مشاركة الموضوع مع الأصدقاء
0.000	67.280	6	42	21	الإعجاب بالموضوع

يتضح من بيانات الجدول ترتيب انماط تفاعل عينة الدراسة بالمعلومات التي يحصل عليها من الإعلام الرقمي حول التربية الإعلامية وحصل على المركز الأول " أتابع العناوين إلي جانب متابعة الصور والفيديوهات المصاحبة" بنسبة مئوية مقدارها (50%)، يليه " قراءة تعليقات المستخدمين علي الموضوع لمعرفة آرائهم حوله" في المركز الثاني بنسبة مئوية مقدارها (35.5%)، و" أكتفي بمتابعة عناوين الموضوعات" في المركز الثالث بنسبة مئوية مقدارها (32.5%)، يليها "التأكد من صحة المعلومات الواردة بالبحث عنها في مصادر أخرى" في المركز الرابع بنسبة مئوية مقدارها (30.5%)، ثم " مشاركة الموضوع مع الأصدقاء" في المركز الخامس بنسبة مئوية مقدارها (22.5%).

8- ثقة عينة الدراسة في الإعلام الرقمي بالمعلومات التي حصلوا عليها حول مفاهيم التربية الإعلامية.

جدول رقم (12) الثقة في الإعلام الرقمي بالمعلومات التي حصلوا عليها حول مفاهيم التربية الإعلامية تبعا لمتغير النوع

النوع درجة الثقة	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
أثق بدرجة كبيرة	21	21	36	36	57	28.5
أثق بدرجة الى حد ما	64	64	61	61	125	62.5
أثق بدرجة منخفضة	15	15	3	3	18	9
المجموع	100	100	100	100	200	100

كا²: 12.019 درجة الحرية: 2 مستوى الدلالة: 0.002 داله معامل التوافق 0.238

يتضح من بيانات الجدول ارتفاع نسبة درجة ثقة عينة الدراسة في الإعلام الرقمي بالمعلومات التي حصلوا عليها حول مفاهيم التربية الإعلامية بدرجة متوسطة بنسبة (62.5%)، يليه الثقة بدرجة كبيرة بنسبة (28.5%)، بينما يتفون بدرجة منخفضة بنسبة (9%).

تشير النتائج التفصيلية للجدول الى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين طلبة الجامعات المصرية في ثقهم في الإعلام الرقمي بالمعلومات التي حصلوا عليها حول مفاهيم التربية الإعلامية تبعا لمتغير النوع، حيث بلغت قيمة ك² للاستقلالية (12.019) وهي قيمة دالة احصائيا عند مستوى دلالة (0.01) ودرجة حرية (2)، وبقياس شدة الارتباط بين المتغيرين (النوع – الثقة) ثبت وجود علاقة ارتباط ضعيفة حيث بلغ معامل التوافق (0.238).

9- مساهمة التربية الإعلامية في نمو الوعي الاعلامي لعينة الدراسة للتعامل مع مختلف المضامين وتحليل الرسالة الإعلامية.

جدول رقم (13) مساهمة التربية الإعلامية في نمو الوعي الاعلامي للتعامل مع مختلف المضامين وتحليل الرسالة الإعلامية تبعا لمتغير النوع

النوع	ذكور		اناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
بدرجة كبيرة	66	66	58	58	124	62
بدرجة متوسطة	30	30	41	41	71	35.5
بدرجة منخفضة	4	4	1	1	5	2.5
المجموع	100	100	100	100	200	100

ك²: 4.020 درجة الحرية: 2 مستوى الدلالة: 0.134 غير داله معامل التوافق 0.140

يتضح من بيانات الجدول ارتفاع درجة مساهمة التربية الإعلامية في نمو الوعي الاعلامي للتعامل مع مختلف المضامين وتحليل الرسالة الإعلامية لدى عينة الدراسة بدرجة كبيرة بنسبة (62%)، يليه المساهمة بدرجة متوسطة بنسبة (35.5%)، بينما تساهم بدرجة منخفضة بنسبة (2.5%).

تشير النتائج التفصيلية للجدول الى عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين طلبة الجامعات المصرية في مساهمة التربية الإعلامية في نمو الوعي الاعلامي للتعامل مع مختلف المضامين وتحليل الرسالة الإعلامية تبعا لمتغير النوع، حيث بلغت قيمة ك² للاستقلالية (4.020) وهي قيمة غير دالة احصائيا عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (2).

تتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (Aaltonen.T.,2014) حيث أكدت علي دور البرنامج في تغيير طريقة إدراك الطلاب للتربية الإعلامية نتيجة لزيادة عمق المعرفة الإعلامية لديهم،

ظهرت علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين تحسن التربية الإعلامية والقدرة علي التحكم بوعي وأيدولوجيات الشباب الجامعي، كما أكدت دراسة (Hoffman, M.E. 2016) وأكدت علي وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين مستويات استخدام الإعلام الجديد ومستويات ووعي الطلاب بالتربية الإعلامية.

كما أكدت دراسة (Davies, M. 2014) حيث أكدت علي اعتماد استراتيجيات المحتوى الرقمي والإبداعي والمناقشات البنائية والعلومة في تحسين الوعي بدور التربية الإعلامية بين طلاب الجامعات.

10- استجابات عينة الدراسة على مقياس المهارات التي تنميها التربية الاعلامية لديهم في عصر الإعلام الرقمي

جدول (14) استجابات عينة الدراسة على مقياس المهارات التي تنميها التربية الاعلامية لديهم في عصر الإعلام الرقمي

الاستجابة المهارات	موافق	محايد	معارض	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
تحديد احتياجات وأهداف الطالب قبل التعرض لوسائل الإعلام	134	59	7	2.64	0.551	88.0
	67%	29.5%	3.5%			
تمييز بين الأخبار والآراء	135	55	10	2.63	0.580	87.7
	67.5%	27.5%	5%			
تدريب الطالب علي الوصول إلي الرسائل الإعلامية	121	72	7	2.57	0.563	85.7
	60.5%	36%	3.5%			
يكون اتجاه أو رؤية عن الرسالة الإعلامية	110	87	3	2.54	0.529	84.7
	55%	43.5%	1.5%			
ينتج رسائل إعلامية بطريقة متسلسلة مترابطة	114	77	9	2.53	0.584	84.3
	57%	38.5%	4.5%			
يستخدم الأدوات والوسائل التكنولوجية لإنتاج الرسالة	110	81	9	2.51	0.585	83.7
	55%	40.5%	4.5%			
تدرب الطالب علي تمييز بين الحقيقة والخيال	120	59	21	2.50	0.680	83.3
	60%	29.5%	10.5%			
ينتج عدد من الأفكار الإعلامية المرتبطة بموقف غير محدد بدقة	107	82	11	2.48	0.601	82.7
	53.5%	41%	5.5%			

يتضح من بيانات الجدول السابق استجابات عينة الدراسة تجاه المهارات التي تنميها التربية الاعلامية لديهم في عصر الإعلام الرقمي، حيث جاءت (تحديد احتياجات وأهداف الطالب قبل التعرض لوسائل الإعلام) في المقدمة بوزن نسبي مقداره (88%)، يليها (تمييز بين الأخبار والآراء) في المرتبة الثانية بوزن نسبي مقداره (87.7%)، وجاءت (تدريب الطالب علي الوصول إلي الرسائل الإعلامية) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي مقداره (85.7%)، يليها

(يكون اتجاه أو رؤية عن الرسالة الإعلامية) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي مقداره (84.7%)، وحصلت (ينتج رسائل إعلامية بطريقة متسلسلة مترابطة) على المرتبة الخامسة بوزن نسبي مقداره (84.3%).

تتفق هذه النتيجة مع ما كشفت عنه دراسة (Adam Maksi, 2014)

على مجموعة من الشباب تحت العشرين، أن أفراد المجموعة التي درست التربية الإعلامية الإخبارية أفرادها أكثر وعياً بأهداف التغطية الإخبارية، ويعتقدون أنهم لا يخضعون لتأثير وسائل الإعلام ولديهم مستوى عالٍ من المعارف الأساسية المتعلقة بصناعة الإعلام،

كما أكدت الدراسة على أن اكتساب مهارات التربية الإعلامية (Joslyn young, 2012) يخلق لدى الطلاب دافعا لمزيد من التعامل بوعي مع المهارات التقليدية كالقراءة، وكتابة المقالات، علاوة على تنمية القدر على الفهم وتقييم المناقشات،

كما أكدت دراسة (Basirat Jumoke & Azeez Adebamgbola, 2017)

أن الطلاب يكتسبون مهارات عالية في مجال التربية الرقمية، بداية من استخدام الوسائل التقنية والتربية الإعلامية، واستخدام وسائل الاتصال الحديثة، وإنتاج محتويات لدعم الأنشطة الطلابية في المقررات المختلفة، وكيفية تحقيق الخصوصية عند استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في سير العملية التعليمية للمقررات المختلفة. وأوصت الدراسة على ضرورة دعم التعليم الإلكتروني، وتشجيع استخدام المعلمين وأساتذة الجامعات لوسائل الاتصال والإعلام الحديثة في شرح المقررات، وتمكين الطلاب من تقوية مهارات التربية الرقمية لديهم.

وهذا يشير إلى تحقيق هذا في نظرية انتشار المبتكرات، تهتم التربية الإعلامية الرقمية بإعداد النشء والشباب وتعليمه كيفية استخدام الوسائل التكنولوجية بالطرق السليمة المناسبة والأمنة التي تجلب له المنفعة، من خلال تدريب الطلبة على الالتزام بمعايير السلوك الإيجابي عند استخدام هذه الوسائل لأغراض التواصل الاجتماعي أو ما شابه سواء في المنزل أم في المؤسسة التعليمية والتربوية. ويأخذ مفهوم التربية الإعلامية الرقمية ضمن هذا السياق طابع تعليمي من خلال اكتساب الطلبة مهارات استخدام الوسائل التكنولوجية كمهارات التفكير الناقد للمحتوي الرقمي.

الفرق بين المبحوثين تبعاً لمتغير النوع والمهارات التي تنميها التربية الإعلامية لديهم في عصر الإعلام الرقمي

جدول رقم (15) معنوية الفروق بين مجموعات العينة من حيث

المهارات التي تنميها التربية الإعلامية لديهم في عصر الإعلام الرقمي

مجموعات العينة		ن	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات احصائية
النوع	ذكر	100	2.51	0.324	قيمة (ت) الدلالة
	انثى	100	2.57	0.386	0.217

• يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث علي مقياس المهارات التي تنميها التربية الإعلامية لديهم في عصر الإعلام الرقمي كدرجة كلية، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى 0.05.

11-اهم التحديات التي تواجه استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية من وجهة نظر عينة الدراسة

جدول رقم (16) ترتيب اهم التحديات التي تواجه استخدام وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية من وجهة نظر عينة الدراسة

مستوى معنوية د ح = 1	الترتيب كا ²	ن	الإجمالي 200=		اهم التحديات
			%	ك	
0.671	0.180	1	51.5	103	عدم توافر من يستطيع توظيف تكنولوجيا الإعلام لأغراض تربوية
0.011	6.480	2	41	82	عدم وضوح مفهوم التربية الإعلامية
0.001	10.580	3	38.5	77	العشوائية وجهل مصادر الرسائل الإعلامية
0.001	10.580	3	38.5	77	غياب التوازن الموضوعي في الرسالة الإعلامية
0.000	20.480	4	34	68	غياب متابعة سياسة تنمية الوعي بالتربية الإعلامية من جانب الحكومة
0.000	28.880	5	31	62	التوجيه الإعلامي الخارجي الذي يؤثر علي فكر الشباب
0.000	32.000	6	30	60	عدم الاهتمام بالموضوعات التي تهدف إلي تحقيق التربية الإعلامية
0.000	48.020	7	25.5	51	التباين الشديد بين ثقافة المجتمع وبين الثقافة التي تروجها ثقافة وسائل الإعلام

يتضح من بيانات الجدول ترتيب 00 وحصل على المركز الأول "عدم توافر من يستطيع توظيف تكنولوجيا الإعلام لأغراض تربوية" بنسبة مئوية مقدارها (51.5%)، يليه "عدم

وضوح مفهوم التربية الإعلامية " في المركز الثاني بنسبة مئوية مقدارها (41%)، و" العشوائية وجهل مصادر الرسائل الإعلامية" و" غياب التوازن الموضوعي في الرسالة الإعلامية" في المركز الثالث بنسبة مئوية مقدارها (38.5%)، يليها " غياب متابعة سياسة تنمية الوعي بالتربية الإعلامية من جانب الحكومة " في المركز الرابع بنسبة مئوية مقدارها (34%)، ثم " التوجيه الإعلامي الخارجي الذي يؤثر على فكر الشباب " في المركز الخامس بنسبة مئوية مقدارها (31%).

12- استجابات عينة الدراسة على مقياس تقييم فعالية المحتوى المقدم الخاص بالتربية الإعلامية في عصر الإعلام الرقمي

جدول (17) استجابات عينة الدراسة على مقياس تقييم فعالية المحتوى المقدم الخاص بالتربية الإعلامية في عصر الإعلام الرقمي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	الاستجابة			العبارة
			معارض	محايد	موافق	
87.0	0.565	2.61	8	62	130	ك
			4	31	65	%
86.3	0.551	2.59	6	70	124	ك
			3	35	62	%
84.0	0.593	2.52	10	76	114	ك
			5	38	57	%
83.3	0.558	2.50	6	89	105	ك
			3	44.5	52.5	%
81.7	0.591	2.45	10	91	99	ك
			5	45.5	49.5	%
81.3	0.631	2.44	15	83	102	ك
			7.5	41.5	51	%
78.3	0.678	2.35	23	84	93	ك
			11.5	42	46.5	%

يتضح من بيانات الجدول السابق استجابات عينة الدراسة تجاه تقييم فعالية المحتوى المقدم الخاص بالتربية الإعلامية في عصر الإعلام الرقمي ، حيث جاءت (إكساب الطالب العديد من المهارات الرقمية) في المقدمة بوزن نسبي مقداره (87%)، يليها (إعداد مواطنين قادرين على استخدام تقنيات الأجهزة المحمولة والحوسبة ومختلف التقنيات الرقمية) في المرتبة

الثانية بوزن نسبي مقداره (86.3%)، وجاءت (توفير بيئة تفاعلية تعليمية بين أعضاء هيئة التدريس والطلاب والإدارة) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي مقداره (84%)، يليها (تلبية احتياجات الطلبة والعاملين فيها) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي مقداره (83.3%)، وحصلت (إنتاج المعرفة وتوظيفها) على المرتبة الخامسة بوزن نسبي مقداره (81.7%).

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة (أميرة محمد أحمد، 2018) قدرة طلاب الكليات النظرية على تطبيق بعض مهارات التربية الإعلامية عند التعامل مع وسائل الإعلام الجديد بمستوي أعلى من طلاب الكليات العملية ولوحظ حاجة جميع الطلاب عينة الدراسة إلي برامج لزيادة الوعي بالتربية الإعلامية ومهاراتها.

الفرق بين المبحوثين تبعاً لمتغير النوع و تقييم فعالية المحتوى المقدم الخاص بالتربية الإعلامية في عصر الإعلام الرقمي

جدول رقم (18) معنوية الفروق بين مجموعات العينة من حيث

تقييم فعالية المحتوى المقدم الخاص بالتربية الإعلامية في عصر الإعلام الرقمي

مجموعات العينة		ن	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات احصائية
النوع	ذكر	100	2.45	0.348	قيمة (ت)
	انثى	100	2.52	0.425	الدلالة
					0.224

• يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث علي مقياس تقييم فعالية المحتوى المقدم الخاص بالتربية الإعلامية في عصر الإعلام الرقمي كدرجة كلية، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى 0.05.

13- كيف يتم إليات تطبيق التربية الإعلامية الرقمية في حياة الطالب الجامعي من وجهة نظر عينة الدراسة

جدول رقم (19) كيف يتم إليات تطبيق التربية الإعلامية الرقمية في حياة الطالب الجامعي من وجهة نظر عينة الدراسة

مستوى معنوية د ح = 1	الترتيب كا ²	ن الإجمالي 200=	الآليات		
			ك	%	
0.480	0.500	1	52.5	105	فهم كامل لعملية الاتصال الجماهيري
0.016	5.780	2	41.5	83	التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي بإيجابياتها
0.005	8.000	3	40	80	تساعد علي التنمية والتفكير النقدي
0.000	12.500	4	37.5	75	البحث المستمر واهتمام الطالب بتطوير ثقافته الإعلامية
0.000	25.920	5	32	64	تنمية استراتيجيات تسمح بمناقشة وتحليل الرسائل المقدمة
0.000	48.020	6	25.5	51	إدراج التربية الإعلامية ضمن مناهج تعليمية
0.000	52.020	7	24.5	49	الوعي بأن المضمون المقدم هو نص يزيد من فهمنا لأنفسنا ولثقافتنا المعاصرة

يتضح من بيانات الجدول ترتيب 00 وحصل على المركز الأول " فهم كامل لعملية الاتصال الجماهيري " بنسبة مئوية مقدارها (52.5%)، يليه " التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي بإيجابياتها " فى المركز الثانى بنسبة مئوية مقدارها (41.5%)، و" تساعد على التنمية والتفكير النقدي " فى المركز الثالث بنسبة مئوية مقدارها (40%)، يليها "البحث المستمر واهتمام الطالب بتطوير ثقافته الاعلامية" فى المركز الرابع بنسبة مئوية مقدارها (37.5%)، ثم " تنمية استراتيجيات تسمح بمناقشة وتحليل الرسائل المقدمة " فى المركز الخامس بنسبة مئوية مقدارها (32%).

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة (إريكا سشيري، ستيفن وارن، وآخر، 2020) إلى أن الطلاب تعلموا من مناقشات محو الأمية الإعلامية، وتطبيق المفاهيم المقدمة لهم، كما أنهم تعلموا استخدام مهارات التفكير الناقد لدعم وجهات نظرهم فى الوسيلة المستخدمة، وقد أوصت الدراسة: بأنه يمكن استغلال قدرة المراهقين فى وقت مبكر على استخدام التقييمات لتنظيم استخدامهم لوسائل الإعلام الجديدة الخاصة بهم، ومواجهة الآثار المترتبة عليها إذا ما تم ذلك فى ضوء برامج متخصصة فى التربية الإعلامية (محو الأمية الإعلامية).

النتائج العامة للدراسة:

أوضحت نتائج الدراسة مجموعة مختلفة من النتائج، تتحدد أهمها فيما يلي:

– وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث على مقياس الأهداف التي تحققها التربية الإعلامية لدى طلبة الجامعات المصرية فى عصر الإعلام الرقمي كدرجة كلية، لصالح أفراد العينة الإناث.

– عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث على مقياس تقييم فعالية المحتوى المقدم الخاص بالتربية الاعلامية فى عصر الإعلام الرقمي.

– حيث ارتفعت استجابات عينة الدراسة تجاه استخدام وسائل الإعلام فى الحصول على المعلومات عن التربية الإعلامية، حيث جاءت (الفييس بوك) فى المقدمة بوزن نسبى مقدارها (83%)، يليها (يوتيوب) فى المرتبة الثانية بوزن نسبى مقدارها (77%)، وجاءت (انستغرام) فى المرتبة الثالثة بوزن نسبى مقدارها (70%).

- أما عن استجابات عينة الدراسة تجاه المهارات التي تنميها التربية الاعلامية لديهم فى عصر الإعلام الرقمي، حيث جاءت (تحديد احتياجات وأهداف الطالب قبل التعرض لوسائل الإعلام) فى المقدمة بوزن نسبى مقدارها (88%)، يليها (تمييز بين الأخبار والآراء) فى المرتبة الثانية

بوزن نسبي مقداره (87.7%). – أما عن استجابات عينة الدراسة تجاه تقييم فعالية المحتوى المقدم الخاص بالتربية الإعلامية في عصر الإعلام الرقمي ، حيث جاءت (إكساب الطالب العديد من المهارات الرقمية) في المقدمة بوزن نسبي مقداره (87%)، يليها (إعداد مواطنين قادرين علي استخدام تقنيات الأجهزة المحمولة والحوسبة ومختلف التقنيات الرقمية) في المرتبة الثانية بوزن نسبي مقداره (86.3%).

– أما عن ارتفاع نسبة درجة ثقة عينة الدراسة في وسائل الإعلام الجديد بالمعلومات التي حصلوا عليها حول مفاهيم التربية الإعلامية بدرجة متوسطة بنسبة (62.5%).

– عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث علي مقياس المهارات التي تنميها التربية الإعلامية لديهم في عصر الإعلام الرقمي.

– عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلبة الجامعات المصرية في مساهمة التربية الإعلامية في نمو الوعي الاعلامي للتعامل مع مختلف المضامين وتحليل الرسالة الإعلامية تبعاً لمتغير النوع.

التوصيات:

وتري الدراسة الحالية أن أهم التوصيات التي أظهرتها الدراسة الحالية:

إن التربية الإعلامية باتت عنصراً مسانداً لعملية التنشئة الاجتماعية التي تهدف إلي توجيه الطلبة ولا سيما المراهقين منهم، كي يصبحوا مؤهلين للمشاركة في الحياة الاجتماعية، واكتساب الأنماط السلوكية التي تساهم في تطوير بينتهم وتنميتها وثقيفها. ومن هنا نري أنه من الضروري:

- العمل علي تدريس وتعليم التربية الإعلامية في جميع المراحل الدراسية.

- عقد دورات وورش عمل لطلبة الجامعات للتعامل الأمثل مع وسائل الإعلام.

- تفعيل نموذج التربية الإعلامية كحلٍ لحماية النشء والشباب من التأثيرات السلبية لمضامين وسائل الإعلام.

- توعية الطلبة علي متابعة المواد الإعلامية التي تساعدهم في إيجاد أنماط متميزة من السلوك الهادف إلي تعزيز التعايش والتفاهم مع الآخر المختلف في ثقافته ومعتقداته ومرجعياته الدينية والحضارية.

قائمة المراجع:

1. محمد لمين بوذن، عصام رزاق ليزة. " نسق التربية الإعلامية في عصر الإعلام الرقمي"، بحث منشور، (الجزائر: جامعة تبسه، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2018) ص10.
2. محسن يوسف مهني. " فاعلية برنامج مقترح في التربية الإعلامية لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة"، رسالة دكتوراة، (جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، م 8، ع40، 2022).
3. غادة فندي عزام. " دور التربية الإعلامية في تفعيل المهارات الاجتماعية عند التلاميذ المراهقين"، بحث منشور، (لبنان: بيروت، جامعة القديس يوسف، كلية العلوم التربوية، 2021).
4. مروة محمد عوف. " التحديات التي تواجه التربية الإعلامية في مجال التعليم في ضوء التحول الرقمي"، بحث منشور، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، ع2، 2021).
5. حنان محمد إسماعيل. " تقييم كفاءة ممارسة مهارات التربية الإعلامية لدى الطلاب بأقسام الإعلام التربوي"، بحث منشور، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع71، 2020).
6. محمد رمضان الخيني. " التأثيرات المختلفة للتربية الإعلامية الرقمية علي المراهقين"، رسالة دكتوراة غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، 2019).
7. أميرة محمد أحمد عبد الحميد. " تقييم أثر التربية الإعلامية علي مستوي المهارات التحليلية والنقدية لوسائل الإعلام الجديد في الفيسبوك"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2018).
8. Erica Scharrer, Stephen Warren, Christine Oison (2020): "Early adolescents' views of media ratings in the context of a media literacy Program in the U.S" Journal of Children and Media, Received 24 May 2019, Accepted 02 Jan 2020, Published online: 06 Jan 2020.
9. Banatul Murtafi'ah, Nur Hidayanto Pancoro Setyo Putro, 2019 " Digital literacy in the English curriculum: models of learning activities" Acta Informatica Malaysia (AIM), vol. 3 no. 2, pp10-13.
10. Francis, R. J. (2018). Media Education In The New Media Age: An Investigation Into The Implication Of New Media In Media Literacy Enhancement Among Undergraduates, PhD Thesis, University of Oxford: UK.
11. Azeez Adebambola ADEOYE, Basirat Jumoke ADEOYE , 2017 " Digital Literacy Skills of Undergraduate Students in Nigeria Universities" , Library Philosophy and Practice (e- journal) <https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/1665> pp.1-23.
12. Chu, D., & Chu, S. (2015). Media Education Awareness In The Age Of New Media: A Case Study Of Undergraduate Students In Hong Kong. ASSIST; 6 (14).
13. Schilder, E. A. M. (2015). Perception of Media Literacy Through the Utilization of New Media Among Undergraduate Students: A Mixed Methods Study, PhD Thesis, Virginia Polytechnic Institute and State University, Virginia: USA.
14. Aaltonen, T. (2014). Finnish Media Education: Development of Media Education Awareness among University Students. Finnish National Audiovisual Institute: Finland.
15. أحمد جمال حسن. "التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة"، رسالة ماجستير، (جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، 2015).

- 16 . سهير سيف الدين عبده. " دور الإعلام الرقمي في تنمية الوعي السياسي لدي المراهقين " ، بحث منشور، (القاهرة: المعهد العالي للإعلام بالشروق، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد الحادي عشر، 2020)ص 374.
- 17 . James Waston, "Media Communication: An introduction to theory and process 17 "European journal of communication, 23 (4) Macmillan press LTD ,2008, p.65.
- 18 . عبد الرزاق محمد الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، عمان: دار اليازوري العلمية، 2016، ض 229.
- 19 . حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط5، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2004، ص 287.
- 20 . عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 241.
- 21 . هيام أنور أحمد أبو زيد. " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات الشباب نحو بعض الأزمات السياسية المصرية"، رسالة دكتوراة غير منشورة، (معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، جامعة عين شمس، 2016)، ص13.
- 22 .Schwarz, G. (2013). Overview: What is media literacy, who cares, and why? In G. Schwarz & P. Brown (Eds.), Media literacy: transforming curriculum and teaching (pp. 5-17). Malden, MA: Blackwell Publishing.
- 23 . Smet, P. (2013). Media Education: A Qualitative Study of Media Education Awareness Among Youths of Moscow University in Terms of National Academic Standards. Institute voor Samenleving & Technologies (IST): Vlaams, p. 1-41
24. Silveblatt.A. (2001). Media literacy: Keys to interpreting media messages (2nd ed) Westport, CT: praeger, p.8.
25. Kubey, R. (2014). Obstacles to the Development of Media Education in the U.S. Journal of Communication, 48(1). p.58,
26. Greenaway, P. (2015). Media and Arts Education: A Global View from Australia. In: Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. New Brunswick and London: Transaction Publishers, pp.187-198.
27. حياة بدرقرني. " قياس مهارات التربية الرقمية لطلاب كليات الإعلام بالجامعات المصرية ضمن تجربة التعليم عن بعد في ظل أزمة جائحة كورونا" بحث منشور، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع73، 2020)ص398، 399.
- 28.Buckingham, D., Grahame, J. & Sefton-Green, J. (2015) Making Media: Practical Production In Media Education. London: English and Media Centre, P69.
29. إيمان سيد علي. " اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات "، بحث منشور، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام، المجلة البحوث الإعلامية، ع 55، أكتوبر 2020) ص33،39.
- 30.Lin, S. S. (2011). Learning through Prosuming: Insights from media literacy Programmes in Asia. Science, Technology and Society, 13 (2): p259.
- 31 . إيمان سيد علي، مرجع سابق، ص3934.
32. مروة محمد عوف. مرجع سابق، ص226، 227.
33. Hart , A. (2014). Media Education in 21st Century: A Comparative Study of Teaching Educational Media in European Contexts in Terms of Academic Standards. PhD Thesis, University of Southampton, U.K, p. 8-12.
34. McBrien, J. L. (2013). New Texts, New Tools: An Argument For Media Literacy. Educational Leadership, 71(2), P. 76-79.

- 35.Selwyn, N. (2013). Exploring the ‘digital disconnect’ between net-savvy students and their schools, *Learning, Media and Technology*, 31(1), p.5–18.
- 36.Wu, S., & Chen, S. (2015). *Media literacy education*. Taipei, Taiwan: Chiuliu.
- (37) انظر الملاحق ملحق رقم: (2).