

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية.

أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية).

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان).

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان).

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية.

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق اللغة العربية: أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد التاسع والخمسون - الجزء الثاني - صفر ١٤٤٣ هـ - أكتوبر ٢٠٢١ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٩٢-٢٦٨٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ١١١٠-٩٢٩٧

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

- ٥٢١ ■ توظيف «فيس بوك» في الرقابة الشعبية لحماية المستهلك دراسة تحليلية
مقارنة بين صفحتي **Don't shop here - Consumer Reports**
د. آمال إسماعيل محمد زيدان
-
- ٥٨٣ ■ العلاقة بين نمط التفكير ونشر الخصوصية عبر الإعلام الاجتماعي
الجديد
د. سعد بن عبد الرحمن القرني
-
- ٦٣٧ ■ تصور مقترح لبرنامج تدريبي لنشر التربية الإعلامية والرقمية بين
الشباب الجامعي في صعيد مصر «دراسة طولية شبه تجريبية»
د. فاطمة فايز عبده، د. إنجي عباس أبو العز
-
- ٦٩١ ■ تقنيات استخدام الهواتف الذكية في الإنتاج البرامجي المرئي (دراسة
استكشافية)
د. مروة عبد الله السيد
-
- ٧٣٣ ■ استراتيجيات التحقق الإخباري المستخدمة لدى القائم بالاتصال فى
الصحف المصرية عبر موقع الفيس بوك
د. نهاد محمد حسن
-
- ٧٩٣ ■ أطر معالجة مواقع الفضائيات الإخبارية العربية والأجنبية الناطقة
باللغة العربية لجائحة كورونا المستجد **COVID 19**: دراسة تحليلية
د. نهله حلمي محمد عبد الكريم
-
- ٨٤٣ ■ دور شبكات التواصل الاجتماعي في كشف الشائعات (الفيسبوك
نموذجًا) - تصميم نموذج التحكم الأمثل للحد من انتشار الشائعات
بشبكات التواصل الاجتماعي
د/ نهى سامي إبراهيم

٨٩٥

■ تناول السينما الروائية المصرية لقضايا الاحتجاج الثقافى والاجتماعى
«دراسة تحليلية»
د. محمود سلمى حسن

٩٥٣

■ دور مصداقية مدونى فيديو هات مراجعة المنتجات فى تشكيل النية
الشرائية لدى الجمهور المصرى
د. مى إبراهيم حمزة

١٠٠٣

■ آليات الجمهور المصرى فى التحقق من الأخبار الزائفة وعلاقته بأنماطهم
التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعى
د. أحمد جمال حسن

١٠٦٧

■ Usage of TikTok and Anxiety among Egyptian Teenagers
and Youth during Covid19 Pandemic

Prof. Shaima'a Zoelfakar

ISSN-O	ISSN-P	نقاط المجلة (بوليني) (2021)	اسم المجلة / الجامعة	اسم المجلة	التصنيف	م
2682-292X	1110-9297	7	جامعة الأزهر	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2735-4008	2536-9393	7	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	2
2682-4683	2356-914X	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإلإعآة والتلآلرررر	الدراسات الإعلامية	3
2735-4326	2536-9237	6.5	جامعة جنوب الوادى، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2682-4620	2356-9168	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	5
2682-4671	2356-9131	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	6
2682-4647	1110-5836	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	7
2735-377X	2735-3796	7	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الإتصال الجماهرى	الدراسات الإعلامية	8
2682-4655	1110-5844	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأى العام	المجلة المصرية لبحوث الرأى العام	الدراسات الإعلامية	9
2682-4639	2356-9891	7	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	10
2735-4016	2357-0407	6.5	المعهد النولى العالى للإعلام بالشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	11
2314-873X	2314-8721	7	Egyptian Public Relations Association	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	12
2786-0167	2682-213X	6	معهد الجزيرة العالى للإعلام وعلوم الإتصال	مجلة بحوث الإعلام وعلوم الإتصال	الدراسات الإعلامية	13

• يتم إعداده تقييم المجلات المحلية المصرية دوريا فى شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد ساريا للسنة التالية للنشر فى هذه المجلات.

**تصور مقترح لبرنامج تدريبي لنشر التربية الإعلامية
والرقمية بين الشباب الجامعي في صعيد مصر
«دراسة طولية شبه تجريبية»**

- **A proposed conceptualization of a training program to disseminate digital and media literacy among university youth in Upper Egypt
A quasi-experimental longitudinal study**

● د. فاطمة فايز - مدرس الصحافة الإلكترونية، كلية الإعلام، جامعة بني سويف.
fatma.fayez@masscomm.bsu.edu.eg

● د. إنجي عباس أبو العز - مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة بني سويف.
Engi.aboulezz@masscomm.bsu.edu.eg

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى وضع تصور مقترح لنشر التربية الإعلامية والرقمية بين شباب الصعيد، وذلك عبر مستويين، المستوى الأول؛ وضع مقترح لبرنامج تدريبي في التربية الإعلامية والرقمية يتم نشره بين مجتمع الشباب في صعيد مصر داخل كليات ومعاهد تدريس الإعلام بمحافظات الوجه القبلي، والمستوى الثاني؛ تصور مقترح لكيفية نشر التربية الإعلامية والرقمية خارج الجامعة، حيث يقوم فيها هؤلاء الطلاب بنقل ما تعلموه إلى المواطنين بقري ومحافظات الصعيد. فمن خلال دراسة طويلة شبة تجريبية على عينة من طلاب كليات الإعلام بجامعة بني سويف، وباستخدام أدواتي الملاحظة بالمشاركة والاستبانة، وبالرجوع إلى الدراسات السابقة وآراء الخبراء والأكاديميين في مجال التربية الإعلامية، خرجت نتائج الدراسة بلامح وأسس لبرنامج تدريبي لنشر التربية الإعلامية والرقمية داخل المجتمع الأكاديمي وخارجه، والذي يسهم بدوره في تعزيز الوعي بتأثير وسائل الإعلام، وإكساب المواطنين مهارات التعامل مع محتوى الرسائل ونقدها، بل وإنتاجها وتدعيمها بوسائل الملتيميديا وذلك باستخدام الأدوات الرقمية والتكنولوجية المختلفة عبر الوسائط المحمولة وأجهزة الحاسب الآلي.

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية العميقة، مهارات استخدام التكنولوجيا، المناهج الدراسية، التعليم الإعلامي.

Abstract

The study aimed to develop a proposed vision for the dissemination of digital and media literacy (DML) among the Upper Egypt youth, through two levels, the first level; a proposed training program in DML to be disseminated among the undergraduate and postgraduate students within mass media colleges and faculties located in Upper Egypt, and the second level; A proposed conception of how to disseminate DML outside the universities, as the trained students on the proposed program will transfer what they have learned to the citizens of the villages and governorates of Upper Egypt. Through a quasi-experimental longitudinal study on a sample of students of faculty of Mass Media, Beni-Suef University, by using the tools of observation by participation and the questionnaire, and concerning previous studies and the opinions of experts and academics in media literacy, the results of the study came out with features and foundations for a training program for the dissemination of DML, which is intended to promote awareness of media influence and create an active stance towards both consuming and creating media among audiences, also users will gain the skills of dealing with digital media platforms, by using various digital and technological tools via portable media and computers.

Key words: Deep Media Literacy Model, skills of using technologies, Universities curricula, Media Education.

في عصر يتزايد فيه التطور التكنولوجي في مجال الإعلام يوماً بعد يوم، وما يتم من استحداث العديد من البرامج والتطبيقات والأدوات الإعلامية المختلفة، وما لذلك من إيجابيات تنفع المجتمع أو سلبيات تضر به، ومن منطلق تأثير هذا التطور في أهم فئة عمرية- فئة الشباب- وأهمية تلك الفئة وتأثيرها في المجتمع؛ من هنا ندرك أهمية وضرورة تنظيم علاقة هذا الشباب مع أدوات الإعلام الجديد الأسهل والأسرع والأقوى في ظل بيئة إعلامية تعددت قنوات الاتصال فيها، وأصبح أغلب جمهورها صانعا للمحتوى. وعليه، انضم لمهنة الإعلام من المؤهلين وغير المؤهلين؛ مما حاد بنا بعيداً عن مهمة ورسالة الإعلام، حيث انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة والتضليل، وتوجيه الرأي العام وحشده إلى ما يضر به ويمس بأمننا القومي والوطني والمصلحة العامة.

ومن ثم، تظهر الحاجة الملحة إلى ضرورة نشر ثقافة التربية الإعلامية والرقمية بين فئة الشباب، باعتبارهم أهم عنصر فاعل في المجتمع، ويتم ذلك على مستوى المدارس والجامعات؛ لفهم بيئة الإعلام التي تحيط بهم، وحسن الانتقاء والتعامل مع كل معطياتها، والمشاركة فيها بصورة فعالة ومؤثرة (التفكير الناقد).

وتعرف التربية الإعلامية عادة بأنها "عملية توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلى؛ بغرض تحقيق أهداف تربوية مرسومة في إطار سياسة إعلامية/ تعليمية للدولة القائمة عليها"، وهي بذلك تعمل على إعداد رجال الإعلام لأداء العملية التربوية، بغرض إتقان مهارات العمل الإعلامي لكي تتسق مع قيم وأهداف المجتمع، المعلنة في سياسته المكتوبة، وتحقق المشاركة بينهم وبين التربويين. هكذا، تعمل التربية الإعلامية على إعطاء الفرد قدراً من المعارف والمفاهيم والمهارات الخاصة بالتعامل مع الإعلام وكيفية الاستفادة من المعارف المتوفرة فيه، أو لنقل: هي "تكوين القدرة على قراءة الاتصال وتحليله وتقويمه وإنتاجه"؛ لأن الوعي الإعلامي لا يقتصر على جانب التلقى والنقد فحسب، بل يجب أن يتعدى ذلك إلى المشاركة الواعية والهادفة لإنتاج المحتوى الإعلامي. فالتربية الإعلامية تشجع الإنسان على التوقف عند ورود الرسائل الإعلامية لتحليلها وتحديد هدفها ولن

هى موجّهة؟ ولماذا صيغت في إطار معيّن؟ وما الحقائق الموجودة أو المفقودة فيها؟ وما المصادر المحايدة التي يمكن التحقق منها؟ ونحو ذلك، ويعتقد الكثير من المختصين في مجال التربية الإعلامية أنّ هذه الأخيرة هي كفاية وليست مقرراً، ولذا ينبغي دمجها في المنهج؛ لأنّه من واجب التحليل الإعلامي أن يتضمن فكرة مفادها أنّ الرسائل الإعلامية هي نتاج فرد أو مؤسسة؛ لأنّها تنتج في سياقات اجتماعية واقتصادية وسياسية وتاريخية... لأنّ تفسير المعنى وبناءه يتكون من تفاعل بين المتلقى والنص والثقافة على حد سواء، على أساس أنّ لكل وسيلة إعلامية رموزها الخاصة بها، ودور التعبير الإعلامي يتمثل في فهم الناس للحياة الاجتماعية⁽¹⁾.

وفي هذا الإطار تسعى هذه الدراسة إلى تقديم تصور قابل للتطبيق لنشر ثقافة التربية الإعلامية الرقمية بين الشباب في صعيد مصر، من خلال دراسة طويلة تتابع مدتها ثلاث سنوات، استمرت من العام 2017 حتى 2020، حيث تم تطبيق عدة برامج للتربية الإعلامية الرقمية على مجموعة من طلاب كلية الإعلام جامعة بنى سويف، وتم الخروج بالعديد من النتائج والمؤشرات المهمة التي أسهمت في وضع تصور نموذجي للتربية الإعلامية بعد الرجوع للدراسات السابقة وآراء خبراء التربية الإعلامية في العالم العربي.

أولاً: الدراسات السابقة:

اهتمت العديد من الدراسات العربية والأجنبية بالتربية الإعلامية والبحث في مهاراتها وكيفية تطبيقها بين الطلاب، سواء أكانوا في المرحلة الثانوية أم في مرحلة الجامعة أم البدء من المرحلة الابتدائية. وسعت دراسات عديدة إلى وضع برامج لما يمكن أن يكون عليه برنامج تعليمي لنشر التربية الإعلامية داخل الأبنية التعليمية وأفضل الأدوات التعليمية لتعليمها.

وتقسم الدراسات السابقة إلى محورين أساسيين، أما المحور الأول فيتناول أهمية التربية الإعلامية، ومهارات استخدام التقنيات الحديثة في ضوء التربية الإعلامية والرقمية، وأما المحور الثاني فيتناول الدراسات التي قدمت مقترحات وتصورات نظرية لتضمين التربية الإعلامية والرقمية في المناهج الدراسية.

المحور الأول: الدراسات التي تتناول أهمية التربية الإعلامية، ومهارات استخدام التقنيات

الحديثة في ضوء التربية الإعلامية والرقمية:

انطلقت دراسة ممدوح وآخرين (2021)⁽²⁾ من هدف عام يتمثل في الكشف عن آليات تداول المحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ورصد العوامل المؤثرة في

اتخاذ القرار بهذا التداول، وتقديم نموذج مقترح لوصف وتفسير العمليات المرتبطة بتحديد شكله، وذلك في إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية، والمهارات التي ينطوي عليها هذا المدخل كمقدمات تفضي إلى نتائج يتم تفسيرها ورصد دلالاتها. وتم إجراء الدراسة بالتطبيق على عينة قوامها 392 مبحوثاً بواقع 97 مبحوثاً من جمهورية مصر العربية، 99 مبحوثاً من المملكة العربية السعودية، 100 مفردة من دولة الإمارات العربية المتحدة، 96 مفردة من دولة تونس. وخلصت الدراسة إلى تقديم إطار فلسفي شامل لتفسير ظاهرة تداول المحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ وذلك في ضوء مدخل التربية الإعلامية الرقمية، والنماذج المرتبطة بهذا المدخل؛ بما يسهم في رصد أبعاد تلك الظاهرة، والوقوف على كيفية مواجهتها، والحد من آثارها السلبية. ورصدت النتائج العلاقات المختلفة بين مستوى امتلاك مستخدمى وسائل التواصل الاجتماعي مهارات التربية الإعلامية الرقمية الأربع: (مهارة الوصول، مهارة التحليل، مهارة التقييم، مهارة إنتاج المحتوى)، وتبنى الأسلوب الذي يقابل كل مهارة من أساليب تداول المحتوى الرقمي الزائف التي يطرحها نموذج الدراسة المقترح.

وسعت دراسة سيد (2020)⁽³⁾ إلى التعرف على اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تطبيق التربية الإعلامية بالجامعات المصرية، وهي دراسة وصفية، تعتمد على منهج المسح، وتمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها 200 من النخبة الأكاديمية بكليات الإعلام بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة، وتمثلت أدوات البحث في أداة الاستبانة، وكانت أهم النتائج ما يلي: أن أكثر المخاطر التي تراها النخبة الأكاديمية في التعامل غير الواعي للطلاب مع وسائل الإعلام؛ انعزال الطلاب عن قضايا المجتمع، وتحفيز الميول العدوانية، وتحفيز الفرائز الجنسية، واللامبالاة السلبية، وهدم القيم الاجتماعية والدينية، والتأخر في الدراسة. كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن "ورش العمل"، و"المناقشة والحوار وتبادل وجهات النظر بين الطلاب والمعلم"، و"التجربة الفعلية من خلال إنتاج مواد إعلامية يشارك بها الطلاب" جاءت كأفضل طريق لتدريس التربية الإعلامية للطلاب، بينما جاءت طريقة "الإلقاء من خلال محاضرات يلقيها المعلم للطلاب" في مؤخرة طرق التدريس، وقد يكون ذلك لأن الطلاب لا يميلون إلى التدريس في الطريقة التقليدية في إلقاء المحاضرات، ولكنهم يسعون إلى التعلم من خلال الممارسة والمناقشة والحوار؛ لما لذلك من فاعلية في إكسابهم العديد من المهارات والمعلومات التي يرغبون في معرفتها؛ وذلك ما تهدف إليه الاتجاهات الحديثة في التعليم. وأشارت النتائج إلى أن أهم المهارات التي تسعى التربية الإعلامية إلى إكسابها لطلاب الجامعة: "مهارة قراءة الرسالة الإعلامية وفك رموزها"،

"مهارة التفكير الناقد لمحتوى المواد الإعلامية"، و"مهارة اتخاذ القرار المناسب بشأن المضامين الإعلامية".

وعُنت دراسة فايز (2018)⁽⁴⁾ من خلال البحث الميداني بمحاولة رصد، وتوصيف، وتحليل درجة وعي وإدراك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وإنستجرام) من الشباب (الفئة العمرية 18-35 سنة) لأهم مبادئ التربية الإعلامية من حيث كيفية اختيار، ونقد وتقييم الرسائل الإعلامية التي يتعرضون لها، وذلك بالتطبيق على موقع فيسبوك الإلكتروني، وتطبيق إنستجرام للأندرويد، ومحاولة التعمق في تحليل وتفسير علاقة الشباب بمواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة من خلال البحث الكيفي باستخدام مجموعة النقاش البؤرية. وعكست إجابات الباحثين من خلال نتائج التحليل الكمي والكيفي درجة من الوعي بأهم مبادئ التربية الإعلامية، فرغم أن غالبيتهم لا يعرفون بدقة المقصود بمصطلح التربية الإعلامية (70%)، ونسبة قليلة جداً منهم حددت بوضوح ما يقصد به، إلا أن إجاباتهم في هذا المحور وسلوكهم الاتصالي على مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة عكس درجة كبيرة من الوعي بمبادئ التربية الإعلامية. وخلصت الدراسة إلى وضع نموذج يلخص طبيعة العلاقة بين إدراك مبادئ التربية الإعلامية والرقمية والسلوك الاتصالي على مواقع التواصل الاجتماعي، فكلما توافرت لدى الشباب الوسيلة التي تحقق له الإشباع التي يتوقعها منها، توافر لديه قدر من المعرفة والإدراك بمبادئ التربية الإعلامية والرقمية.

وفي دراسة سالم (2018)⁽⁵⁾ جاءت أهم أسباب متابعة طلاب الإعلام التربوي لموضوعات التربية الإعلامية هو الإعلام الجديد، حيث إن تلك الوسيلة تعطي قدراً من المعارف والمفاهيم الخاصة بالتعامل مع الإعلام، كما تسهم في تنمية القدرة على تفهم وجهات النظر والرؤى المختلفة، وكذا تعمل وسائل الإعلام الجديد على نشر الوعي بالرسائل الإعلامية، وتساعد على تنمية الانفتاح الفكري والتفاعل الإيجابي مع الآخر. وجاءت أهم العوامل المؤثرة التي تواجه استخدام الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية من وجهة نظر طلاب الإعلام التربوي: "العشوائية في اختيار الوسائل الإعلامية وجعل مصدرها"، ثم "التأثر بالاتجاهات السياسية"، أما "غياب متابعة سياسة تنمية الوعي بالتربية الإعلامية من جانب الدولة" فقد جاء بالترتيب الثالث.

وقدمت دراسة Carradore & Fasoli, Gui (2017)⁽⁶⁾ الإجابة عن تطوير واستخدام أدوات الإعلام الجديد في مجال التربية الإعلامية بالمرحلة الجامعية في ضوء نموذج "جينكينز" للإعلام الجديد، واستخدمت الدراسة المنهج الكيفي الارتباطي، وشارك

في الدراسة عينة تكونت من (170) طالباً جامعياً من أقسام كلية علوم الاتصال، وتم فحص مستويات استخدام الإعلام الجديد في ضوء عناصر المهارات والاستهلاك والمشاركة المباشرة وتأثيرها في مفاهيمهم نحو التربية الإعلامية، وتمثلت أدوات جمع البيانات في: مقياس مهارات الإعلام الجديد، واستبانة المعلومات الديموغرافية، واستبانة المفاهيم نحو التربية الإعلامية، وتم التوصل إلى نتائج أبرزها: وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجات المبحوثين على مقياس مهارات الإعلام الجديد واستبانة المفاهيم نحو التربية الإعلامية، وهو ما يبرهن على أهمية استخدام أدوات الإعلام الجديد في مجال التربية الإعلامية بين طلاب الجامعات، كما أثبتت النتائج كفاءة عناصر المهارات والاستهلاك والمشاركة المباشرة عبر وسائل الإعلام الجديد، وكذلك أكدت تأثيرها في مفاهيمهم نحو التربية الإعلامية.

وعن استكشاف مدى ملاءمة وسائل الإعلام الجديد، عرضت دراسة Francis (2018)،⁽⁷⁾ للدور الذي تؤديه أدوات الإعلام الجديد في نشر التربية الإعلامية وتحسينها بين شباب الجامعات، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي الاستكشافي، إضافة إلى الكيفي، وشارك في الدراسة عينة تكونت من طلاب قسم تكنولوجيا الإعلام 21 عاماً، وهي عينة عمدية؛ نظراً لوجود مناهج التربية الإعلامية بشكل أساسي ضمن المقررات الدراسية للطلاب، وطُبقت الأدوات على أفراد العينة لتجميع بيانات الدراسة، وكانت أدوات جمع البيانات هي: المقابلات المتعمقة، والاستبانة، والملاحظات، وتم التوصل من خلال التحليلات إلى نتائج، أبرزها: 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 واكتسابهم أسس التربية الإعلامية تمثلت في: (1) التكنولوجيا التي تُعد الأساس في الإعلام الجديد، (2) العناصر البصرية والإبهار التي تميز الإعلام الجديد، (3) التفاعلية. المحور الثاني: الدراسات التي قدمت مقترحات وتصورات نظرية حول أهمية تضمين

التربية الإعلامية والرقمية في المناهج الدراسية:

أشارت دراسة Coster et. al (2021)⁽⁸⁾ إلى أن موضوع تضمين التربية الإعلامية في المناهج الأسترالية بات هاماً للغاية في السنوات الأخيرة في سياق القلق بشأن تأثير المعلومات المضللة في المجتمع. وهدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية إدراك المعلمين الأستراليين لمحو الأمية الإعلامية الإخبارية وتقييمهم للطلاب. وقام الباحثون باستطلاع رأي عبر الإنترنت لـ 295 معلماً أستراليا، وعقدوا مقابلات شبه منظمة مع 20 معلماً.

توصلت النتائج إلى أنه على الرغم من أن العديد من المعلمين يقدرّون تعلم الطلاب بشأن الأخبار، إلا أن هناك تحديات وعقبات كبيرة يجب معالجتها إذا كان هناك منهج خاص سيصبح متاحاً على نطاق واسع في الفصول الدراسية الأسترالية، وأوضحت النتائج أنه يجب أن يكون المنهج الأسترالي أكثر وضوحاً في كيفية توجيه المعلمين لتطوير خبرات تعلم الطلاب عبر المناهج الدراسية؛ نظراً لأن 15% من المدرسين الذين شاركوا في الاستطلاع قالوا: إنهم لم يتلقوا دعماً جيداً من المناهج الأسترالية (ACARA) للتدريس حول الأخبار. وقدمت الدراسة تصوراً مقترحاً لكيفية المضي قدماً لضمان حصول الطلاب على التعليم المناسب حول الأخبار في أستراليا، مع وجود النتائج ذات الصلة بالدول الأخرى التي تواجه تحديات مماثلة.

وتوصلت دراسة حريري (2018) ⁽⁹⁾ إلى تقديم تصور مقترح لتضمين التربية الإعلامية في مرحلة التعليم العام بالملكة العربية السعودية، هدفه تمكين الطلاب من التعامل الواعي والإيجابي مع الرسائل الإعلامية في مختلف صورها، من خلال القراءة الصحيحة والتفكير الناقد لها، وتحليل مضامينها، ثم اتخاذ القرارات المناسبة بشأنها من خلال رصد الرسائل السلبية ومنع تأثيرها وتعزيز أثر الرسائل الإيجابية.

كما تناولت دراسة سامي (2016) ⁽¹⁰⁾ التعرف على مدى فاعلية تطبيق برنامج للتربية الإعلامية من خلال استخدام ألعاب الفيديو في تنمية مهارات النقد والتحليل، والوقوف على العلاقة بين النوع ومعدل اكتساب المراهقين لمهارات التربية الإعلامية. ومن أهم نتائج تلك الدراسة: صحة الفرض القائل بوجود فروق دالة بين متوسطات درجات المراهقين (عينة الدراسة) على مقياس مهارات التفكير الناقد، من خلال ممارسة ألعاب الفيديو ومهارات التحليل قبل تطبيق برنامج التربية الإعلامية محل الدراسة وبعد التطبيق، وذلك لصالح التطبيق البعدي.

واستهدفت دراسة شوقي، وإبراهيم (2016) ⁽¹¹⁾ الوقوف على أثر برنامج تدريبي مقترح في تنمية مهارات أخصائي الإعلام التربوي لتعزيز العملية التربوية في ضوء التكنولوجيا الحديثة، ويحتوي البرنامج على معلومات ومهارات وإرشادات تهدف إلى التخطيط العلمي لطرح القضايا التربوية والمشكلة المتعلقة بالعملية التعليمية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، والمنهج شبه التجريبي، وتكونت عينة الدراسة من (60) أخصائياً من أخصائيي الإعلام التربوي بمديرية التربية والتعليم بمحافظة المنوفية، واعتمدت الدراسة على أداة اختبار تحصيلي لقياس الجانب المعرفي لدى أخصائيي

الإعلام التربوي، وبطاقة تقييم منتج تعليمي لقياس الجانب الأدائي لمهارات أخصائيي الإعلام التربوي. وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات طلاب المجموعة التجريبية في الجانب المعرفي لمهارات إعداد أخصائيي الإعلام التربوي في التطبيقين القبلي والبعدي لصالح التطبيق البعدي.

وبحثت دراسة عبد العزيز (2015) (12) معرفة مدى تمييز أخصائيي الإعلام التربوي في المؤسسات التعليمية بين مفهوم التربية الإعلامية والإعلام التربوي، والتعرف على وجود مناهج خاصة بالتربية الإعلامية في المدارس المصرية. وتوصلت الدراسة إلى اتفاق كل من أخصائيي الإعلام والتربية على أن المناقشة والحوار وتبادل وجهات النظر بين الطلاب والمعلم من أفضل الطرق لتدريس المعايير الإعلامية؛ مما يعمل على بناء الشخصية الواعية والنقدية للطالب بدلاً من أن يكون مستقبلاً فقط.

وهدفت دراسة أبو الكاس (2014) (13) إلى تقديم تصور مقترح لإثراء منهج التربية المدنية بمفاهيم التربية الإعلامية اللازمة لطلبة المرحلة الأساسية العليا. وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي، واشتملت الدراسة على منهج التربية المدنية المقرر على طلبة الصفوف السادس والسابع والثامن في فلسطين. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن قائمة مفاهيم التربية الإعلامية الواجب تضمينها في محتوى كتب التربية المدنية للصفوف السادس والسابع والثامن تضم 25 مفهوماً، وأن المفاهيم المرتبطة بالتربية الإعلامية التي وردت في كتاب التربية المدنية تمثلت بنسبة 60% من إجمالي المفاهيم الواجب توافرها في محتوى منهج التربية المدنية للصف السادس، بينما وردت مفاهيم التربية الإعلامية في كتاب التربية المدنية للصفين السابع والثامن بنسبة 76%. وأوصت الدراسة بضرورة عقد دورات تعزز المعلمين بمفاهيم التربية الإعلامية المتضمنة في كتب التربية المدنية في جميع المراحل، وخاصة المراحل الأساسية العليا. وضرورة توعية أولياء الأمور بالتربية الإعلامية، والاهتمام بالتلاميذ والتنسيق والتعاون بين المدرسة وأولياء الأمور والاهتمام بالتربية الإعلامية.

وهدفت دراسة Hans Schmidt (2013) (14) بعنوان "تعليم التربية الإعلامية في رياض الأطفال إلى الجامعة: دراسة مقارنة حول كيفية تناول التربية الإعلامية من خلال النظام التعليمي الرسمي"، إلى معرفة مدى اكتساب الطلاب مهارات التربية الإعلامية، وكفاءة تدريسها بالنظام التعليمي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتكونت أدوات الدراسة من ثلاث استمارات، تم إرسالها عن طريق البريد الإلكتروني لعينة الدراسة المكونة من 277 مفردة من خريجي كليات خاصة بالتعليم التمهيدي والمتوسط والعالي،

متوسط أعمارهم 42 عاماً، وقد تضمنت الاستمارة الأولى أسئلة لقياس مدى كفاءة مهارات التربية الإعلامية لدى الطلاب، وفي الاستمارة الثانية طُلب من الطلاب أن يكتبوا عن تجاربهم الخاصة بتناول أي عنصر من عناصر التربية الإعلامية بفصل كامل، أما الاستمارة الثالثة فتناولت أسئلة توضح إلى أي مدى يرى المشاركون أهمية تعليم مهارات التربية الإعلامية، وتمثلت نتائج هذه الدراسة في أن التربية الإعلامية تُكسب الطلاب بكفاءة بجميع المراحل مهارات التربية الإعلامية، ولكن هناك بعض المشاركين أوضحوا أن أكثر المهارات اكتساباً هي مهارات المعرفة، يليها مهارة فهم الرسالة، يليها مهارة تحليل الرسالة. وأن هناك كفاءة لدى الطلاب في توظيف مهارات التربية الإعلامية بالإنترنت أكثر من أي وسيلة أخرى، مما يعكس أهمية التركيز على الوسائل الإعلامية الأخرى عند تعليم الطلاب التربية الإعلامية، وأن التربية الإعلامية لا يتم تناولها بالعمق نفسه في جميع مراحل الدراسة. وأكدت جميع مضردات العينة بجميع مراحل التدريس على أهمية التربية الإعلامية.

التعليق العام على الدراسات السابقة وكيفية الاستفادة منها في الدراسة الحالية:

- من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة تبين ما يلي:
- هنالك العديد من الدراسات الأجنبية والعربية التي تناولت موضوع التربية الإعلامية. وفيما بدأت الدول الأجنبية الاهتمام ببحوث ودراسات التربية الإعلامية منذ نهاية التسعينات، بدأت الدول العربية الاهتمام بهذا النوع من الدراسات منذ العام 2005 حتى الآن.
- اهتمت الدراسات العربية والأجنبية بأهمية التربية الإعلامية والرقمية، وكيفية نشرها بين طلاب المدارس والجامعات، وبعضها اقترح تصوراً لبرامج متخصصة في التربية الإعلامية، سواء لنقلها مباشرة إلى طلاب المدارس والجامعات أو لمتخصصي الإعلام.
- العديد من الدراسات قامت بإعطاء نماذج وتدريبات لكيفية تعليم مهارات التربية الإعلامية للجمهور.
- تناولت بعض الدراسات أهمية توظيف أدوات التعليم الرقمية الحديثة في تعليم ونشر فكر التربية الإعلامية، ودراسة العلاقة بين التربية الإعلامية وسلوك الجمهور الاتصالي على مواقع التواصل الاجتماعي في إطار مبادئ التربية الإعلامية، واقترح البعض حلولاً ونماذج لممارسات بعض الجمهور السلبية.

- اختلفت الدراسات فيما بينها في آلية نشر فكر التربية الإعلامية عن طريق المناهج الدراسية أو الدورات التدريبية بعيداً عن المقررات الدراسية، لكنها اتفقت على أن الأسلوب الأمثل في تعليمها يتم من خلال أدوات التعليم التفاعلية من خلال ورش العمل والأنشطة التشاركية.
- قدمت قلة من الدراسات برنامجاً تفصيلياً لتعليم التربية الإعلامية، فيما قدم الغالبية مجرد عناصر لملاح برنامج متخصص في التربية الإعلامية.

ثانياً: مشكلة الدراسة:

تثبت الوقائع يوماً بعد يوم، الحاجة إلى مبادرة جادة لإدخال التربية الإعلامية بمفهومها المعاصر إلى المناهج التعليمية المصرية المدرسية والجامعية؛ حيث لم يلق هذا المصطلح الانتباه الكافي إلى ضرورة إدماج مفاهيم ومبادئ التربية الإعلامية والرقمية في النظام التعليمي، وهو الذي سبقتنا إليه دول مجاورة أخرى. لذا، علينا ألا نستغرب الطريقة التي يتعامل بها شبابنا والأجيال الجديدة مع الانفجار المعاصر لوسائل الإعلام، وتحديدًا الإعلام الاجتماعي، سواء في المحتوى الذي تنتجه وسائل إعلام محترفة، أم المحتوى الذي ينتجه المستخدمون الآخرون. فنحن في حاجة ماسة إلى برامج للتربية الإعلامية تنظم علاقة الأفراد بوسائل الإعلام، سواء أكانوا منتجي محتوى أم مستقبلين ومنتجين للمحتوى في ذات الوقت، فالتربية الإعلامية تساعد المواطنين على التحول إلى مستخدمي وسائل إعلام أكثر نقدية واطلاعا، كما تسعى إلى تمكينهم من التحول إلى منتجين للإعلام، وبالتالي إلى مشاركين في الثقافة المعاصرة مشاركة كاملة. ومن أولويات الاهتمام التي يجب أن تضطلع بها برامج التربية الإعلامية في بلدنا، ضرورة تنظيم العلاقة بين تفاعل المستخدمين مع وسائل التواصل الاجتماعي وتأثير ذلك في التفاعل الأسري، حيث يشكوا الكثير من الآباء إحجام أبنائهم عن التفاعل معهم في مقابل العكوف على أجهزتهم اللوحية المحمولة، ومن جهة أخرى تنظيم علاقتهم بمواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات، ليس بالنسبة للمواطن العادي فحسب، بل أيضاً بالنسبة للقائمين بالاتصال في بعض المؤسسات الإعلامية.

من هنا تتمثل مشكلة الدراسة في محاولة وضع تصور مقترح لنشر التربية الإعلامية والرقمية بين شباب الصعيد، وذلك عبر مستويين: المستوى الأول: وضع تصور مقترح لبرنامج في التربية الإعلامية والرقمية يتم نشره بين مجتمع الشباب في صعيد مصر داخل كليات ومعاهد تدريس الإعلام بمحافظات الوجه القبلي. والمستوى الثاني: تصور مقترح لكيفية نشر التربية الإعلامية والرقمية خارج الجامعة. حيث يقوم فيها هؤلاء

الطلاب بنقل ما تعلموه إلى قرى ومحافظات الصعيد. فمن خلال دراسة طويلة شبه تجريبية على عينة من طلاب كليات الإعلام بجامعة بني سويف ومن خلال الملاحظة بالمشاركة والاستبانة، وبالرجوع إلى الدراسات السابقة وآراء الخبراء والأكاديميين، يمكن الخروج بملامح وأسس لهذا التصور الذي يسهم في القضاء على سلبية استخدام وسائل الإعلام المختلفة، واكتساب مهارات التعامل مع محتوى الرسائل ونقدها، بل وإنتاجها وتدعيمها بوسائل الميديا؛ وذلك باستخدام الأدوات الرقمية والتكنولوجية المختلفة عبر الوسائط المحمولة وأجهزة الحاسب الآلي.

ثالثاً: أهمية الدراسة:

1. تشهد مصر ومنذ أحداث الخامس والعشرين من يناير حالة من التشثيت والبلبلية الإعلامية، أوجدتها وفرة أدوات الاتصال، سواء التقليدية أو الحديثة عبر الإنترنت. ومع سهولة وصول الجمهور إلى تلك القنوات، انتشرت أفكار ورؤى فكرية سياسية منها ودينية وحتى اجتماعية، بل وفي كافة المجالات، فظهر المتعصبون والمتشددون، وانعدم تقبل الرأي الآخر من جانب البعض، وغابت الحقيقة لدى البعض الآخر، وأجاد البعض استخدام التكنولوجيا بشكل جيد للترويج لأفكاره الضارة بالمجتمع، بل المعادية له، بالإضافة إلى ما نشهده في الوقت الحالي من حروب الجيل الرابع، الأمر الذي يجعلنا نخشى على أبنائنا وشبابنا من هذا الغزو الثقافي، ونسعى لتحسين علاقته مع التكنولوجيا بأدواتها المختلفة ومع الإعلام وما يبثه فيهم من أفكار.
2. في ظل اتجاه كليات الإعلام في كثير من الجامعات إلى تدريس مناهج التربية الإعلامية، فإنه لا بد أن تحاكي هذا بشكل نظري وتطبيقي، بحيث نستهدف تعليم طلاب جميع كليات الجامعة كيفية استهلاك وصنع وتقييم المحتوى الإعلامي بما يعود بالنفع على مجتمعهم.
3. من ناحية أخرى، فإنه إيماناً منا بأن ما نعانيه الآن من فوضى إعلامية فإنه لا بد من التكامل والتكاتف بين كافة مستهلكي ومنتجي هذا المحتوى الإعلامي من الجمهور العام، سواء أكان متخصصاً أم لا، ومن الطلاب- في جميع مراحل العملية التعليمية- والإعلاميين الممارسين.
4. يكتسب مجتمع الصعيد طبيعة خاصة وأهمية في مجال التنمية المستدامة لمصر ووجوده على خريطة مصر 2030، ولما كان الشباب هو العنصر الأهم داخل المجتمع تأتي أهمية ضرورة تصميم برامج تربية إعلامية وضرورة تنفيذ مثل تلك البرامج داخل الصعيد؛ نظراً لندرتها.

رابعاً: أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة بشكل عام إلى تصميم برنامج في التربية الإعلامية يمكن من خلاله تعليم الطلاب في كليات ومعاهد الإعلام بالصعيد ما يلي:
1. كيفية استهلاك محتوى الإعلام التقليدي والجديد؛ بحيث يميز الطالب بين ما يعود بالنفع على المجتمع وما يضره.
 2. يساعد في تدريب الطلاب على كيفية خلق محتوى إعلامي باستخدام أدوات الإعلام الجديد؛ بحيث يسهم هذا المحتوى في تطوير المجتمع.
 3. إكساب الطلاب مهارة تقييم المحتوى الإعلامي التقليدي والرقمي؛ من خلال تعليمهم أسس النقد البناء لهذا المحتوى.
 4. إكساب الطلاب مهارة صناعة المضامين الإعلامية التي تحارب التعصب، والتشدد الفكري، والشائعات الضارة، وكل الأفكار والرؤى التي تدفع إلى تشرذم المجتمع لا إلى وحدته وتماسكه.
 5. خلق محتوى إعلامي من خلال توظيف عناصر الملتيميديا المختلفة، على أن يسهم هذا المحتوى في تقديم حل إيجابي لقضية مجتمعية.

خامساً: تساؤلات الدراسة:

- يتمثل التساؤل الرئيس للبحث في: ما التصور المقترح لبرنامج نشر التربية الإعلامية والرقمية بين شباب الصعيد؟
- ويتفرع عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات على النحو التالي:
1. ما منطلقات التصور المقترح لنشر التربية الإعلامية والرقمية بين شباب الصعيد؟
 2. كيف يتم نشر التربية الإعلامية والرقمية في مراحل التعليم الجامعي للطلاب من دارسي الإعلام بكليات ومعاهد الإعلام في صعيد مصر؟
 3. ما متطلبات تنفيذ التصور المقترح لتضمين التربية الإعلامية والرقمية في مراحل التعليم الجامعي للطلاب من دارسي الإعلام بكليات ومعاهد الإعلام في صعيد مصر؟
 4. ما إجراءات تنفيذ التصور المقترح لنشر التربية الإعلامية والرقمية بين شباب الصعيد خارج محيط الجامعة؟
 5. ما أساليب ووسائل تطبيق التصور المقترح لنشر التربية الإعلامية والرقمية بين شباب الصعيد؟
 6. ما أساليب تقويم برنامج التربية الإعلامية؟

7. ما معوقات تطبيق التصور المقترح؟

8. كيف يمكن القضاء على المعوقات أثناء التنفيذ وما النتائج المرجوة منه؟

سادسا: نوع الدراسة:

تتنمى الدراسة إلى نوع الدراسات الطولية Design Longitudinal التتابعية، وهى دراسة بحثية يستمر فيها البحث لفترة زمنية أطول، وتستخدم نفس العينة في كل مرحلة. ويتم إجراء هذه الأنواع من الدراسات من أجل تحليل السمات أو الخصائص المتطورة في المجتمع، بحيث تسمح للباحث بدراسة عينة واحدة على مدار السنوات أو الأشهر للتوصل إلى استنتاجات.

وتعتبر الدراسة الطولية نوعاً من الدراسات الرصدية (التي تعتمد على الملاحظة)، وتعتمد على نفس العينة في مدة زمنية مطولة نسبياً، وتقدم مشاهدات متكررة حول العينة ذاتها، مع المسح الطولى أيضاً، على سبيل المثال: تتم مقابلة نفس المجموعة من الأشخاص على فترات منتظمة، مما يمكّن الباحثين من تعقب التغييرات بمرور الوقت وربطها بالتغيرات التي قد تفسر سبب حدوث التغييرات. تصف التصميمات البحثية الطولية أنماط التغيير وتساعد في تحديد اتجاه وحجم العلاقات السببية، وتؤخذ القياسات على كل متغير على فترتين زمنيتين مختلفتين أو أكثر؛ مما يسمح للباحث بقياس التغيير في المتغيرات بمرور الوقت⁽¹⁵⁾.

وقد تم إجراء الدراسة على ثلاث مراحل:

في الفترة من (أغسطس 2017 - حتى يناير 2018). (فترة التعليم داخل القاعات)

في الفترة من (أغسطس 2019 - حتى مارس 2020).

في الفترة من (أبريل 2020 - حتى فبراير 2021 فترة جائحة كورونا). (فترة

التدريب أونلاين)

كما يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التجريبية التي تستهدف توصيف ودراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة هذه الظاهرة.

سابعا: منهج الدراسة:

المنهج شبه التجريبي: أي اختبار ظاهرة ما، داخل ظروف معينة، بقصد التحقق من صدق فروض محددة باستخدام التجريب. ويقوم المنهج شبه التجريبي على تثبيت جميع المتغيرات التي تؤثر في مشكلة البحث، باستثناء متغير واحد محدد تجري دراسة أثره في هذه الظروف الجديدة.

وتم استخدام طريقة المجموعة الواحدة، وترتكز هذه الطريقة على تجريب تأثير عامل تجريبي واحد في أداء المجموعة موضع الاهتمام. وعادة يكون اختبار سابق واختبار لاحق لمجموعة الدراسة، ويتم إجراء المقارنة بين النتائج؛ من أجل التعرف على أثر المتغير التجريبي في مجموعة الدراسة، وما ينتج من فروق بين نتائج القياس السابق ونتائج القياس اللاحق يمكن أن يعزى إلى التغير في العامل التجريبي.

ثامناً: مجتمع وعينة الدراسة:

- يتحدد مجتمع الدراسة في طلاب كلية الإعلام جامعة بني سويف.
- نوع العينة: تعتمد الدراسة على العينة العمدية، وهم الطلاب الذين اختاروا الالتحاق ببرنامج التربية الإعلامية بالكلية في الفترة من 2017 حتى 2020، ويلتحق الطلاب ببرنامج التربية الإعلامية والرقمية، في إطار أنشطة مركز التربية الإعلامية (16) Center Literacy Media بناءً على رغباتهم، على ألا يزيد العدد عن 30 طالباً وطالبة، وذلك في بداية الإعلان. فبرنامج (literacy Media) MLp (program) يعد أحد أنشطة المركز التي كانت تهدف إلى إكساب طلاب المدارس والجامعات عامةً ودارسي وممارسي الإعلام خاصةً المعارف والمهارات والاتجاهات الأساسية المتعلقة بالتربية الإعلامية في عصر الاندماج الإعلامي.

تاسعاً: أدوات جمع البيانات:

أ. أداة الملاحظة:

الملاحظة المنظمة (Systemation Observation): وتختلف عن البسيطة من حيث كونها تخضع لدرجة عالية من الضبط، واتباعها مخططاً مسبقاً، وتحدد فيها الظروف، ويستعان فيها بالوسائل، وهدفها جمع البيانات الدقيقة عن الظاهرة ووضع الفروض (17).

وتم استخدام أداة الملاحظة، وذلك لملاحظة الطلاب ومتابعة سلوكهم التفاعلي أثناء الأنشطة والتدريبات مع تسجيل كافة الملاحظات أثناء وبعد التدريب.

الملاحظة بالمشاركة (Participant): وهي التي يقوم فيها الباحث بدور العضو المشارك في حياة الجماعة (18)، حيث شاركت الباحثتان في تجربة تعلم مبادئ التربية الإعلامية والرقمية في 2016 (19) 2017 (20)، حيث تم الالتحاق بأكاديمية التربية الإعلامية والرقمية MDLAB التابعة للجامعة اللبنانية الأمريكية ببيروت مدة 11 يوماً لكلتا الباحثتين.

ب. أداة الاستبانة:

تم توجيه استبانة للطلاب قبل وبعد كل مرحلة من مراحل الدراسة الثلاث.

عاشرا: خطوات إجراء الدراسة الطولية:

تم إجراء الدراسة خلال الفترة الزمنية من أغسطس 2017 حتى يونيو 2020 (بإجمالي 6 جلسات تدريبية خلال شهور تلك الفترة).

وتم إجراء الدراسة خلال ثلاث مراحل كالتالي:

المرحلة الأولى: في الفترة من أغسطس 2017 - حتى يناير 2018.

المرحلة الثانية: في الفترة من أغسطس 2019 - حتى مارس 2020.

المرحلة الثالثة: في الفترة من أبريل 2020 - حتى فبراير 2021. فترة جائحة كورونا. (فترة التدريب عن بعد- أونلاين).

وخلال كل فترة يتم إجراء اختبار قبل وبعد كل مرحلة؛ للتعرف على متطلبات المرحلة اللاحقة:

المرحلة الأولى: تم بدء البرنامج في الفترة من أغسطس 2017 - حتى يناير 2018، وتم خلال تلك الفترة تنفيذ (4) ورش عمل لعدد 30 طالبا، بواقع (6) ساعات لكل ورشة.

المرحلة الثانية: في الفترة من أغسطس 2019 - حتى مارس 2020، بواقع (4) ورش عمل (4 ساعات لكل ورشة).

المرحلة الثالثة: في الفترة من أبريل 2020 - حتى فبراير 2021، بواقع (4) ورش أونلاين مدتها (4) ساعات لكل ورشة.

الحادي عشر: مصطلحات الدراسة:

التربية الإعلامية والرقمية: تعددت تعريفات التربية الإعلامية، ولكنها تشابهت في مضمونها، وتحمل كلها رؤيةً واحدةً إجمالاً، ولذلك سنختار أفضل هذه التعريفات وأكثرها شمولاً، وهو تعريف التربية الإعلامية حسب توصيات مؤتمر فيينا عام 1999م، الذي عقد تحت رعاية منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو)، وشارك فيه 41 خبيراً من 33 بلداً حول العالم، حيث تم تعريف التربية الإعلامية والرقمية: بأنها "تختص في التعامل مع كل وسائل الإعلام الاتصالي، وتشمل الكلمات، والرسوم المطبوعة، والصوت، والصور الساكنة والمتحركة، التي يتم تقديمها عن طريق أي نوع من أنواع التقنية، وتمكّن أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم لوسائل الإعلام الاتصالية التي تُستخدم في مجتمعهم، والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، ومن ثم تمكّنهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين".

الثاني عشر: الإطار النظري للدراسة:

اعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نموذج تكاملي من العديد من النماذج التي تتناول التربية الإعلامية، وهي:

1- نموذج التربية الإعلامية العميقة Deep Media Literacy Model:

حيث يوضح النموذج أنه في الحقبة القادمة للشبكات الرقمية العالمية، لا يمكن اعتبارنا متعلمين إعلامياً بالكامل دون فهم طبيعة وقوة التفاعل نفسه؛ فمع انتشار الشبكات التفاعلية العالمية ذات النطاق العريض، فإن التربية الإعلامية تعني بشكل أساسي الاعتراف بعمق التفاعل بيننا وبين العالم المحيط بنا على نطاق عالمي. وقد وضع Freed (2003) نموذجاً مقترحاً للتربية الإعلامية، والذي أشار بموجبه إلى "أن الإحساس العالمي هو مفتاح ما يطلق عليه تسمية "نموذج التربية الإعلامية العميقة"، وهو الوعي بأن الحياة على الأرض تفاعلية". ومن أجل تحقيق فهم جيد للتفاعل العالمي كأساس للتربية الإعلامية والرقمية المعاصرة وضع Freed⁽²¹⁾ ثلاثة مستويات لهذا النموذج، هي: المستوى الأول: مهارة استخدام تقنيات المعلومات وتصفح الشبكات الرقمية. المستوى الثاني: مهارات التفكير الناقد لمحتوى الرسائل الإعلامية. المستوى الثالث: التركيز على أهمية فكرة التفاعلية التي أتاحتها التكنولوجيا للجمهور على مستوى العالم.

كما يقترح ثلاث استراتيجيات لنموذج التربية الإعلامية العميقة، هي:

أ- تطوير رؤية إعلامية مشتركة (وذلك من خلال التعاون بين كافة الكيانات والمؤسسات الإعلامية لإنتاج محتوى يعود بالنفع على المجتمع).

ب- مناقشة الاختيارات الإعلامية (من خلال حث الناس على التفكير النقدي بشأن وسائل الإعلام وأدواتها المختلفة، وتعليمهم كيف تؤثر خياراتهم الإعلامية في أنفسهم وفي الآخرين).

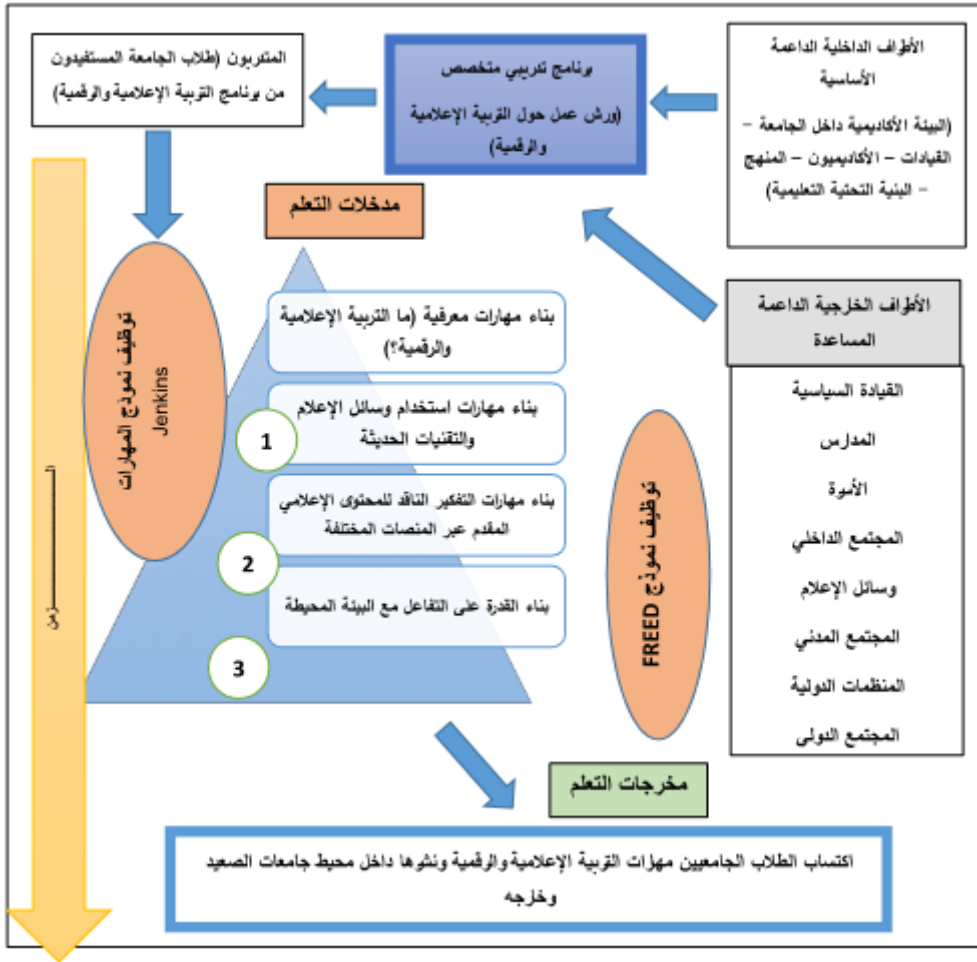
ج- مناقشة فكرة التفاعلية ذاتها (كيف تحول الجمهور إلى منتج للمحتوى عبر آلية النشر السهل والمجاني على المنصات الإعلامية المختلفة، وتأثير ذلك فيهم وفي نهج حياتهم).

2- نموذج جينكيز وآخرين حول مهارات التربية الإعلامية⁽²²⁾:

حدد النموذج المقترح من قبل Robison ,Purushotma ,Clinton ,Jenkins & weigel (2006) مجموعة من المهارات التي يجب توظيفها في عملية نشر وتحسين التربية الإعلامية، ويختلف هذا النموذج عن النماذج السابقة في تفسير دور الإعلام الجديد في نشر التربية الإعلامية من حيث نظرته إلى الأفراد كمشاركين نشطين في

البيئة الرقمية الجديدة، وإعادة صياغة أدوارهم بحيث لا تقتصر فقط على الاستهلاك الإعلامي، بل الابتكار. وتمثل المهارات التي يصفها النموذج "كفايات اجتماعية وثقافية" تغطي الوصول للتكنولوجيا وإتقان المنصات الإعلامية المختلفة، بالإضافة إلى كونها مجموعة من المهارات الناقدة التي يمكن تمييزها من خلال إتقان الإعلام الجديد، وتتمثل تلك المهارات في:

1. الأداء: القدرة على استخدام هويات بديلة للارتجال والاستكشاف.
 2. المحاكاة: القدرة على تفسير وبناء النماذج الديناميكية لعمليات العالم الواقعي.
 3. التقريب: القدرة على تجميع وإعادة مزج المحتوى الإعلامي.
 4. تعدد المهام: القدرة على فحص بيئة الفرد وتغيير نطاق التركيز تبعاً للتفاصيل.
 5. المعرفة الموزعة: القدرة على التفاعل الفعال مع الأدوات التي توسع نطاق القدرات العقلية.
 6. الذكاء الجماعي: القدرة على جمع المعرفة ومقارنة الملاحظات مع الآخرين نحو تحقيق هدف مشترك.
 7. التقييم: القدرة على الحكم على مصداقية مصادر المعلومات المختلفة.
 8. الإبحار عبر الإعلام: القدرة على اتباع وتدقيق القصص والمعلومات بصور متعددة.
 9. الترابط الشبكي: القدرة على البحث وتجميع ونشر المعلومات.
 10. التفاوض: القدرة على الإبحار عبر مجتمعات متعددة واحترام وجهات النظر وفهم واتباع المعايير.
 11. التصور: القدرة على خلق وفهم التمثيلات البصرية للمعلومات.
- ومن خلال تلك النماذج، تم صياغة نموذج خاص بتلك الدراسة يستند على الأسس والأدوات التي تم وضعها في النماذج الثلاث السابقة، وتم الإفادة منها في وضع برنامج للتربية الإعلامية والرقمية يخدم أهداف تلك الدراسة، مع مراعاة إكساب الطلاب محل الدراسة المهارات المعرفية والذهنية والسلوكية، أو ما يمكن أن نطلق عليه مهارات التربية الإعلامية. كما هو موضح في الشكل التالي:



شكل (1) نموذج التربية الإعلامية والرقمية المقترح الذي تستند إليه الدراسة الحالية (23)

من خلال النموذج السابق، نجد أن برنامج التربية الإعلامية والرقمية المقترح من قبل الدراسة يجب أن يستند إلى طرفين أساسيين لتنفيذه، وهما:

1- الأطراف الداخلية الداعمة للبرنامج: وهي التي تتمثل في البيئة الأكاديمية الداخلية للجامعات التي يتم فيها تطبيق برنامج التربية الإعلامية والرقمية، وتعد هي الداعم الأساسي والرئيس في تنفيذ برامج التربية الإعلامية والرقمية داخل الكليات المختلفة؛ حيث تجيز القيادات الجامعية تقديم تلك البرامج، ويقوم الأكاديميون من أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة بتصميم وتنفيذ برامج التربية الإعلامية، كما تضمن بعض الكليات ذات الصلة- مثل كلية الإعلام- منهجاً للتربية الإعلامية داخل

اللائحة الدراسية في كثير من الأحيان؛ نظراً لأهميته وحاجة المجتمع لجيل من الإعلاميين الخريجين الواعين بمبادئ التربية الإعلامية والرقمية، كما يتم الاعتماد على البنية التحتية للبيئة الجامعية من معامل وقاعات تدريسية وأجهزة كمبيوتر وإنترنت، وغيرها من الأدوات المساعدة على توصيل المعرفة للطلاب المشتركين في تلك الدورات التدريبية.

2- **الأطراف الخارجية الداعمة للبرنامج:** وهي تعد طرفاً مساعداً، ولكنه حيوي لتأصيل وتدعيم فكر ومبادئ التربية الإعلامية ونشره. وتعد القيادة السياسية من أهم الأطراف الداعمة لهذا البرنامج؛ لما يتيح من صياغة معنى المواطنة الفاعلة نتيجة لتغير مفهوم المشاركة السياسية في ظل التحولات الجديدة في المنطقة، وما فرضته تكنولوجيا الاتصال والإعلام الرقمي الجديد، ومع انتشار الشائعات وما يمكن أن يهدم قيم الوطن والمواطنة، لازم على القيادة السياسية دعم تلك البرامج، حيث إن مخرجات التعلم تبني مواطناً فعّالاً- ذا مسؤولية اجتماعية- على ثلاثة مستويات: (المتعلم إعلامياً ناقد إيجابي- المتعلم إعلامياً كمبدع فعال- المتعلم إعلامياً كعامل تغيير اجتماعي)⁽²⁴⁾.

ومن الأطراف الداعمة أيضاً لتصميم وتنفيذ برنامج للتربية الإعلامية والرقمية كلٌّ من المدارس، والأسرة والمجتمع الداخلي، حيث يسهم المعلمون وأولياء الأمور في وضع رؤية للبرنامج، كذلك لهم دورٌ منوطٌ بتربية النشء ليصبحوا أفراداً فاعلين في المجتمع، ولديهم رؤى نقدية، ويتعلمون كيفية الانتقاء والاختيار الواعي للمحتوى المقدم عبر وسائل الإعلام المتنوعة، في ضوء قيم المجتمع وأخلاقياته. كذلك الأمر بالنسبة لوسائل الإعلام والمجتمع المدني والمنظمات الدولية، مثل منظمتي اليونسكو واليونسيف المعنيتين بتقديم برامج التربية الإعلامية على مستوى دولي، وأخيراً دعم المجتمع الدولي الذي يعاني من خطر الغزو الفكري المتطرف، ولحاجة المجتمعات بعضها البعض للتصدي للأفكار الهدامة عبر وسائل الإعلام المختلفة؛ من خلال بناء جيل واع بمبادئ التربية الإعلامية ومتسلح بمهاراتها المتنوعة.

- من خلال دعم الأطراف الداخلية والخارجية لبرنامج التربية الإعلامية والرقمية داخل الجامعات، يقترح في هذا النموذج تقديم البرنامج في إطار ورش عمل متعددة ومتسلسلة على 3 مراحل لطلاب الجامعات- الجمهور المستهدف من قبل البرنامج-، والمراحل هي (مدخلات التعلم):

- المرحلة الأولى: بناء مهارات معرفية (ما التربية الإعلامية والرقمية؟) وبناء مهارات استخدام وسائل الإعلام والتقنيات الحديثة.
 - المرحلة الثانية: بناء مهارات التفكير الناقد للمحتوى الإعلامي المقدم عبر المنصات الإعلامية المختلفة.
 - المرحلة الثالثة: بناء القدرة على التفاعل مع البيئة المحيطة.
- ويتخلل تلك المراحل توظيف مهارات واستراتيجيات التربية الإعلامية لنموذجي Freed, Jenkins.

- ويتم تنفيذ هذا البرنامج على مدار فترة زمنية طويلة، تستمر لمدة 3 سنوات، للحصول على النتائج المرجوة منه، وخلق جيل من الشباب الجامعي قادرٍ بعد الانتهاء من البرنامج على اكتساب مهارات التربية الإعلامية والرقمية (مخرجات التعلم)، ومنها: (الوصول للمعلومات بشكل صحيح ودقيق والتأكد من مصدر المعلومات، والتحليل الناقد للمحتوى الإعلامي، كذلك تقييمه بناء على العديد من معايير التقييم، بالإضافة إلى القدرة على إنتاج المحتوى الإعلامي بأدوات بسيطة أو احترافية، والتفاعل والمشاركة مع أفراد المجتمع الداخلي والخارجي).

تنمية الوعي الإعلامي للطلاب أحد مرتكزات التربية الإعلامية:

يركز الوعي بالتربية الإعلامية على التعريف بالإعلام، وأنواع وسائل الإعلام الرسمية وغير الرسمية، ودور الإعلام وتأثيراته في الحياة اليومية، وفاعلية الرسالة الإعلامية (الصوت والصورة)، وبمن يتحكم بالإعلام، وما هو دور الطالب كمتلقٍ للوسائل والرسائل الإعلامية؟ ومن خلال الوعي بالتربية الإعلامية يتعلم الطلاب التمييز بين الحقيقة والرأي، وتحليل المعلومات وتصنيفها، والربط بينها وبين الواقع، والبحث والاستقصاء، والتعرف على عناصر الرسالة الإعلامية وتكوينها وكل عمليات النقد الإعلامي⁽²⁵⁾.

حيث يهدف النقد الإعلامي إلى تحقيق وعي إعلامي لدى المتلقي في مقابل "الوعي الزائف" أو "التضليل الإعلامي"، ويعتبر هذا الهدف إحدى الوظائف الحيوية المنوطة بعملية النقد الإعلامي.

فالمتلقي حين يتعرض للرسالة الإعلامية ويكون بصدد نقدها؛ ينفعل بدايةً مع هذه الرسالة، ويكون محاطاً بمجموعة من الدوافع النفسية التي حفزته للتعرض لها، ثم يفكر ويدرك فحوى هذه الرسالة، وبهذا يكون في المستوى الثاني من الوعي الإعلامي الذي يمثل عمليات الفهم والمعرفة والإدراك، ويمارس مجموعة من العمليات العقلية المعقدة؛ بهدف الوقوف على خلفيات الرسالة الإعلامية وأهدافها، رابطاً إياها بمجموعة من

المتغيرات السياسية والثقافية، وبعدها يصل إلى المستوى الثالث من مستويات الوعي الإعلامي، وهو المستوى السلوكي الذي يمثل أحد مظاهر الوعي الإعلامي ومستلزماته؛ فقد يتبنى جزءاً من هذه الرسالة، وقد يهملها، وقد يرفض بعض محتوياتها، أو يتبنى بعض الأفكار، والاتجاهات والقيم والمعلومات التي تحملها، وقد يناقش مع زملاء المهنة أو الأصدقاء وأفراد العائلة محتويات الرسالة الإعلامية التي تعرض لها؛ مما ينشئ تفاعلاً اجتماعياً بعد التفاعل الذاتي الذي سببته عملية النقد الإعلامي. وتقوم عملية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية على ثلاث ركائز أوضحها واي وشين (2015) كالتالي⁽²⁶⁾:

- 1- الإفادة النشطة من التربية الإعلامية.
- 2- القدرة على التقييم الواعي لإمكانيات ومخاطر الإعلام.
- 3- الانتباه لتأثير التربية الإعلامية في العقل والسلوك.

مهارات التربية الإعلامية Skills literacy Media:

إن الوعي الإعلامي لا يقتصر على تحليل الرسائل الإعلامية وتقويمها والقدرة على قراءة طبقاتها المتعددة والوصول إلى نتائج تتعلق بالحقائق والمعلومات واستخدام مهارة التفكير الناقد، بل هو أكثر من ذلك؛ إن الوعي الإعلامي يتضمن أيضاً مهارة حسن الاختيار والتواصل والمشاركة في صياغة الرسائل الإعلامية والتأثير فيها، وكذلك أيضاً إنتاج المحتوى الإعلامي.

وهناك أربع مهارات تتمثل في السلوك الواعي إعلامياً، وهي: (الاختيار- التواصل- الإنتاج- المشاركة).

1- مهارة حسن الاختيار: من المتفق عليه أن لا أحد يجبر أحداً على متابعة وسيلة بعينها أياً كان نوعها، فالمتلقي دائماً هو الذي يختار الوسيلة التي يتأثر بها ورسائلها من خلال تجربته معها.

2- مهارة التواصل ورجع الصدى: لا بد أن تعبر عن مشاعرك دائماً بخصوص الرسائل الإعلامية التي تتعرض لها، وتتواصل مع القائمين بالاتصال عبر الهاتف أو شبكات التواصل الاجتماعي.

3- مهارة المشاركة التفاعلية في الحوار.

4- مهارة إنتاج المضامين الإعلامية.

مهارات الثقافة الإعلامية والتربية الإعلامية:

تجدر الإشارة إلى وجود علاقة تكاملية بين مهارات التربية الإعلامية، ومهارات: الثقافة الإعلامية، والثقافة البصرية، والثقافة الإخبارية، والثقافة المعلوماتية، والثقافة الرقمية، ومهارات التفكير العليا أو التفكير الناقد، ومهارات الاتصال الفعال، والنماذج المختلفة لمهارات الألفية الثالثة أو مهارات عصر المعرفة، ومهارات القرن الحادي والعشرين، ومهارات وسائل الإعلام الاجتماعية، وجميعها مهارات مكملة لمهارات التربية الإعلامية الأساسية⁽²⁷⁾.

وفي هذا السياق، تركز مهارات الثقافة الإعلامية Skills Literacy Media كمهارات مكملة لمهارات التربية الإعلامية على تنمية وعي الطالب بوسائل الإعلام of Awareness Media، بحيث يصبح الطالب قادراً على أن يتعرف على طبيعة وسائل الإعلام وتأثيرها في حياة الأفراد، ولديه القدرة على الوصول إلى وسائل الإعلام Media to Access، وفيها يصبح الطالب قادراً على الوصول إلى وسائل الإعلام المختلفة ونشر الرسائل الإعلامية لتلك الوسائل، وهو ما يزيد من وعي الطلاب بوسائل الإعلام وأساليب انتشارها؛ مما يؤدي لقدرة أعمق لدى الطلاب على التحليل والفهم، والمدافعة Advocacy، من خلال قدرة الطالب على تحديد الرسائل الإعلامية الهادفة والبناءً وكيفية صياغة الرسالة الإعلامية، والتلقي النشط Activism، بحيث يصبح الطالب قادراً على المدح أو الهجاء من خلال تكوين الآراء الخاصة به فيما يتعلق بالتأثيرات السلبية والإيجابية الناتجة عن وسائل الإعلام، وقد يتمثل ذلك في صورة تأييد لوسائل الإعلام التي تقدم مضامين هادفة، والاعتراض على وسائل الإعلام التي تقدم مضامين غير هادفة، بالإضافة إلى قدرة الطلاب على إعداد حملات للثقافة الإعلامية تتعلق بمضامين وسائل الإعلام المختلفة، وتغيير الرسائل الإعلامية غير المرغوب فيها، والقدرة على تحليل المضمون Content of Analysis، وذلك بأن يكون الطالب قادراً على مناقشة الأنماط المختلفة والمضامين المتعددة للرسائل الإعلامية، بالإضافة إلى الوعي بأهداف وسائل الإعلام في إقناع المتلقي⁽²⁸⁾.

وخلصت لوان Literat Ioana إلى اثنتي عشرة مهارة، تمثل مهارات الثقافة الإعلامية الجديدة Literacies Media New (NMLs)، ويطلق عليها مهارات ما بعد الخبرة الإعلامية أو القدرة التكنولوجية، وهي مجموعة من الكفاءات الاجتماعية والثقافية التي تمكن الطلاب من التعامل مع البيئة الإعلامية الرقمية ووسائل الإعلام الجديدة عبر الإنترنت وبرامج الهواتف المحمولة وألعاب الفيديو، وتركز هذه المهارات الجديدة على فهم وتحليل الطلاب لمختلف أشكال محتوى البرامج الإعلامية في سياقها الاجتماعي والثقافي، وظروف الإنتاج، والجمهور المستهلك، ويختلف الطلاب في ممارستهم لتلك المهارات وفقاً

لنمط تعرضهم لوسائل الإعلام الجديدة، وليست التقليدية، ومستوى مشاركتهم الرقمية لمواقع التواصل الاجتماعي واليوتيوب والمدونات⁽²⁹⁾.

وتتحدد هذه المهارات في: لعب الدور Role Play من خلال تنمية قدرة الطالب على تجريب أحد النماذج في البيئة المحيطة كحل للمشكلة المطروحة، والأداء Performance، في إكساب الطالب القدرة على اتخاذ بديل للهوية بغرض الارتجال أو الاكتشاف، والمحاكاة Simulation، من خلال تنمية قدرة الطالب على تفسير وبناء نماذج دينامية لعمليات العالم الحقيقي، والتخصيص Appropriation، في إكساب الطالب القدرة على أخذ عينات ذات معنى من المحتوى الإعلامي، وتعدد المهام Multitasking، من خلال تنمية قدرة الطالب على تحليل البيئة المحيطة، والتركيز على التفاصيل البارزة اللازمة، وتوزيع الإدراك Cognition Distributed، في إكساب الطالب القدرة على التفاعل الهادف مع الأدوات التي تعمل على توسيع قدراته العقلية، والذكاء الجماعي Intelligence Collective، من خلال تنمية قدرة الطالب على تجميع المعرفة ومقارنة الملاحظات مع الآخرين نحو هدف مشترك، والحكم Judgment، في إكساب الطالب القدرة على تقييم موثوقية ومصداقية مصادر المعلومات المختلفة، والتصفح عبر وسائل الإعلام Navigation Transmedia، من خلال تنمية قدرة الطالب على متابعة تدفق المعلومات والقصص الإخبارية بطرائق متعددة، والربط الشبكي Networking، في إكساب الطالب القدرة على البحث عن تجميع ونشر المعلومات، والتفاوض Negotiation، من خلال تنمية قدرة الطالب على السفر لمجتمعات متنوعة، واحترام وجهات النظر المختلفة، واستيعاب المعايير البديلة، والرؤية Visualization، في إكساب الطالب القدرة على تكوين وفهم التمثيل المرئي للمعلومات. وخلصت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلاب في ممارستهم لتلك المهارات، لصالح الطلاب كثيفي التعرض لوسائل الإعلام الجديدة، وكثيفي المشاركة الرقمية لمواقع التواصل الاجتماعي واليوتيوب وإنشاء المدونات⁽³⁰⁾.

وتتحدد مهارات الثقافة البصرية Skills Literacy Visual كمهارات مكملة لمهارات التربية الإعلامية، في تنمية قدرة الطلاب على تحديد الرسالة البصرية ومصدرها ومادتها ونوعها، وفهم الرسالة البصرية، واستخدام الرسالة البصرية لأغراض مختلفة، وتحليل الرسالة البصرية، بتحديد المعلومات ذات الصلة بمعنى الصورة، واختيار العنصر البصري الأكثر ملاءمة، وتحديد الصورة الفعالة، وتنظيم الصور ومصادر المعلومات الخاصة بها، وتفسير الرسالة البصرية بمشاركة الآخرين، بوضع الصورة في سياقاتها الثقافية والتاريخية والاجتماعية والأخلاقية والقانونية، وتصميم الصورة بمكوناتها المادية والتقنية والإبداعية،

وإنتاج الصورة البصرية من خلال مجموعة من الأدوات والتقنيات في مشروعات علمية متنوعة، وتقييم الصورة البصرية بخصائصها الجمالية والتقنية، وإصدار أحكام حول مدى موثوقية ودقة المعلومات المرفقة بالصورة⁽³¹⁾.

وتتوقع أليس Y.L.LEE, Alice أنه بتوفر مجموعة من مهارات التربية الإعلامية للطلاب في القرن الحادي والعشرين، يتمكن الطلاب من الوعي النقدي لتأثير وسائل الإعلام في حياة الفرد والمجتمع ككل، وفهم الأساليب التي تستخدمها وسائل الإعلام كعملية اتصال، وإتقان المهارات اللازمة لتحليل أنواع مختلفة من الرسائل الإعلامية، خاصة الرسائل الخفية، واستخدام معيار حاسم لتقييم الأداء الإعلامي والمنتجات الإعلامية البارزة، والتعلم من خلال وسائل الإعلام، والتعبير الإبداعي، ورصد تأثير وسائل الإعلام، والقدرة على إبداء الرأي حول الأداء الإعلامي وكيفية تحسينه، والقدرة على ممارسة أخلاقيات العمل الإعلامي من خلال المشاركة في الإنتاج الإعلامي، والتطبيق الواعي البناء لما تم تعلمه من وسائل الإعلام⁽³²⁾.

استراتيجيات التربية الإعلامية ومهاراتها:

تتعدد وجهات النظر حول الاستراتيجيات أو الأساليب المناسبة لتفعيل برامج التربية الإعلامية. ففى الوقت الذى ينادى فيه البعض بضرورة أن يتعلم الطلاب مهارات التربية الإعلامية من خلال مادة أو مقرر خاص بالتربية الإعلامية؛ ينادى البعض الآخر بدمج التربية الإعلامية في المنهج بدلاً من تقديمها في مادة منفصلة⁽³³⁾، بينما ينادى فريق ثالث بتوظيف كلا المنهجين في هذا السياق. وحدد مركز الثقافة الإعلامية⁽³⁴⁾ Media Center for Literacy عشر استراتيجيات لتدريس التربية الإعلامية، أهمها: دمج التربية الإعلامية في المنهج، أو (و) تقديم مقرر كامل في التربية الإعلامية، وتوظيف النموذج الاستقرائى Approach Inquiry، وتدريس مهارات التفكير الناقد، وتحليل البيئة الإعلامية، ودراسة وجهات النظر المختلفة، وغيرها. كما يقترح المركز المذكور استخدام نموذج التعلم النشط Learning Active الذى يبدأ بمرحلة الوعي بقضية معينة ثم التحليل ثم التعقيب (التأمل)، وأخيراً، الاستجابة. ونتاج هذه النشاطات الأربعة هو الخبرة التى يكونها الفرد.

ويعتقد كونسداين⁽³⁵⁾ Considine, 2003 أن التربية الإعلامية هى كفاية وليس مقرراً، ولذا ينبغى دمجها في المنهج. وتؤكد هوبز⁽³⁶⁾ Hobbs, 2001 على أهمية أن يتضمن التحليل الإعلامى في المدرسة خمسة مفاهيم، هي:
- أن الرسائل الإعلامية هي نتاج فرد أو مؤسسة.

- أن الرسائل الإعلامية يتم إنتاجها في سياقات اجتماعية واقتصادية، وسياسية، وتاريخية، وجمالية.
- أن تفسير المعنى وبناءه يتكون من تفاعل بين المتلقي والنص والثقافة.
- أن لكل وسيلة إعلامية رموزها الخاصة بها.
- دور التعبير الإعلامي في فهم الناس للحياة الاجتماعية.
- وحول أساليب تحقيق التربية الإعلامية لأهدافها في المرحلة الجامعية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية، السيد، (2020)⁽³⁷⁾ ينبغي:
- الاستعانة بالنخبة الأكاديمية "الدوليين" في مجال التربية الإعلامية لتصميم برامج التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية.
- تصميم برامج التربية الإعلامية بإشراك متخصصين في مجالي التربية والإعلام.
- تشجيع طلاب الجامعة على المشاركة وإبداء الرأي بالوسائل الإعلامية المختلفة.
- حث أعضاء هيئة التدريس وطلاب الجامعة على إجراء البحوث في مجال التربية الإعلامية.
- عقد ندوات داخل الجامعة يشارك فيها الطالب في مجال قراءة الرسائل الإعلامية وتحليلها ونقدها لنشر ثقافة التربية الإعلامية.
- فيما جاء أسلوب "إدخال التربية الإعلامية كمقرر دراسي ضمن متطلبات الجامعة، وكذلك أسلوب تنفيذ دورات في مجال التربية الإعلامية" باتجاه معارض.
- وعرض أحمد جاب الله (2017)⁽³⁸⁾ إطاراً عاماً لما ينبغي أن تكون عليه المعايير الأكاديمية لتدريس التربية الإعلامية كنموذج يتفق مع الطبيعة المصرية وخصائص طلاب الجامعة على النحو التالي:
- معرفة طلاب الجامعات بأهمية الوسائل الإعلامية وتأثيرها الواضح في حياتنا المعاصرة.
- الفهم الواعي في استخدام أنسب هذه الوسائل استخداماً آمناً شكلاً ومضموناً.
- قدرة الطلاب على تحليل المضامين الإعلامية وتفسيرها.
- المشاركة الفاعلة لطلاب الجامعات في ابتكار محتويات إعلامية جديدة وإنتاجها.
- التواصل الإعلامي بين طلاب الجامعات بروح الفريق الباحث عن الارتقاء بالذوق العام.
- اتفاق مضمون المادة الإعلامية مع القيم والعادات والسلوكيات الأخلاقية لدينا الحنيف.

- توفير المحتوى المناسب مع ثراء الموضوعات الإعلامية من المعارف والمعلومات والقيم والاتجاهات والمهارات والخبرات اللازمة للتربية الإعلامية.
- الإفادة من المشروعات العالمية وتجارب الدول وخبراتها المناسبة في مجال التربية الإعلامية.
- التنوع في المحتوى الإعلامي ضرورة حتمية للتناسب مع الميول والاهتمامات المختلفة لجمهور المتلقين.
- مصداقية الوسيلة في تقديم موادها الإعلامية في ضوء ميثاق شرف المهنة.
- قدرة الطالب على تقييم أداء الوسيلة، ومن ثم جودة الانتقاء والاختيار للمسموع أو المقروء أو المشاهد.

وفي ظل التطور الحاصل في تقنيات الإعلام في السنوات الأخيرة، أصبح الإعلام الرقمي واقعاً مفروضاً على الكل في المجتمع ينبغي أن يتماشى معه ويستفيد من خدماته، وخاصة في مجال التربية الإعلامية؛ حيث إن الشبكات الرقمية المعاصرة هي كونية الطابع، خصوصاً مع التوسع في الشبكات التفاعلية الكونية واسعة النطاق Broadband التي تتيح للأفراد الانغماس immersion في بيئات تفاعلية كونية؛ إذ إن مهارات التفكير الناقد والمهارات التقنية ليست كافية للبقاء دون فهم طبيعة وقوة التفاعلية نفسها، وإن الفرد المثقف إعلامياً هو الذي يعترف بعمق التفاعل الكوني؛ لذلك يصبح الوعي الكوني sensibility global مفتاح الثقافة الإعلامية، وهو يعني أن الحياة المعاصرة تفاعلية (39).

التربية الإعلامية في العالم العربي:

- تختلف دول العالم في تعاطيها مع التربية الإعلامية حسب ما يلي (40):
- دول متقدمة في هذا المجال فيها رسوخ ونظامية في التربية الإعلامية، حيث وضعت أسس التربية الإعلامية وموجهاتها العامة ومناهجها، وأعدت المعلمين ودرّبتهم ووفرت المصادر التربوية لتعليم التربية الإعلامية؛ مثل كندا وأغلب دول أوروبا.
- دول يوجد بها تربية إعلامية مدرسية، لكنها غير منتظمة وغير مكتملة؛ مثل إيطاليا وأيرلندا.
- دول ما تزال التربية الإعلامية بها في مرتبة التعليم غير المدرسي، حيث تقدم في برامج الشباب والجماعات النسائية، ودور العبادة، مثل الولايات المتحدة الأمريكية ودول العالم الثالث.

- وبالنسبة للمنطقة العربية، فإنها بدأت تتفاعل بشكل متنامٍ مع منهج التربية الإعلامية والرقمية، وخاصة في كليات الإعلام بالدراسات الجامعية الأولية والعليا، ابتداءً من لبنان حيث كانت نقطة الانطلاق لطرح هذا المفهوم وتعميمه على الجامعات وبعض المدارس بالتعاون مع منظمة اليونسكو، وكذلك في العراق دخلت في منهج الدراسات العليا، وقريباً ستدخل في الدراسات الأولية، وفي سوريا دخلت إلى الأجواء الجامعية، وكذلك في الجامعات المصرية والفلسطينية والأردنية، ولا سيما في معهد الإعلام للدراسات العليا، وحتى في سلطنة عمان واليمن اللتان دخل مشاركون منهما في أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية ببيروت، وبحسب المعطيات فرغم الانفتاح عليها سيكون على جميع البلدان العربية وفق خطة اليونسكو خلال العام 2017 أن تقوم بتدريس مناهج التربية الإعلامية في دولهم، ويجب أن نشير إلى الحالة المتقدمة في مجال التربية الإعلامية التي حاولت السعودية الانفتاح عليها منذ عام 2005، عندما قدمت دراسات تربوية لدمج التربية الإعلامية في مدارسها وإشراك المعلمين والمدرسين في دورات في كليات وأقسام الإعلام لتوضيح الثقافة الإعلامية، وهو الحال أيضاً بالنسبة إلى دولة قطر التي احتضنت بعض المؤتمرات الخاصة بالثقافة الإعلامية، ولكنها حتى الوقت الحالي بحاجة إلى تطوير وتفعيل أكبر لتشره بين طلبة المدارس والجامعات⁽⁴¹⁾.

الثالث عشر: نتائج الدراسة الطولية شبه التجريبية:

في ضوء النموذج المقترح في الدراسة حول التربية الإعلامية والرقمية، يحتوي البرنامج (المصمم لتلك الدراسة) على (12) ورشة عمل مقسمة على (12) أسبوعاً على مدار 3 سنوات، بواقع 4 ورش عمل كل سنة، وزمن كل ورشة (6) ساعات لمرحلة التفاعل المباشر في المرحلة الأولى، وتم تقليل الوقت لمدة (4) ساعات في المرحلة الثانية، و(4) ساعات مقسمة على يومين لمرحلة الأون لاين online في المرحلة الثالثة، حيث تم تنفيذها على ثلاث مراحل بإجمالي (56) ساعة تدريبية.

المستوى الأول: إجراءات وسمات وعناصر تصور مقترح لنشر التربية الإعلامية والرقمية

بين طلاب جامعات الصعيد:

تم إعداد هذا البرنامج المقترح وفقاً للحد الأدنى من عدد ورش العمل التي يمكن إعطاؤها لمنهج التربية الإعلامية والرقمية على مدار ثلاث سنوات لطلاب الجامعة.

وبالإضافة من تجربة التربية الإعلامية بلبنان التي شاركت فيها الباحثتان، وبالاطلاع على نتائج ودراسات بحوث التربية الإعلامية (في حدود اطلاع الباحثين). كما تم استخدام نموذج المجموعة الواحدة، وتم عمل اختبار قبل البدء في البرنامج، واختبارات قبل وبعد كل مرحلة من مراحل البرنامج (اختبار قبلي وبعدي) لقياس مستوى التطور في معارف ومهارات وسلوكيات الباحثين عينة الدراسة تجاه التربية الإعلامية والرقمية.

أولاً: المرحلة الأولى: مرحلة المعرفة واكتساب مهارات استخدام وسائل الإعلام التقليدية والرقمية:

تم بدء البرامج في الفترة من أغسطس 2017- حتى يناير 2018، وتم تنفيذ 4 ورش عمل لعدد 30 طالبا من طلاب كلية الإعلام جامعة بني سويف- عينة الدراسة- وتم التدريب داخل قاعات ومعامل كلية الإعلام، مجهزة ب(سبورة- شاشة عرض- جهاز لابتوب متصل بالشاشة- سماعات- أجهزة كمبيوتر)، بواقع 6 ساعات لكل ورشة تبدأ من الساعة التاسعة صباحاً وتنتهي الساعة الثالثة عصراً، يتخللها نصف ساعة استراحتان، بإجمالي 24 ساعة تدريبية. كما تم الاستعانة بمدرسين من أعضاء هيئة التدريس بكلية الإعلام ممن لديهم خبرات تدريبية وتدرسية في مجال التربية الإعلامية⁽⁴²⁾. وجاءت نتائج المرحلة الأولى كالتالي:

1. أ. قبل بدء البرنامج للمرحلة الأولى (الإعداد للبرنامج التدريبي):

أثناء فترة الإعداد للبرنامج، تم إجراء استطلاع رأى الطلاب حول برنامج التربية الإعلامية والرقمية، وتم إعداد الأسئلة بشكل إلكتروني عبر أداة جوجل للاستطلاع وإرسالها إلى الطلاب عبر تطبيق الواتساب، وشملت سؤاليين، وهما:

- ما مفهومك عن التربية الإعلامية؟
 - ما المضامين التي قد يحتوي عليها برنامج التربية الإعلامية؟
- وجاءت إجابات الطلاب على النحو التالي:

1. 1. أ. فيما يخص معرفتهم بمفهوم التربية الإعلامية:

تم توجيه السؤال إلى الطلاب بشكل مكتوب، وأجاب نحو 40% من عينة الطلاب (12 طالبا من إجمالي 30) أن مفهوم التربية الإعلامية يتمثل في:

جدول (1) مفهوم التربية الإعلامية لدى الطلاب عينة الدراسة قبل بدء البرنامج التدريبي

(ك)	مفهوم التربية الإعلامية
6	نشر الإعلام في كل مكان
9	الفهم الإيجابي للإعلام
12	كيفية التعامل على نحو إيجابي مع وسائل الإعلام
4	أخرى تُذكر

كما هو مبين بالجدول، فقد أظهرت إجابات الطلاب (30) درجة من المعرفة تجاه مفهوم التربية الإعلامية، وتمثلت فئة "أخرى تذكر" في تعريفهم للتربية الإعلامية على أنها:

- الاتصال عبر كافة الوسائل.
 - تدريس الإعلام لطلاب المدارس.
 - كيفية كتابة ونشر الأخبار والمعلومات.
- وتعكس إجابات الطلاب أن لديهم معرفةً بمفهوم التربية الإعلامية، ربما لانتماء الطلاب إلى كلية الإعلام من الأساس بحكم تخصصهم الدقيق.

أ. 1. 2. فيما يخص سؤالهم حول: ما المضامين التي يمكن أن تدرسها في إطار برنامج

التربية الإعلامية والرقمية؟

يوضح جدول رقم (2) إجابات المبحوثين، على أن يكون اختياراً واحداً للإجابة عن السؤال المطروح الخاص بتوقعات الطلاب فيما يخص الموضوعات التي يجب تناولها عند دراسة التربية الإعلامية.

جدول (2) مضامين برنامج التربية الإعلامية وفقاً لآراء الطلاب عينة الدراسة قبل بدء البرنامج

م	مضامين برنامج التربية الإعلامية	(ك)
1	الخصوصية وحماية البيانات	5
2	كيفية كتابة الخبر	4
3	التحقق من المصادر	5
4	كيفية التصوير	1
5	استخدام أدوات التكنولوجيا والوسائط المتعددة	4
6	كيفية زيادة المتابعين على الإنترنت	2
7	عمل الأفلام السينمائية	1
8	كيفية تقديم البرامج	1
9	القائم بالاتصال في وسائل الإعلام	2
10	كيف تكون إعلامياً ناجحاً	4
11	كيفية الالتحاق بالمؤسسات الإعلامية والعمل بها	1
	الإجمالي	30

وكما هو مبين بالجدول، تنوعت إجابات الطلاب الـ 30 حول المضامين التي يمكن أن يشتمل عليها برنامج التربية الإعلامية.

أ. 1. 3 ورش عمل تدريب المرحلة الأولى:

بعد مرحلة استطلاع الرأي، تم طرح البرنامج والبدء فيه على النحو المبين في جدول رقم (3):

جدول (3)

أبرز الموضوعات والأدوات المستخدمة في تدريب المرحلة الأولى ومخرجات التعلم
ن=30

المخرجات	الأنشطة وأساليب التدريب	ورش العمل
زيادة معرفة الطلبة بمفهوم التربية الإعلامية والرقمية، من خلال قياس مستوى المعرفة لديهم قبل وبعد التدريب باستمرار استبانة، لبيان فهم الطلاب للمفهوم، كذلك فهمهم لأهمية دراسة التربية الإعلامية على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، من خلال الاطلاع على تجارب بعض الدول المهتمة بمجال التربية الإعلامية والرقمية.	<ul style="list-style-type: none"> - التفاعل المباشر والمناقشة. - العصف الذهني حول مفهوم التربية الإعلامية وأهميتها. 	<p>الورشة الأولى: "ورشة تمهيدية" مفهوم التربية الإعلامية في ظل البيئة الإعلامية الجديدة"</p> <ul style="list-style-type: none"> أ- نشأة المفهوم. ب- أهمية التربية الإعلامية. ج- عرض نماذج لتجارب في العالم العربي.
يكتسب الطلاب معرفة حول دور الإعلام في المجتمعات، وكيفية تحديد دور وسائل الإعلام في مختلف القضايا والموضوعات التي تقدمها.	<ul style="list-style-type: none"> - التفاعل المباشر والمناقشة - ورش عمل تقوم على تحليل بعض النماذج المقدمة إليهم وتصنيفها على أنها أدوار سلبية أو إيجابية لوسائل الإعلام المختلفة. • عروض تقديمية. • عرض مقاطع فيديو. 	<p>الورشة الثانية: "أدوار الإعلام في البيئة الإعلامية الجديدة"</p> <ul style="list-style-type: none"> أ- عرض نماذج لأهم الأدوار التي يقوم بها الإعلام بمختلف أنواعه في الوقت الحالي. ب- عرض نماذج إيجابية لأدوار الإعلام. ج- عرض نماذج سلبية لأدوار الإعلام.
يتعرف الطلاب على استخدام مواقع الإنترنت المختلفة وأدواتها، ومعرفة الفروقات بين كل موقع وآخر، وكيفية التخطيط للحملات على هذه المواقع، مع التركيز على	<ul style="list-style-type: none"> - عرض مقاطع فيديو. - عروض تقديمية. - ورشة عمل للطلاب حول "إظهار الفرق بين مواقع 	<p>الورشة الثالثة: "استخدام مواقع الإنترنت والإبحار فيها"</p>

<p>أخلاقيات استخدامها.</p>	<p>الويب ومنتديات الإنترنت والمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي". تفاصيل النشاط: سيطرح على المشاركين عينة من مواقع عدد من منتديات الإنترنت والمدونات ومواقع الشبكات الاجتماعية. ويميز المشاركون بين هياكل عنوان URL الخاصة بكل موقع.</p>	<p>أ- الوصول إلى الإنترنت باستخدام أجهزة الكمبيوتر والهواتف المحمولة وأجهزة الكمبيوتر المحمولة وجميع الوسائط المحمولة. ب- مواقع الويب. ج- Web1.0 و Web2.0 و Web3.0. د- أنواع المواقع المختلفة. هـ- أنواع المدونات المختلفة. و- منتديات الإنترنت بأنواعها المختلفة. ز- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.</p>
<p>- تقديم المعرفة اللازمة لمساعدة الطلاب على استخدام منصات التواصل الاجتماعي بشكل أفضل، وكيفية التخطيط للحملات على هذه المنصات، مع التركيز على أخلاقيات استخدامها. - زيادة الوصول إلى المعلومات والأدوات الرقمية متعددة المنصات، وكذلك تعزيز الحوار بين الشباب الجامعي.</p>	<p>• ورشة عمل: النشاط الأول: حول إنشاء صفحة عبر موقع Facebook، وتحديد نوعها والغرض منها، وكيفية الترويج لها وإضافة عناصر للجذب كلما أمكن ذلك. النشاط الثاني: ورشة عمل حول كيفية استخدام موقع LinkedIn لإنشاء سيرة ذاتية والعثور على وظيفة مناسبة.</p>	<p>الورشة الرابعة: "منصات التواصل الاجتماعي Social Media" أ- أهم مواقع التواصل الاجتماعي. ب- استخدامات الشبكات الاجتماعية. ج- الفرق بين الصفحات والمجموعات عبر موقع Facebook. د- كيفية الاستفادة من الشبكات الاجتماعية في (العمل- المدرسة- متابعة الأخبار- البحث عن عمل). هـ- كيف تروج لنفسك من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.</p>

أ. 1. 4 بعد انتهاء المرحلة الأولى من برنامج التربية الإعلامية والرقمية:

تم عمل نشاط تدريبي للطلاب داخل معمل الكمبيوتر بكلية الإعلام لقياس مخرجات العملية التدريبية لتلك المرحلة، كانت (مدته ساعة) وتضمن الآتي:

- تم عرض محتوى إعلامي مقدّم في أحد البرامج، أحدها (مدته دقيقتان ونصف) به ممارسات سلبية من جانب مقدم البرنامج (تعديه بالأيدي على ضيف البرنامج) وطلب من الطلاب التعليق على تصرف القائم بالاتصال.
- تم سؤال الطلاب عن إعداد سيرتهم الذاتية على موقع لينكد إن.
- قيام الطلاب بإنشاء صفحة عبر موقع الفيسبوك تتناول محتوى إعلامياً إيجابياً.
- على كل طالب أن يقدم نموذجاً لكل من (منتدى- مدونة- موقع- جروب على فيسبوك)، مع وضع اللينك الخاص بكل نموذج.
- وبعد تصحيح الاختبار من جانب المديرين، لوحظ التالي:**
- شارك في الإجابة عن الاختبار 17 طالباً فقط، فيما انسحب الباقون.
- عكست نتائج الطلاب درجة من المعرفة يمكن وصفها بمتوسطة، حيث جاءت نتائجهم متراوحة ما بين (25-32) من إجمالي 40 درجة (بواقع 10 درجات لكل سؤال).
- أ. 5. ملاحظات عامة حول المرحلة الأولى من التدريب:**
- خلال فترة التدريب بالمرحلة الأولى تم ملاحظة التالي:**
- إقبال شديد من جانب الطلاب في بداية الإعلان عن التدريب، ثم عزوف الطلاب تدريجياً.
- يتحمس الطلاب فقط عندما يعلمون أن هناك مكافأة في نهاية التدريب أو جوائز تحفيزية يتم الحصول عليها من خلال المسابقات.
- يهتم الطلاب فقط ويتفاعلون في حالة استخدام وسائط ملتيميديا (فيديو أو صوت).
- يتفاعل الطلاب من خلال الأنشطة.
- بنهاية تلك الفترة وصل عدد الطلاب إلى 15 طالباً وطالبة فقط.
- طلاب المستوى الأول والثاني يكونون أكثر إقبالاً وحماساً للاشتراك في البرنامج من المستويات الأعلى.

أ. 1. 6. أبرز المعوقات وكيفية التغلب عليها خلال المرحلة الأولى من التدريب:

يوضح الجدول التالي أبرز المعوقات التي واجهت الباحثين في المرحلة الأولى من إجراء التدريب، وكيف تم التغلب على هذه المعوقات خلال تلك المرحلة والمرحلة التالية:

جدول (4)

أبرز المعوقات وكيفية التغلب عليها في تدريبات المرحلة الأولى من الدراسة

م	أبرز المعوقات	كيفية التغلب على المعوقات
1	صعوبات تجميع الطلاب نظراً لمواعيد محاضراتهم المختلفة، حيث ينتمي الطلاب إلى مستويات مختلفة.	تم اختيار يوم الخميس خلال فترة التدريب خلال المرحلة الثانية من البرنامج؛ نظراً لعدم انعقاد أي محاضرات داخل الكلية خلال هذا اليوم، وبالتالي إمكانية تجميع الطلاب.
2	عدد الطلاب كبير ويحتاج إلى قاعات كبيرة وأدوات تدريبية تفاعلية.	خلال المرحلة الثانية تقلص عدد المتدربين إلى النصف، وبالتالي لم تعد هناك حاجة لقاعات تدريبية أكبر، وتم استخدام معامل الكلية التي تحتوي على كمبيوتر مزود بالإنترنت، بالإضافة لزيادة أعداد ورش العمل الجماعية داخل كل ورشة لتحقيق مزيد من التفاعلية.
3	عدم قبول الطلاب لفكرة أن يقوم مدرب من داخل الكلية بالتدريب فقط، حيث يرغب الطلاب أن يكون بالإضافة لوجود مدرب من الداخل، الاستعانة أيضاً بمدرب خبير من خارج الكلية.	تم الاستعانة في المرحلة الثانية من البرنامج المقترح بممارسين من خارج الكلية، كما تم تقديم تجربة التعليم بالأقران، من طلاب المستوى الرابع المتميزين في مجال صناعة المحتوى الإعلامي، بالإضافة لمدرسين من داخل الكلية لتحقيق الإفادة القصوى للطلاب على المستويين العملي والنظري.
4	نقص الإمكانيات المادية من أدوات مكتبية ووجبات طعام للطلاب؛ نظراً لطول فترة التدريب والحاجة لأدوات تساعد في إتمام عقد ورش العمل والأنشطة التدريبية داخل قاعات التدريب.	تم شراء بعض الأدوات المكتبية على حساب المديرين من داخل الكلية (القائمين على تلك الدراسة)، كما أن هذه الدورة التدريبية جاءت مجانية، وتم إعطاء شهادات إلكترونية للطلاب المنتهين بالبرنامج عن كل مرحلة؛ كنوع من الدعم المعنوي لهم والمساندة لإتمام البرنامج بمراحله الثلاثة.
5	طول مدة الفترة التدريبية بالنسبة للطلاب خلال الورش.	تم مراعاة ذلك، وتقليل عدد الساعات التدريبية في المرحلة الثانية من التدريب، لتصبح 4 ساعات بدلاً من 6 ساعات.

ثانياً: المرحلة الثانية: مرحلة بناء مهارات التفكير الناقد للمحتوى الإعلامي المقدم عبر

المنصات المختلفة:

تم بدء البرامج في الفترة من أغسطس 2019 حتى مارس 2020، وتم تنفيذ 4 ورش عمل لعدد 15 طالباً من نفس طلاب المرحلة الأولى، حيث انسحب من البرنامج 15

طالباً؛ نظراً لتخرج بعض الطلاب، وعدم اهتمام البعض الآخر ببقية البرنامج. واستمر التدريب داخل قاعات ومعامل كلية الإعلام، المجهزة ب(سبورة- شاشة عرض- جهاز لابتوب متصل بالشاشة- سماعات- أجهزة كمبيوتر)، بواقع 4 ساعات لكل ورشة تبدأ من الساعة العاشرة صباحاً وتنتهي الساعة الثانية ظهراً، يتخللها استراحة واحدة مدتها 15 دقيقة، بإجمالي 16 ساعة تدريبية. وتم الاستعانة بمدرسين من أعضاء هيئة التدريس بكلية الإعلام، بالإضافة إلى ممارسين من خارج الكلية ممن لهم خبرات في مجال التربية الإعلامية على المستوى العملي،⁽⁴³⁾ وجاءت نتائج المرحلة الثانية على النحو التالي:

أ. 2. قبل بدء المرحلة الثانية من البرنامج التدريبي:

خلال تلك الفترة كان عدد الطلاب المستمرين في البرنامج من المرحلة الأولى 15 طالباً وطالبة مسجلين بالمستوى الأول والثاني فقط بكلية الإعلام. وباستخدام أسلوب النقاش تم طرح سؤال للطلاب قبل بداية المرحلة الثانية من البرنامج مفاده: "كيف يمكنك أن تتأكد من صحة ما يكتب أو يذاع أو يبث؟" وتم تسجيل إجاباتهم على السبورة من قبل القائمين على التدريب، ويوضح الجدول التالي إجابات المبحوثين عن هذا السؤال:

جدول (5)

كيف تتأكد من صحة ما يكتب أو يذاع أو يبث عبر وسائل الإعلام من وجهة نظر المبحوثين؟
ن=15

م	كيفية التأكد من صحة المحتوى	ك
1	قراءة المحتوى أو سماعه أو رؤيته أكثر من مرة	4
2	محاولة التواصل مع الشخص صانع المحتوى لسؤاله	4
3	إذا تكرر المحتوى في أكثر من وسيلة	2
4	لا أعرف كيف أتأكد من المحتوى	3
5	انتظار مدة أسبوع لكي أتأكد	1
6	التعرف على المنصة التي قدمت المحتوى حتى يمكن التحقق منها	1
	الإجمالي	15

ومن خلال الجدول السابق، عكست إجابات الطلاب محل الدراسة قلة درجة معرفتهم إلى حد ما في هذا الجزء من البرنامج بالأدوات اللازمة للتحقق من صحة المحتوى الإعلامي.

أ. 2.2 ورش عمل تدريب المرحلة الثانية:

بعد ذلك، تم طرح البرنامج والبدء فيه على النحو المبين في جدول رقم (6):

جدول (6)

أبرز الموضوعات والأدوات المستخدمة في تدريب المرحلة الثانية، ومخرجات التعلم
ن=15

المخرجات	الأنشطة وأساليب التدريب	ورش العمل
<p>- يستطيع الطلاب العمل على تفكيك الأخبار المتعلقة بقضايا السمعة والشرف من خلال تطبيق مهارات التفكير الناقد.</p> <p>- يتعلم الطلاب السمات المفترض أن تتوفر في تغطية القضايا الأخلاقية من خلال التطبيقات العملية التي اكتسبها داخل التدريب.</p> <p>- القدرة على فهم الحالات التي تتجاوز أخلاقيات الإعلام، والتعريف بقيمة وأهمية الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية لممارسة مهنة الإعلام، ودور الطلاب في مساءلة وفهم أخلاقيات التعامل مع المضمون الإعلامي، وتقويمه بما في ذلك ما ينشره الطالب نفسه، والنظر بطريقة ناقدة لحرية الرأي والتعبير وأهميته، وفهم خطورة التشهير وتقديم محتوى ضار يمكن أن يؤدي إلى ارتكاب جرائم داخل المجتمع.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • التفاعل المباشر والمناقشة. • العصف الذهني. • عرض مقاطع فيديو. • عروض تقديمية. • ورش عمل: حول تحديد أبرز السمات التي يجب توافرها في التغطيات الإعلامية لقضايا الشرف، مع طرح الأمثلة من واقع الإعلام المصري. 	<p>الورشة الأولى: "تغطية قضايا السمعة الأخلاقية"</p> <p>أ. عرض نماذج من تغطيات الصحف والمواقع الإلكترونية والبرامج التلفزيونية لقضايا السمعة الأخلاقية.</p> <p>ب. السمات الواجب توافرها في تغطية القضايا الأخلاقية.</p> <p>ج. مناقشة الجوانب القانونية والأخلاقية في كيفية تغطية قضايا الشرف.</p>
<p>- يستطيع الطالب من خلال هذه الورشة القيام بالتالي:</p> <p>أ. النظر للصور المتداولة بطريقة نقدية للتحقق من مدى صحتها.</p> <p>ب. التعامل مع مواقع الإنترنت المختلفة.</p> <p>ت. التعامل مع الأخبار والمعلومات والتحديثات التي تجرى عليها.</p> <p>ث. التحقق من الهوية.</p> <p>ج. التحقق من الفيديوهات.</p> <p>ح. التحقق من ملفات الصوت.</p> <p>خ. التحقق من الأماكن.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • التفاعل المباشر والمناقشة. • العصف الذهني. • عرض مقاطع فيديو. • عروض تقديمية. • ورش عمل (I): عرض مجموعة من الأخبار ويطلب من الطلاب في مجموعات العمل تطبيق معايير صحة الأخبار. 	<p>الورشة الثانية:</p> <p>"التأكد من صحة المعلومات، ومحاربة الشائعات"</p> <p>أ. تدريب الطلاب على التأكد من الأخبار وصحتها ودقتها.</p> <p>ب. تدريب الطلاب على كيفية اختيار الصور والفيديوهات والملفات الصوتية الملائمة للموضوعات الصحفية</p>

<p>د. التحقق من الصور.</p> <p>- التعرف على نماذج من إعلام الترافيك على مواقع فيسبوك وتويتير ويوتيوب.</p> <p>- التعرف على نماذج لشائعات انتشرت على مواقع التواصل الاجتماعي.</p> <p>- كيف يتعامل مع المعلومات الواردة على صفحات فيسبوك.</p>	<p>• ورش عمل (2):</p> <p>عرض مجموعة من الصور المقدمة عبر المواقع الإلكترونية ويطلب من الطلاب في مجموعات العمل التأكد من صحتها وعدم فبركتها.</p>	<p>والتأكد من صحتها ودقتها.</p> <p>ج. الأدوات التي يمكن من خلالها التحقق من المعلومات.</p>
<p>- يستطيع الطلاب الحصول على المهارات الصحيحة والأدوات اللازمة والتي ستؤهلهم لترسيخ مفاهيم التربية الإعلامية والمعلوماتية بشكل ناقد.</p> <p>- صقل مهارات المشاركين لتطوير مهارات الحس النقدي لديهم فيما يخص التعرض لمحتويات إعلامية متنوعة.</p> <p>- يمكن للطلاب إنتاج ومونتاج فيديو أو ملف صوتي أو محتوى مكتوب من خلال استخدام الهواتف الذكية وتطبيقات المونتاج المتوفرة، وتوظيف النقد على محتوى الفيديوهات التي ينتجها الجمهور وتستخدمها وسائل الإعلام التقليدية.</p> <p>- إكساب الطلاب مهارة صناعة المضامين الإعلامية التي تحارب التعصب، والتشدد الفكري، والشائعات الضارة، وكل الأفكار والرؤى التي تدفع إلى تشرذم المجتمع لا إلى وحدته وتماسكه.</p> <p>- بنهاية التدريب يكون الطالب قادراً على خلق محتوى إعلامي من خلال توظيف عناصر الملتيميديا، على أن يسهم هذا المحتوى في تقديم حل إيجابي لقضية مجتمعية.</p>	<p>• عرض مقاطع فيديو.</p> <p>• عروض تقديمية.</p> <p>• ورشة عمل (1): مونتاج الصوت بواسطة Audacity.</p> <p>• ورشة عمل (2): مونتاج الفيديو بواسطة أدوبي بريمر برو Premier Adobe CS6.</p> <p>• ورشة عمل (3): إنشاء مدونة باستخدام برنامج wordpress.</p> <p>• زيارة ميدانية (4): تم اصطحاب الطلاب لحضور مؤتمر حول الصحافة العلمية بالجامعة الأمريكية بالقاهرة. تابع خلالها الطلاب كيف يتم بث المؤتمر عبر أكثر من منصة إعلامية وكيفية عقد لقاءات مع المصادر المختلفة.</p>	<p>الورشة الثالثة</p> <p>"بأي وسيلة يمكن توصيل المحتوى؟"</p> <p>أ. تدريب الطلاب على كيفية توظيف الوسيلة الأمثل لتوصيل المحتوى (صحافة- راديو- إنترنت- موبايل).</p> <p>ب. تدريب الطلاب على كيفية توظيف وسائط الملتيميديا.</p>
<p>- يستطيع الطلاب الحفاظ على معلوماتهم الشخصية من خلال تصميم كلمة مرور شديدة التعقيد.</p> <p>- تسليط الضوء على أهمية إدراك ما يخزنه</p>	<p>• التفاعل المباشر والمناقشة.</p> <p>• العصف الذهني.</p> <p>• ورشة عمل (1): كيفية إنشاء كلمة سر يصعب اختراقها.</p>	<p>الورشة الرابعة:</p> <p>"الخصوصية والأمان عبر الإنترنت"</p> <p>أ. تدريب الطلاب على كيفية</p>

<p>الإنترنت من معلومات، ومخاطر استخدام الإنترنت، والأمان على الإنترنت.</p>		<p>الحفاظ على هويتهم وسرية معلوماتهم الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والهاتف الذكي. ب. فهم طبيعة الهاكرز وأساليبهم في اختراق الخصوصية والحصول على المعلومات.</p>
--	--	--

أ. 3.2 بعد انتهاء المرحلة الثانية من برنامج التربية الإعلامية والرقمية:

تم عمل نشاط تدريبي للطلاب داخل معمل الكمبيوتر، (مدته ساعة ونصف الساعة) وتضمن الآتي:

- تقديم محتوى إخباري نقلته إحدى الصفحات الإخبارية عبر موقع فيسبوك، وطلب من الطلاب التحقق من صحته باستخدام أدوات التحقق الإلكترونية التي تم التدريب عليها.
- تقديم تقرير سياسي مكتوب في أحد المواقع الإخبارية على الإنترنت (عن نزاع بين فلسطينيين وإسرائيليين)، وطلب منهم مقارنته بنفس محتوى الخبر في موقع آخر والتحقق من: طريقة عرض المعلومات- توقيت نشر الخبر- المصادر المدرجة داخل الخبر- زاوية تناول والمعالجة- الصورة المرفقة).
- بعد تصحيح الاختبار من جانب المدرسين، لُوْحظ الآتي:
- عانى بعض الطلاب (عددهم 5 من إجمالي 15) صعوبة في استخدام أدوات جوجل للتحقق من المعلومات.
- عكست إجابات الطلاب على التدريب درجة معرفة يمكن وصفها بـ"جيدة" تجاه أسئلة تدريب المرحلة الثانية من البرنامج، فتراوحت درجاتهم ما بين (15-20) درجة (10 درجات لكل سؤال)، مما يدل على تحسن مستوى الطلاب تجاه مدخلات البرنامج.

أ. 2.4 ملاحظات عامة حول المرحلة الثانية من التدريب:

- تتفاعل الطلاب مع موضوعات ورش المرحلة الثانية بشكل أكبر من المرحلة الأولى؛ نظراً للطبيعة العملية لكثير من الموضوعات، والتي تتطلب الجانب العملي أكثر من الجانب النظري.
- يهتم الطلاب فقط ويتفاعلون في حالة استخدام وسائط ملتي ميديا (فيديو أو صوت أو عرض تقديمي أو صور).
- يتفاعل الطلاب من خلال الأنشطة، ومع الخبراء من الخارج.
- هناك فروق فردية واضحة بين عينة الدراسة حول استيعابهم لبعض موضوعات التدريب وخصوصاً الأمن المعلوماتي، وإنتاج المحتوى الإعلامي.

ثانياً: المرحلة الثالثة: مرحلة بناء مهارات القدرة على التفاعل مع البيئة المحيطة:

تم بدء البرامج في الفترة من أبريل 2020 - حتى فبراير 2021، وتم تنفيذ 4 ورش عمل لعدد 15 طالباً - نفس العينة السابقة في المرحلتين الأولى والثانية، وجاء هذا التدريب مختلفاً عن سابقه؛ لانعقاده عن بُعد (أونلاين) من خلال منصة مايكروسوفت تيمز Microsoft teams؛ نظراً لظروف جائحة كورونا التي اجتاحت البلاد، بواقع 4 ساعات لكل ورشة، مقسمة إلى ساعتين في الأسبوع للورشة الواحدة، بإجمالي 16 ساعة تدريبية. وتم الاستعانة بمدربين من أعضاء هيئة التدريس بكلية الإعلام، بالإضافة إلى ممارسين من خارج الكلية ممن لهم خبرات في مجال التربية الإعلامية على المستوى العملي، وطلاب من المستوى الرابع بالكلية لديهم خبرات عملية في مجال تصميم الرسائل الإعلامية والإعلانية⁽⁴⁴⁾، وجاءت نتائج المرحلة الثالثة والأخيرة على النحو المبين:

أ. 3. قبل بدء المرحلة الثالثة من البرنامج التدريبي:

باستخدام أسلوب الاستطلاع الإلكتروني، تم توجيه السؤال التالي إلى الطلاب قبل بداية المرحلة الثالثة من البرنامج: كيف تصنع محتوى إعلامياً يخدم المجتمع؟ وجاءت إجابات الطلاب على النحو المبين في الجدول التالي:

جدول (7)

إجابات الطلاب محل الدراسة حول كيفية تقديم محتوى إعلامي يخدم مجتمعه

م	كيفية تقديم محتوى إعلامي يخدم المجتمع	(ك)
1	أن يعبر عن قضايا المجتمع.	3
2	يعرض وجهات النظر المختلفة.	5
3	يبرز المشروعات التتموية.	2
4	يقدم الأخبار بشكل موضوعي ودقيق.	3
5	يقدم حلولاً لمشاكل الجمهور	2
	الإجمالي	15

كما هو مبين بالجدول، عبر الطلاب عن سمات المحتوى الإعلامي الذي يخدم المجتمع من وجهة نظرهم.

ب.3.2. ورش عمل تدريب المرحلة الثانية:

تم طرح البرنامج بعد ذلك للمرحلة الثالثة والأخيرة من برنامج التربية الإعلامية والرقمية، والبدء فيه على النحو المبين في الجدول رقم (8):

جدول (8)

أبرز الموضوعات والأدوات المستخدمة في تدريب المرحلة الثالثة، ومخرجات التعلم

ن=15

ورش العمل	الأنشطة وأساليب التدريب	المخرجات
<p>الورشة الأولى: "أساسيات التصميم الإلكتروني والإعلاني" أ. أسس التصميم الجرافيكي. ب. مجالات التصميم الجرافيكي ت. عناصر التصميم الجرافيكي والفوتوغرافي ث. كيفية تصميم إعلان عبر الإنترنت</p>	<p>عروض تقديمية. ورش عمل: تدريب تفاعلي لتصميم الرسائل الإعلامية من خلال برنامج Photoshop (أساليب الكتابة على التصميم).</p>	<p>- يصبح الطالب أكثر تفاعلاً مع الإنترنت، ويتمتع بمهارات التصميم من خلال استخدام برنامج الفوتوشوب. - فتح المجال للطلاب لمعرفة مجالات التصميم الجرافيكي التي تخدم المجال الإعلامي ولها سوق عمل بعد التخرج، كتصميم الجرافيكس، والفوتوشوب، والقوالب، وال فلاش.</p>
<p>ورشة العمل الثانية: "تغطية أخبار الأوبئة والجوائح" أ. تأثير فيروس كورونا على عمل بعض غرف الأخبار المصرية والعالمية</p>	<p>- التفاعل المباشر والمناقشة. - العصف الذهني. - عرض مقاطع فيديو. - عروض تقديمية.</p>	<p>- من خلال تلك الورشة يستطيع الطلاب التعامل مع مستجدات العصر والكوارث والأزمات التي يمكن أن تمر بها البلاد والعالم على حد سواء.</p>

<p>- يستطيع الطلاب فهم طبيعة المحتوى المقدم في زمن كورونا، وكيف تلعب النظم السياسية دوراً كبيراً في تقديم محتوى موجه.</p> <p>- يستطيع الطلاب فهم طبيعة العمل الصحفي خلال تغطية أخبار الأوبئة والجوائح، مع تطبيق أدوات تحري الدقة والمصداقية في المعلومات المقدمة؛ لأنها تمس البشرية جميعاً، ويمكن للأخبار المضللة والشائعات أن تسبب كوارث أكبر من الوباء نفسه.</p>		<p>وضوابط تغطية أخبار الأوبئة والجوائح.</p> <p>ب. دور الإعلام في الوقت الراهن فيما يقدمه للجمهور من محتوى يتعلق بتلك الأزمة.</p> <p>ت. أهمية التربية الإعلامية والرقمية في زمن الجوائح والشائعات.</p>
<p>- من خلال هذه الورشة يتم بناء مهارة الطلاب في التفاعل مع الرسائل الإعلامية والبيئة المحيطة بهم، من خلال توظيف المهارات التي اكتسبوها من معرفة واستخدام التقنيات الحديثة والتفكير الناقد، بالإضافة إلى القدرة على التحليل البناء.</p>	<p>- التفاعل المباشر والمناقشة</p> <p>- العصف الذهني</p> <p>- عروض تقديمية.</p> <p>- ورش عمل:</p> <p>- من خلال استخدام مهارات التفكير الناقد التي اكتسبها الطلاب، يتم توجيه مجموعة من الأسئلة لكل عنصر من عناصر عملية الاتصال، وتطبيقها على مجموعة من المواد التحريرية المنشورة لدى مؤسسات عربية ودولية على النحو التالي:</p> <p>- من؟ من هو المرسل وصانع المحتوى الذي قام بصنع هذه الرسالة وقام بثتها ونشرها وتوزيعها</p> <p>- وإداعتها؟ ما أهدافه؟ ما جنسيته؟ ما قيمه؟ وهكذا.</p> <p>- يقول ماذا؟ وهي الأسئلة المرتبطة بمعرفة (الرسالة والمحتوى).</p> <p>- مثل: هل هذه الرسالة والمحتوى خبر، أم رأي، أم حقيقة، أم انطباع، أم خيال؟ هل عرض هذا المضمون في وسيلة أخرى وكان مختلفاً؟ وهكذا.</p>	<p>الورشة الثالثة:</p> <p>"كيف نفهم ونحلل ونقيم الرسالة الإعلامية الواردة إلينا من الداخل والخارج؟"</p> <p>أ. المستوى الأول: كيفية تنمية الوعي الإعلامي (مهارة حسن الاختيار- مهارة التواصل ورجع الصدى-مهارة المشاركة التفاعلية في الحوار- مهارة إنتاج المضامين الإعلامية).</p> <p>ب. المستوى الثاني: كيفية تحليل ونقد الرسائل الإعلامية؟</p> <p>ت. المستوى الثالث: تأثير العوامل الفردية، مثل العمر والجنس والعرق والوضع الاجتماعي على تفسيراتنا لوسائل الإعلام؟</p>

	<p>- بأية وسيلة؟ وهي الأسئلة المرتبطة بنوعية (الوسيلة وتقنياتها)، ما هي الوسيلة التي أرسلت بواسطتها الرسالة والمحتوى والمضمون؟ هل لتقنيات الوسيلة دور في بناء الرسالة وصنع المحتوى مثل: الصورة، الصوت، لغة الجسد، كادرات الصورة، المصادر، الخطاب... إلخ. ما هي الطرق التي يتم بها معالجة الصور في منتج الوسائط من خلال تقنيات مختلفة (على سبيل المثال: الإضاءة، والمكياج، وزوايا الكاميرا، ومعالجة الصور)؟</p> <p>- لمن؟ وهي الأسئلة التي تخص (المستقبل- المتلقي - الجمهور)، من هو الجمهور المستهدف بهذه الرسالة والمحتوى؟ لماذا توجه هذه الرسالة والمحتوى إلى مجتمعي؟ هل توجه هذه الرسالة والمحتوى إلى مجتمعات أخرى وجماهير أخرى؟ وهكذا.</p> <p>- وبأي تأثير؟ وهي الأسئلة المتعلقة بجوانب (النتيجة - الأثر - رد الفعل)، ماذا فهمت من هذه الرسالة والمحتوى؟ هل الأشخاص الآخرون فهموا نفس الفهم؟ وما هو فهمهم إذا كان مختلفاً؟ كيف أقوم بتوصيل رأبي وصوتي ووجهة نظري لمرسل الرسالة وصانع المحتوى؟ وهكذا.</p>	
<p>- يكتسب الطلاب مهارات التعرف على الهدف من الرسائل المقدمة، ويتطلب ذلك معرفة: ✓ من وما يظهر في ضوء إيجابي؟ في ضوء سلبي؟</p>	<p>- التفاعل المباشر والمناقشة.</p> <p>- العصف الذهني.</p> <p>- عرض مقاطع فيديو.</p> <p>- عروض تقديمية.</p>	<p>الورشة الرابعة: "وسائل الإعلام الدولية وتأثيراتها في القيم الاجتماعية والسياسية للمواطن المصري" أ. الرسائل الأيديولوجية</p>

<p>✓ لماذا قد يظهر هؤلاء الأشخاص والأشياء بهذه الطريقة؟</p> <p>✓ من وما لا يظهر على الإطلاق؟</p> <p>✓ ما هي الاستنتاجات التي قد يستخلصها الجمهور المستهدف المتلقي بناء على هذه الحقائق؟</p>	<p>- عرض نماذج والتطبيق عليها، على سبيل المثال:</p> <p>- كيف يمكن أن تؤثر تغطية الأخبار التلفزيونية والإعلانات إلى حد كبير في رؤيتنا للأحداث أو انتخاب زعيم وطني على أساس الصورة؛ ويمكن أن تؤثر تمثيلات قضايا معينة مثل "الإرهاب" في مقدار الاهتمام الذي تحظى به؛ ويمكن أن تتأثر وجهات نظر المجتمع تجاه المجموعات المختلفة بشكل مباشر بكيفية ظهورها في وسائل الإعلام وعدد مرات ظهورها؟</p>	<p>المحددة حول القيم الاجتماعية والسياسية الموجهة للمواطن من وسائل الإعلام والمنصات الإلكترونية؟</p> <p>ب. الآثار الاجتماعية والسياسية لوسائل الإعلام الدولية في المجتمعات العربية بشكل عام والمجتمع المصري بشكل خاص.</p> <p>ت. ما التقنيات التي يستخدمها الإعلام الدولي لجذب انتباهك وتوصيل رسالته؟</p>
---	--	--

أ. 3.3 بعد انتهاء المرحلة الثالثة من برنامج التربية الإعلامية والرقمية:

بعد الانتهاء من تدريبات المرحلة الثالثة من البرنامج، تم إعطاء الطلاب تكليفاً، والإعلان عن جائزة مادية للفائز الأول من الطلاب المشاركين، على أن يتم تسليمه خلال أسبوع من طرحه، والهدف الرئيس من التكاليفات قياس مخرجات التدريب بمراحله الثلاثة على المبحوثين، وجاء التكليف على النحو التالي:

- اصنع محتوى إعلامياً، موظفاً إحدى أو كل المنصات الإعلامية التي تراها مناسبة لمحتواك، بحيث يكون المحتوى جذاباً من حيث الطرح، ويخدم المجتمع من حيث المضمون، وحدد الرسالة المقدمة بعناصرها، وما القيم المتضمنة في رسالتك؟

أ. 3.3 ملاحظات عامة حول المرحلة الثالثة من التدريب:

- كان التفاعل في المرحلة الثالثة أكثر من المرات السابقة؛ نظراً لفهم الطلاب لطبيعة التدريب واكتسابهم المهارات المعرفية والتقنية اللازمة التي تساعدهم في استيعاب التدريب والتطبيق العملي عليه، وجاء اهتمام الطلاب بالنماذج التطبيقية على وسائل الإعلام المحلية والدولية بشكل كبير.

- توفير مدربين من الخارج، وكذلك استخدام أسلوب التعلم بالأقران من أنجح الأساليب التي تجعل الطلاب أكثر تفاعلاً وحماساً للتدريب، خصوصاً أن التدريب جاء عن بعد.

- يفضل الطلاب التدريبات التفاعلية المباشرة وأسلوب ورش العمل أكثر من تدريبات الأون لاين.

أ.3.4. أبرز المعوقات وكيفية التغلب عليها خلال المرحلة الثالثة من التدريب:

يوضح الجدول التالي، أبرز المعوقات التي واجهت الباحثين في المرحلة الأخيرة من إجراء التدريب، وكيف تم التغلب على هذه المعوقات؛ نظراً للطبيعة الخاصة للتدريب في تلك المرحلة الذي تم تنفيذه كاملاً عبر الإنترنت:

جدول (9)

أبرز المعوقات وكيفية التغلب عليها في تدريبات المرحلة الثالثة من الدراسة

م	أبرز المعوقات	كيفية التغلب على المعوقات
1	انقطاع الإنترنت في أحيان كثيرة أثناء التدريب عند الطلاب.	تم تسجيل التدريب (صوت وصورة) من بدايته حتى يتسنى للمتدربين الحصول على فيديو مسجل للتدريب حال انقطاع خدمة الإنترنت أو بطئه، وتم رفعه على منصة مايكروسوفت تيمز الخاصة بالتدريب.
2	هناك بعض التدريبات التي تحتاج إلى لقاء فعلي مع الطلاب.	تم تجميع الطلاب المتدربين بعد انتهاء فترة التعليم عن بعد، وبدء الدراسة عن العام الجامعي 2020-2021 في إحدى القاعات الدراسية بالكلية في وقت يلائم الجميع، وإعادة طرح بعض الموضوعات التي طلب المبحوثون إعادتها مرة أخرى، مثل التصميم الجرافيكي، وكيفية تحليل الرسائل الواردة إلينا من الخارج.
3	لا يستطيع الطلاب الصمود أكثر من ساعة خلال فترة التدريب الأون لاين.	تم تقسيم تدريب الأون لاين للتدريب الواحد على مرحلتين، كل تدريب مدته ساعتان، بدلاً من أربع ساعات متواصلة للتدريب؛ لتحقيق الاستفادة القصوى من التدريب عن بعد.
4	قلة الدافعية لدى بعض الطلاب في استكمال التدريب أون لاين.	تم تحديد جائزة مالية والتتويه عنها في بداية المرحلة الثالثة من التدريب لأفضل تكليف يتم استلامه من المتدربين بنهاية التدريب، وهو الأمر الذي دفع بعض الطلاب لاستكمال التدريب.

الخاتمة ومناقشة النتائج وأبرز مقترحات الدراسة:

في السنوات الأخيرة، تزايد الاهتمام بمفهوم التربية الإعلامية والرقمية على النطاق الأكاديمي، كما تطورت حركة التثقيف الإعلامي على نطاق العديد من المؤسسات المعنية بالإعلام والتعليم- بشكل طوعي- لمساعدة الأفراد من جميع الأعمار على اكتساب الكفاءات اللازمة للمشاركة الكاملة في عالم التقارب الإعلامي الحديث. وفي ضوء اهتمام الدولة بقضية "الوعي"، قدمت تلك الدراسة دراسة طويلة ممتدة على مدار 3 سنوات، تم تطبيقها على طلاب جامعيين لاختبار برنامج تدريبي أُعد خصيصاً لهم من قبل الباحثين استناداً إلى خبراتهما على المستوى المحلي والعربي، بالإضافة إلى الاطلاع على آراء الخبراء في هذا المجال، واستناداً إلى الدراسات السابقة والعديد من النماذج

والمداخل النظرية الخاصة بالتربية الإعلامية والرقمية؛ بهدف إكساب الطلاب العناصر والمهارات الرئيسة لفهم الغرض من التربية الإعلامية والرقمية وأهميتها بالنسبة لهم على الصعيدين العملي والنظري، وكذلك إكسابهم مهارات تتعلق باستخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة وتطبيقات الهاتف الذكي في عملية صناعة ونشر الرسالة، بالإضافة إلى التفكير بشكل مختلف ونقدي في المحتوى الإعلامي المقدم عبر وسائل الإعلام المختلفة، حيث ينظر الطلاب عينة الدراسة للمحتوى الإعلامي المقدم لهم بشكل مختلف، ويمكنهم تفكيك الرسائل إلى عناصر مختلفة وتحديد الهدف الكامن من ورائها. وحول أبرز نتائج الدراسة:

1- لوحظ تطور مهارات الطلاب المتدربين المعرفية لمفهوم التربية الإعلامية على نطاق واسع بعد انتهاء مرحلة التدريب الأولى، والتي استمرت في التطور حتى انتهاء المرحلة الثالثة من التدريب. وهو الأمر الذي يساعد الطلاب في استخدام التفكير النقدي والتحليلي وحل المشكلات بشكل فعال، حيث تؤدي التربية الإعلامية دوراً حاسماً وإرشادياً في تحسين المستوى الأيديولوجي والسياسي للطلاب، ولتشكيل الوعي، من الضروري إجراء تعليم جامعي أيديولوجي وسياسي من خلال التثقيف الإعلامي الفعال ونشره على نطاق أوسع، وهو ما توصلت إليه نتائج تسونج (2015) (45) ودراسة Hans Schmidt (2013) (46)؛ من أن التربية الإعلامية تُكسب الطلاب بجميع المراحل الدراسية مهارات التربية الإعلامية، وأن أكثر المهارات اكتساباً هي مهارات المعرفة، يليها مهارة فهم الرسالة، يليها مهارة تحليل الرسالة.

2- جاء التحدي الرئيس لتصميم منهج تدريبي للتربية الإعلامية والرقمية وتنفيذه، في اعتباره مبادرة فردية تم اقتراحها من قبل الباحثين، وبالتالي تم تنفيذ البرنامج على نطاق ضيق يعتمد بشكل كلي على فكرة التطوع؛ نظراً للافتقار إلى الموارد المادية اللازمة، مع وجود بعض التسهيلات التي قدمت من قبل إدارة كلية الإعلام بجامعة بني سويف، مثل توفير القاعات والمعامل الدراسية والتعليمية، وتسهيل الموافقات الخاصة باستحضار متدربين من الخارج، والذين جاءوا بشكل طوعي تماماً. وهو الأمر الذي أشارت إليه أيضاً نتائج دراسة ألكسندر وآخرين (2016) (47) حول أبرز التحديات التي تواجه تصميم البرامج التدريبية في مجال التربية الإعلامية.

3- جاء تصميم هذا البرنامج ليعكس كيفية التعامل مع الممارسات الإعلامية الخاصة بالمجتمع المصري ومنه إلى العالم الخارجي، بما يلائم النواحي الثقافية والتعليمية والسياسية والاجتماعية الخاصة بالمجتمع والمؤسسة الأكاديمية للدولة، ويقدم تجربة واقعية تم تنفيذها على مدار زمني طويل، يمكن الإفادة منها لتصميم منهج للتربية الإعلامية الرقمية موحد على نطاق الجمهورية يستهدف طلاب الجامعات المصرية، وهو الأمر الذي أشارت إليه سارة غاباي⁽⁴⁸⁾ مدير مشروع دولي لتصميم مناهج للتربية الإعلامية eBook Literacy Media International Digital The Project (DIMLE): "سيحتاج كل بلد إلى منهج للتحثيف الإعلامي يعكس في أفضل الأحوال سياقاته الثقافية والإعلامية ويتم تنفيذه باللغات المحلية ومن خلال التجارب الواقعية".

4- اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع دراسة سيد (2020)⁽⁴⁹⁾ في أن أسلوب "ورش العمل"، و"المناقشة والحوار وتبادل وجهات النظر بين الطلاب والمدرّب"، و"التجربة الفعلية من خلال إنتاج مواد إعلامية يشارك بها الطلاب" جاءت كأفضل طريق لتدريس التربية الإعلامية للطلاب، وهي الطرق المثلى لتحقيق تدريب مؤثر وفعال بين الطلاب المتدربين، عكس أسلوب المحاضرات الذي لا يحقق تفاعلاً متبادلاً. ولذا كان أسلوب ورش العمل هو ما تم الاعتماد عليه كثيراً في المنهج التدريبي المقترح وأشاد به الطلاب محل الدراسة.

5- تكون النتائج محدودة التعميم بسبب العوامل الاجتماعية والاقتصادية أو الجغرافية المرتبطة بطلاب الجامعة في محافظة بني سويف التي التحق بها الطلاب عينة الدراسة، لذا تسعى هذه الدراسة لنشر هذا المنهج التدريبي المقترح على نطاق أوسع ليشمل كل محافظات الصعيد، بعد التغلب على العوائق المادية والإدارية الخاصة بنشر البرنامج؛ لذا تقترح نتائج الدراسة العديد من الآليات لنشر التربية الإعلامية والرقمية على نطاق الصعيد على النحو التالي:

مقترح لآليات نشر التربية الإعلامية والرقمية بين شباب الصعيد خارج الجامعة:

1. التنسيق والتعاون مع وزارة التعليم العالي لتدريب أساتذة الإعلام في كليات ومعاهد الإعلام المختلفة على أهم مبادئ ومهارات التربية الإعلامية.

2. إطلاق برامج للتربية الإعلامية داخل كليات وأقسام الإعلام (يمكن استخدام البرنامج المقترح من قبل الدراسة وتحديثه وفقاً لمتطلبات التدريب)، يلتحق بها الطلاب بناءً على رغباتهم، وذلك بجانب المقررات الخاصة بالتربية الإعلامية حسب لوائح الكليات، بحيث تُعطى الفرصة لجميع الطلاب في جميع المستويات للإفادة من محتوى التربية الإعلامية.
3. تقوم كليات ومعاهد الإعلام بتكليف الطلاب بنشر مبادئ التربية الإعلامية بين الكليات والمعاهد الأخرى غير المتخصصة في الإعلام (نشر فكر التربية الإعلامية من خلال آلية تعليم الأقران).
4. تنسيق معاهد وكليات الإعلام مع منظمات المجتمع المدني، بحيث يعطي أساتذة الإعلام دورات لمدرسين يقومون بنشرها في محافظات الصعيد (للطلاب وأولياء الأمور والمعلمين)، في إطار قوافل ومعسكرات تدريبية تقوم بنشر فكر التربية الإعلامية (والاستعانة بالطلاب الذين تم تدريبهم داخل البرنامج).
5. تنسيق وتعاون كليات ومعاهد الإعلام المصرية مع كليات ومعاهد ومراكز الإعلام الأخرى في الدول العربية؛ للتعرف على أحدث أدواتها في نشر التربية الإعلامية.
6. التنسيق والتعاون مع منظمة اليونسكو للاطلاع على أحدث التطورات والآليات المستحدثة في مجال نشر التربية الإعلامية.
7. إنشاء منصة إلكترونية -مفتوحة المصدر- يمكن لأي شخص الدخول إليها للاطلاع على تقارير ودراسات وقواعد تدريبية تتعلق بالتربية الإعلامية ورسالتها.
8. التنسيق والتعاون مع محطات وقنوات الإعلام المحلي في محافظات الصعيد لنشر فكر التربية الإعلامية عبر الراديو والتلفزيون.
9. التنسيق والتعاون بين كليات ومعاهد الإعلام في الصعيد وبين الإعلاميين العاملين في القنوات والمحطات المحلية.
10. التنسيق والتعاون بين كليات ومعاهد الإعلام في الصعيد وبين باحثي وأخصائيي الإعلام في المراكز والجهات المختصة بالإعلام في محافظات الصعيد.
11. إطلاق مراكز متخصصة في التربية الإعلامية في كل محافظات الصعيد لنشر فكر التربية الإعلامية، يعمل بها خريجو كليات ومعاهد الإعلام.

المراجع:

- ¹ فوعيش، جمال الدين (2017)، التربية الإعلامية والإعلام الرقمي – مدخل في التحديات والاستراتيجيات، مجلة الرسالة للبحوث والدراسات الإنسانية، المجلد الأول، العدد الثالث.
- ² ممدوح مكاوي، هيثم مؤيد، وإسلام عثمان، (2021)، آليات تداول الشباب العربي للمحتوى الزائف على مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد السادس والخمسون-ج2- يناير.
- ³ سيد علي، إيمان، (2020)، اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد 55، الجزء السادس، أكتوبر.
- ⁴ قطب، فاطمة، (2018)، العلاقة بين إدراك الشباب لمبادئ التربية الإعلامية والرقمية وبين سلوكهم الاتصالي على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي، جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال – العدد 23 – أكتوبر/ ديسمبر- السنة السادسة.
- ⁵ سالم، أميرة، (2018)، دور وسائل الإعلام الجديد في نشر مفهوم التربية الإعلامية لدى طلاب أقسام الإعلام التربوي بالجامعات المصرية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، المقالة 6، المجلد 2018، العدد 16، الخريف، الصفحة 301-346.
- ⁶Gui, M., Fasoli, M., & Carradore, R. (2017). "New Media Well-Being": Developing and Using New Media Tools for Media Literacy Among Undergraduates. **Italian Journal of Sociology of Education**, 9(1), 155-173.
- ⁷Francis, R. J. (2018). Media Education in The New Media Age: An Investigation into The Implications of New Media in Media Literacy Enhancement Among Undergraduates, **PhD Thesis**, University of Oxford: UK.
- ⁸ Corser, K., Dezuanni, M. & Notley, T. (2021). How news media literacy is taught in Australian classrooms. **The Australian Education Research**. Available at: <https://doi.org/10.1007/s13384-021-00457-5>
- ⁹ حريري، هند (2018)، تصور مقترح لتضمين التربية الإعلامية في مراحل التعليم العام في المملكة العربية السعودية، مجلة دراسات في علوم التربية، المجلد الأول، العدد الرابع.
- ¹⁰ سامي، نهى (2016)، فاعلية تطبيق برنامج للتربية الإعلامية من خلال استخدام ألعاب الفيديو في تنمية مهارات النقد والتحليل لدى المراهقين، رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطب، 2016.
- ¹¹ محمد شوقي حذيفة؛ عبد الخالق إبراهيم زقزوق، (2016) فاعلية برنامج وسائط متعددة لتنمية مهارات أخصائيي الإعلام التربوي وأثره في تعزيز العملية التعليمية في ضوء التكنولوجيا الحديثة، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس، (ASEP)، المقالة 4، المجلد 73، العدد 73، مايو، الصفحة 155-185.
- ¹² عبد العزيز، مازن محمد محمد، (2015)، "إدراك أخصائيي الإعلام التربوي لمفهوم التربية الإعلامية والإعلام التربوي واتجاههم نحوها"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال- كلية الإعلام- جامعة الأهرام الكندية- مصر، ع148، 167 .

¹³ أبو الكاس، حسين، (2014)، تصور مقترح لإثراء منهاج التربية المدنية بمفاهيم التربية الإعلامية اللازمة لطلبة المرحلة الأساسية العليا، قُدمت الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على الماجستير في منهاج وأساليب التدريس من كلية التربية—جامعة الأزهر- غزة.

¹⁴Schmidt, Hans, (2013): "Media literacy education from kindergarten to college: A comparison of How media literacy is addressed across the educational system", **Journal of Media Literacy Education, Vol. 5, No. 1.**

¹⁵ المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، 21 مارس 2020. متاح عبر الرابط: <https://ajsrp.com/>.
¹⁶ هي وحدة علمية بحثية استشارية ذات طابع خاص تتبع كلية الإعلام جامعة بني سويف، وتقوم من خلالها الجامعة بدورها في ترقية الذوق العام، ومواجهة التطرف الفكري، وخدمة وتنمية المجتمع المصري بصفة عامة، ومجتمع الصعيد بصفة خاصة في إطار علاقته بالإعلام بكافة أنواعه المقروء، والمسموع، والمرئي، والإلكتروني. حيث أعلن أ. د/ أمين لطفي- رئيس جامعة بني سويف- عن موافقة المجلس الأعلى للجامعات على إنشاء مركز التربية الإعلامية بكلية الإعلام، وذلك بجلسة مجلس الجامعة رقم (143) بتاريخ 2017/2/28. ووفقاً لاجتماع مجلس شئون البيئة وخدمة المجتمع المنعقد بيوم 18-12-2016 بكلية إعلام بني سويف، وافق المجلس برئاسة وكيل كلية الإعلام لشئون البيئة وخدمة المجتمع على إنشاء مركز للتربية الإعلامية تتولى إدارته د. فاطمة فايز- المدرس بكلية الإعلام، وعضوية د. إنجي أبو العز مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية.

¹⁷ غرابية، غدزي وآخرون، (1977)، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، الجامعة الأردنية، الأردن، ص34.

(18) المرجع السابق، ص35.

¹⁹ شاركت الباحثة فاطمة فايز كمتدربة في أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية MDLAB في الجامعة الأمريكية بلبنان، وحصلت على تدريب مكثف مدة 11 يوماً، عام 2017. وحضر الأكاديمية ٤٣ أستاذاً وأستاذة وطلاب وطالبات جامعيون/ ات من ٢٠ جامعة مختلفة من العراق، والأردن، وسوريا، واليمن، والجزائر، ومصر، ولبنان، وفلسطين، وسلطنة عمان، والإمارات. كما حضر حوالي ١٤ تلميذاً وأستاذاً/ ة من عدد من المدارس اللبنانية. <https://mldlab.lau.edu.lb/>

²⁰ شاركت الباحثة إنجي أبو العز في أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية MDLAB في الجامعة الأمريكية بلبنان، وحصلت على تدريب مكثف مدته 11 يوماً عام 2018.

²¹ Judah Ken Freed (2003), Deep Media Literacy, a proposal to produce public understanding of global interactivity, **Media vision journal**, Available at: <https://www.media-visions.com/>

²² Jenkins, H.; Clinton, K.; Purushotma, R.; Robison, A. J., & Weigel, M. (2006). Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century: **White Paper**, Mcarthur Foundation, P.51-59.

(23) هذا النموذج من إعداد الباحثين، بعد الاطلاع على العديد من الدراسات المعنية بالتربية الإعلامية والرقمية والنماذج النظرية على المستويين العربي والدولي، وفي ضوء أهداف وتساؤلات الدراسة الحالية.

²⁴ عبود، ميري (2013)، التربية الإعلامية في عصر المواطن الصحفي، ورقة بحثية مقدمة لدورة أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية في الجامعة الأمريكية، بيروت. ص ص 3-4.

²⁵ Tsang, S. S. (2013). **21st century skills learning**: Creative information education project. Hong Kong: Shak Chung Shan Memorial Catholic Primary School.

²⁶ Wu, S., & Chen, S. (2015). **Media literacy education**. Taipei, Taiwan: Chiuliu.

²⁷ خليل، حسن، (2015)، تقويم واقع ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية في ضوء تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية وتأثيراتها، دراسة مسحية على عينة من طلاب المدارس الثانوية بالتعليم العام السعودي، جامعة عين شمس، مجلة دراسات الطفولة، المجلد 18، العدد 01، 2015. [/https://jsc.journals.ekb.eg,2015](https://jsc.journals.ekb.eg,2015)

²⁸ برنامج الثقافة الإعلامية بالمناهج الدراسية وتطبيقاتها في التعليم العام بالدول الأعضاء بمكتب التربية العربي لدول الخليج، حقيبة المعلم، المملكة العربية السعودية، الرياض، مكتب التربية العربي لدول الخليج، 2013 /1434، ص ص 1-183.

²⁹Ioana Literat, Measuring New Media Literacies: Towards the Development of a Comprehensive Assessment Tool, **Journal of Media Literacy Education**, Vol.6, No.1, 2014, pp. 15-27.

³⁰Ibid, pp. 15-17.

³¹ Rumiye Arslan, Gulbin Zeren Nalinci, Development of Visual Literacy Levels Scale in Higher Education, **Journal of Educational Technology**, Vol.13, No.2, Apr.2014, pp. 61-70.

³²Alice Y.L.LEE, Media Education: Definitions, Approaches and Development around the Globe, **New Horizons Education**, Vol.58, No.3, Dec.2010, pp.1-13.

³³Jenkins, H., Clinton, K., Purshotma,R.& Weigel,M.(2006).Confronting The Challenges of Participatory Culture: Media Literacy for The 21,s Century. www.digitallearning.macfound.org

³⁴Center for Media Literacy (2003). Canada's Key Concepts of Media Literacy. http://www.medialit.org/reading_room/article210.htm

³⁵ Considine,David (2003).The Case For Media Literacy in Toddy's Schools. Center for Media Literacy. http://www.medialit.org/reading_room_article210.htm

³⁶Hobbs,Renee (2001). The seven Great Debates in the Media Literacy Movement-Circa H2001 http://www.medialit.org/reading_room/article210.htm

³⁷ السيد، إيمان (2020)، مرجع سابق.

³⁸ جاب الله، أحمد (2017)، تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة بنها، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي.

³⁹ عبد الله الصالح، بدر، مدخل دمج تقنية المعلومات في التعليم للتربية الإعلامية: إطار مقترح للتعليم العام السعودي، ورقة عمل، المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، 2007، المرجع السابق، ص ص 2، 3.

⁴⁰ فهد بن عبد الرحمن الشميري، التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام؟ مقال منشور على موقع: http://www.saudimediaeducation.org/index.php?option=com_content&view=article&id=100&Itemid=74

⁴¹ فاضل محمد البدراني، التربية الإعلامية والرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي، مجلة المستقبل العربي، العدد 452.

⁴² المدربتان هما: د. فاطمة فايز المدرس بقسم الصحافة، ود. إنجي أبو العز المدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون.

⁴³ مدربو المرحلة الثانية: د. فاطمة فايز المدرس بقسم الصحافة، ود. إنجي أبو العز المدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون، والخبير الصحفي محمد الهواري مدير تحرير جريدة المصري اليوم، والخبير الصحفي أحمد إسماعيل محرر بالديسك المركزي بجريدة الدستور.

⁴⁴ مدربو المرحلة الثالثة: د. فاطمة فايز المدرس بقسم الصحافة، ود. إنجي أبو العز المدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون، ود. محمود سيد المدرس بقسم العلاقات العامة، والخبير الصحفي محمد الهواري مدير تحرير جريدة المصري اليوم، والصحفية الشيماء أحمد فاروق الصحفية بجريدة الشروق، والطالبة إيناس جاد الرب - خريجة شعبة اللغة الإنجليزية مسار العلاقات العامة، كلية الإعلام جامعة بني سويف عن العام الجامعي 2019-2020.

⁴⁵ Zhong, H. L. (2015). Education of Media Literacy and Ideology & Politics. **Creative Education**, 6, 2422-2426. <http://dx.doi.org/10.4236/ce.2015.622248> : 2425-2426.

⁴⁶ Schmidt, Hans, (2013): "Media literacy education from kindergarten to college: A comparison of How media literacy is addressed across the educational system", (**Journal of Media Literacy Education**, Vol. 5, No. 1,)

⁴⁷ Alexander Fedorov, Anastasia Levitskaya, Emma Camarero. (2016) Curricula for Media Literacy Education According to International Experts. **European Journal of Contemporary Education**, 2016, Vol. (17), Is. 3: 331.

⁴⁸ Ibid. 331.

⁴⁹ سيد علي، إيمان، مرجع سابق.

References

- Jamal Aldiyn, F. (2017), altarbiat al'iielamiat wal'iielem alraqmi- madkhal fi altahadiyat walastiratijiati, majalat alrisalat lilbuhuth waldirasat al'iinsaniati, 3(1).
- Makawi, M., Muayid, H. (2021), aliat tadawul alshabab alearabii lilmuhtawaa alzaayif ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeii, majalat albuuhuth al'iielemiati, jamieat Al'azhar, kuliyat Al'iielem, 56(2).
- Ali, I. (2020), aitijahat alnukhbat al'akadimiati nahw tafeil mabadi altarbiat al'iielemiati ladaa tulaab aljamieati, majalat albuuhuth al'iielemiati, jamieat Al'azhar, kuliyat Al'iielem, 55(6).
- Qutb, F. (2018), alealaqat bayn 'iidrak alshabab limabadi altarbiat al'iielemiati walraqamiati wabayn sulukihim alaitisalii ealaa mawaqie watatbiqat altawasul alaijtimaeii, jamieat al'ahram alkanadiat, kuliyat al'iielemi, almajalat Alearabiati libuhuth Al'iielem walaitisali- 23 .
- Salim, A. (2018), dawr wasayil al'iielem aljadid fi nashr mafhum altarbiat al'iielemiati ladaa tulaab 'aqsam al'iielem altarbawii bialjamieat almisriati, jamieat alqahirati, kuliyat al'iielemi, almajalat aleilmiati libuhuth Alezaa waltifizyun, 16(6), 301-346.
- ˆGui, M., Fasoli, M., & Carradore, R. (2017). "New Media Well-Being": Developing and Using New Media Tools for Media Literacy Among Undergraduates. **Italian Journal of Sociology of Education**, 9(1), 155-173.
- ˆFrancis, R. J. (2018). Media Education in The New Media Age: An Investigation into The Implications of New Media in Media Literacy Enhancement Among Undergraduates, **PhD Thesis**, University of Oxford: UK.
- Corser, K., Dezuanni, M. & Notley, T. (2021). How news media literacy is taught in Australian classrooms. The Australian Education Research. Available at: <https://doi.org/10.1007/s13384-021-00457-5>
- Hariri, H. (2018), tasawur muqtarah litadmin altarbiat al'iielemiati fi marahil altaelim aleami fi almamlakat alearabiati alsaeudiati, majalat dirasat fi eulum altarbiati, 4(1).
- Sami, N. (2016), faeiliat tatbiq barnamaj liltarbiat al'iielemiati min khilal aistikhdam 'aleab alfidyu fi tanmiati maharat alnaqd waltahlil ladaa almurahiqina, risalat dukturah, jamieat Eayn Shams, maehad aldirasat aleulya liltufulati.
- Hudhaifah, M., Zaqqouq, A. (2016) faeiliat barnamaj wasayit imteddt litanmiati maharat 'akhisaayiyiy al'iielem altarbawii wa'atharih fi taeziz aleamaliati altaelimiati fi daw' altiknulujia alhadithati, majalat dirasat earabiati fi altarbiat waeilm alnafsi, (ASEP), 73(4), 155-185.

-Abd Aleaziz, M. (2015), "'iidrak 'akhisaayiy al'iielam altarbawii limafhum altarbiat al'iielamiyat wal'iielam altarbawii waitijahihum nahwuha", almajalat alearabiya libuhuth al'iielam walaitisali- kuliyyat al'iielami- jamieat Al'ahram alkanadiati- Masr, 8, 167 - 148.

-Husayn, A. (2014), tasawur muqtarah li'iithra' minhaj altarbiat almadaniyat bimafahim altarbiat al'iielamiyat allaazimat litalabat almarhalat al'asasiyat aleulya, qudmt alrisalat astkmalan limutatalabat alhusul ealaa almajistir fi manahij wa'asalib altadris min kuliyyat Altarbiti-jamieat Al'azhar- Ghaza.

⁴⁹⁾Schmidt, Hans, (2013): "Media literacy education from kindergarten to college: A comparison of How media literacy is addressed across the educational system", **Journal of Media Literacy Education, Vol. 5, No. 1.**

(<https://ajsrp.com/>).

-Gharyba, G. (1977), 'asalib albaht alilemii fi aleulum aliajtimaeiat wal'iinsaniati, aljamieat Al'urduniya, Al'urdun, 34.

-Judah Ken Freed (2003), Deep Media Literacy, a proposal to produce public understanding of global interactivity, **Media vision journal**, Available at: <https://www.media-visions.com/>

⁴⁹⁾ Jenkins, H.; Clinton, K.; Purushotma, R.; Robison, A. J., & Weigel, M. (2006). Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century: **White Paper**, McArthur Foundation, P.51-59.

-Abud, M. (2013), altarbiat al'iielamiyat fi easr almuatin alsahafii, waraqat bahthiat muqadimat lidawrat 'akadimiya altarbiat al'iielamiyat walraqamiyat fi aljamieat Al'amrikiya, Beirut. s s 3- 4.

⁴⁹⁾ Tsang, S. S. (2013). **21st century skills learning**: Creative information education project. Hong Kong: Shak Chung Shan Memorial Catholic Primary School.

⁴⁹⁾ Wu, S., & Chen, S. (2015). **Media literacy education**. Taipei, Taiwan: Chiuliu.

-Hassan, K. (2015), taqwim waqie mumarasat altulaab limaharat altarbiat al'iielamiyat fi daw' taeatud masadirihiim lilthaqafat al'iielamiyat watathiratiha, dirasat mushiat ealaa eayinat min tulaab almadaris althaanawiat bialtaelim aleami alsaeudii, jamieat Eayn Shams, majalat dirasat Altufula, 1, <https://jsc.journals.ekb.eg/>

-Barnamaj Althaqafat al'iielamiyat bialmanahij aldirasiyat watatbiqatiha fi altaelim aleami bialduwal al'aeda' bimaktab altarbiat alearabii lidual alkhaliij, haqibat almuealim, almamlakat alearabiya Alsaediya, Alriyad, maktab altarbiat alearabii lidual alkhaliij, 1434/ 2013, 1-183.

⁴⁹⁾Ioana Literat, Measuring New Media Literacies: Towards the Development of a Comprehensive Assessment Tool, **Journal of Media Literacy Education**, Vol.6, No.1, 2014, pp. 15-27.

ˆ Rumiye Arslan, Gulbin Zeren Nalinci, Development of Visual Literacy Levels Scale in Higher Education, **Journal of Educational Technology**, Vol.13, No.2, Apr.2014, pp. 61-70.

ˆ Alice Y.L.LEE, Media Education: Definitions, Approaches and Development around the Globe, **New Horizons Education**, Vol.58, No.3, Dec.2010, pp.1-13.

ˆ Jinkins, H., Clinton, K., Purshotma,R.& Weigel,M.(2006).Confronting The Challenges of Participatory Culture: Media Literacy for The 21,s Century. www.digitalllearning.macfound.org

ˆ Center for Media Literacy (2003). Canada's Key Concepts of Media Literacy. http://www.medialit.org/reading_room/article210.htm

ˆ Considine,David (2003).The Case For Media Literacy in Toddy's Schools. Center for Media Literacy. http://www.medialit.org/reading_room/article210.htm

ˆ Hobbs,Renee (2001). The seven Great Debates in the Media Literacy Movement-Circa H2001 http://www.medialit.org/reading_room/article210.htm

-Jaballah, A. (2017), tanmiat alwaey bialtarbiat al'iielamiat fi daw' almaeayir al'akadimiati, risalat dukturah ghayr manshuratin, jamieat Banha, kuliyat altarbiat alnaweiat, qism Al'iielam Altarbawi.

-Abd Allah, B. (2007). madkhal damj taqniat almaelumat fi altaelim liltarbiat al'iielamiat: 'iitar muqtarah liltaelim aleami alsaeudii, waraaqat eamal, almutamar alduwalii al'awal liltarbiat al'iielamiat, 2- 3.

http://www.saudimediaeducation.org/index.php?option=com_content&view=article&id=100&Itemid=74

-Albadrani, F. altarbiat al'iielamiat walraqamiat watahqi almujtamae almaerifii, majalat Almustaqbal Alearabi, 452.

ˆ Zhong, H. L. (2015). Education of Media Literacy and Ideology & Politics. **Creative Education**, 6, 2422-2426. <http://dx.doi.org/10.4236/ce.2015.622248> : 2425-2426.

ˆ Schmidt, Hans, (2013): "Media literacy education from kindergarten to college: A comparison of How media literacy is addressed across the educational system", (**Journal of Media Literacy Education**, Vol. 5, No. 1,)

ˆ Alexander Fedorov, Anastasia Levitskaya, Emma Camarero. (2016) Curricula for Media Literacy Education According to International Experts. **European Journal of Contemporary Education**, 2016, Vol. (17), Is. 3: 331.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Mohamed Elmahasawy

President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editor : Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

● Issue 59 October 2021 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.