كلية التربية

كلية معتمدة من الهيئة القومية لضمان جودة التعليم

المجلة التربوية لتعليم الكبار– كلية التربية – جامعة أسيوط

=======

متطلبات تحقيق التربية الإعلامية لدى طلبة جامعة أسيوط في ضوء تداعيات الإعلام الرقمي

إعـــــــــداد

السيد الأستاذ الدكتور

أحمد عبدالله الصغير البنا

أستاذ ورئيس مجلس قسم أصولالتربية

كلية التربية – جامعة أسيوط

السيد الدكتور

عبده محمد عبده القصيري

مدرس أصول التربية

كلية التربية – جامعة أسيوط

الأستاذ / محمود عجمي محمود علي

باحث ماجستير بقسم أصول التربية

﴿ المجلد السابع – العدد الأول – يناير ٢٠٢٥م ﴾

Adult_EducationAUN@aun.edu.eg

مستخلص البحث باللغة العربية

هدف البحث الحالي إلى وضع تصور مقترح لأهم متطلبات تحقيق التربية الإعلامية لدى طلبة جامعة أسيوط في ضوء تداعيات الإعلام الرقمي،واستخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي، وتوصل البحث في نهايته إلى تصور مقترح لتحقيق التربية الإعلامية لدى طلبة جامعة أسيوط يتضمن هذا التصور عددًا من المتطلبات: تلك المتعلقة بفهم مفهوم التربية الإعلامية، وتلك المتعلقة بالممارسات العملية للطلاب في التربية الإعلامية، وتلك المتعلقة بدور التعليم الجامعي في إكساب الطلاب مفاهيم ومعارف ومهارات التربية الإعلامية.

الكلمات المفتاحية :التربية الإعلامية، الإعلام الرقمي، متطلبات، جامعة أسيوط

Abstract Translation

Abstract: The current study aims to propose a conceptual framework for the essential requirements to achieve media literacy among Assiut University students in light of digital media implications. The study employs a descriptive-analytical methodology and concludes with a proposed framework for achieving media literacy among Assiut University students. This framework includes several requirements: those related to understanding the concept of media literacy, those related to practical student practices in media literacy, and those related to the role of higher education in imparting media literacy concepts, knowledge, and skills to students.

Keywords: Media Literacy, Digital Media, Requirements, Assiut University

مقدمة الدراسة:

في القرن الواحد والعشرين، شهد العالم تطورات رقمية هائلة تجاوزت حدود الاتصال والمعلومات بصورة جذرية. حيث أصبحت التكنولوجيا وشبكة الإنترنت ووسائل الإعلام الرقمي جزءًا لا يتجزأ من حياة الأفراد والمجتمعات.هذا الانتشار الكبير للتكنولوجيا قاد إلى تغيرات كبيرة في أنماط الأفكار والسلوكيات وكيفية تفاعل الأفراد مع المعلومات ومع بعضهم البعض.

ومع تطور هذه التكنولوجيا، تنشأ تحديات ومخاطر متزايدة تواجه المستخدمين، من بينها تحديات تتعلق بالمصداقية والأمان والأخلاق والقيم، تظهر هذه التحديات على وجه الخصوص في سياق وسائل الإعلام الرقمي، مما يفرض على الأفراد ضرورة التفكير والتصرف بوعي ومسؤولية.

في هذا السياق، يلعب التعليم الجامعي دوراً أساسياً في تعزيز مبادئ وأهداف التربية الإعلامية للطلاب؛ إذ يتعين على الطلاب تطوير مهارات إعلامية تمكنهم من القيام بالتفكير النقدي والإبداعي والتواصل الفعال في وجه التغييرات المتواصلة في بيئة الإعلام الرقمي. وبالتالي، ينبغي على الطلاب تطوير القدرة على تحليل المعلومات والبيانات بدقة والتقييم النقدي للأخبار والمعلومات المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي. ويتعين عليهم أيضا أن يتعلموا كيفية استخدام التكنولوجيا ووسائل الإعلام الجديدة بشكل مسؤول، وفهما لأخلاقيات الرقمية والتصرف بوعي ومسؤولية عند التفاعل مع البيئة الإعلامية الرقمية.

في ظل توجه الجمهورية الجديدة نحو التحول الرقمي، وسعيها لبناء قدرات مصر الرقمية ووضع أسس مجتمع المعرفة باعتبار التقنيات الحديثة بوابة للازدهار الاقتصادي وتحقيق خطط التنمية المستدامة وفق رؤية مصر ٢٠٣٠، يثور الجدل حول كيفية الاستخدام الفعال لوسائل الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي للترويج لتلك الخطط والحد من استخدامها في نشر الشائعات والأخبار المفبركة، والمضامين التي تضر بقيم المجتمع وأخلاقياته، والمحتوى الذي يحض على الكراهية والعنف والإرهاب.

وتعد التربية الإعلامية أداة رئيسية لنشر الوعي والمعرفة الإعلامية الرقمية، والمساعدة في فهم أعمق للمنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي والاستفادة من الفرص التي تتيحها التكنولوجيا الحديثة بأفضل أسلوب ممكن، مع توفير طرق للحماية من الانتهاكات والسلبيات نتيجة استخدام وسائل الإعلام الرقمي.

مشكلة الدارسة والتساؤلات:

تحددت مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤل الرئيس التالي:

ما متطلبات تحقيق التربية الإعلامية لدى طلبة جامعة أسيوط في ضوء تداعيات الإعلام الرقمي؟

ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية التالية:

١- ما الإطار المفهومي للتربية الإعلامية؟

٢- ما الإطار المفهومي للإعلام الرقمي وتداعياته؟

٣- ما أهم متطلبات تحقيق التربية الإعلامية لدى طلبة جامعة أسيوط في ضوء تداعيات الإعلام الرقمي؟

أهداف الدراسة:

سعت هذا الدارسة لتحقيق الأهداف التالية:

- تعريف الإطار المفهومي للتربية الإعلامية.
- تعريف الإطار المفهومي للإعلام الرقمي وتداعياته.
- وضع تصور مقترح لتفعيل دور التعليم بجامعة أسيوط في تنمية التربية الإعلامية لدى طلابه؟.

منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي في دراسة وتحليل التربية الإعلامية والإعلام الرقمي وتداعياته بهدف تقديم تصور لأهم متطلبات تحقيق التربية الإعلامية لدى طلبة جامعة أسيوط في ضوء تداعيات الإعلام الرقمي.

أداة الدارسة:

قام الباحث بإعداد استبانه بالطرق العلمية حول واقع التربية الإعلامية لدى طلبة جامعة أسيوط.

حدود الدارسة:

اقتصرت هذه الدراسة على الحدود التالية:-

أ- حد الموضوع: اقتصرت الدراسة على التربية الإعلامية.
ب- الحد المكاني: اقتصرت الدراسة على عينة من الكليات العملية والنظرية بجامعة أسيوط.
ت- الحد البشري: اقتصرت الدراسة على عينة من طلبة جامعة أسيوط بلغ عددهم ٦٣٥ طالبا.
ث- الحد الزماني: تم تطبيق الدراسة الميدانية خلال شهري أكتوبر ونوفمبر من العام الجامعي ٢٠٢٤/ ٢٠٢٥.

مصطلحات البحث الإجرائية:

- **التربية الإعلامية**:يُعرفها الباحث إجرائيًا في هذا البحث بأنه: عملية الهدف منها تزويد الطلاب بمفهوم وأهداف وأهمية ومبادئ ومهارات ومعارف ومجالات التربية الإعلامية لمساعدتهم على التعامل بإيجابية مع تداعيات الإعلام الرقمي.
- **الإعلام الرقمي:** يُعرفه الباحث إجرائيًا في هذا البحث بأنها: مجموعة من الوسائل الإلكترونية للإعلام مثل: الفيس بوك وتويتر والإنترنت، والشبكات الاجتماعية، والبريد الإلكتروني، والتلفزيون الرقمي، والراديو الرقمي، والصحف الإلكترونية، والمجلات الإلكترونية، وملفات الوسائط المتعددة، والتطبيقات الذكية، وغيرها.
- **تداعيات الإعلام الرقمي:** يُعرفها الباحث إجرائياً فى هذا البحث بأنها: مجموعة من الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن التعامل مع الآليات والوسائل والأدوات الإلكترونية للإعلام، وتؤثر على قيم وعادات وتقاليد طلاب الجامعة بطريقة إيجابية وسلبية معًا.

خطوات سير الدراسة:

لتحقيق أهداف البحث والإجابة عن تساؤلاته

اتبع البحث المحاور التالية:

- أولًا: ما الإطار المفهومي للتربية الإعلامية.

- ثانيًا: ما الإطار المفهومي للإعلام الرقمي وتداعياته.
- ثالثًا: تصور مقترح لأهم متطلبات تحقيق التربية الإعلامية لدى طلبة جامعة أسيوط في ضوء تداعيات الإعلام الرقمي.

==المحور الأول الإطار المفهومي للتربية الإعلامية==

أولا: مفهوم التربية الإعلامية ونشأتها:

تعد التربيَة الإعلاميَّة وفق هذا المنظُور عملية لبناء الإنسان ومُساعدتِه على استخدام وسائِل الإعلام بالشكل الصحيح وتشكيل ثقافةٍ تهدف إلى التفاعُل الإيجابي مع هذِهِ الوسائل والاستفادَة مِنها في تنمِيَة مهاراتِ الفرد الاتصالية والتحليلية والتقييمية والابتكارية والنقدية للمضامِين الإعلاميَّة كافة، وتدريس صُور التعبير كلها باستخدام تكنولوجيا وتقنيات الإعلام الحديث (Baranov, 2012, 87).

لا يزال مفهوم التربية الإعلامية غائباً عند الكثيرين، ويحتاج الى الوقوف عنده وتوضيحه، كما أن الجدل ما زال قائما بين التربويين والإعلاميين في الوطن العربي على هذا مفهوم كمصطلح لكنهم متفقدون على أهميته في المنهج التربوي، فالتربية الإعلامية ضرورة واحتياج عصري فهي تهدف الى تقديم إطارا علميا في أصول التدريس والمنهج الثقافي الذي يسهم في بناء الإنسان في أي مكان، فهي تهتم بتنمية أساليب التفكير الناقد وتدعيم مهارات المتعلم في البحث والتحليل والتقييم لكل ما يعرض عبر وسائل الإعلام، إلا أن عدم وضوح هذا المفهوم جاء بسبب سياسات عدم الوضوح في التنمية والتربية والتعليم، فالتربية الإعلامية تعني أيضًا إعداد الإعلاميين لداء العملية التربوية (البيطار والعسالي، ٢٠٠٩، ٣).

وفي السنوات الأخيرة تطور مفهوم التربية الإعلامية بحيث لم يعد" مشروع دفاع " فحسب، بل أصبح أيضا" مشروع تمكين"، يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تُحيط بهم، وحسن الانتقاء والتعامل معها، والمشاركة فيها بصورة فعّالة ومؤثرة (السعيد وعبادة، ٢٠١٨، ٥٨).

ويعرفها الباحث بأنها: الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع، وفهم عملية الاتصال الجماهيري، وتطوير استراتيجيات تمكننا من فهم وتحليل ومنا قشة الرسائل الإعلامية، وتنمية الاستمتاع الجمالي، والتقدير لمضمون وسائل الإعلام.

ثانيا: مبررات الاهتمام بالتربية الاعلامية

تكتسب التربية الاعلامية أهمية كبيرة لعدة أسباب ومبررات أهمها (مرتضوي، ٢٠٢٠، ١٩٨) :

١- تعتبر التربية الإعلاميَّة من الحقول العلميَّة الجديدة التي تختَصُّ بتعليم الجماهير المختلفة مهارات التعامُل مع وسائل الإعلام.
٢- التربية الإعلاميَّة تنطلِق من هدَف الدفاع والحماية الفرديَّة والجماعية من السُّموم التي تبثُّها الآلات الإعلاميَّة الموجهة حول العالم.
٣- تُمكِّن التربية الإعلاميَّة الطلبة من فهم الثقافة الإعلاميَّة التي تُحيط بفضائهم العولمي، وبالتالي تُساعدُهُم على انتقاء المضمون الإعلامي المناسِب والتعامُل مع المضامين السلبية المسمومَة.
٤- السعي لتكوين نظرة نقدية واعية لدى طلبة الجامعات في تعاملهم مع سيل مضامين وسائل الإعلام الكلاسيكيَّة والجديدة.

ثالثا: مبادئ التربية الاعلامية:

تتمثل تلك المبادئ فيما يلي (ديوب،٢٠١١، ٢٦٨) :

١- فهم وتفسير الرسائل والقيم التي تقدم من خلال الاعلام.
٢- اختيار وسائل الاعلام المناسبة لتوصيل الرسائل الخاصة والتعبير عنها بما يضمن وصولها للجمهور.
٣- تعتبر التربية الاعلامية حقا لكل مواطن في كل مكان في العالم، وذلك لضمان حرية التعبير وحق الوصول الى المعلومات.
٤- تعتبر التربية الاعلامية ضرورة لبناء ديمقراطية مستقرة وثابتة في المجتمع.
٥- تعرف مصادر النصوص الاعلامية والمقاصد السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية منها، وكذلك السياق الذي وردت فيه.
٦- تمكن أفراد المجتمع من الوصول الى فهم وسائل الاعلام المستخدمة من أجل التفاهم مع الآخرين.
٧- تضمن تعلم الأفراد كيفية تحليل آرائهم النقدية، وكذلك وجود النصوص الاعلامية.

رابعا: أهداف التربية الاعلامية:

وتهدف التربية الاعلامية الى إعداد المتعلمين في مراحل التعليم بأنواعه المختلفة للتعامل الواعي والإيجابي مع الرسائل الإعلامية في مختلف صورها، من خلال تمكينهم من مهارات القراءة الصحيحة للرسائل والتفكير الناقد لها، وتحليل مضامينها وتقييمها، يم اتخاذ القرارات المناسبة بشأنها، وتزامن ذلك مع تنمية القيم اللازمة لرصد الرسائل السلبية ومنع تأثيرها، والرسائل الإيجابية وتعزيز أثرها. (عبد الرسول، ٢٠١٥، ٦) .

كما تسعى التربية الاعلامية الى تحقيق الأهداف التالية: (الشديفات والخصاونة، ٢٠١٢، ٢٧٥).

١- تزويد المتلقين بالقيم والمثل العليا، وتنمية الاتجاهات السلوكية البنّاءة، والنهوض بالمستوى التربوي والفكري والحضاري والوجداني للمتلقين.
٢- المحافظة على التراث التربوي ونشره، والتعريف به، ومُؤسسيه وجهودهم التربوية والعلمية.
٣- تنمية اتجاهات فكرية تسهم في تعزيز التماسك الاجتماعي وتحقق تكوين الضمير الذي يوجه سلوك الفرد في الحياة، ويعزز الضبط الاجتماعي لدى المواطنين.
٤- المشاركة في نشر الوعي التربوي على مستوى القطاعات التعليمية المختلفة، وعلى مستوى المجتمع بوجه عام، والأسرة بوجه خاص.
٥- التأكيد على أن الجيل الجديد هم الثروة الحقيقة للمجتمع، وأن العناية والاهتمام بهم وتربيتهم مسؤولية عامة يجب أن يشارك فيها المجتمع.
٦- التنسيق بين المؤسسات التربوية والمؤسسات الإعلامية سعياً لتحقيق التكامل في الأهداف والبرامج والأنشطة.
٧- تبني قضايا ومشكلات التربية والتربويين والطلاب ومعالجتها إعلامياً.
٨- إيجاد قنوات إعلامية للتعليم المستمر والتعليم عن بعد، وتعليم ذوي الحاجات الخاصة.
٩- توثيق الثقة بين المسؤولين والعاملين والمهتمين بشؤون التربية والتعليم، وتنمية الوعي برسالة المعلم ومكانته في المجتمع.
١٠- التعريف بالتطورات الحديثة في مجالات الفكر التربوي، والتقنيات التعليمية والمعلوماتية وتشجيع البحوث في مجال الاعلام التربوي.

كما تهدف التربية الاعلامية الى تحقيق ما يلي (أحمد والغمري، ٢٠٢٢، ٢٩) :

١- حماية الصغار من التأثيرات الضارة أو السلبية أو غير المرغوبة لوسائل الاعلام.

٢- المحافظة على الهوية الثقافية ودعم المقومات الثقافية الوطنية والمحلية.
٣- ضمان حرية التعبير وحق الوصول الى المعلومات والحقائق باعتبارها ضروريات اتصالية لا غنى عنها لدعم المشاركة والبناء الديمقراطي في المجتمع.

خامسا: وظائف التربية الاعلامية:

تقوم التربية الاعلامية مجموعة من الوظائف أهمها:

١- تشكيل المعارف والمهارات الاتصالية وتنميتها التي تجعل النشء والمواطنين على وعى كامل بالعمليات الاتصالية بصفة عامة والعمليات الاعلامية واطرافها واهدافها وسياساتها ولغاتها وعلاقاتها وانتاجها بصفة خاصة.
٢- تنمية التفكير النقدي لدى الصغار والكبار بحيث يتمكن الفرد من امتلاك أدوات الاختيار والتحليل والادراك والتمييز بين الوسائل ومحتواها وادواتها في التأثير على المتلقين وتجنب التأثيرات السلبية أو الضارة والافادة من التأثيرات الإيجابية (أحمد والغمري، ٢٠٢٢، ٢٩).
٣- ترسيخ القيم النبيلة التي نستمدها من الإسلام، فالمجتمعات الإسلامية من واجبها أن تتحلى بتلك القيم والأخلاق النبيلة.
٤- إشراك المجتمع في المشاريع التعليمية والتوجهات التربوية والذى اقتصر على دور العبادة فقط طول المدة الماضية، مما جعل تلك المؤسسات غير قادرة على تحقيق الفائدة ا على تلك المؤسسات، وقد تكون أحيانا عبئا لمرجوة بسبب العاملين فيها مما لا تتوفر فيهم الإمكانات التربوية.
٥- تدعم العلاقة بين الإعلامين ووسائلهم الإعلامية المختلفة وبين التربويين ومؤسساتهم التربوية من خلال التعاون المشترك بينهما.
٦- إظهار التجارب التربوية في المجتمع والتي تؤدي إلى الإبداع مستقيلا وتساهم في معالجة مواطن الخلل في المناهج التربوية.
٧- مساندة المربيين في تقريب المعلومة إلى الطلاب، وترسيخ القيم التربوية مما يسهم في تحسين سلوك الطلبة في المدارس (عبد الجبار، ٢٠١٤، ١١٨).

سادسا: اتجاهات تعليم التربية الاعلامية (ومهاراتها ومعاييرها):

حدد مؤتمر تولوز " الاتجاهات الحديثة في التربية الإعلامية " العناصر المطلوبة لتطوير التربية الإعلامية في أي بلد من البلدان وهي: (ديوب، ٢٠١١، ٢٧٠).

١- وضع أسس الموجهات العامة للمنهج على المستوى الوطني أو الاقليمي بواسطة السلطات التعليمية المختصة.

٢- وضع برامج تدريب للمعلمين على المستوى الجامعي، وهذه البرامج لا يقصد منها برامج تنتهي بالحصول على شهادة في الصحافة أو الاذاعة، واتي هي في الأساس موجهة لمن يطلبها، ولكن هي برامج تعطي شهادة في التربية مع تخصص محدد في الدراسات الاعلامية.

٣- دعم المعلم عن طريق برامج تعليمية للعاملين في المهنة ودورات صيفية لإبقائهم على اتصال بالتطورات في المجال، ومن خلال هذه البرامج يتمك المعلمين من التطور والنمو في مجال التخصص الذي اختاروه، كما تتاح الفرصة أيضاً للمجال التخصصي لكي ينمو ويتطور م خلال التغذية العكسية التي يقدمها الأساتذة الأساسيين.

٤- المصادر التربوية للتدريس مثل الكتابة والاختبار ونشر المراجع وخطط الدروس وصحف النشاط والفيديو وغيرها من المواد المسموعة والمرئية والبوسترات والكتيبات التكميلية الإلحاقية وغيرها، وهي مطلوبة للتدريس، ويتم تطويرها بالتعاون مع كل الجهات المختصة بما تم ذكره آنفاً.

ومالم يتوفر في أي بلد من البلدان جميع العناصر الأربعة المذكورة ويتم تفعيلها لتعمل باستمرار وبالتنسيق مع بعضها البعض فلن يكتب له النجاح في نشر وتعليم التربية الاعلامية لمواطنيه.

ونتيجة لأهمية التربية الإعلامية ودورها في توعية الطلاب بمخاطر وسائل الإعلام، وما تبثه من أفكار هدامة ودعاوي مغرضة تتعارض مع قيم وعادات المجتمع، فقد أكدت العديد من المؤتمرات والمنتديات الدولية على ضرورة تفعيلها وتضمينها في المقررات الدراسية في مراحل التعليم المختلفة، كالمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية في المملكة العربية السعودية عام ٢٠٠٧م، والمؤتمر الدولي للتربية الإعلامية لمجتمعات المعرفة في موسكو عام ٢٠١٢م، والمنتدى الأوروبي الثاني للتربية الإعلامية والمعلوماتية في لاتفيا عام ٢٠١٦م. (محمد، ٢٠٢١، ٣٦٨)

- **المهارات الأساسية للتربية الإعلامية:**

للتربية الاعلامية مجموعة من المهارات اللازمة أهما:

١- **مهارة الدخول الى الرسالة الإعلامية:**

وتعني القدرة على الوصول واستخدام وسائل الإعلام وما يرتبط بها من أدوات تكنولوجية كالكمبيوتر والفيديو وأجهزة الاتصال الذكية وتطبيقاتها المختلفة.

٢- **مهارة تحليل الرسالة الاعلامية: (مهارة الوصول إلى الرسالة)**

وهذه المهارة تمكن الطالب من إدراك المعاني البسيطة والظاهرة من الرسالة، وفهم الغرض من تركيب الرسالة بطريقة معينة، وكيفية اختيار مكوناتها يمنحنا فهماً أعمق للرسالة، وللمساعدة في تحليل الرسالة.

٣- **مهارة نقد الرسالة الاعلامية:**

تعتمد هذه المهارة على التفكير الناقد والذي يعتبر عنصراً رئيسياً من عناصر التربية الإعلامية، إذ يمكن الطالب من فحص مضمون الرسائل الإعلامية ومعرفة مدى توافقها مع ثقافة الفرد والمجتمع، ومن ثم الحصول على معانيها العامة وخاصة السياسية منها والاقتصادية.

٤- **مهارة تقدير وتقويم الرسالة الاعلامية:**

وتتعلق بقدرة الطالب على التوصل لأحكام بمدى مناسبة وقيمة هذه الرسالة بالنسبة إليه، ولذلك تقوم مهارة التقويم على استخدام رؤية الطالب للعالم وما لديه من معرفة واتجاهات وقيم، وذلك بخلاف مهارة التحليل التي تعتمد على فهم واستخدام المعرفة المفاهيمية التي تقع خارج منظور الطالب.

٥- **القدرة على الانتاج والابتكار والمشاركة:**

وتعني القدرة على نقل أفكاره إلى الأخرين، والأفراد عندما يشارك في بناء الرسائل فإنهم يكونوا في عملية مشاركة وتفاعل مستمر، قد يؤدي في بعض الأحيان إلى نشر تلك الرسائل وتداولها، وإلى إحداث روابط تعاونية بين الأفراد. (القرني، ٢٠١٩ ١٢٦)

- **معايير التربية الاعلامية:**

هناك وجهة نظر ترى أن معايير التربية الاعلامية تتمثل فيما يلي: (علي،٢٠٢٠، ٣٩٣١)

المعيار الأول: الملاحظة والتعلم حول الإعلام:

يشمل المعيار تحليل المعنى وتفسيره وصياغته من وسائل الإعلام، ونقد المضامين الإعلامية بطريقة ناقدة، باستخدام الحوار الشفهي والتحريري.

المعيار الثاني: التبصر والنقد بهدف التقييم:

يقوم المعيار على أساس استخدام معايير معينة في مناقشة المحتوى الإعلامي وتقييمه، يتم بموجب هذا المعيار التأكيد على التفكير الناقد من خلال تجميع المعلومات وتقييمها وتحليلها.

المعيار الثالث: الابتكار والاستكشاف:

يعمل المعيار على تطوير وبناء إتقان مُلائم للمهارات والفنيات باستخدام التقنيات التقليدية والجديدة، وفهم الخصائص والسمات التعبيرية للمحتوى الإعلامي، ويشمل المعيار تحديد وتفسير وتوكيد أن العملية الابتكارية تقوم على نمو الأفكار من خلال عملية الاستفسار والاستكشاف والبحث.

وحدد (Lee, 2016, 69) المهارات مرتبطة بمجال التربية الإعلامية كما يلي:

١- الوعي الناقد بتأثير الإعلام على الفرد والمجتمع.
٢- فهم طبيعة صناعة الإعلام وعملياتها وخصائصها.
٣- مهارة التحليل الإعلامي.
٤- التقدير الناقد للإعلام.
٥- التعلم من خلال الإعلام.
٦- التعبير الإبداعي.
٧- مهارة المتابعة ونقد الإعلام.
٨- ممارسة أخلاقيات الإعلام.
٩- التطبيق البنّاء لما يتم تعلمه من الإعلام على مواقف الحياة اليومية.

سابعا: معوقات تعليم التربية الاعلامية:

يمكن تقسيم المعوقات التي تواجه تعليم التربية الاعلامية على النحو التالي:

(أ) معوقات مرتبطة بالإدارة:

وتتمثل فيما يلي (الشهراني والغامدي، ٢٠٢١، ٧٢٦) :

١- كثرة الأعباء الادارية.
٢- قلة الدورات التدريبية.
٣- ضعف قدرة المديرين على مسايرة ومواكبة المتطلبات الادارية.
٤- غياب الأهداف الواضحة والمحددة لدى المديرين.
٥- نقص الكادر الاداري المناسب.
٦- محدودية الصلاحيات المنوطة بالمديرين.
٧- ضعف التعاون بين المسئولين في مختلف المجالات للارتقاء بالعملية التعليمية.

(ب) معوقات مرتبطة بالأنشطة:

وتتمثل تلك المعوقات في الآتي (أبو المجد، ٢٠١٢، ٤) :

١- الحاجة إلى تدريب المعلمين على تطبيق الأنشطة المتعلقة بمهارات التربية الإعلامية.
٢- الحاجة تنظيم النشاط المدرسي تنظيمًا منهجيًا يؤدى إلى تحقيق الأهداف والحاجة إلى تغيير النظام التقليدي للامتحانات، والذي يسهم في تقليص دور التربية الإعلامية ووضعها من الناحية العلمية على هامش الأهمية.
٣- الحاجة إلى تفعيل الأنشطة التي تعمل على تدريب الطلاب على التفكير العلمي في حل المشكلات.

(ج) معوقات مرتبطة بالمعلم:

وتتمثل تلك المعوقات في الآتي (Siddiqui, & Singh, 2016, 72) :

١- عدم التصديق بقيمة التربية الإعلامية والاعتراف بأهميتها، سواء على مستوى الأسرة أو المدرسة أو المجتمع.
٢- عدم قدرة المعلمين على تنظيمها منهجيا بشكل يساعد على تحقيق أهدافها، والتباعد بين ثقافة المدرسة وثقافة الإعلام.

(د) معوقات مرتبطة بالطالب:

وتتمثل تلك المعوقات في وجود علاقة سالبة بين التربويين والإعلاميين، مما يؤثر بالسلب على الطلبة الذين يقضون معظم أوقاتهم على وسائل الإعلام المختلفة وتقنياتها التكنولوجية، مما يجعل الطلبة يعيشون حالة من الانفصام، ويؤثر سلبًا على علاقتهم بكل من المؤسسة التربوية والإعلامية، ويمكن التغلب على هذه المشكلة من خلال توطيد العلاقة بين الإعلاميين والتربويين، وإقامة ندوات مشتركة وإعداد مشاريع يساهم فيها كلا الطرفين وهكذا (Fedorov, 2015, 63).

لذا يجب العمل على زيادة الوعي بأهمية التربية الإعلامية، سواء على مستوى الأسرة أو المدرسة أو المجتمع، وذلك من خلال البرامج التلفازية واستخدام وسائل الإعلام المختلفة في ذلك، ووسائل التواصل الاجتماعي، وتدريب المعلمين على كيفية تنظيمها منهجيًا عبر الدورات التدريبية التي تقدم لهم سواء قبل الخدمة أو في أثنائها (الشهراني والغامدي، ٢٠٢١، ٧٢٦).

==المحور الثاني الإطار المفهومي للإعلام الرقمي ونشأته وتداعياته ==

أولا: مفهوم الاعلام الرقمي

الإعلام في اللغة يشير إلى الاخبار ويقال أعلم فلاناً الخبر أي أخبر به، والاعلام هو التبليغ والابلاغ بالمعلومات والأخبار (المحارب، ٢٠١١، ٢٨)، كما يعرف الاعلام لغةً بأنه: عملية توفير الأخبار أو المعلومات أو البرامج المختلفة للجمهور أو المشتركين (الشيرازي، ٢٠٢٠).

أما اصطلاحاً فيعرف الاعلام الرقمي بأنه: استخدام تقنية الانترنت في نشر وتبادل الاخبار والمعلومات والاتصال من خلال الأجهزة الالكترونية المتصلة بالإنترنت بهدف التواصل الاجتماعي، والثقافي، والسياسي، والاعلامي.

ويعرف بأنه: الاعلام الذي يعتمد على استخدام الحاسب الآلي في انتاج وتخزين وتوزيع المعلومات، ويتميز بارتباطه بشبكة الانترنت والحاسب الآلي والأجهزة النقالة، ودمج وسائل الاعلام التقليدية بعد اضافة الميزة الرقمية والتفاعلية (المحارب، ٢٠١١، ٢٨).

ثانيا: نشأة الإعلام الرقمي

والجدير بالذكر أن مصطلح الاعلام الرقمي من المصطلحات التي ظهرت في الجزء الأخير من القرن العشرين كنتيجة للتحولات الهائلة في مجال الاعلام والاتصال، ليشمل هذا المصطلح دمج وسائل الاعلام التقليدية مع القدرة التفاعلية لتكنولوجيا الاتصالات والانترنت، واصبحت وسائل الاعلام الرقمية من أكثر وسائل الاعلام أهمية لدى جميع فئات المجتمع (عبد العال، ٢٠٢٣، ٢٣٥).

ويشمل الإعلام الرقمي ظهور عددًا من الصحف والمجلات الإلكترونية، والتي شكلت وقتها ظاهرة إعلامية جديدة، مرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وبدأ ظهور التطبيقات والمدونات الإلكترونية التي فتحت آفاقا عديدة للجمهور باعتبارها وسائل إعلامية جديدة سريعة الانتشار وقليلة التكلفة (حسام، ٢٠٢٢، ٨٩).

وبات الاعلام الرقمي من أكثر وسائل الاعلام أهمية لدى جميع فئات المجتمع، خاصةً وأنه بفضل التكنولوجيا أصبح أكثر الوسائل جذباً وإبهاراً إذا ما تم مقارنته بالإعلام التقليدي، حيث تشتمل وسائل الاعلام الرقمي على الحاسبات الإلكترونية وعالم الانترنت والدخول الى مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات التكنولوجية الحديثة (عبد العال، ٢٠٢٣، ٢٣٧).

ثالثا: مبررات ودواعي ظهور الاعلام الرقمي

ومما ساعد على ظهور وانتشار الإعلام الرقمي ارتباطه بالتقنية المتطورة بسرعة فائقة، والتي أصبحت تطورات مذهلة، وبطبيعة الحال ستشهد البشرية تطورات أخرى في المستقبل القريب، قد تطغى على الإعلام الرقمي الحديث من خلال بوادر بدأت بالظهور تتجسد بالإعلام الافتراضي التصوري، والوسائل التفاعلية الشاملة (الحازمي، ٢٣٨١).

وفيما يلي عرض لأهم العوامل والمبررات التي أدت الى ظهور وانتشار الاعلام الرقمي:

١- العامل التقني:

ويتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر تجهيزاته وبرمجياته، وتكنولوجيا الإتصالات ولاسيما ما يتعلق بالقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية فقد اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الانترنت التي تشكل حالياً

وسيطاً يطوى بداخله جميع وسائط الإتصال الأخرى : المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية، وقد انعكس أثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام: صحافة وإذاعة وتلفاز، وانعكس كذلك على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها.

٢- العامل الإقتصادي:

ويتمثل في عولمة الإقتصاد وما يتطلبه من إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات، وليس هذا لمجرد كون المعلومات قاسما مشتركا يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء، بل لكون المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاظم أهميتها يوما بعد يوم، بقول آخر إن عولمة نظم الإعلام والإتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزعات الإستهلاكية من جانب وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفازية من جانب آخر.

٣- العامل السياسي:

ويتمثل في الإستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوى السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الآمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الإضطراب زاخراً بالصراعات والتناقضات، وقد تداخلت هذه العوامل التقنية والإقتصادية والسياسية بصورة غير مسبوقة جاعلة من الإعلام الرقمي قضية شائكة جدا وساحة ساخنة للصراعات العالمية والإقليمية والمحلية (حسام، ٢٠٢٢، ٩٠ – ٩١).

رابعا: سمات الاعلام الرقمي

يتسم الإعلام الرقمي بالعديد من السمات والخصائص التي تميزه عن الإعلام التقليدي، يمكن عرض تلك السمات والخصائص فيما يلي (النمر، ٢٠٢٣، ٣٣) :

١- يقوم على التحول من النظام التماثلي Analog إلى النظام الرقمي Digital وذلك بنقل المعلومات على شكل أرقام منفصلة.

٢- يقوم بترجمة المعلومة إلى المستقبل إلى صوت أو صورة فور وصولها، الأمر الذي يمكن معه تحقيق التفاعلية، حيث يكون المشاركون في عملية الاتصال والتأثير في أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها.

٣- القدرة على نقل المعلومات من وسيط إلى أخر، مثل :البرامج التي يمكن من خلالها تحويل الرسائل من رسائل مسموعة إلى مكتوبة.

٤- القدرة على الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال الحديثة الرقمية حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع؛ من أجل الوصول إلى العالمية، وتخطي حواجز الزمان والمكان والرقابة، ثم إن التخزين والحفظ والأرشفة.

٥- استخدام تقنية تفتيت الاتصال Demassification التي يمكن من خلالها أن تصل الرسالة الإعلامية إلى أكثر من مستقبل في آ ن واحد بشكل متزامن، إرسال واستقبال في وقت واحد.

٦- يميز الإعلام الرقمي أنه متاح لجميع البشر مهما اختلفوا كما أنه لا يعترف بقيود الإعلام التقليدي، كما يتميز بتدفق المعلومات ويقوم بتوفير فرص للحصول على المعلومات بطريقة لم تتوفر للمتلقي من قبل، لا من حيث الوسائل أو النوع أو الكمية.

٧- يعتمد الاعلام الرقمي على آراء شخصية وليس على أخبار تُستقى من مصادر موثوقة، وأن تنافس المستخدمين لوسائل التواصل أفقد هذه الوسائل مصداقيتها وأسهم في انتشار أخبار عارية عن الصحة، منها أخبار موجهة من جهات ما لتحقيق غايات معينة.(الحازمي، ٢٣٨٣- ٢٣٨٦)

ويمكن الاشارة الى بعض الخصائص التي تميز الاعلام الرقمي ووسائله فيما يلي:(زعتر، ٢٠٢٠، ٣٥)

١- **تعدد الوسائط:** حيث يتم استخدام النصوص والصوت والصورة الثابتة والصورة المتحركة والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد.

٢- **التحديث:** والذي يتم بشكل مستمر ويتكيف مع البعد الزمني.

٣- **الحركة والمرونة:** حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة الى أي مكان يريده المتلقي مثل الحاسب المتنقل والهاتف الجوال.

٤- **الانتباه والتركيز:** نظراً لأن المتلقي في وسائل الاعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى والتفاعل معه، اذ أنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز، بخلاف التعرض لوسائل الاعلام التقليدي الذي يكون عادةً سلبياً وسطحياً.

ويلخص البعض خصائص الاعلام الرقمي فيما يلى: (المحارب، ٢٠١٢، ٦٧: ٦٨)

١- **الاتاحة وسهولة وانخفاض تكلفة الاستخدام:** فهو وسيلة متاحة للجميع بلا استثناء او احتكار، للمؤسسات الاعلامية وغير الاعلامية.

٢- **الشمولية والمرونة:** الشمول في المحتوى ومناقشة مختلف الموضوعات، ومرونة الوصول الى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع.

٣- **الانسيابية وتجاوز حدود الزمان والمكان:** لأنه يتخطى كل الحدود والحواجز المكانية والحواجز اللغوية والثقافية والقانونية والسيادية.

٤- **الرقمية التفاعلية:** لأنه يوفر فرص للتواصل والتفاعل والمداخلات المستمرة بين المستخدمين.

٥- **الاتصال الشخصي والجماهيري:** فهو وسيلة شخصية وجماهيرية يمكن استخدامها على المستوى الشخصي وفى مخاطبة الجماهير.

٦- **الاتصال الأفقي:** لأنه يتميز عن وسائل الاعلام التقليدي بأفقية الاتصال بين المستخدمين بدلا من هرمية الاتصال وأحادية مصدر الرسالة.

٧- **التعدد والتنوع في الوسائط** :لأنها يمكن من خلال الانترنت الجمع بين اكثر من وسيلة في نقل الفيديوهات والصور والنصوص.... الخ .ومن ثم الدمج بين الوسائل القديمة والحديثة.

٨- **الانتشار والعالمية:** فهي وسيلة واسعة الانتشار على كافة المستويات المحلية والاقليمية.

خامسا: أهداف الإعلام الرقمي

تعمد وسائل الاعلام الرقمي الى تكريس الواقع الموجود كآلية للتأثير في المتلقي من خلال تزكية ما هو قائم بغض النظر عن صحته أو خطئه، أي أن وسائل الاعلام الرقمي تكرس وتدعم الطريقة التي يدار فيها المجتمع، فتتحول بالتالي الى أداة مهمة في أيدي النخب الاجتماعية وذوي المكانة للسيطرة على بقية افراد المجتمع، لأن تلك النخب أصحاب المكانة غالباً ما يكون لها نفوذ في تسيير ورسم سياسة وسائل الاعلام تلك. (إسماعيلي، ٢٠٢٢، ٨٧)

ويمكن عرض بعض أهداف الاعلام الرقمي فيما يلي: (الشطيبي، ٢٠٢٢، ٤٨)

١- إنتاج الأخبار والمعلومات ونشرها بطريقة دقيقة، وسريعة، ومهنية وموضوعية بما يخدم المصالح العليا للوطن والمجتمع.
٢- إنتاج وخلق إيرادات مالية عبر تنويع منتجات الأخبار والمعلومات والخدمات.
٣- تعزيز مكانة الصحافة والإعلام بالبلاد من خلال توفير مناصب عمل تجمع بين التحدي والامتيازات المجزية.
٤- استخدام أحدث التقنيات والتطبيقات في تقديم الخدمات الإعلامية.
٥- الاستجابة لحاجيات الزبائن في كل الأوقات.

ويرى البعض أن الاعلام الرقمي يسعى الى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:

١- تبادل الآراء والافكار ونقل المعلومات والصور والفيديوهات وغيرها على نطاق واسع وفي وقت قياسي.
٢- طرح المشكلات التي تواجه المجتمعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتقديم المقترحات والحلول لها.

سادسا: وظائف الاعلام الرقمي

وللإعلام الرقمي وظائف عديدة منها:

١- الوظيفة الاخبارية:

من خلال العدد الذائل من المواقع الالكترونية الإخبارية ومواقع التواصل الاجتماعي، أصبح الإعلام الجديد مصد راً مهماً من مصادر الأخبار وأصبح من السهولة في أي وقت ومن أي مكان الحصول على المعلومة الآنية، حيث تتوفر العديد من المواقع الإعلامية التي تقدم

الأخبار وتنشر الوقائع والأحداث التي تقع في مختلف بقاع العالم وفي لحظة وقوعها، كما أن أغلب القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية، أحدثت مواقع إخبارية لذا على شبكة الانترنت كشكل من أشكال التكامل بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي.

٢- الوظيفة التسويقية:

تمثل العديد من المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي مساحة هامة للإشهار "الإشهار الالكترونية الرقمي" من طرف العديد من الشركات التي وجدت في هذه المواقع فرصة فعالة وناجحة للدعوة إلى اقتناء منتجاتها ،خصوصا أن تكلفة الإشهار والدعاية في هذه المواقع قد تكون ذات تكلفة منخفضة حسب سعة الانتشار ونسب المتابعة، بالإضافة إلى تواجد مواقع الالكترونية خاصة بالإشهار، وأخرى بذارية خاصة بالبيع والشراء عبر بوابة الانترنت. (حسونة، ١٢: ١٣)

٣- الوظيفة الدعائية:

يرتبط الإعلام الرقمي الجديد في الغالب بأيديولوجية معينة يهدف إلى الدعاية اليها عبر مضامين ومحتويات إعلامية لها القدرة على التأثير والتعبئة ولاقتناع بالأفكار التي تنادي بها من خلال تقديم هذه المحتويات في أشكال فنية مختلفة. بحيث يمكن لهذه المحتويات الدعائية بأن تسهم في تكوين رأي عام وطني أو إقليمي أو دولي نحو مواقف سياسية كالحملات الانتخابية أو قضايا اجتماعية واقتصادية ورياضية ودينية وتعبوية وتنموية وصحية.

٤- الوظيفة التعليمية:

توسعت دائرة استخدام الإعلام الرقمي في مجال التعليم، من خلال البرامج التعليمة عبر شبكة الانترنت، أومن خلال استخدام الوسائل التعليمة الرقمية في عملية التعليم وخصوصا بعد جائحة كورونا، فقد ساهمت التقنيات الرقمية الجديدة في تطوير وسائل التعليم الالكترونية الرقمية والابتعاد عن الصيغ التقليدية في التعليم باستبدال الألواح الخشبية والبلاستيكية بالألواح الرقمية الذكية المحملة ببرامج ومقررات تعليمية مختلفة، فيما أصبح يعرف أكاديميا" بتكنولوجيا التعليم" باستخدام الأنظمة الرقمية الحديثة، وربط التعليم بشبكة الانترنت، لأن أهداف التربية والتعليم والإعلامي تقاربا في معظم المجتمعات المعاصرة من خلال العمل على نشر المعرفة وتع زيز النمو والتطور الثقافي وتكوين الشخصية واكتساب المهارات (السهلي، ٢٠٢١، ٢٤).

سابعا: أشكال وأنواع الإعلام الرقمي

تتعدد أشكال وأنواع الاعلام الرقمي، ويمكن عرض أهمها فيما يلي: (أبو عيانة، ٢٠٢٣، ١٤٠٠)

١- المواقع الاعلامية على شبكة الانترنت.
٢- الصحافة الالكترونية: خدمات النشر الصحفي عبر مواقع الشركة.
٣- الاذاعة الالكترونية: خدمات البث الحي على الانترنت.
٤- القنوات التليفزيونية الالكترونية: خدمات البث الحي المباشر على الانترنت.
٥- خدمات الأرشيف الالكترونية.
٦- الاعلانات الالكترونية: خدمات النشر الاعلاني على الانترنت.
٧- خدمات اعلانية ترفيهية (المدونات – قنوات التواصل الاجتماعي- تويتر- فيس بوك).
٨- خدمات الهاتف الجوال: وتشمل البث الحي على الهاتف المحمول.
٩- رسائل الـ SMS – MMS على الهاتف: بث خدمات الأخبار العاجلة.

وثمة وجهة نظر أخرى ترى أن أشكال وأنواع الاعلام الرقمي هي:

(١) الإعلام الرقمي القائم على شبكة الانترنت وتطبيبقاتها Online :

وهو جديد كلياً بصفات وميزات غير مسبوقة، ويتميز بمجموعة من التطبيقات التي لا حصر لها، وهو بمثابة منظومة جديدة تضاف الى المنظومة الكلاسيكية والتي تضم الصحافة، الإذاعة، والتليفزيون.

(٢) الإعلام الرقمي القائم على الكمبيوتر :Offline

ويتم استخدام هذا النوع إما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الأسطوانات الضوئية وما اليها ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الرقمية، وغيرها.

(٣) الإعلام الرقمي القائم على اجهزة المحمولة:

منها الأجهزة المحمولة وأجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية، وتعد بدورها منظومة جديدة تهدف المؤسسات الاعلامية من طريقها الى التنويع في مصادرها وتعزيز علاقاتها مع جمهورها.

(٤) الإعلام الرقمي القائم على الوسائل التقليدية:

مثل الراديو والتليفزيون التي أضيفت الى ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمنة والاستجابة للطلب (علي، ٢٠٢٢، ٥٨ : ٥٩).

ثامنا: تداعيات الإعلام الرقمي:

وهناك تداعيات إيجابية وسلبية للإعلام الرقمي يمكن توضيحها على النحو التالي:

(أ) ايجابيات الإعلام الرقمي:

استطاعت وسائل الاعلام الرقمي بإمكانياتها المتطورة أن تمارس فن صنع واقع آخر غير الواقع الفعلي، حيث بإمكانها أن تبرز نظاماً قمعياً في صورة نظام ديموقراطي، وبفضلها يمكن أن ربح حملة انتخابية وإلحاق الخسارة بالخصم، وبقدرة هذه الوسائل على الإيهام والتزييف يمكن تضخيم الامكانيات البشرية والاقتصادية والعسكرية، وتقليل امكانيات العدو، كما يمكن من خلالها إقامة الحجة وقضها، وأيضاً يمكن من خلالها رفع مكانة شخص ما أو الحط من قدره، ويمكن من خلالها الغاء الصراع أو ممارسة تعتيم عليه وتقديم بدلاً منه الوفاق والانسجام، كما يمكن من خلاله ابراز التناقض الطبقي على أنه تعددية وليبرالية. (عمراني، ٢٠١٦، ٣٩٣)

وقد لخص (كريم، ٢٠٢٢) ايجابيات الاعلام الرقمي فيما يلي:

١- لا يتطلب تكاليف مادية كبيرة (جهاز كمبيوتر، وخط انترنت) .
٢- أعطى الناس فرصة للتعبير عن أنفسهم وتقديم تقرير عن عالم كان لم يمكن تصوره.
٣- إنتشار وجهات النظر المختلفة وحقائق منعت من قبل.
٤- التغلب على طغيان المنافسة في مجال الإتصالات مثل المغتربين وأهليهم.
٥- يساعد الصحفيين على معرفة إتجاهات الرأي العام.
٦- يمكن الأفراد من إنشاء المحتوى الخاص بهم ومشاركته مع الآخرين بسهولة.
٧- مساعدة الأفراد الذين يفتقرون إلى الثقة في بناء علاقات اجتماعية مباشرة.

(ب) سلبيات الاعلام الرقمي:

إن الأساس في السلب والإيجاب هو الاستخدام المراد من الوسيلة , فالسلب والإيجاب ليس مرهونًا بطبيعة الوسيلة نفسها؛ بل الغاية من استخدامها والطريقة التي يتم استخدامها وهذا ما ينطبق على الإعلام بأشكاله المختلفة المرئية والمسموعة والمكتوبة؛ بل حتى نشرات الإعلان الدعائي يمكن أن تتحول إلى أداة ضارة رغم قصد النفع منها إذا وجهت وجهة الضرر، فالأمر

إذن بشموليته منوط بتوجيه الوسائل والأدوات، وما يتبقى هو دور الأسرة والأفراد ودوائر التربية في اختيار ما تراه مناسبا، فالخبراء التربويون يؤكدون أن الإعلام يتميز بحجم كمية المعلومات الهائلة التي يحتويه وتجدده. (الزعبي، ٢٠٢١، ٢١٩)

وهناك مجموعة من السلبيات المترتبة على انتشار الاعلام الرقمي أهمها: (الشمايلة، ٢٠١٤، ٣٢)

١- قلة المهارات والتكوين والمعارف في الإعلام الرقمي.
٢- صعوبة الحصول على التمويل.
٣- السرعة في البث مما يؤثر على مصداقية البيانات والمعلومات.
٤- انعدام القوانين والضوابط الخاصة بعمل الإعلام الرقمي، وعدم خضوعه للرقابة.
٥- صعوبة التحقق من المعلومات على المواقع الإلكترونية.
٦- التأثير السلبي في الحياة الأسرية والإجتماعية.
٧- سهولة التعدي على الملكية الفكرية وحقوق النشر.

المحور الثالث: تصور مقترح لأهم متطلبات تحقيق التربية الإعلامية لدى طلبة جامعة أسيوط في ضوء تداعيات الإعلام الرقمي:

من خلال استعراض المحوريين السابقين "الإطار المفهومي للتربية الإعلامية" و"الإطار المفهومي للإعلام الرقمي وتداعياته"، يمكن وضع تصور مقترح لأهم متطلبات تحقيق التربية الإعلامية لدى طلبة جامعة أسيوط في ضوء تداعيات الإعلام الرقمي، وتتمثل فيما يلي:

١-متطلبات تحقيق مفهوم التربية الإعلامية لدى طلبة جامعة أسيوط والتي تتمثل تعريف الطالب بأن التربية الإعلامية تعني:

١- معرفة وسائل الإعلام وأنواعها ووظائفها.
٢- عملية تعليمية يتم من خلالها تزويد الطلبة بالمعارف والمهارات الإعلامية.
٣- القدرة على التعامل مع وسائل الإعلام.
٤- الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع.
٥- فهم عملية الاتصال الجماهيري.

٦- فهم وتحليل ومناقشة الرسائل الإعلامية.

٧- الفهم العميق للمعاني الخفية التي تحتويها الرسالة الإعلامية.

٨- مجموعة المبادئ الأساسية والمعلومات التي يكتسبها الفرد عن وسائل الإعلام.

٢- متطلبات خاصة بممارسات الطالب العملية للتربية الإعلامية، وتتمثل في أن الطالب يستطيع:

١- التمييز بين المحتوى الإعلامي الجيد والضار

٢- تصنيف الرسالة الإعلامية من خبر أم رأي

٣- التمييز بين مصادر المعلومة الدقيقة وغير الدقيقة

٤- البحث عن مصدر الخبر أولًا قبل مشاركته

٥- تصنيف المواد الإعلامية وأحدد أيًا من الفنون الصحفية المستخدمة

٦- معرفة ما تم حذفه من الخبر وما تم اضافته

٧- معرفة من هو المستفيد من الخبر ومن هو المستهدف

٨- معرفة الهدف من الرسالة الإعلامية

٩- معرفة تأثير وسائل الإعلام على قيم واخلاق المجتمع

١٠- احترام آراء الآخرين في الرسالة الإعلامية

١١- إنتاج الرسالة الإعلامية وتوزيعها

١٢- إظهار التعاطف تجاه احتياجات ومشاعر الآخرين على وسائل الإعلام

١٣- تقييم الواعي لإمكانات ومخاطر الإعلام

١٤- التحكم في اختيار الوقت المناسب لاستخدام وسائل الإعلام

١٥- مواكبة التطورات التكنولوجية الإعلامية

١٦- الإيجابية في مواجهة التأثيرات الإعلامية على العقل والسلوك

١٧- أنشر الخبر المميز لي مع زملائي

١٨- اشعر بالمسئولية عن أي حاجة أكتبها أو اشاركها

١٩- اسعى أن أحافظ على مصلحة بلدي واستقرارها

٣-متطلبات خاصة بدور التعليم الجامعي في تنمية التربية الإعلامية لدي الطالب، وتتمثل فيما يلي:

١- يقوم التعليم الجامعي بتعريف الطالب مفهوم وسائل الإعلام ومعرفة التطور التاريخي لها
٢- يقوم التعليم الجامعي بتعريف الطالب أهمية وأهداف وأنواع وسائل الإعلام
٣- يقوم التعليم الجامعي بتعريف الطالب أنواع ونظريات ووظائف وسائل الإعلام
٤- يقوم التعليم الجامعي بتعريف الطالب التأثيرات الإيجابية والسلبية لوسائل الإعلام
٥- يقوم التعليم الجامعي بتعريف الطالب العلاقة بين وسائل الإعلام وتحقيق التنمية
٦- يقوم التعليم الجامعي بتعريف الطالب أسس بناء ونقد وتطوير الرسالة الإعلامية
٧- يقوم التعليم الجامعي بتزويد الطالب بمهارة التعامل مع وسائل الإعلام
٨- يقوم التعليم الجامعي بتزويد الطالب بمهارة بناء وتحليل وتفسير ونقد الرسالة الإعلامية
٩- يقوم التعليم الجامعي بتزويد الطالب بمهارة القراءة للرسائل الإعلامية
١٠- يقوم التعليم الجامعي بتزويد الطالب بمهارة التفكير الناقد لمحتوى الرسالة الإعلامية
١١- يقوم التعليم الجامعي بتزويد الطالب بمهارة التفكير الإبداعي لإنتاج مضامين إعلامية
١٢- يقوم التعليم الجامعي بتزويد الطالب بمهارة إدارة وقت وسائل الإعلام

قائمة المراجع:

أولا: المراجع العربية

١. أبو المجد، مها عبد الفتاح . (٢٠١٢). تصور مقترح للتربية الاعلامية في مدارس التعليم الثانوي في جمهورية مصر العربية في ضوء الخبرات الدولية. **رسالة ماجستير** غير منشورة، كلية التربية، جامعة أسوان.

٢. أبو عيانة، لمياء عرابي محمد. (٢٠٢٣). الإعلام الرقمي والتوعية بالأزمات البيئية : دراسة ميدانية. بحث منشور. **مجلة البحوث الاعلامية**، كلية الإعلام بالقاهرة، جامعة الأزهر، ع(٦٨)، ج (٢).

٣. إسماعيلي، أحمد. (٢٠٢٢). أدلجة الاعلام الرقمي في عصر العولمة . بحث منشور. مجلة **الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية**، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، ع(١).

٤. الحازمي، مبارك بن واصل. إشكالية العلاقة بين الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي. **ورقة عمل مقدمة الى المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين**، (الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة).

٥. السعيد، بعلي محمد، عبادة، نور الهدى. (٢٠١٨). التربية الاعلامية: قراءة في المفهوم، الأهداف، والوسائل. بحث منشور. **المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي**، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، الجزائر ، مج (٥)، ع (٢).

٦. الشديفات، أشجان حامد، الخصاونة، خلود أحمد. (٢٠١٢). واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها. بحث منشور. **المجلة الدولية التربوية المتخصصة**، مج (١) ع (٦).

٧. القرني، فاطمة أحمد. (٢٠١٩). واقع التربية الإعلامية في مؤسسات التعليم العام في المملكة العربية السعودية– محافظة جدة نموذجا. بحث منشور. **مجلة العلوم التربوية والنفسية**، المركز القومي للبحوث غزة، فلسطين، مج (٣)، ع (١٢).

٨. ديوب، هبة. (٢٠١١). تفعيل التربية الإعلامية في مرحلة التعليم الأساسي من وجهة نظر طلاب كلية التربية في جامعة الفرات. بحث منشور. **مجلة العلوم التربوية**، جامعة أم درمان الإسلامية – كلية التربية، ع (١١).

٩. عبد الجبار، رأفت عطية. (٢٠١٤). دور الإعلام التربوي في تدعيم الانتماء للوطن. **المؤتمر العلمي الثالث للإعلام الإسلامي في العراق**، إصدارات مركز البصيرة للبحوث والتطوير الإعلامي.

١٠. عبد الرسول، محمود أبو النور. (٢٠١٥). دراسة مقارنة لبرامج التربية الاعلامية المدرسية في كل من المملكة المتحدة وكندا والولايات المتحدة الأمريكية وإمكانية الافادة منها في مصر. بحث منشور. **مجلة كلية التربية**، جامعة بنها.

١١. حسونة، نسرين. **الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف** ،شبكة الألوكة.

١٢. الشطيبي، خالد. (٢٠٢٢). دور الاعلام الرقمي في تنمية مهارة القراءة الموقع العربي لوكالة برناما نموذجا. بحث منشور. **مجلة الدراسات اللغوية والأدبية**، مج (١٣)، ع (٢).

١٣. الشيرازي مجد الدين. (٢٠٢٠). **مفهوم التربية**– قاموس المحيط. متاح على الرابط التالي: https://www.almaany.com/ar/dict

١٤. المحارب، سعيد بن محارب. (٢٠١١). الاعلام الجديد في السعودية :**دراسة تحليلية في المحتوى الاخباري للرسائل النصية القصيرة. الكويت:** جداول للنشر والتوزيع.

١٥. النمر، حمود نوار. (٢٠٢٣). الإعلام الرقمي وصناعة الجريمة: المجتمع السعودي. بحث منشور. **المجلة العلمية لجامعة الملك فيصل العلوم الانسانية والادارية**، جامعة الملك فيصل، المملكة العربية السعودية.

١٦. علي، حاتم بابكر أحمد. (٢٠٢٢). توظيف الاعلام الرقمي في انتاج الأخبار التليفزيونية دراسة من وجهة نظر الخبراء والمتخصصين في الاعلام . بحث منشور. **مجلة علوم الاتصال**. مج(٧)، ع (٢).

١٧. عمراني، المصطفى. (٢٠١٦). الخطاب الاعلامي وأطروحة الواقع. بحث منشور. **مجلة نقد وتنوير**، مركز نقد وتنوير للدراسات الانسانية، قرطبة، اسبانيا، ع (٥).

١٨. كريم، هشام. (٢٠٢٢). الإعلام الجديد، تاريخ الدخول ٢٤ أبريل ٠ ٢٠٢٢ http://karimhisham.wordpress.com

١٩. محمد، ماهر أحمد حسن. (٢٠٢١). تفعيل التربية الإعلامية في مدارس التعليم العام بالمنطقة الشرقية في ضوء خبرات وتجارب بعض الدول المتقدمة. بحث منشور. **مجلة العلوم التربوية**، جامعة الامام محمد ب سعود الاسلامية، المملكة العربية السعودية، ع (٢٨).

٢٠. مرتضوي، خولة. (٢٠٢٠). التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية. **ورقة بحثية منشورة**، دورية نماء لعلوم الوحي والدراسات الانسانية، العدد (٨).

ثانيا: المراجع الأجنبية

1. Baranov, O. (2012). **Media Education in School and University**. (in Russian).Tver: Tver State University.
2. Fedorov, A. (2015). Russian Media Education Literacy Centers in the 21st Century. The **Journal of Media Literacy**, 57(1).
3. Lee, A. Y. L. (2016). **From communication power shift to media education** paradigm change: The case of Hong Kong. Journal of Media Literacy, 57(1–2).
4. Siddiqui, S., & Singh, T. (2016). Social media its impact with positive and negative aspects. **International Journal of Computer Applications** Technology and Research, 5(2).