

وسائل الإعلام الإلكتروني

ودورها في التربية الإعلامية لطلاب الجامعات

(دراسة ميدانية على جامعة بنغازي)

أ. جمال عبدالله زايد

كلية الاعلام جامعة بنغازي

gamalzaid68@gmail.com

المخلص :

يهدف البحث إلى فهم اعتماد طلاب الجامعات الليبية على وسائل الإعلام الإلكتروني وتأثيرها في تحسين قدرتهم النقدية والتحقق من صحة المعلومات. كما يسعى لاستكشاف وعي الطلاب بالموارد التعليمية المتاحة وكيفية استخدامها بفعالية، مع تقييم تأثير هذه الوسائل في تعزيز فهمهم للمفاهيم الأساسية في التربية الإعلامية. أيضا يسعى البحث إلى تحديد العقبات التي تعوق استخدام وسائل الإعلام الإلكتروني في هذا السياق. وقد توصل البحث إلى عدة نتائج من أهمها :

. أن غالبية المشاركين تتراوح أعمارهم بين 20 و 24 عاما، مما يعكس تركيز الدراسة على هذه الفئة العمرية. وأظهرت النتائج أيضا أن الإناث يشكلن النسبة الأكبر من العينة، مما يدل على تفاعل أكبر من النساء مع وسائل الإعلام. أما بالنسبة للتخصصات الأكاديمية، كان تخصص الطب الأكثر تمثيلا (30.9%)، يليه تخصص الإعلام (17.8%)، مما يعكس تنوع خلفيات الطلاب.

يتضح من النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر الأكثر استخداما بين الطلاب، حيث أشار 53.4% إلى استخدامها بشكل منتظم، تليها منصة يوتيوب بنسبة 16.9%. في السياق نفسه، أظهرت البيانات أن 37.3% من المشاركين يقضون من ثلاث إلى أربع ساعات يوميا على وسائل الإعلام الإلكترونية، مع وجود نسبة ملحوظة (27.5%) تستخدمها بشكل مكثف.

عند تقييم تأثير وسائل الإعلام الإلكترونية، أظهر 72.5% من المشاركين اعتقادهم بأنها تعزز مهاراتهم الإعلامية، بينما اعتبر 92.4% أن هذه الوسائل تلعب دورا مهما في تلقي المعلومات الأكاديمية. ومع

ذلك، تشير النتائج إلى حاجة ملحة للتدريب، حيث أفاد 28% فقط من الطلاب بأنهم تلقوا تدريباً كافياً، مما يبرز أهمية زيادة هذه البرامج. كما أبدى معظم الطلاب اهتماماً بتعلم مواضيع تتعلق بتقييم المعلومات والتحقق من الأخبار.

على الرغم من الفوائد المحتملة، أظهر 43.6% من المشاركين أنهم لا يعتبرون المعلومات من وسائل الإعلام الإلكترونية أكثر موثوقية مقارنة بالمصادر التقليدية، مما يعكس وجود شكوك حول موثوقية هذه المعلومات. كما لم يظهر البحث ارتباطاً ذو دلالة إحصائية بين حجم التعرض لوسائل الإعلام الإلكترونية وبعض المتغيرات ذات الصلة، مما يشير إلى عدم وجود تأثير واضح في بعض الجوانب. في الختام، تسلط النتائج الضوء على أهمية وسائل الإعلام الإلكترونية في تحسين التربية الإعلامية لدى الطلاب، بينما تشير أيضاً إلى الحاجة لمزيد من التدريب والتوعية لتعزيز مهارات التحليل والتقييم.

Abstract:

This study aims to understand the reliance of Libyan university students on electronic media and its impact on enhancing their critical thinking and information verification skills. It also seeks to explore students' awareness of available educational resources and how effectively they utilize them, while assessing the influence of these media on strengthening their understanding of key media literacy concepts. Additionally, the research aims to identify the obstacles that hinder the use of electronic media in this context. The study reached several findings, the most notable of which are:

– The majority of participants are aged between 20 and 24 years, reflecting the study's focus on this age group. The results also showed that females constitute the largest portion of the sample, indicating a higher level of engagement with media among women. Regarding academic specializations,

medicine was the most represented (30.9%), followed by media studies (17.8%), highlighting the diversity of students' academic backgrounds.

– The findings indicate that social media is the most commonly used platform among students, with 53.4% reporting regular use, followed by YouTube at 16.9%. In the same context, data showed that 37.3% of participants spend between three to four hours daily on electronic media, with a significant proportion (27.5%) using it intensively.

– When evaluating the impact of electronic media, 72.5% of participants believed it enhances their media literacy skills, while 92.4% considered these platforms important for receiving academic information. However, the results highlight an urgent need for training, as only 28% of students reported receiving adequate training, emphasizing the importance of expanding such programs. Most students also expressed interest in learning about topics related to evaluating information and verifying news.

Despite the potential benefits, 43.6% of participants indicated that they do not consider information from electronic media to be more reliable than traditional sources, reflecting existing skepticism regarding the credibility of such information. Furthermore, the study did not find a statistically significant correlation between the level of exposure to electronic media and certain related variables, suggesting a lack of clear impact in some areas.

In conclusion, the findings underscore the importance of electronic media in enhancing students' media literacy, while also pointing to the need for more training and awareness to improve analytical and evaluative skills.

مقدمة

تعد وسائل الإعلام الإلكترونية واحدة من الأدوات الأساسية التي تُشكل الوعي والمعرفة في عصر المعلومات الرقمي، خاصة لدى طلاب الجامعات، ففي ظل التطورات التكنولوجية السريعة، بات من الضروري فهم دور هذه الوسائل في تعزيز التربية الإعلامية، حيث تساعد الطلاب على تحليل المعلومات والتفاعل النقدي مع المحتوى الإعلامي. ومع ذلك، تواجه الجامعات الليبية تحديات تتعلق بدمج التربية الإعلامية في المناهج الدراسية، مما يُظهر وجود فجوة تؤثر على قدرة الطلاب على التمييز بين المعلومات الموثوقة وغير الموثوقة.

يتناول هذا البحث مشكلة غياب توجه واضح نحو التربية الإعلامية في الجامعات، مع التركيز على كيف يمكن أن تسهم وسائل الإعلام الإلكترونية في تعزيز الفهم النقدي والممارسات التعليمية. يهدف البحث إلى استكشاف مدى تأثير هذه الوسائل على استخدام الطلاب كمصادر معلومات وتطوير مهارات التحليل، بالإضافة إلى تقييم مستوى معرفتهم بأساليب التربية الإعلامية، ومعرفة التحديات التي يواجهونها.

أهمية هذا البحث تنبع من ضرورة استغلال وسائل الإعلام الإلكترونية في ظل التحولات الرقمية السريعة، مما يُسهم في تحسين مهارات الطلاب وتطوير استراتيجيات تعليمية متوافقة مع التقنيات الحديثة. كما يسعى البحث لتقديم توصيات تهدف إلى تحسين المناهج الدراسية، مما من شأنه أن يدعم دور وسائل الإعلام الإلكترونية في التعليم ويساعد الطلاب على مواجهة التحديات الإعلامية.

باختصار، يسعى البحث إلى تقديم رؤية شاملة حول كيفية استفادة الطلاب من وسائل الإعلام الإلكترونية في تقوية قدراتهم الإعلامية، مما يساهم في تشكيل مجتمع مدرك وقادر على التعامل مع المعلومات بشكل فعال.

مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث في غياب توجه واضح نحو التربية الإعلامية في الجامعات الليبية، رغم التطورات التكنولوجية السريعة. ما يكشف عن وجود فجوة كبيرة في دمج التربية الإعلامية ضمن المناهج، مما يؤثر في قدرة الطلاب على تحليل المعلومات بشكل نقدي.

وبهذا فإن مشكلة البحث يمكن تحديدها بشكل أدق في التساؤل التالي :

كيف تؤثر وسائل الإعلام الإلكتروني على استخدام الطلاب كمصادر معلومات وتطوير مهارات التحليل، وما مستوى معرفتهم بأساليب التربية الإعلامية، وما التحديات التي تواجههم، وكيف يمكن دمج هذه الوسائل في المناهج الدراسية لتعزيز الفهم والتأثير الإيجابي في التربية الإعلامية؟

أهمية البحث:**أولا . الأهمية العلمية:**

- يُسهم البحث في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بالتربية الإعلامية في البيئة الجامعية الليبية، والتي لا تزال تعاني من ندرة في الدراسات المتخصصة.
- يقدم إطارا نظريا يساعد في فهم العلاقة بين وسائل الإعلام الإلكتروني والتربية الإعلامية من منظور أكاديمي حديث.
- يساعد على تحديد مستوى وعي الطلاب بأساليب التربية الإعلامية، مما يمكن استخدامه كقاعدة لبحوث لاحقة أكثر تعمقا.
- يسلط الضوء على فجوة قائمة في المناهج الجامعية الليبية، ويدعو إلى معالجتها علمياً عبر مقترحات مبنية على نتائج البحث.

ثانيا . الأهمية الموضوعية: (العملية)

- يساعد البحث في توجيه صناع القرار والمختصين في تطوير المناهج نحو دمج مفاهيم التربية الإعلامية باستخدام أدوات الإعلام الرقمي.

- يقدم توصيات عملية قابلة للتطبيق لتعزيز مهارات الطلاب في تحليل وتقييم المحتوى الإعلامي.
- يُسهم في بناء وعي طلابي أكثر نقداً ومسؤولية تجاه ما يُستهلك وينتج من محتوى إعلامي.
- يعزز قدرة الجامعات على الاستفادة من تقنيات الإعلام الرقمي في دعم أهداف العملية التعليمية بشكل مبتكر ومتكامل.

أهداف البحث :

- التعرف على مدى اعتماد طلاب جامعة بنغازي على وسائل الإعلام الإلكتروني كمصدر للمعلومات.
- تقييم تأثير وسائل الإعلام الإلكتروني في تنمية مهارات التحليل والتفكير النقدي لدى الطلاب.
- قياس مستوى وعي الطلاب بمفاهيم وأساليب التربية الإعلامية.
- استكشاف التحديات التي يواجهها الطلاب في التعامل مع المحتوى الإعلامي الرقمي.
- تحليل مدى تكامل مفاهيم التربية الإعلامية ضمن المناهج الجامعية الحالية.
- تقديم توصيات عملية لتطوير المناهج الدراسية بما يدعم دمج وسائل الإعلام الإلكتروني في تعزيز التربية الإعلامية.
- اقتراح استراتيجيات تعليمية حديثة تساعد على توظيف وسائل الإعلام الإلكتروني بشكل فعال في البيئة الجامعية.

حدود البحث:

يقتصر البحث على جامعة بنغازي، كإحدى أكبر الجامعات الليبية، حيث سيتم جمع البيانات من طلابها فقط، دون التطرق لجامعات أو مناطق أخرى. كما يركز البحث على فترة زمنية محددة خلال العام الدراسي الحالي (2024) أو الماضي القريب، لتوفير معلومات محدثة حول تأثير وسائل الإعلام الإلكتروني على التربية الإعلامية. أيضاً يستهدف البحث طلاب الجامعات دون المراحل الدراسية الأخرى أو الخريجين، مركزاً على دور وسائل الإعلام الإلكتروني في دعم التربية الإعلامية من خلال

دراسة استخدام الطلاب لهذه الوسائل وتأثيرها على مهارات التحليل والتقييم، دون تناول مواضيع أخرى مثل وسائل الإعلام التقليدية.

ما يستتفر عنه هذه الحدود هو تحديد نطاق البحث بشكل واضح، مما يضمن تركيز الدراسة على موضوعها الأساسي ويعزز دقة وملاءمة النتائج المستخلصة.

تعريف المصطلحات الرئيسية:

. وسائل الإعلام الإلكتروني

يشير إلى القنوات والمنصات الرقمية المستخدمة لنشر وتبادل المعلومات، مثل مواقع التواصل الاجتماعي، المدونات، المواقع الإخبارية، ومنصات الفيديو على الإنترنت. يمكن تعريف الإعلام الإلكتروني electronic media بأنه "الإعلام الذي يقوم على تدفق المعلومات عبر شبكة الأنترنت والهاتف المحمول، وهو عبارة عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات." (شفيق، 2005، ص. 33)

ويمكن تعريف وسائل الإعلام الإلكتروني إجرائياً على أنها منصات وأدوات تُستخدم لنشر وتوزيع المعلومات والرسائل عبر الإنترنت أو عبر شبكات إلكترونية، تُمكن هذه الوسائل الأفراد والمؤسسات من الوصول إلى جمهور واسع بشكل سريع وفعال، مع إمكانية التفاعل المباشر وتحديث المحتوى بشكل مستمر.

. مفهوم التربية الإعلامية

هي العملية التعليمية التي تهدف إلى تطوير مهارات الأفراد في تحليل وتقييم المعلومات الإعلامية وفهم تأثيراتها. تشمل المعرفة بكيفية التحقق من صحة الأخبار، تفسير الرسائل الإعلامية، وفهم الأبعاد الأخلاقية لاستخدام وسائل الإعلام. وبحسب الشمري (2010، ص. 19) فإن مفهوم التربية الإعلامية "ظهر في العالم في أواخر الستينات من القرن الماضي حيث ركز الخبراء على استخدام وسائل الاعلام وادوات الاتصال لتحقيق منافع تربوية ملموسة كوسيلة تعليمية وبحلول السبعينات بدأ النظر الى التربية

الإعلامية كمشروع دفاع لحماية الأطفال والشباب من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام، وفي السنوات الأخيرة مع تطور وسائل الإعلام تطور مفهوم التربية الإعلامية والرقمية حتى أصبح مشروع تمكين يهدف إلى أعداد الأطفال والشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم وحسن الانتقاء والتعامل معها والمشاركة فيها بصورة فعالة".

. تعريف التربية الإعلامية

تم تعريف التربية الإعلامية بأنها "عملية توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلى من أجل تحقيق الأهداف التربوية المرسومة في السياسة التعليمية والسياسة الإعلامية للدولة، ولذلك لا يقتصر تأثيرها على الطلبة في المدرسة، وإنما يتعدى ذلك إلى التأثيرات على كافة أفراد المجتمع" (نفس المرجع، ص. 20). يمكن تعريف التربية الإعلامية إجرائياً بأنها عملية تعليمية تهدف إلى تمكين الأفراد من فهم وتقييم وسائل الإعلام بشكل نقدي وفعال، من خلال تطوير مهارات تحليل المحتوى وفهم تأثير الإعلام على المجتمع، واستخدام التكنولوجيا بشكل مسؤول، وتعزيز القدرة على اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن المعلومات.

طلاب الجامعات

هم الأفراد الملحقون بمؤسسات التعليم العالي بعد إتمام المرحلة الثانوية. يدرسون في كليات أو أقسام أكاديمية للحصول على شهادات مثل البكالوريوس والماجستير والدكتوراه، وتشمل تجربتهم دراسة المواد التخصصية والمشاركة في الأنشطة الأكاديمية والاجتماعية.

الطالب الجامعي "هو كل فرد سلم نفسه للأساتذة ليتعلم منهم علماً و بالتالي فهو متلقي العلم ويعتبر محور العملية التعليمية و التربوية ويعتبر الطالب احد العناصر الأساسية والفعالة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي إذ انه يمثل النسبة الغالبة للمؤسسة الجامعية." (يوسف، 2008)

الدراسات السابقة:

1. دراسة عبير محمد حمدي (2020) بعنوان "حول توظيف منهج التربية الإعلامية في المحتوى الأكاديمي لكليات الإعلام المصرية من منظور الأكاديميين"

هدفت الدراسة إلى التعرف على أمكانية توظيف منهج التربية الإعلامية بالمحتوى الأكاديمي بكليات ومعاهد الإعلام المصرية من منظور الأكاديميين لأهميته في تشكيل شخصية الطالب المتعلم واكسابه

المهارات الإعلامية النقدية والتحليلية للرسائل الإعلامية المتداولة بشكل مكثف في جميع وسائل الاعلام.

واعتمدت الدراسة على المقابلة المتعمقة باتباع الإجراءات المنهجية في البحوث الكيفية مع عينة عمدية قوامها 30 استاذاً أكاديمياً من العاملين في كليات ومعاهد الإعلام في الجامعات المصرية الحكومية والخاصة، وتوصلت إلى النتائج التالية:

1 . هناك مفاهيم ومعايير محددة أجمعت عليها عينة الدراسة عندما عرضت لمعايير ومفهوم التربية الاعلامية والتي لم تخرج عن كونها مهارات تحليل ونقد وانتاج وتفسير وفهم لمحتوي وسائل الاعلام والتعامل الواع معه.

2 . تعرضت عينة الدراسة لتوظيف مفهوم التربية الاعلامية من جانبين مختلفين، الاول عرض للواقع الفعلي للتوظيف في المؤسسات التعليمية، والثاني عرض للشكل الامثل لهذا التوظيف.

3 . كانت أهم مظاهر تواجد مفهوم التربية الاعلامية في محتوى المقررات لنشر المفهوم من خلال التدريب الميداني في المدارس والجامعات المختلفة ومن خلال عمل بعض اللقاءات والندوات مع الطلاب أي موجود في النقاشات وفي التدريب العملي.

4 . تباينت إجابات المبحوثين حول أفضلية دمج التربية الاعلامية في المقررات الدراسية و فصلها في مقرر مستقل والجمع بين البديلين.

5 . إن نمط التوعية الأفضل بالنسبة للطلاب بالتربية الإعلامية ودورها في نجاح نشاطات المجتمع المدني يتم من خلال: الجمع فيما بين المحاضرات والندوات والمنشورات والكتب العامة والدراسية , وأيضا من خلال ورش العمل.

6 . لا يوجد فرق بين منهج التربية الإعلامية ونوع التعليمي حكومي وخاص.

2 . دراسة أميرة حسن سالم (2018) بعنوان "دور وسائل الاعلام الجديد في نشر مفهوم التربية الاعلامية لدى طلاب اقسام الاعلام التربوي بالجامعات المصرية"

هدفت الدراسة إلى استكشاف كيفية استخدام طلاب الإعلام التربوي لوسائل الإعلام الجديد، بما في ذلك أسباب متابعتهم لموضوعات التربية الإعلامية عبر هذه الوسائل. تسعى الدراسة أيضًا إلى التعرف على مدى اعتماد هؤلاء الطلاب على وسائل الإعلام الجديد للحصول على معلومات حول التربية

الإعلامية، والكشف عن أهم الأسباب التي تدفعهم لاستخدام هذه الوسائل. بالإضافة إلى ذلك، تهدف الدراسة إلى تقييم مدى ثقة الطلاب في وسائل الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات حول مفاهيم التربية الإعلامية، ورصد العوامل المؤثرة التي تواجه استخدام الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية. تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على المنهج الوصفي باعتباره انسب الطرق لتحقيق أهداف وتساؤلات وفروض الدراسة. وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع طلاب الاعلام التربوي، وتم سحب (300) مفردة عشوائية من طلاب كليات التربية النوعية (جامعة القاهرة - جامعة بنها - جامعة المنوفية) وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها :

تتضمن أسباب متابعة طلاب الإعلام التربوي لموضوعات التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد وأن هذه الوسائل تُعد مصدراً مهماً لتبني مفهوم التربية الإعلامية، وتوفر معارف ومفاهيم حول التعامل مع الإعلام، وتساهم في فهم وجهات النظر المختلفة، وتنتشر الوعي بالرسائل الإعلامية، وتساعد في تنمية الانفتاح الفكري والتفاعل الإيجابي.

أما بالنسبة لأهداف التربية الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد، فقد اعتبر الطلاب أن أهم الأهداف هي الحد من العوائق التي تواجه نشر المفهوم في المجتمع، وتوفير محتوى مناسب عن الثقافة الإعلامية، واكتساب المهارات اللازمة للتعامل مع وسائل الإعلام، والتعرف بأساليب التأثير الإعلامي، والتكامل بين المؤسسات الإعلامية والتربوية.

فيما يتعلق بالعوامل التي تواجه استخدام الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية، تشمل أبرزها العشوائية في اختيار الوسائل الإعلامية، التأثير بالاتجاهات السياسية، وغياب سياسة تنمية الوعي بالتربية الإعلامية من قبل الدولة، بالإضافة إلى عدم وجود نظام موحد، وعدم توفر خطة شاملة وموارد مالية مخصصة، وتوجيه إعلامي خارجي مكثف، وعدم التوازن في الرسائل الإعلامية، وقلة البرامج الجاذبة للشباب.

3 . دراسة شيماء نبيل عبدالسميع عبد الغني (2022) بعنوان "علاقة تعرض طلبة الجامعات للإعلام الرقمي بمستوي معرفتهم بمفهوم التربية الإعلامية"

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى علاقة تعرض طلبة الجامعات للإعلام الرقمي بمستوي معرفتهم بمفهوم التربية الإعلامية، واستخدمت الدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وهي دراسة وصفية،

تعتمد علي منهج المسح، وتمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها (200) طالبا وطالبة ممن يدرسون في مختلف الجامعات المصرية الحكومية والخاصة (جامعة النيل، جامعة 6 أكتوبر، جامعة عين شمس)، وتمثلت أدوات البحث في أداة الاستبيان، وكانت أهم النتائج ما يلي: ارتفعت استجابات عينة الدراسة تجاه استخدام وسائل الإعلام في الحصول علي المعلومات عن التربية الإعلامية، حيث جاءت (الفيس بوك) في المقدمة بوزن نسبي مقداره (83%)، يليها (يوتيوب) في المرتبة الثانية بوزن نسبي مقداره (77%)، أما عن استجابات عينة الدراسة تجاه المهارات التي تنميها التربية الاعلامية لديهم في عصر الإعلام الرقمي، حيث جاءت (تحديد احتياجات وأهداف الطالب قبل التعرض لوسائل الإعلام) في المقدمة بوزن نسبي مقداره (88%)، أما عن استجابات عينة الدراسة تجاه تقييم فعالية المحتوى المقدم الخاص بالتربية الاعلامية في عصر الإعلام الرقمي ، فقد جاءت (إكساب الطالب العديد من المهارات الرقمية) في المقدمة بوزن نسبي مقداره (87%).

التعليق على الدراسات السابقة:

تُبرز الدراسات التي تم تناولها في هذا السياق أهمية وسائل الإعلام الإلكتروني في تعزيز التربية الإعلامية لطلاب الجامعات من زوايا متعددة، دراسة عبير محمد حمدي (2020) تركزت على توظيف منهج التربية الإعلامية في المحتوى الأكاديمي لكليات الإعلام المصرية، وخلصت إلى ضرورة دمج التربية الإعلامية في المناهج الدراسية لتحسين المهارات النقدية والتحليلية للطلاب، مما يدعم رؤية الدراسة الحالية حول دور وسائل الإعلام الإلكتروني في تقديم محتوى تعليمي فعال. من جانب آخر، دراسة أميرة حسن سالم (2018) كشفت عن دور وسائل الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية، مشيرة إلى فوائدها في توفير معارف قيمة وتعزيز الوعي، لكنها أيضا سلطت الضوء على التحديات التي تواجه استخدام هذه الوسائل، مثل العشوائية وغياب السياسات المنظمة، مما يبرز الحاجة إلى استراتيجيات فعالة في الدراسة الحالية للتعامل مع هذه القضايا. أخيرا، دراسة شيما نبيل عبد السميع (2022) أكدت أن الإعلام الرقمي، بما في ذلك الفيس بوك ويوتيوب، يلعب دورا كبيرا في دعم وتعميق معرفة الطلاب بالتربية الإعلامية وتطوير مهاراتهم الرقمية، مما يعزز من أهمية وسائل الإعلام الإلكتروني في التعليم.

تُظهر هذه الدراسات مجتمعة أن وسائل الإعلام الإلكتروني تقدم فرصاً هامة للتطوير التعليمي، ولكنها تحتاج إلى إدارة وتنسيق فعال لمواجهة التحديات المرتبطة بها، مما يبرز أهمية الدراسة الحالية في تقديم حلول مبتكرة لتحسين استخدامها في مجال التربية الإعلامية.

الإطار النظري

• وسائل الإعلام الإلكتروني

في عصر المعلومات الرقمي، أصبحت وسائل الإعلام الإلكتروني إحدى الدعائم الأساسية في تشكيل الوعي والمعرفة لدى الأفراد. تشهد وسائل الإعلام الإلكتروني، بما في ذلك الإنترنت، مواقع التواصل الاجتماعي، والمدونات، تطوراً سريعاً غير مسبوق، مما يجعلها منصة حيوية في عملية التعلم والتربية الإعلامية. تتيح هذه الوسائل وصولاً غير محدود إلى كم هائل من المعلومات والموارد التعليمية، مما يؤكد قدرتها على التأثير في إدراك الطلاب لمفاهيم التربية الإعلامية.

تتسم تقنيات الإعلام الجديد "بالمرونة، والاعتماد على الإنترنت والمنصات التفاعلية في تنفيذ عمليات التعليم والتعلم، ومشاركة المعلومات بين الطلاب. وفي مجال التربية الإعلامية، يساهم الإعلام الجديد في مساعدة الطلاب على زيادة التركيز على العملية أكثر من الناتج، والاستعداد لصنع القرار واختيار مسارات تعلمهم، بمعنى إعداد الطلاب للتعلم الذاتي حول التربية الإعلامية ومفرداتها" (سالم، 2018، ص.301)، مع تزايد الاعتماد على وسائل الإعلام الإلكتروني، تتضح أهمية فهم تكامل هذه الوسائل مع المناهج الأكاديمية لتعزيز التربية الإعلامية. لذا، يهدف البحث إلى استكشاف كيفية استفادة طلاب الجامعات من هذه الوسائل، والتحديات التي تواجههم، وسبل تحسين استخدامها لتحقيق الأهداف التعليمية.

. أنواعها

وسائل الإعلام الإلكتروني هي قنوات تستخدم التكنولوجيا الرقمية لنقل المعلومات والتواصل مع الجمهور. تتنوع هذه الوسائل بين الإنترنت الذي يتيح الوصول إلى الأخبار والمقالات والمحتوى الرقمي عبر المواقع الإلكترونية والمدونات، والبريد الإلكتروني الذي يستخدم لإرسال الرسائل والمحتويات الإخبارية مباشرة إلى المشتركين. كما تشمل الوسائط الاجتماعية مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام، التي توفر منصات لتبادل الأخبار والتفاعل الاجتماعي. بالإضافة إلى ذلك، هناك الإذاعة والتلفزيون الرقمي

عبر البث عبر الإنترنت أو التطبيقات التي تتيح مشاهدة البرامج الحية والمسجلة. تتميز هذه الوسائل بقدرتها على الوصول السريع والعالمي والتفاعل المباشر مع الجمهور، ويرى عباس (2018، ص. 13) ان الاعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة تمثله جميع الوسائل التي نعايشها الان التي تعمل على منصة الكمبيوتر وهي تشمل شبكات الكمبيوتر المختلفة وعلى رأسها شبكة الانترنت والبريد الالكتروني وغيرهما، وهي الوسائل التي مكنت من انفاذ حالة التبادل الحي والسريع للمعلومات ومن التواصل بين الطرفين، وحققت للمواطنين اسماع اصواتهم للعالم، ومكنت من دمج التكنولوجيات والوسائل المختلفة مع بعضها البعض، وتجاوزت العوائق المكانية والزمانية، والحدود بين الدول، التي كانت تعيق حركة الاعلام القديم، وهذه الوسائل، تتصف بدورها الفعال في تسهيل التفاعل الجماهيري وتقديم مصادر لا حد لها ومجالا واسعا من الاشكال والتطبيقات الاتصالية".

. خصائصها

تتمتع وسائل الإعلام الإلكتروني بعدة خصائص مميزة تجعلها مؤثرة وفعالة في عالمنا الحديث، إذ توفر هذه الوسائل سرعة انتشار المعلومات، مما يتيح نشر الأخبار والتحديثات في وقت قياسي يصل إلى الجمهور في لحظات. كما تمتاز بالقدرة على الوصول إلى جمهور عالمي من خلال الإنترنت، مما يعزز من توسيع نطاق التأثير، وبحسب أبوعيشة (2010، ص. 2) فإن "وسائل الاتصال الإلكترونية، أتاحت الإمكانيات التقنية التي تتصف بها ، لتوفير العديد من الخصائص والسمات، وقد رفعت هذه الخصائص مستوى الخدمات الاتصالية والمعلوماتية التي تقدمها، وأشبعَت للمتلقي الكثير من الحاجات المتطورة، التي أنتجها استخدام الوسائل الاتصالية ، حيث أصبح بالإمكان تحقيق متطلبات المتلقي المتنامية وتلبيتها، عبر كل الخصائص والإمكانيات التي توفرها وتقدمها لمتلقيها، وبالتالي تمكين هذا المتلقي من بسط نفوذه وسيطرته على هذه الوسائل، بالاختيار الحر من محتويات هذا المحتوى".

. دورها في التربية الاعلامية لطلاب الجامعات

تلعب وسائل الإعلام الإلكترونية دورا متزايد الأهمية في دعم التربية الإعلامية لطلاب الجامعات، حيث توفر منصات لتطوير مهارات البحث والتحليل والتفكير النقدي. تتيح هذه الوسائل الوصول إلى

مصادر معلومات متعددة وتقييمها بدقة، مما يعزز تفاعل الطلاب مع الأخبار بشكل واعٍ. كما تدعم قدرتهم على التواصل والمشاركة في النقاشات العامة، مما يساهم في تنمية مهاراتهم الإعلامية واتخاذ قرارات صائبة في عالم المعلومات الرقمية.

أصبح الإعلام الجديد "جزء أساسي ومحوري من الحياة اليومية فخلال السنوات العشر الماضية، ظهرت العديد من منصات الإعلام الجديد مثل الفيسبوك وماي سبيس (مواقع التواصل الاجتماعي) والمدونات ومواقع مشاركة الفيديو والويكيبيديا، وقد ارتبط الإعلام الجديد بتغيير كل شيء بدايةً من آلية عمل الأشخاص إلى طريقة التواصل مع بعضهم البعض وقضاء وقت الفراغ." (سالم، مرجع سابق، ص.301)

• التربية الإعلامية

• أهميتها

تُعَدُّ التربية الإعلامية ذات أهمية كبيرة في العصر الرقمي الحالي، حيث تساعد الأفراد على تطوير مهارات فهم وتحليل المحتوى الإعلامي بطرق نقدية ومدروسة. من خلال هذه التربية، يصبح الأفراد قادرين على التمييز بين المصادر الإعلامية الموثوقة وغير الموثوقة، مما يعزز قدرتهم على مواجهة المعلومات المضللة والأخبار الزائفة. كما تُسهم أيضا في تعزيز التفكير النقدي والقدرة على اختيار المحتوى الذي يتناسب مع قيمهم وأهدافهم الشخصية. علاوة على ذلك، تُمكن التربية الإعلامية الأفراد من التعبير بفعالية عن آرائهم والمشاركة بشكل بناء في النقاشات العامة. في المجمل، تُعتبر التربية الإعلامية أداة أساسية لبناء مجتمع واعٍ ومُجهز للتعامل مع تدفق المعلومات بشكل مسؤول ومدروس، كما يمكن تحديد أهميتها في نقاط منها: ("تنمية الوعي"، 2021)

- بث وسائل الإعلام لمضامين غير هادفة بأيديولوجيات خاصة يؤثر سلبًا على معتقدات النشء، مما يستدعي وجود التربية الإعلامية.
- مع التطور الهائل في وسائل الإعلام والتكنولوجيا، تبرز الحاجة الماسة لحماية الأطفال والشباب من التلوث الإعلامي من خلال التربية الإعلامية.

- في ظل تزايد الرسائل الإعلامية الضارة، يصبح وجود التربية الإعلامية ضروريًا للتخلص من هذه الشوائب.
- تعد التربية الإعلامية وسيلة لتحقيق اتصال فعال بين الشباب ووسائل الإعلام، مما يعزز الفهم الواعي والإدراك السليم.

. أهدافها

تسعى التربية الإعلامية إلى تمكين الأفراد من التعامل بفعالية ووعي مع المعلومات الإعلامية، من خلال تحسين مهارات التفكير النقدي وتحليل المحتوى. تهدف أيضا إلى تطوير مهارات البحث والتحقق من المصادر لمواجهة الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، وتعزيز الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الآراء والسلوكيات. تسهم هذه الأهداف في بناء مجتمع مؤهل للتعامل مع المعلومات بشكل مسؤول وفعال. ويرى درويش، (2003، ص.209) أن "الغرض الأساسي للتربية الإعلامية ليس تكوين الوعي الناقد فحسب، بل تكوين الحكم الذاتي المستقل بشأن مضامين وسائل الإعلام المختلفة؛ بمعنى تعلم عملية تكوين الأحكام الذاتية عما يمكن للفرد أن يقوم به بعد أن يترك الدراسة ويواجه وسائل الإعلام طيلة حياته، وبهذا يتعلق جوهر التربية الإعلامية بوقاية الأطفال ضد الآثار السلبية الناتجة عن تعرضهم لوسائل الإعلام، وهذا عن طريق إرشادهم إلى الانتقائية في التعرض، وإدراك المحددات الأساسية التي تحكم عمل وسائل الإعلام " .

. مميزاتها

تتميز التربية الإعلامية بقدرتها على تحسين مستوى التحليل وفهم المحتوى الإعلامي بشكل نقدي، مما يمكن الأفراد من التمييز بين المعلومات الموثوقة والأخبار الزائفة. كما أنها تطور مهارات البحث والتحقق من المصادر، مما يعزز الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الآراء والسلوكيات. تسهم هذه المميزات في تمكين الأفراد من اتخاذ قرارات مدروسة، وتعزيز الوعي والمشاركة الفعالة في المجتمع، مما يساهم في بناء مجتمع مستنير قادر على مواجهة التحديات الإعلامية بفعالية. ويمكن تحديد مميزاتها بحسب، علي (2022، ص.8) في عدة نقاط وهي على النحو التالي:

- تعزيز الدافعية للتعلم: تعزز التربية الإعلامية الدافعية للتعلم من خلال ارتباطها المباشر بحياة المتعلم اليومية، مما يحفز اهتمامه واستكشافه لهذا المجال.
 - واقعية هذا المجال والحاجة إليه: يمضي الإنسان جزءًا كبيرًا من حياته مع الإعلام، مما يزيد شعور المتعلم بأهمية اكتساب مهارات التعامل معه من خلال التربية الإعلامية.
 - وضوح نتائج التعلم: تظهر نتائج التعلم بوضوح في حياة المتعلم اليومية، مما يعزز الدافعية والجهد، حيث يمكن ملاحظة الوعي الإعلامي بشكل ملموس أكثر من مهارات مثل الرياضيات.
- . أهميتها لطلاب الجامعات**

تُعتبر التربية الإعلامية عنصراً أساسياً في المرحلة الجامعية، حيث تسهم في تطوير مهارات الطلاب لفهم وتحليل المعلومات الإعلامية بفعالية. فمع تزايد تأثير وسائل الإعلام على الوعي العام، يصبح من الضروري أن يتمكن الطلاب من التمييز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة وفهم تأثير الرسائل الإعلامية على معتقداتهم وسلوكياتهم. كما تتيح لهم التربية الإعلامية اكتساب مهارات نقدية لتحليل الأخبار واتخاذ قرارات واعية في ظل المعلومات المتنوعة والمتزايدة. "يتعرض طلبة الجامعات لأرخبيل كبير وخطير من المضامين الإعلامية التي تقدّم من كل حذب وصوب، ولحساسية هذا السن وهذه المرحلة التعليمية كان لزاماً على القائمين على وضع المناهج الجامعية تخصيص مقررات تعنى بالتربية الإعلامية، وتقوم بدور توجيه الشباب وتوعيتهم وتنقيفهم إعلامياً لينتمتعوا بمهارات التفكير النقدي والتحليلي وتحميلهم مسؤولية ما يقررون الاستفادة منه في أثناء تعرضهم لمضامين وسائل الإعلام، فيرفض بالتالي تمييع القيم والضوابط ورفض الإمبريالية بأشكالها كلها، وفي المقابل تكريس قيم التنمية والديمقراطية والتعايش السلمي والتسامح، والحوار الحضاري والديني." (مرتضوي، 2020، ص.195)

. أهدافها واتجاهاتها ودوافعها في المرحلة الجامعية

- حماية الطلبة من الأثر السلبي لمضامين وسائل الإعلام، خاصة في عصر الإنترنت.
- تنمية مهارات التفكير والملاحظة النقدية.
- تحفيز الطلبة على التعبير عن آرائهم بحرية.

- إكسابهم مبادئ تفسير ونقد وتحليل المضامين الإعلامية.
- دعم الهوية الدينية والثقافية والوطنية.
- تزويدهم بمعلومات لفهم أجناس وسائل الإعلام المتنوعة.
- تقديم ثقافة إعلامية شاملة تساعد على نقد المضامين المعروضة.

. أسسها المنهجية

تُعد الأسس المنهجية للتربية الإعلامية أساسية لتطوير قدرة الأفراد على التعامل بفعالية مع المحتوى الإعلامي في عصر المعلومات، حيث تركز هذه الأسس على مبادئ تمكن الأفراد من تحليل وتقييم المعلومات نقدياً، وفهم كيفية عمل وسائل الإعلام وتأثيراتها. كما تركز على تطوير مهارات البحث والتحقق من المصادر لتعزيز الوعي الإعلامي، وتمكين الأفراد من التمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة. من خلال تطبيق هذه الأسس، تساهم التربية الإعلامية في بناء مجتمع واعٍ وقادر على مواجهة تحديات التدفق الهائل للمعلومات. وبحسب حسن (2015، ص.102) فإن هناك مجموعة من الأسس المنهجية التي تعتمد عليها التربية الإعلامية والتي قام بوضعها مركز التربية الإعلامية، من أهمها ما يلي:

- تقوم التربية الإعلامية على تحليل ونقد مختلف جوانب الرسالة الإعلامية سواء العقلية أو العاطفية أو الفنية أو الجمالية أو الأخلاقية.
- تقوم التربية الإعلامية على إدراك الأهداف والحجج الإقناعية والتقنيات التي يوظفها القائم بالاتصال في معالجة رسائله للتأثير على عقل الجمهور، مما يقلل من التأثيرات غير المرغوبة.
- أهمية تعاون الأسرة مع المدرسة في إكساب الطفل منذ الصغر ملكات التفكير الناقد، والقدرة على التفرقة بين الواقع والخيال لما يتلقوه من مضامين إعلامية.

. مداخلها المنهجية

تعتبر التربية الإعلامية مجالاً حيويًا في عصر المعلومات، حيث تركز المداخل المنهجية على كيفية تفاعل الأفراد مع وسائل الإعلام بشكل نقدي وفعال. تهدف إلى تقديم استراتيجيات وأدوات لتمكين

الأفراد من تحليل وتقييم المعلومات، من خلال أساليب تعليمية مثل التحليل النقدي والتعلم النشط واستخدام التكنولوجيا. الهدف منها هو تزويد المتعلمين بالمهارات اللازمة للتعامل مع المعلومات بمسؤولية، مما يعزز قدرتهم على اتخاذ قرارات مدروسة في ظل تدفق المعلومات السريع والمتنوع. المداخل هي التي يتم من خلالها تصميم منهج التربية الإعلامية وكيفية إدراجه ضمن المناهج الدراسية الأخرى (الصالح، 2009) و (الدسوقي، 2010) و (عبد الحميد، 2012)

المدخل الأول . مدخل المنهج التكاملي للتربية الإعلامية

هو منظور تنظيمي للتربية الإعلامية في القاعات الدراسية يهدف إلى تكاملها مع المناهج الدراسية الأخرى من خلال دمج موضوعاتها وأنشطتها فيها. تصبح التربية الإعلامية جزءًا من كل منهج دراسي، حيث يتم توجيه ساعات النشاط نحو تقديمها وعرضها بشكل مخطط، مع تضمين أنشطة مثل التصوير الفوتوغرافي وبرامج الكمبيوتر. يتناول المعلمون موضوعات التربية الإعلامية في سياق الأحداث الجارية، مما يجعلها ذات معنى ضمن المنهج الدراسي، وقد انبثق هذا المدخل من مبادرات سابقة قام بها معلمون متحمسون لربط الإعلام بمناهجهم.

المدخل الثاني . المواد الدراسية المتكاملة مع التربية الإعلامية

هي المواد الدراسية التي يتم إحداث تكامل بينها وبين التربية الإعلامية وأهدافها وموضوعاتها بدرجة ما، وهذا المدخل هو المدخل الذي تُطبقه غالبية الدول التي أدرجت التربية الإعلامية ضمن خططها الدراسية، ومن تلك المواد التي تم التكامل معها (اللغات - الأداب . الفنون - الدراسات الاجتماعية).

المدخل الثالث . تدريس التربية الإعلامية كمنهج مستقل

هو أحدث المداخل التطبيقية للتربية الإعلامية، الذي يركز على التحليل والإنتاج معا من خلال تدريس مهارات الإعلام وتقنياته وكيفية استقباله والاستجابة له، وهو الاتجاه الذي تُطبقه مجموعة المستوى الأول في تصنيف مؤتمر (تولوز، 1990) حيث تدعم المنهج المستقل للتربية الإعلامية على المستوى الوطني والإقليمي ببرامج تدريب المعلمين على المستوى الجامعي لتعطي شهادة في التربية مع

تخصص محدد في الدراسات الإعلامية، إضافة لدعم المعلمين ببرامج تنمية مهنية ودورات صيفية تمكنهم من تطوير معارفهم ومهاراتهم في هذا المجال.

. غياب التربية الإعلامية كمنهج ومقرر دراسي

إن غياب مناهج ومقررات التربية الإعلامية في الجامعات يمكن أن يكون له تأثيرات كبيرة في ظل الاستخدام الواسع للتكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي من قبل الطلاب. فالتربية الإعلامية تعنى بتزويد الأفراد بالمعرفة والمهارات اللازمة لتحليل وتقييم المحتوى الإعلامي بشكل نقدي، وهذا أمر حاسم في عصرنا الرقمي حيث يمكن أن يكون المحتوى مضللاً أو مشوهاً، وبالتالي فإن إضافة مناهج ومقررات التربية الإعلامية في الجامعات يمكن أن تساعد الطلاب على :

- فهم طبيعة المحتوى الرقمي: يمكنهم تعلم كيفية التمييز بين المعلومات الموثوقة وغير الموثوقة.

- التعامل مع المعلومات: تعزيز مهارات البحث والتحقق من المصادر.

- التفكير النقدي: تطوير القدرة على تحليل الرسائل الإعلامية بشكل نقدي.

- الوعي بالقضايا الأخلاقية: فهم التحديات المتعلقة بالخصوصية والأمان على الإنترنت.

بذلك، ستمكن هذه المقررات الطلاب من التعامل بفعالية مع المعلومات الرقمية وتقادي المخاطر المرتبطة بها.

في هذا الجانب ترى مرتضوي (مرجع سابق، ص.196) "أنه من الملاحظ أن شهية مجتمعاتنا وخاصة شبابنا ضمن هذه المرحلة العمرية مفتوحة لاقتناء المنتجات التكنولوجية الجديدة والاستفادة من برامج التواصل الاجتماعي، ولكن في المقابل لا يوجد اهتمام حقيقي كما يجب بتخصيص مقررات تعنى بموضوع التربية الإعلامية أو محو الأمية الإعلامية أو الثقافة الإعلامية، وذلك في غالبية جامعاتنا العربية".

. مسؤولية المؤسسات التعليمية في دعم التربية الإعلامية

تلعب المؤسسات التعليمية، خصوصاً الجامعات، دوراً حاسماً في تشكيل وعي الطلاب وتمكينهم من استخدام المعلومات بفعالية في العصر الرقمي، فمع الانفجار المعلوماتي وتنوع المصادر، أصبحت التربية الإعلامية ضرورة أساسية. ومن المفترض أن تسهم الجامعات في تعزيز قدرة الطلاب على

التحقق من مصداقية المعلومات، وتحليل وسائل الإعلام بعمق، واستخدام التكنولوجيا بشكل مسؤول، ذلك من خلال توفير تدريبات متقدمة وموارد تعليمية، كما تساعد الجامعات الطلاب على تطوير مهارات نقدية وتحليلية للتفاعل بذكاء مع المشهد الإعلامي المتغير. وترى المتولي، (2003، ص.20) أن المؤسسات التعليمية (المدرسة، والجامعة) لا يقتصر دورها على التلقين العلمي فقط، بل يمتد دورها إلى تنمية مهارات الطلاب الإعلامية، من خلال تدريب وتعليم المتعلمين على حسن استخدام وسائل الإعلام وكيفية التعامل مع مضامينها بوعي، وفي نفس الوقت التنبيه إلى أخطار ما تُقدمه هذه الوسائل، حيث يجب على النظم التربوية تحمل مسؤولية إيجاد تربية جديدة تتواءم مع العصر يكون عمادها النقد، وتحرير الفرد من الانبهار بالتكنولوجيا وجعله أكثر إيجابية، وأكثر وعياً ومسؤولية في تعامله مع وسائل الإعلام."

الإطار المنهجي

• نوع الدراسة

دراسة وصفية (وصفية تحليلية كمية)، تهدف إلى:

الوصفية : وصف وتحليل استخدام الطلاب لوسائل الإعلام الإلكتروني وتأثيرها على التربية الإعلامية، من خلال جمع بيانات حول سلوكياتهم وممارساتهم.

التحليلية : تحليل البيانات لفهم العلاقة بين استخدام وسائل الإعلام الإلكتروني وتنمية المهارات الإعلامية، وتحديد تأثيرها على القدرات النقدية والتقييم الإعلامي.

الكمية : جمع وتحليل بيانات كمية باستخدام الاستبانة لقياس تأثير وسائل الإعلام الإلكتروني بشكل إحصائي.

• منهج البحث

سيتم اعتماد منهج بحث متعدد الأبعاد يشمل الوصفي التحليلي والكمي.

الوصفي التحليلي: دراسة كيفية استخدام وسائل الإعلام الإلكتروني وتأثيرها على فهم الطلاب ومهاراتهم الإعلامية، وجمع البيانات عبر الاستبانة.

الكمي: توفير أسس إحصائية لتقييم تأثير وسائل الإعلام الإلكتروني باستخدام الاستبانة لجمع بيانات كمية من عينة من الطلاب.

• مجتمع البحث:

تم اختيار جامعة بنغازي كمجتمع البحث، كونها إحدى أكبر الجامعات في ليبيا وتحتضن مجموعة متنوعة من الكليات، مما يوفر بيئة مثالية لدراسة تأثير وسائل الإعلام الإلكتروني على الطلاب.

• عينة البحث:

سيتم تحديد حجم العينة بين 200 و300 طالب من جامعة بنغازي، مع توزيع الاستبانة على طلاب مختلف الكليات والمراحل الدراسية لضمان تمثيل شامل. يهدف هذا الحجم إلى الحصول على نتائج ذات دلالة إحصائية قوية لتحليل تأثير وسائل الإعلام الإلكتروني على التربية الإعلامية.

نتائج الدراسة ومناقشتها :

اختبار الثبات ألفا كرونباخ

بلغت قيمة الثبات 0.835. وهي قيمة مرتفعة يعول عليها في البحث العلمي وتحليل النتائج كما بلغت قيمة الصدق الذاتي 0.913. وهي تشير على موثوقية عالية في أداة الدراسة:

أولاً: خصائص عينة الدراسة

الجدول رقم (1)

يوضح الفئات العمرية للمبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	الفئات العمرية
11.4	27	أقل من 20 عاماً
57.2	135	20 – 24
19.9	47	25 – 29
11.4	27	30 فأكثر
100	236	المجموع

الجدول رقم (1) يبين أن أقل من 20 عاماً: 27 فرداً (11.4%) - مشاركة منخفضة. من 20 إلى 24 عاماً: 135 فرداً (57.2%) - الغالبية. من 25 إلى 29 عاماً: 47 فرداً (19.9%) - مشاركة متوسطة. 30 عاماً وما فوق: 27 فرداً (11.4%) - مشاركة منخفضة.

الاستنتاج: الغالبية من الفئة 20-24 عاماً، مما يشير إلى أن الدراسة تجذب بشكل أساسي هذه الفئة العمرية.

الجدول رقم (2)

يوضح الفئات العمرية وفق النوع

النسبة المئوية	التكرار	النوع
45.3	107	ذكور
54.7	129	إناث
100	236	المجموع

الجدول رقم (2) يبين تحليل البيانات التي تصف الفئة العمرية وفق النوع: ذكور: عدد الأفراد: 107 النسبة المئوية: 45.3% يمثل الذكور نسبة أقل من نصف العينة. إناث: عدد الأفراد: 129 النسبة المئوية: 54.7% الإناث يشكلن الأغلبية بنسبة 54.7%.

الاستنتاج العام: تشكل الإناث النسبة الأكبر من العينة مقارنة بالذكور، مما يشير إلى مشاركة أكبر من قبل النساء في هذه الدراسة.

الجدول رقم (3)

يوضح التخصصات الأكاديمية للعينة

النسبة المئوية	التكرار	التخصص
17.8	42	إعلام
30.9	73	طب
10.2	24	اقتصاد
14.4	34	هندسة
8.9	21	آداب
5.5	13	علوم
6.8	16	قانون
5.5	13	لغات
100	236	المجموع

الجدول رقم (3) يبين تحليل بيانات التخصصات الأكاديمية للعينة: تخصص (إعلام): عدد الأفراد: 42 النسبة المئوية: 17.8% يشكل تخصص الإعلام نسبة جيدة من العينة. تخصص (طب): عدد الأفراد: 73 النسبة المئوية: 30.9% يمثل أعلى نسبة بين التخصصات، مما يعكس تواجداً كبيراً للطلاب في هذا المجال. تخصص الاقتصاد: عدد الأفراد: 24 النسبة المئوية: 10.2% نسبة متوسطة من العينة. تخصص هندسة: عدد الأفراد: 34 النسبة المئوية: 14.4% يشكل نسبة معتدلة من العينة. تخصص الآداب: عدد الأفراد: 21 النسبة المئوية: 8.9% نسبة أقل من المتوسط. تخصص العلوم:

عدد الأفراد: 13 النسبة المئوية: 5.5% نسبة صغيرة من العينة. تخصص القانون: عدد الأفراد: 16 النسبة المئوية: 6.8% نسبة منخفضة إلى حد ما. تخصص اللغات: عدد الأفراد: 13 النسبة المئوية: 5.5% تمثل نسبة صغيرة مثل تخصص العلوم.

الاستنتاج العام: تخصص (طب) يمثل الأغلبية بنسبة 30.9%، يليه تخصص (إعلام) بنسبة 17.8%. تخصصات مثل الاقتصاد، هندسة، الآداب، العلوم، القانون، واللغات تشكل نسباً متباينة، مع أدنى نسب لتخصصات العلوم واللغات

ثانياً: البيانات المتعلقة بموضوع الدراسة

الجدول رقم (4)

يوضح وسائل الإعلام الإلكترونية التي يستخدمها المبحوثين بانتظام

النسبة المئوية	التكرار	ما هي الوسائل الإعلامية الإلكترونية التي تستخدمها بانتظام؟
53.4	126	مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس، تويتر، إنستغرام)
11.0	26	المدونات
11.4	27	المواقع الإخبارية
16.9	40	اليوتيوب أو منصات الفيديو
6.8	16	تطبيقات الأخبار
.4	1	تليجرام
100	236	المجموع

تحليل بيانات الجدول رقم (5) الذي يصف وسائل الإعلام الإلكترونية التي تُستخدم بانتظام: مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، إنستغرام): عدد الأفراد: 126 النسبة المئوية: 53.4% تشكل الأغلبية، مما يشير إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي هي الوسيلة الأكثر استخداماً. المدونات: عدد الأفراد: 26 النسبة المئوية: 11.0% نسبة متوسطة من المستخدمين يعتمدون على المدونات. المواقع

الإخبارية: عدد الأفراد: 27 النسبة المئوية: 11.4% نسبة قريبة من المدونات، مما يعكس استخدامًا محدودًا. اليوتيوب أو منصات الفيديو: عدد الأفراد: 40 النسبة المئوية: 16.9% يشكل اليوتيوب نسبة معتدلة من الاستخدام، مما يدل على تفضيل محتوى الفيديو. تطبيقات الأخبار: عدد الأفراد: 16 النسبة المئوية: 6.8% تمثل نسبة صغيرة من المستخدمين، مما يشير إلى انخفاض الاعتماد على تطبيقات الأخبار. تليجرام: عدد الأفراد: 1 النسبة المئوية: 0.4% تمثل أقل نسبة، مما يدل على قلة استخدام تليجرام كوسيلة إعلامية.

الاستنتاج العام: تُعتبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر استخدامًا بنسبة 53.4%، يليها اليوتيوب بنسبة 16.9%. المدونات والمواقع الإخبارية تحتل نسبًا متوسطة، بينما تمثل تطبيقات الأخبار وتليجرام أقل نسبة من الاستخدام.

الجدول رقم (5)

يوضح الوقت الذي يقضيه المبحوثون يوميًا على وسائل الإعلام الإلكترونية

النسبة المئوية	التكرار	كم من الوقت تقضي يوميًا على وسائل الإعلام الإلكترونية؟
5.5	13	أقل من ساعة
29.7	70	ساعة إلى ساعتين
37.3	88	ثلاث ساعات إلى أربع ساعات
27.5	65	أكثر من أربع ساعات
100	236	المجموع

تحليل بيانات الجدول رقم (5) الذي يصف الوقت الذي يقضيه الأفراد يوميًا على وسائل الإعلام الإلكترونية: أقل من ساعة واحدة: عدد الأفراد: 13 النسبة المئوية: 5.5% تمثل أقل نسبة، مما يشير إلى أن قلة قليلة من الأفراد يقضون وقتًا قصيرًا على وسائل الإعلام الإلكترونية. من ساعة إلى ساعتين: عدد الأفراد: 70 النسبة المئوية: 29.7% نسبة ملحوظة من الأفراد يقضون هذا المقدار من الوقت، مما يعكس مستوى متوسط من الاستخدام. من ثلاث إلى أربع ساعات: عدد الأفراد: 88

النسبة المئوية: 37.3% تمثل النسبة الأكبر، مما يدل على أن الغالبية يقضون من ثلاث إلى أربع ساعات يومياً على وسائل الإعلام الإلكترونية. أكثر من أربع ساعات: عدد الأفراد: 65 النسبة المئوية: 27.5% نسبة كبيرة نسبياً تقضي أكثر من أربع ساعات يومياً، مما يعكس استخداماً مكثفاً لوسائل الإعلام.

الاستنتاج العام: غالبية الأفراد يقضون من ثلاث إلى أربع ساعات يومياً على وسائل الإعلام الإلكترونية بنسبة 37.3%. في حين يقضي 27.5% منهم أكثر من أربع ساعات، مما يشير إلى وجود استخدام مكثف لدى عدد كبير من المشاركين.

الجدول رقم (6)

يوضح آراء المبحوثين حول دور وسائل الإعلام الإلكترونية في تحسين مهاراتهم الإعلامية

النسبة المئوية	التكرار	هل تعتقد أن وسائل الإعلام الإلكترونية تلعب دوراً في تحسين مهاراتك الإعلامية؟
72.5	171	نعم
18.2	43	غير متأكد
9.3	22	لا
100	236	المجموع

تحليل بيانات الجدول رقم (6) الذي يصف آراء الأفراد حول دور وسائل الإعلام الإلكترونية في تحسين مهاراتهم الإعلامية: نعم: عدد الأفراد: 171 النسبة المئوية: 72.5% الغالبية العظمى تعتقد أن وسائل الإعلام الإلكترونية تلعب دوراً في تحسين مهاراتهم الإعلامية، مما يشير إلى تأثير إيجابي قوي. غير متأكد: عدد الأفراد: 43 النسبة المئوية: 18.2% نسبة معتدلة من الأفراد غير متأكدين من تأثير وسائل الإعلام الإلكترونية على مهاراتهم، مما يعكس وجود بعض الشكوك. لا: عدد الأفراد: 22 النسبة المئوية: 9.3% أقلية من الأفراد تعتقد أن وسائل الإعلام الإلكترونية لا تلعب دوراً في تحسين مهاراتهم الإعلامية.

الاستنتاج العام: معظم الأفراد (72.5%) يعتقدون أن وسائل الإعلام الإلكترونية تسهم في تحسين مهاراتهم الإعلامية، في حين أن نسبة قليلة (9.3%) تتكر ذلك، بينما يبقى 18.2% غير متأكدين. هذا يعكس تأييدًا كبيرًا للتأثير الإيجابي لوسائل الإعلام الإلكترونية.

جدول رقم (7)

يوضح مدى أهمية وسائل الإعلام الإلكترونية للمبحوثين في تلقي المعلومات الأكاديمية

النسبة المئوية	التكرار	ما مدى أهمية الوسائل الإعلامية الإلكترونية في تلقيك للمعلومات الأكاديمية؟
58.9	139	مهمة جدًا
33.5	79	مهمة إلى حد ما
7.6	18	غير مهمة
100	236	المجموع

تحليل بيانات الجدول رقم (7) الذي يصف مدى أهمية وسائل الإعلام الإلكترونية في تلقي المعلومات الأكاديمية: **مهمة جدًا** : عدد الأفراد: 139 النسبة المئوية: 58.9% الغالبية تعتبر وسائل الإعلام الإلكترونية مهمة جدًا في تلقي المعلومات الأكاديمية، مما يشير إلى اعتماد قوي عليها. **مهمة إلى حد ما**: عدد الأفراد: 79 النسبة المئوية: 33.5% نسبة كبيرة تعتبر وسائل الإعلام الإلكترونية مهمة إلى حد ما، مما يعكس وجود تأثير معتدل. **غير مهمة**: عدد الأفراد: 18 النسبة المئوية: 7.6% قلة من الأفراد يرون أنها غير مهمة، مما يشير إلى قلة الاعتماد على وسائل الإعلام الإلكترونية في تلقي المعلومات الأكاديمية.

الاستنتاج العام: معظم الأفراد يرون أن وسائل الإعلام الإلكترونية تلعب دورا مهما (إما بشكل كبير أو جزئي) في تلقي المعلومات الأكاديمية، حيث بلغت النسبة الإجمالية 92.4%، بينما نسبة قليلة جدًا (7.6%) لا تعتبرها مهمة.

الجدول رقم (8)

يوضح مدى تلقي المبحوثين تدريباً كافياً حول كيفية استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية بشكل فعال

هل تلقيت تدريباً كافياً حول كيفية استخدام وسائل الإعلام الإلكتروني بشكل فعال؟	التكرار	النسبة المئوية
نعم	66	28
بشكل جزئي	73	30.9
لا	97	41.1
المجموع	236	100

تحليل بيانات الجدول رقم (8) الذي يصف مدى تلقي الأفراد تدريباً كافياً حول كيفية استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية بشكل فعال: نعم: عدد الأفراد: 66 النسبة المئوية: 28% حوالي 28% من الأفراد تلقوا تدريباً كافياً حول كيفية استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية بشكل فعال. **بشكل جزئي:** عدد الأفراد: 73 النسبة المئوية: 30.9% نسبة كبيرة نسبياً تلقت تدريباً بشكل جزئي، مما يعكس وجود تجربة تدريبية غير مكتملة لدى عدد من الأفراد. لا : عدد الأفراد: 97 النسبة المئوية: 41.1% تمثل النسبة الأكبر، حيث لم يتلق 41.1% من الأفراد أي تدريب كافٍ، مما يعكس وجود فجوة في التدريب الفعال لاستخدام وسائل الإعلام الإلكترونية.

الاستنتاج العام: أقلية من الأفراد (28%) تلقت تدريباً كافياً، بينما الغالبية إما تلقت تدريباً جزئياً (30.9%) أو لم تتلق تدريباً على الإطلاق (41.1%)، مما يشير إلى حاجة ملحة لزيادة التدريب حول كيفية استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية بشكل فعال.

الجدول رقم (9)

يوضح المواضيع التي يرغب المبحوثين في تعلم المزيد عنها في مجال التربية الإعلامية من خلال وسائل الإعلام الإلكترونية

النسبة المئوية	التكرار	ما هي المواضيع التي تود تعلم المزيد عنها في مجال التربية الإعلامية من خلال وسائل الإعلام الإلكترونية؟
24.6	58	تقييم مصادر المعلومات
22.9	54	كيفية التحقق من الأخبار
25.4	60	الحماية من المعلومات المضللة
26.7	63	الاستخدام الأخلاقي لوسائل الإعلام
.4	1	برنامج SPSS
100	236	المجموع

تحليل بيانات الجدول رقم (9) الذي يصف المواضيع التي يرغب الأفراد في تعلم المزيد عنها في مجال التربية الإعلامية من خلال وسائل الإعلام الإلكترونية: تقييم مصادر المعلومات: عدد الأفراد: 58 النسبة المئوية: 24.6% تشكل هذه الموضوعات أهمية ملحوظة، حيث يرغب ربع المشاركين في تحسين مهاراتهم في تقييم المصادر. كيفية التحقق من الأخبار: عدد الأفراد: 54 النسبة المئوية: 22.9% نسبة كبيرة من الأفراد مهتمة بتعلم كيفية التحقق من الأخبار، مما يدل على الوعي بأهمية المعلومات الدقيقة. الحماية من المعلومات المضللة: عدد الأفراد: 60 النسبة المئوية: 25.4% تمثل هذه النسبة رغبة واضحة في تعلم كيفية الحماية من المعلومات المضللة، مما يعكس القلق حول هذا الموضوع. الاستخدام الأخلاقي لوسائل الإعلام: عدد الأفراد: 63 النسبة المئوية: 26.7% تعتبر هذه الموضوعات الأكثر رغبة بين المشاركين، مما يدل على اهتمام كبير بالممارسات الأخلاقية في الإعلام. برنامج SPSS: عدد الأفراد: 1 النسبة المئوية: 0.4% يمثل أقل اهتمام، مما يشير إلى أن تعلم برنامج SPSS ليس من أولويات معظم الأفراد في هذا السياق.

الاستنتاج العام: معظم الأفراد مهتمون بتعلم مواضيع تتعلق بتقييم المعلومات، والتحقق من الأخبار، والحماية من المعلومات المضللة، والاستخدام الأخلاقي لوسائل الإعلام، مع ارتفاع ملحوظ في الاهتمام بالجانب الأخلاقي. بينما يمثل تعلم برنامج SPSS أقل نسبة اهتمام.

الجدول رقم (10)

يوضح التحديات الأكبر التي يواجهها المبحوثين في استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية كمصدر للمعلومات

النسبة المئوية	التكرار	ما هو التحدي الأكبر الذي تواجهه في استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية كمصدر للمعلومات؟
39.8	94	التحقق من مصداقية المعلومات
22.9	54	كمية المعلومات الكبيرة
22.9	54	التأثير السلبي للمعلومات المضللة
13.6	32	عدم التفاعل المباشر مع المحتوى
.8	2	كل ما سبق
100	236	المجموع

تحليل بيانات الجدول رقم (10) الذي يصف التحديات الأكبر التي يواجهها الأفراد في استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية كمصدر للمعلومات: **التحقق من مصداقية المعلومات:** عدد الأفراد: 94 النسبة المئوية: 39.8% تعد هذه التحديات الأكثر شيوعاً، حيث يواجه حوالي 40% من الأفراد صعوبة في التحقق من مصداقية المعلومات المتاحة. **كمية المعلومات الكبيرة:** عدد الأفراد: 54 النسبة المئوية: 22.9% يواجه حوالي 22.9% من الأفراد تحدياً بسبب الكمية الكبيرة من المعلومات، مما يجعل من الصعب اختيار المعلومات ذات الصلة. **التأثير السلبي للمعلومات المضللة:** عدد الأفراد: 54 النسبة المئوية: 22.9% هذه النسبة تعكس قلقاً بشأن التأثير السلبي للمعلومات المضللة، مما يدل على أهمية الوعي بمصادر المعلومات. **عدم التفاعل المباشر مع المحتوى:** عدد الأفراد: 32 النسبة المئوية: 13.6% تعكس هذه النسبة أن عدم القدرة على التفاعل المباشر مع المحتوى يمثل تحدياً لبعض

الأفراد. كل ما سبق: عدد الأفراد: 2 النسبة المئوية: 0.8% تمثل هذه النسبة أقل تحدي، مما يشير إلى أن قلة فقط يعتبرون أن جميع هذه العوامل تمثل تحديًا موحدًا.

الاستنتاج العام: التحقق من مصداقية المعلومات هو التحدي الأكبر الذي يواجهه الأفراد، حيث تتجاوز نسبته 39%. كما توجد تحديات كبيرة أخرى تتعلق بكمية المعلومات والتأثير السلبي للمعلومات المضللة، بينما يمثل عدم التفاعل المباشر مع المحتوى تحديًا أقل.

الجدول رقم (11)

يوضح كيف تؤثر وسائل الإعلام الإلكترونية على قدرة المبحوثين على تحليل الأخبار والمعلومات

النسبة المئوية	التكرار	كيف تؤثر وسائل الإعلام الإلكترونية على قدرتك على تحليل الأخبار والمعلومات؟
5.9	14	تضعف قدرتي
26.3	62	لا تؤثر
67.8	160	تحسن قدرتي
100	236	المجموع

تحليل بيانات الجدول رقم (11) الذي يصف كيف تؤثر وسائل الإعلام الإلكترونية على قدرة الأفراد على تحليل الأخبار والمعلومات: تضعف قدرتي: عدد الأفراد: 14 النسبة المئوية: 5.9% نسبة صغيرة من الأفراد تعتقد أن وسائل الإعلام الإلكترونية تضعف قدرتهم على تحليل الأخبار والمعلومات. لا تؤثر: عدد الأفراد: 62 النسبة المئوية: 26.3% نسبة معتدلة من الأفراد ترى أن وسائل الإعلام الإلكترونية لا تؤثر على قدرتهم، مما يشير إلى انطباع محايد. تحسين قدرتي: عدد الأفراد: 160 النسبة المئوية: 67.8% الغالبية العظمى من الأفراد (67.8%) تعتقد أن وسائل الإعلام الإلكترونية تحسن قدرتهم على تحليل الأخبار والمعلومات، مما يدل على تأثير إيجابي قوي.

الاستنتاج العام: معظم الأفراد يرون أن وسائل الإعلام الإلكترونية تعزز قدرتهم على تحليل الأخبار والمعلومات، حيث تصل نسبة الموافقين إلى 67.8%. بينما تشكل النسبة التي تعتقد أنها تضعف قدرتهم 5.9% فقط، مما يعكس تأثيرا إيجابيا كبيرا لهذه الوسائل.

الجدول رقم (12)

يوضح آراء المبحوثين حول موثوقية المعلومات التي يحصلون عليها عبر وسائل الإعلام

الإلكترونية مقارنة بالمصادر التقليدية

هل تعتبر أن المعلومات التي تحصل عليها عبر وسائل الإعلام الإلكترونية تكون أكثر موثوقية من المصادر التقليدية؟	التكرار	النسبة المئوية
نعم	42	17.8
أحيانا	91	38.6
لا	103	43.6
المجموع	236	100

تحليل بيانات الجدول رقم (12) الذي يصف آراء الأفراد حول موثوقية المعلومات التي يحصلون عليها عبر وسائل الإعلام الإلكترونية مقارنة بالمصادر التقليدية: **نعم:** عدد الأفراد: 42 النسبة المئوية: 17.8% نسبة صغيرة من الأفراد تعتبر أن المعلومات من وسائل الإعلام الإلكترونية أكثر موثوقية من المصادر التقليدية. **أحيانا:** عدد الأفراد: 91 النسبة المئوية: 38.6% نسبة كبيرة نسبيا من الأفراد تعتقد أن المعلومات يمكن أن تكون موثوقة أحيانا، مما يشير إلى وجود تباين في التجارب. **لا:** عدد الأفراد: 103 النسبة المئوية: 43.6% الغالبية (43.6%) ترى أن المعلومات من وسائل الإعلام الإلكترونية ليست أكثر موثوقية من المصادر التقليدية، مما يعكس تفضيلاً واضحاً للمصادر التقليدية.

الاستنتاج العام: معظم الأفراد (43.6%) لا يعتبرون أن المعلومات من وسائل الإعلام الإلكترونية أكثر موثوقية من المصادر التقليدية. بينما 38.6% يرون أنها أحيانا موثوقة، في حين أن 17.8% فقط يعتبرونها موثوقة بشكل عام. هذا يدل على أن هناك شكوكاً واسعة حول موثوقية المعلومات المقدمة عبر وسائل الإعلام الإلكترونية مقارنة بالمصادر التقليدية.

جدول رقم (13)

يوضح آراء المبحوثين حول الاستراتيجيات التي يمكن أن تحسن من تأثير وسائل الإعلام الإلكترونية في تعزيز التربية الإعلامية

النسبة المئوية	التكرار	ما هي الاستراتيجيات التي تظن أنها قد تحسن من تأثير وسائل الإعلام الإلكترونية في تعزيز التربية الإعلامية؟
35.6	84	إدماج وسائل الإعلام الإلكترونية في المناهج الدراسية
22.5	53	تقديم ورش عمل تدريبية حول استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية
24.6	58	تطوير محتوى تعليمي رقمي مخصص للتربية الإعلامية
17.4	41	تعزيز الشراكات مع وسائل الإعلام لتعزيز الوعي الإعلامي
100	236	المجموع

تحليل بيانات الجدول رقم (13) الذي يصف الاستراتيجيات التي يمكن أن تحسن من تأثير وسائل الإعلام الإلكترونية في تعزيز التربية الإعلامية: إدماج وسائل الإعلام الإلكترونية في المناهج الدراسية: عدد الأفراد: 84 النسبة المئوية: 35.6% تعتبر هذه الاستراتيجية الأكثر شعبية، حيث يرى 35.6% من الأفراد أن إدماج وسائل الإعلام الإلكترونية في المناهج الدراسية يمكن أن يحسن من تأثيرها. تقديم ورش عمل تدريبية حول استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية: عدد الأفراد: 53 النسبة المئوية: 22.5% نسبة ملحوظة من الأفراد ترى أن تقديم ورش عمل تدريبية يمكن أن يكون له تأثير إيجابي على الاستخدام الفعال لوسائل الإعلام. تطوير محتوى تعليمي رقمي ومخصص للتربية الإعلامية: عدد الأفراد: 58 النسبة المئوية: 24.6% يرى 24.6% من الأفراد أن تطوير محتوى تعليمي رقمي يمكن أن يساهم بشكل كبير في تعزيز التربية الإعلامية. تعزيز الشراكات مع وسائل الإعلام لتعزيز الوعي الإعلامي: عدد الأفراد: 41 النسبة المئوية: 17.4% تعد هذه الاستراتيجية الأقل تفضيلاً، حيث يعتقد 17.4% فقط من الأفراد أن تعزيز الشراكات مع وسائل الإعلام سيكون له تأثير ملحوظ.

الاستنتاج العام: إدماج وسائل الإعلام الإلكترونية في المناهج الدراسية هو الاستراتيجية الأكثر دعمًا (35.6%)، بينما تعتبر ورش العمل التدريبية وتطوير المحتوى الرقمي أيضًا استراتيجيات مهمة. بينما الشراكات مع وسائل الإعلام تلقى أقل دعم، مما يشير إلى تفضيل التركيز على التعليم المباشر والتدريب.

الجدول رقم (14)

يوضح اقتراحات المبحوثين لتحسين استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية في التربية الإعلامية ضمن الجامعات

النسبة المئوية	التكرار	ما هي الاقتراحات التي تقدمها لتحسين استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية في التربية الإعلامية ضمن الجامعات؟
14.0	33	لم يذكر
25.8	61	إعداد دورات وتضمين المناهج العربية ضمن المقرر
42.8	101	اعتمادها ضمن المقررات الدراسية
7.2	17	حماية البرامج من الاختراق
10.2	24	تعزيز الشراكات في موضوع التربية الإعلامية
100	236	المجموع

تحليل بيانات الجدول رقم (14) الذي يصف الاقتراحات لتحسين استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية في التربية الإعلامية ضمن الجامعات: **لم يذكر:** عدد الأفراد: 33 النسبة المئوية: 14.0% تمثل هذه الفئة الأفراد الذين لم يقدموا اقتراحات، مما يعكس عدم اهتمام أو عدم وجود أفكار محددة لدى بعض المشاركين. **إعداد دورات وتضمين المناهج العربية ضمن المقرر:** عدد الأفراد: 61 النسبة المئوية: 25.8% تشير هذه النسبة إلى أهمية إدراج دورات تدريبية في المناهج العربية لتعزيز التربية الإعلامية، حيث تعكس رغبة واضحة في تحسين التعليم. **اعتمادها ضمن المقررات الدراسية:** عدد الأفراد: 101 النسبة المئوية: 42.8% تعد هذه الفئة الأكثر تفضيلاً، حيث يرى 42.8% من الأفراد ضرورة اعتماد وسائل الإعلام الإلكترونية كجزء أساسي من المقررات الدراسية. **حماية البرامج من الاختراق:** عدد

الأفراد: 17 النسبة المئوية: 7.2% تمثل هذه النسبة القليلة قلقا بشأن الأمان، لكنها لا تعكس أولوية عالية مقارنة بالاقترحات الأخرى. تعزيز الشراكات في موضوع التربية الإعلامية: عدد الأفراد: 24 النسبة المئوية: 10.2% تشير هذه النسبة إلى ضرورة تعزيز التعاون بين الجامعات ووسائل الإعلام، ولكنها تعتبر الأقل تفضيلاً.

الاستنتاج العام: الاقتراح الأكثر شيوعاً هو اعتماد وسائل الإعلام الإلكترونية ضمن المقررات الدراسية (42.8%)، مما يعكس أهمية إدماجها بشكل رسمي في التعليم الجامعي. بينما تظهر الحاجة لتطوير دورات تدريبية وتضمن المناهج العربية، وتظل قضايا الأمان والشراكات أقل أهمية في هذا السياق. ثالثاً: فرضيات الدراسة

الفرضية الأولى: لا يوجد ارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوي 0.05 بين حجم التعرض لوسائل الإعلام الإلكتروني وبين بعض المتغيرات ذات العلاقة.

جدول رقم (15)

يوضح عدم وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض لوسائل الإعلام الإلكتروني وبين بعض المتغيرات ذات العلاقة.

حجم التعرض لوسائل الإعلام الإلكتروني				المتغيرات
دلالة الارتباط	اتجاهات الإعلاميين	قوة الارتباط	قيمة الارتباط	
.001	موجبة	ضعيف	.209**	تحسين المهارات
.000	موجبة	متوسط	.398**	تلقي المعلومات الأكاديمية
.000	موجبة	متوسط	.383**	تحسين قدرته على تحليل الأخبار
.023	سالبة	ضعيف	-.291*	موثوقية وسائل الإعلام الإلكتروني
**دال عند مستوى معنوية 0.01 / *دال عن مستوى معنوية 0.05				

الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوي 0.05 بين المتوسطات الحسابية للمتغيرات ذات العلاقة والوسط الفرضي لمقياس ليكرت الثلاثي المستخدم في الدراسة.

جدول رقم (16)

يوضح الفروق بين متغيرات الدراسة والوسط الفرضي باستخدام اختبار T لعينة واحدة - One

Sample Test

المتغيرات	القيم	المتوسطات	الانحرافات	قيمة T	درجة الحرية	قيمة الدلالة
مستوى استخدام الوسائل	236	2.87	.882	15.125	235	.000
تحسين المهارات	236	1.46	.784	10.623-	235	.000
تلقي المعلومات الأكاديمية	236	2.51	.636	12.390	235	.000
تحسين قدرته على تحليل الأخبار	236	2.62	.597	15.927	235	.000
موثوقية وسائل الإعلام الإلكتروني	236	1.74	.742	-5.355-	235	.000

جميع الفروق لصالح العينة ما عدا التحسن في المهارات وموثوقية وسائل الإعلام الإلكتروني وذلك لأن المتوسطين الفرضيين أقل من الوسط الفرضي الذي يساوي 2 .

نتائج البحث:

1- الغالبية العظمى من المشاركين تتراوح أعمارهم بين 20-24 عاما، مما يشير إلى جذب الدراسة لهذه الفئة العمرية بشكل خاص.

2 - تشكل الإناث النسبة الأكبر من العينة مقارنةً بالذكور، مما يدل على مشاركة أكبر من النساء.

- 3 - تخصصات أكاديمية : يمثل تخصص الطب الأغلبية (30.9%)، يليه تخصص الإعلام (17.8%)، مع تباين كبير في باقي التخصصات.
- 4 - استخدام وسائل التواصل الاجتماعي : تُعتبر وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما (53.4%)، تليها منصة اليوتيوب (16.9%).
- 5 - وقت الاستخدام اليومي : يقضي 37.3% من المشاركين من ثلاث إلى أربع ساعات يوميا على وسائل الإعلام الإلكترونية، مع وجود استخدام مكثف لدى 27.5%.
- 6 - تأثير وسائل الإعلام الإلكترونية : يعتقد 72.5% من الأفراد أن وسائل الإعلام الإلكترونية تحسن مهاراتهم الإعلامية، مما يعكس تأثيرا إيجابيا.
- 7 - أهمية المعلومات الأكاديمية : 92.4% يرون أن وسائل الإعلام الإلكترونية تلعب دورا مهما في تلقي المعلومات الأكاديمية.
- 8 - حاجة التدريب : أقلية فقط (28%) تلقت تدريباً كافياً، مما يشير إلى حاجة ملحّة لزيادة التدريب على استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية.
- 9 - اهتمام التعلم : معظم الأفراد مهتمون بتعلم مواضيع مثل تقييم المعلومات والتحقق من الأخبار، مع تركيز ملحوظ على الجانب الأخلاقي.
- 10 - ثقة في المعلومات : 43.6% لا يعتبرون المعلومات من وسائل الإعلام الإلكترونية أكثر موثوقية من المصادر التقليدية، مما يدل على وجود شكوك حول موثوقية المعلومات.
- 11 - لا يوجد ارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوي 0.05 بين حجم التعرض لوسائل الإعلام الإلكتروني وبين بعض المتغيرات ذات العلاقة.
- 12 - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوي 0.05 بين المتوسطات الحسابية للمتغيرات ذات العلاقة والوسط الفرضي لمقياس ليكرت الثلاثي المستخدم في الدراسة.

13- جميع الفروق لصالح العينة ما عدا التحسن في المهارات وموثوقية وسائل الإعلام الإلكتروني وذلك لأن المتوسطين الفرضيين أقل من الوسط الفرضي الذي يساوي 2 .

التوصيات

- ينبغي تصميم الأنشطة والمشاريع البحثية لتكون جذابة للفئة العمرية 20-24 عاما، مثل ورش العمل والندوات التي تناسب اهتماماتهم.
- يجب دعم وتعزيز مشاركة الإناث في الدراسات والأنشطة الأكاديمية.
- يُوصى بتعزيز البرامج الدراسية في تخصصات مثل الإعلام والطب وتقديم دورات متخصصة تجذب الطلاب من مختلف التخصصات.
- ينبغي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة تعليمية فعالة، من خلال إنشاء محتوى تعليمي يتماشى مع اهتمامات الطلاب.
- يجب تشجيع الطلاب على تحديد وقت مخصص للدراسة واستخدام وسائل الإعلام الإلكترونية بشكل فعال، وذلك من خلال تقديم نصائح وإرشادات تنظيم الوقت.
- يُوصى بإدراج برامج تدريبية لتعزيز المهارات الإعلامية بين الطلاب، مثل ورش العمل التي تركز على استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية.
- ينبغي إدماج وسائل الإعلام الإلكترونية بشكل رسمي في المناهج الدراسية لتعزيز التعلم الأكاديمي، مما يزيد من فعالية تلقي المعلومات.
- يجب توفير المزيد من فرص التدريب والتوجيه للطلاب حول كيفية استخدام وسائل الإعلام الإلكترونية بفعالية، وذلك من خلال دورات أو ورش عمل.
- ينبغي إدخال مواضيع تقييم المعلومات والتحقق من الأخبار في المناهج الدراسية، لدعم وتحسين وعي الطلاب حول مصداقية المصادر.
- يُوصى بتطوير برامج توعية حول كيفية التحقق من المعلومات وتحليلها، لتعزيز الثقة في المعلومات من وسائل الإعلام الإلكترونية مقارنة بالمصادر التقليدية.

قائمة المراجع

1. شفيق، حسنين (2005) الإعلام الإلكتروني، بيروت، دار النهضة العربية للطبع والنشر والتوزيع.
2. الشمري، فهد عبدالرحمن، (2010)، التربية الاعلامية كيف نتعامل مع الاعلام، ط.1 ، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية.
3. (نفس المرجع)
4. يوسف، حنان (2008) صورة الأسرة الجزائرية في البرامج المدرسية ، مذكرة مكملة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع التربوي، الجزائر، جامعة بسكرة.
5. سالم، أميرة حسن (اكتوبر. ديسمبر. 2018) دور وسائل الاعلام الجديد فى نشر مفهوم التربية الاعلامية لدى طلاب اقسام الاعلام التربوى بالجامعات المصرية، ع. 16، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون.
6. عباس، مصطفى صادق (2018) الإعلام الجديد، دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، (دراسة) تم الاطلاع عليه من موقع: <https://www.academia.edu/>
7. أبوعيشة، فيصل (2010)، الإعلام الإلكتروني، ط. 1 ، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
8. سالم، مرجع سابق، ص.301 .
9. د، اسم (2021.3.26) تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية، مقال علمي، تم الاطلاع عليه من موقع: <https://academiaglobe.com>
10. درويش، عبد الرحيم أحمد سليمان، (2003)، التربية الإعلامية ثورة جديدة في بحوث الإعلام، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الرابع لكلية التربية النوعية بدمياط، ج.2، جامعة المنصورة
11. علي، امجد، (2022) التربية الاعلامية الرقمية المفهوم، الاهمية، المميزات، العراق، جامعة المستقبل .

- 12 . مرتضوي، خولة (2020) التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية: المفهوم والأهداف ، ع. 9.8 ، دورية نماء لعلوم الوحي والدراسات الإنسانية
- 13 . حسن، أحمد جمال (2015) التربية الإعلامية، ط. 1، المنيا، دار المعرفة .
- 14 . الصالح، بدر بن عبد الله (مارس، 2007) مدخل دمج تقنية المعلومات في التعليم للتربية الإعلامية: إطار مقترح للتعليم العام السعودي، بحث مقدم للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية: وعي ومهارة واختيار، الرياض: وزارة التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية الإعلامية
- 15 . الدسوقي، سماح (2010) التربية الإعلامية بالتعليم الأساسي في عصر العولمة ، الإسكندرية، المركز القومي للبحوث التربوية والتنمية، دار الجامعة الجديدة
- 16 . عبد الحميد، محمد، (2012) التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي، ط. 1 ، القاهرة، عالم الكتب .
- 17 . مرتضوي، مرجع سابق، ص. 196
- 18 . المتولي، آمال سعد، (2003) الإعلام المدرسي: الصحافة والإذاعة المدرسية، طنطا، دار مكتبة الإسرائ.