



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم: الإعلام والاتصال

رقم التسجيل:

الرقم التسلسلي:

الموضوع:

التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية
دراسة تحليلية ميدانية - صفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور -
عبر الفيسبوك أنموذجا

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث (LMD) في علوم الإعلام والاتصال

إشراف:

إعداد:

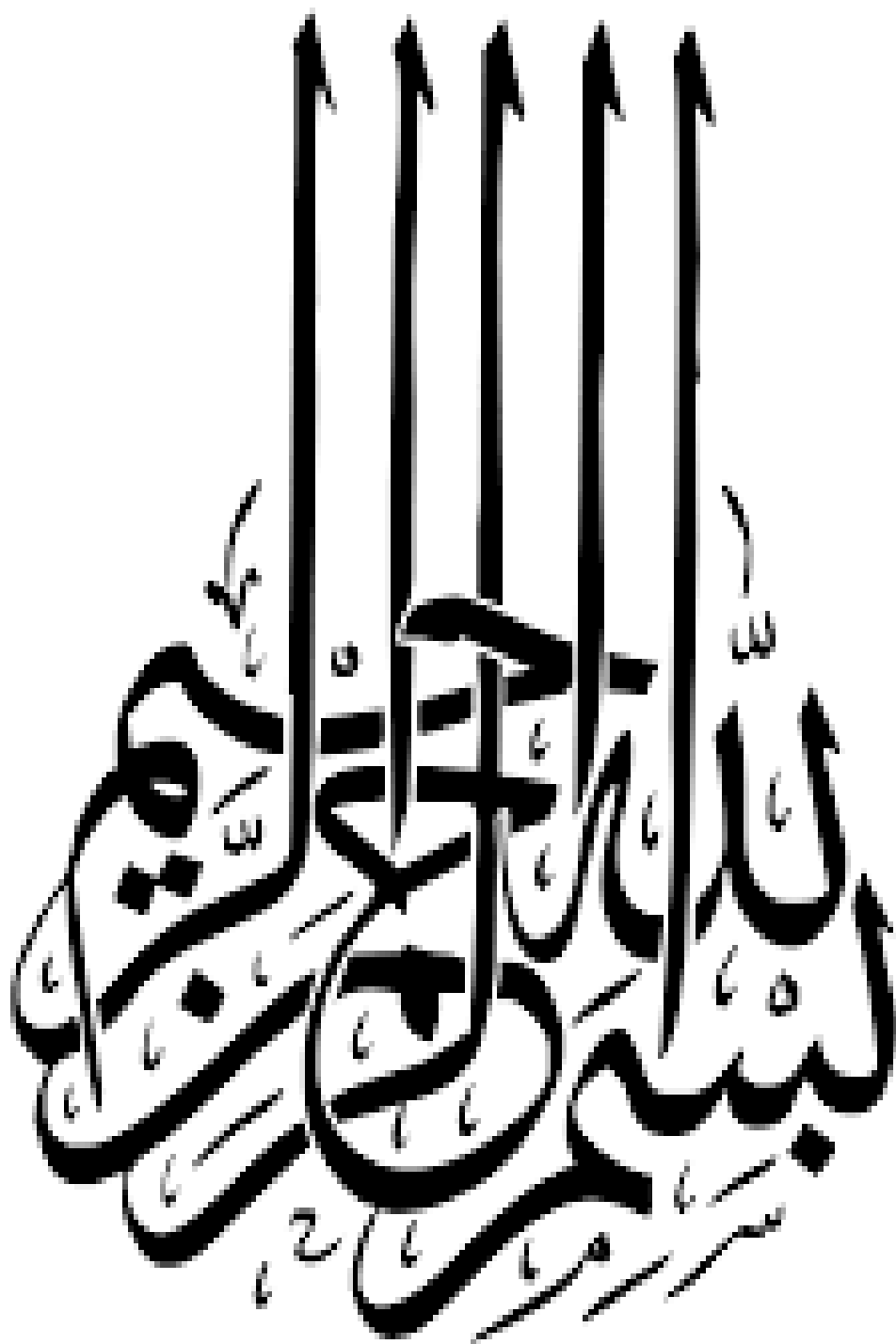
أ.د/ جمال بن زروق

قراندي سعاد

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
د. سهيلة بوضياف	أستاذة محاضرة (أ)	جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة -	رئيسا
أ.د/ جمال بن زروق	أستاذ التعليم العالي	جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة -	مشرفا ومقررا
د. نور الدين لجبري	أستاذ محاضر (أ)	جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة -	عضوا مناقشا
أ.د/ رضوان بلخير	أستاذ التعليم العالي	جامعة العربي التبسي - تبسة -	عضوا مناقشا
د. سهام بولوداني	أستاذة محاضرة (أ)	جامعة باجي مختار - عنابة -	عضوا مناقشا
د. سميرة بورقعة	أستاذة محاضرة (أ)	جامعة باجي مختار - عنابة -	عضوا مناقشا

السنة الجامعية 2021/2020



شكر وتقدير

أحمد الله الجليل حمدا كثيرا أن أكرمني بالعلم أولا وبإتمام هذا العمل ثانيا وأشكره سبحانه على ما مَنّ به عليّ من نعم لا تحصى ولا تعدّ، وأسأله العون والتوفيق في أموري كلها، فله وحده الشكر، والفضل، والثناء الحسن، سبحانه وتعالى لا أحصي ثناء عليه.

وقد قال المصطفى عليه الصلاة والسلام: "من لا يشكر الناس لا يشكر الله"، فإن يكن من شكر وتقدير – بعد شكر الله تعالى – فيإلى أولئك الكرام الأفاضل على ما تفضّلوا وجادوا فيه عليّ بوقتهم، ومشورتهم ودعمهم، ومنهم: الأستاذ المشرف أ.د جمال بن زروق "الذي أغدقني بطيب نفسه، وبحسن توجيهه ودقة عمله، ولم يبخل عليّ بنصائحه وإرشاداته. فأسأل الله الكريم له بعمر مديد، وبسعة رزق وبعمل مبارك.

كما لا يفوتني أن أشكر كل أساتذتي الأفاضل على دعمهم ومساعدتهم لي والذين لم يتأخروا يوما في تقديم يد العون لي وإفادتي بأرائهم القيّمة، وكل من قبل قراءة ومناقشة هذا العمل المتواضع. وأتوجه في الأخير بالشكر إلى كل الزملاء والأصدقاء الذين ساعدوني ولو بالكلمة الطيبة والدعاء الصالح الصادق وأدعو الله أن يسدّد خطاهم ويحقّق طموحاتهم.

والشكر يتواصل إلى كل من لم يذكر اسمه هنا نسيانا فلعلّ ذكره يكون في الآخرة على رؤوس الأشهاد في دار كرامة عند مليك مقتدر.

وجازاكم الله كل خير

إهداء

إلى من ربياني صغيرة

إلى من علمني، وأخذ بيدي، وأنار لي طريق العلم والمعرفة .إلى من شجعني في رحلتي إلى التميز
والنجاح، إلى قدوتي الأولى ...الذي ينير دربي...
إلى من علمني أن اصمد أمام رياح الحياة...
إلى من أسعدني بلا حدود...
إلى من رفعت رأسي شامخا افتخارا به...
إلى أبي الغالي الذي شهد ولادة بذرة السير بمشوار الدكتوراه وهو ما بث السكينة في نفسي كون المنية
تغمدت روحه الطاهرة وكانت أسرع من أن يرى ثمرة هذا الجهد...
إلى من اختص الله الجنة تحت قدميها إلى ملاكي في الحياة .. إلى معنى الحب وإلى معنى الحنان
والتفاني .. إلى بسمه الحياة وسر الوجود
إلى من كان دعاؤها سر نجاحي ومن بوجودها أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها
"أمي الحبيبة "إليك أهدي ثمرة جهدي
إلى أخي الغالي سندي في الحياة ...
إلى أختي الجوهرة الثمينة التي دعمتني دون كلل وبلا حدود...
إلى أخي الغائب الحاضر دوما معنا... إلى عمي رحمه الله...
إلى كل أفراد أسرتي العزيزة والأحباب الذين كانوا معي على طريق النجاح والخير
إلى كل من ساندني ووقف بجانبني...
إلى كل من قال لي: لا ، فكان سببا في تحفيزي...
إلى كل من كان النجاح طريقه، والتفوق هدفه، والتميز سبيله.

.

سعاد

مقدمة

مقدمة:

تمكن التربية البناءة على المستويين المؤسساتي الرسمي أو غير الرسمي في شتى المجالات الشباب من تكوين شخصية قادرة على مواجهة المواقف وتقييم الآراء واتخاذ قرارات صائبة بإيجاد حلول للقضايا المطروحة والاندماج بالمجتمع والتفاعل مع أفراد له للنهوض بقطاعاته لتحقيق التنمية المستدامة، كونها قائمة على أسس كالمصداقية وتحمل المسؤولية والاجتهاد في القيام بالأعمال... إلخ، فحاجة الشباب لها مطلب أساسي ولهذا تسعى العديد من الدول ومنها الجزائر للسعي لتحسين وتطوير آليات التربية النموذجية سواء بالبحوث العلمية أو بمحاولة توفير الإمكانيات اللازمة من تكوين لمسؤولي وموظفي ومربي القطاع وممن لهم علاقة به بشتى السبل أو باستحداث مناصب وأماكن مجهزة لذلك.

والتربية الإعلامية كغيرها من أنواع التربية تقوم على الترشيد والتوجيه نحو مجال الإعلام والاتصال بشقيه التقليدي والرقمي لما يشهده هذا الأخير من ثورة معلوماتية تتجسد ملامحها في ما استطاعت أن تحدثه من تغييرات عديدة في مجالات الحياة الصناعية المهنية والاجتماعية وحتى العلاقات الأسرية. في ظل ضعف وغياب الرقابة على ما تبثه هته الأخيرة من مضامين تحمل ثقافات عديدة ومتنوعة وجلها دخیل على الهوية الثقافة الجزائرية ومجتمعها الإسلامي الأمر الذي يستدعي تدقيق النظر في طياتها والوقوف على مضامينها بالدراسة الموضوعية للتمكن من استنباط إيجابياتها والتفطن لما يمكن أن تحدثه من سلوكيات هدامة مظلة بالشباب الجزائري.

والشبكات الاجتماعية كغيرها من المواقع والمنصات الرقمية لها إعداداتها وخصائصها التي تتيح تسهيلات وميزات مغرية دافعة لاستخدامها على غرار نشر الصور ومشاركة الحوارات والدخول في مجموعات مع غرباء أو من الأصدقاء تمضية للوقت والتسلية أو بحثا عن المعرفة ، التي قد يتناولون بها مواضيع مختلفة باختلاف السن والمستوى الفكري والعقائدي وأهمها مدى احترام هته المضامين لقيم المجتمع وعاداته وكذا مدى تمكن هؤلاء المستخدمين من زمام الغوص في هته الشبكات والإبحار فيها والوعي بمضامينها خاصة الشباب لضعف خبرتهم وقلة تجربتهما.

وللتعمق في هذه النقاط الجوهرية تحاول هذه الدراسة تسليط الضوء على سبل ترشيد النشء والشباب نحو مضامين ووسائل الإعلام للتعامل نحوها بوعي عبر الشبكات الاجتماعية بالتشخيص والسعي لإيجاد سبل سليمة لتجسيدها، وذلك بالخوض في متن هذه الدراسة التي تشتمل على ستة فصول عنيت بجوانب منهجية ونظرية وتحليلية ميدانية نعرض خطتها فيما يلي:

تحتوي الدراسة على فصل أول تحاول الباحثة التطرق فيه إلى موضوع الدراسة وتساؤلاتها ساعية للإجابة عليها، إضافة إلى توضيح الأسباب التي أدت إلى اختيارها وإبراز أهميتها وتحديد الأهداف التي تسعى لتحقيقها وكذا مصطلحات ومفاهيم الدراسة الأساسية بالإضافة إلى المدخل النظري للدراسة والمنهج المعتمد فيها وصولاً إلى مجالاتها وكذا مجتمع وعينة الدراسة والأدوات الموظفة فيها.

لنلجأ **الفصل الثاني** المتعلق بالدراسات السابقة والتي قسمت بحسب متغيري الدراسة إلى محور الدراسات السابقة عن التربية الإعلامية و ثم محور الشبكات الإجتماعية وفق تقسيم جغرافي دراسات عربية جزائرية وغربية.

أما الإطار النظري للدراسة فيحتوي على ثلاثة فصول أساسية، اختص **الفصل الثالث** فيها بـ: الأطر النظرية والعملية للتربية الإعلامية وجاء في ثلاث مباحث أساسية، يتعرض المبحث الأول إلى ماهية التربية الإعلامية ونشأتها ومعاييرها ومهاراتها. المبحث الثاني خص بوسائل الإعلام المدرسية وتضمن مفهومها أنواعها وأهميتها مرفقة بنماذج توضيحية عنها.

وقد اختص **الفصل الرابع النظري** بـ: المواطنة الرقمية ومحو الأمية الرقمية وقد تطرق إلى مبحث المواطنة الرقمية بمفهومها ومعاييرها وكيفية تحدي محو الأمية الرقمية. وكذا المبحث الثاني حول الخصوصية الرقمية والحق في النسيان الرقمي.

وجاء **الفصل الخامس والأخير** في الجانب النظري للدراسة بعنوان: الشبكات الإجتماعية ، وجاءت في ثلاث مباحث أساسية، يتعرض المبحث الأول إلى لمحة تاريخية حول الشبكات الإجتماعية ونشأتها وإيجابياتها، أما المبحث الثاني فيضم أهم أنواع الشبكات الإجتماعية بخصائصها ودورها وأهم الإحصائيات عنها.

وقد تناول **الفصل السادس** المعنون بـ: استراتيجيات ونماذج التربية الإعلامية الذي حاولنا فيه الخروج بحوصلة لما تم تناوله من فصول نظرية سابقة له كونه يتضمن عرض خبرات ميدانية لسياسات الدول في محاولة تطبيق إستراتيجية خاصة بالتربية الإعلامية ودليل عمل حولها مردف أيضاً بنماذج لباحثين أجانب وعرب لدعم تفعيل التربية الإعلامية والمضي بها لفائدة الشباب والمستخدمين عامة لوسائل الإعلام ومضامينها التقليدية والرقمية ومنها فضاء الشبكات الإجتماعية ك مجال ممارساتي.

وقد جاء **الفصل السابع والأخير**، بعنوان عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية والميدانية الذي انقسم بدوره إلى ثلاث مباحث، أولها حول تحليل ومناقشة نتائج صفحة تحليل المضمون، وقد خص المبحث

الثاني ب: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية، ثم المبحث الثالث الذي جاء فيه تفسير ومناقشة نتائج الدراسة على ضوء النتائج العامة للدراسة ثم وفق تساؤلات الدراسة وأخيرا على ضوء الدراسات السابقة. لتختتم الدراسة بخاتمة وتوصيات.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
أ-ت	مقدمة
III - I	فهرس المحتويات
x - IV	قائمة الجداول والأشكال
	الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية
97-1	1. موضوع الدراسة
9-1	1.1 - إشكالية الدراسة
13	2.1 - أسباب اختيار موضوع الدراسة
14	3.1 - أهمية الدراسة
15	4.1 - أهداف الدراسة
16	5.1 - مفاهيم الدراسة
43	6.1 - المدخل النظري للدراسة
71	7.1 - منهج الدراسة
73	8.1 - مجالات الدراسة
75	9.1 - مجتمع البحث وعينة الدراسة
81	11.1 - أدوات جمع البيانات
240 - 102	الفصل الثاني: الدراسات السابقة
102	1. الدراسات السابقة التي تناولت محور التربية الإعلامية
103	1.1 - الدراسات العربية
142	2.1 - الدراسات الجزائرية
156	3.1 - الدراسات الغربية
193	2. الدراسات السابقة التي تناولت محور الشبكات الاجتماعية
193	1.2 - الدراسات العربية
211	2.2 - الدراسات الجزائرية
227	3.2 - الدراسات الغربية
319-241	الفصل الثالث: التربية الإعلامية
242	1- نشأة التربية الإعلامية

243	2- مسلمات التربية الإعلامية
245	3- مهارات التربية الإعلامية
249	4- أهمية التربية الإعلامية
251	5- أهداف التربية الإعلامية
251	6- التربية الإعلامية في ظل النظام التعليمي الرسمي
262	7- وسائل الإعلام المدرسية
315	8- دراسات تأثير وسائل الإعلام
365 - 321	الفصل الرابع: المواطنة الرقمية ومحو الأمية الرقمية
321	1- المواطنة الرقمية
323	2- مراحل التربية على المواطنة الرقمية وتنميتها
325	3- محاور - عناصر - المواطنة الرقمية
331	4- معايير المواطنة الرقمية
335	5- الخصوصية الرقمية
401-367	الفصل الخامس: الشبكات الاجتماعية
367	1- نشأة الشبكات الاجتماعية
369	2- مكونات الشبكات الاجتماعية
370	3- خصائص الشبكات الاجتماعية
372	4- سيناريو عمل الشبكات الاجتماعية
373	5- أبرز الشبكات الاجتماعية
393	6- دور الشبكات الاجتماعية
394	7- إيجابيات الشبكات الاجتماعية
395	8- سلبيات الشبكات الاجتماعية
397	9- إحصاءات استخدام الشبكات الاجتماعية حول العالم 2019
446 - 403	الفصل السادس: استراتيجيات ونماذج التربية الإعلامية
403	1. استراتيجيات-سياسات - التربية الإعلامية
420	2- دليل التربية الإعلامية
424	3- نماذج التربية الإعلامية

676 -448	الفصل السابع: عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية الميدانية
450	1 -عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية
461	2 -عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية
722-678	الفصل الثامن: نتائج الدراسة
678	1-النتائج العامة
694	2-النتائج على ضوء تساؤلات الدراسة
701	3- نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة
	خاتمة
724	توصيات الدراسة
729	قائمة المصادر والمراجع
748	الملاحق
775	الملخص

قائمة

الجداول والأشكال

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
1	بطاقة تقنية لنادي "التربية على وسائل الإعلام بتستور"	77
2	معرض الصحافة	298
3	البرنامج الزمني للإذاعة المدرسية للعام 2019/2018	308
4	تشكيل جماعة الإذاعة المدرسية	308
5	عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر عام 2018 مقارنة بسنة 2000.	400
6	حجم مستخدمي الانترنت في قطاع الاتصالات في الجزائر 2019	401
7	إحصائية موقع SensorTower التطبيقات الأكثر تحميلًا على "جوجل بلاي" و"آب ستور" 2019	401
8	نموذج "فهد بن عبد الرحمان الشميمري" للتربية الإعلامية	440
9	العناصر التعريفية في صورة غلاف صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسوك	450
10	عناصر الصورة المصغرة لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسوك:	451
11	علامة التوثيق الزرقاء لصفحة "نادي التربية على وسائل الاعلام بتستور" عبر الفيسوك	451
12	مضمون قسم "معلومات حول صفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسوك	452
13	المعلومات والإحصاءات حول منشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسوك	453
14	نوع المنشورات لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسوك	455
15	اللغة المستخدمة بمنشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسوك	457
16	معدل تواتر النشر لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور"	459
17	عدد الصور المرافقة لمنشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسوك	460
18	مواضيع منشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسوك	461
19	طبيعة المنشورات الإعلامية بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسوك	463
20	مواضيع المعلومات الإرشادية والتحذيرية بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسوك	467
21	القوانين الضابطة للتعامل نحو مضامين إعلامية ضمن الشبكات الاجتماعية عبر صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسوك	468
22	منهجية العمل على التربية الإعلامية لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسوك	469
23	مواضيع الدروس النظرية والنشاطات التطبيقية عبر صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسوك	470
24	مصادر المعلومات لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسوك	473
25	الفاعلون بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسوك	475
26	أهداف منشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسوك	476

27	اتجاهات مضامين المنشورات نحو التربية الإعلامية على صفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " بالفيديو	478
28	قيم صفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " بالفيديو	480
29	توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع	482
30	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	483
31	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	484
32	توزيع أفراد العينة حسب متغير النشاط المهني	485
33	المتابعون لصفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر الفيديو	486
34	ديمومة المتابعة لصفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر الفيديو	488
35	نمط تصفح المستخدمين لصفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر الفيديو	489
36	طبيعة تفاعل المستخدمين بصفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر الفيديو	490
37	مدى مواجهة العوائق عند استخدام المنضويون لصفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر الفيديو	492
38	العوائق التقنية التي يواجهها المنضويون عند استخدام صفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر الفيديو	494
39	نوع الصعوبات التقنية التي يواجهها المنضويون عند استخدام صفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر الفيديو	494
40	العوائق اللغوية التي يواجهها المنضويون عند استخدام صفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر الفيديو:	495
41	نوع العوائق اللغوية التي يواجهها المنضويون عند استخدام صفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر الفيديو	496
42	العوائق المعرفية التي يواجهها المنضويون عند استخدام صفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر الفيديو	498
43	نوع العوائق المعرفية التي يواجهها المنضويون عند استخدام صفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر الفيديو	499
44	تفاعل المنضويون حول مواد التربية الإعلامية من خلال منشورات صفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر الفيديو	500
45	الهدف من تفاعل المنضويون حول منشورات صفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر الفيديو	502
46	مشاركة الأصدقاء الحديث حول محتوى المنشورات على صفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر الفيديو	505
47	دوافع المستخدمين لصفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر الفيديو	507
48	الحاجات التي يرغب بها المستخدمون عن التربية الإعلامية عبر صفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر الفيديو	510

49	طبيعة مضامين التربية الإعلامية التي يتابعها المستخدمون لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك	512
50	نوع مضامين التربية الإعلامية التي تدفع لاستخدام على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك	515
51	وسائل التربية الإعلامية التي يهتم بها المبحوثين في الترشيد على استخدامها عبر صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك	517
52	علاقة السن بتفاعل المستخدمين حول مواد التربية الإعلامية عبر صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك	521
53	علاقة المستوى التعليمي بتفاعل مستخدمي الصفحة حول مضامينها عن التربية الإعلامية عبر صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك	523
54	علاقة السن بحاجات مستخدمي الصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك نحو مواد التربية الإعلامية	525
55	علاقة المستوى التعليمي بحاجات مستخدمي الصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك نحو مواد التربية الإعلامية	527
56	علاقة السن بنوع المضامين التي تدفع لاستخدام صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك	528
57	علاقة المستوى التعليمي بنوع المضامين التي تدفع لاستخدام صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك	530
58	مدى إمكانية الإطلاع على نشاطات النادي عن التربية الإعلامية المقدمة على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" والتابعة له عبر الفيسبوك	531
59	مدى تطابق مضامين التربية الإعلامية وما ينشط عليه نادي "التربية على وسائل الإعلام" وينشره على صفحته "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك	532
60	مدى تقديم معلومات جديدة عن مضامين التربية الإعلامية على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك	535
61	مساعدة صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في التعريف بمضامين التربية الإعلامية	536
62	مدى مساهمة صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في الإرشاد نحو مصادر المضامين الإعلامية	537
63	مدى مساهمة صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في التوعية بسياقات المضامين الإعلامية	538
64	مدى مساهمة صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في فهم تقنيات إعداد المضامين الإعلامية	539
65	مدى ترشيد صفحة النادي "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك بأبعاد المضامين الإعلامية	540

541	إمكانية تقديم صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" معلومات لكيفية تطبيق مضامين التربية الإعلامية عبر الفيسبوك	66
543	مهارات التربية الإعلامية التي استفاد منها وتغير بها التعامل مع المضامين الإعلامية للمستخدمين لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك	67
545	مدى مساهمة صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في التوعية باستخدام وسائل التربية الإعلامية	68
546	مدى مساهمة صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك من خلال المنشورات عن وسائل التربية الإعلامية في التعامل مع المضامين الإعلامية	69
548	كيفية مساهمة صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في دعم المستخدمين من التواصل حول التربية الإعلامية	70
549	مدى ارتباط التغيير في التعامل مع المضامين الإعلامية باستخدام المنضوون لما تنشره صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك من مضامين ووسائل حول التربية الإعلامية	71
551	تقييم المستخدمين لمستوى صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في نشر مواد التربية الإعلامية	72
553	مدى وجود نقائص بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك	73
554	أهم النقائص التي تتخلل صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك	74
556	علاقة السن بالإشباع المحققة نحو مهارات التربية الإعلامية بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك	75
558	علاقة المستوى التعليمي بالإشباع المحققة نحو مهارات التربية الإعلامية بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك	76
559	كيفية التغلب على النقائص التي تتخلل صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك	77
580	توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع	78
581	توزيع أفراد العينة حسب المجال الأكاديمي	79
581	توزيع أفراد العينة حسب نوع الشهادة	80
582	توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الوظيفة	81
582	توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة في المجال	82
583	مفهوم التربية الإعلامية حسب الخبراء الأكاديميون والإعلاميون والتربويون	83
588	مصادر المعلومات عن التربية الإعلامية	84
590	مدى قيام مؤسسات النظام التعليمي الرسمي الجزائري بدور في تفعيل التربية الإعلامية	85
593	سبب عدم اهتمام مؤسسات النظام التعليمي الرسمي الجزائري في القيام بدورها لتفعيل التربية الإعلامية	86
595	مدى دعم المؤسسات الإعلامية الجزائرية الترشيد على التربية الإعلامية لدى النشء والشباب	87

596	سبب عدم اهتمام المؤسسات الإعلامية الجزائرية الترشيد على التربية الإعلامية لدى النشء والشباب	88
598	مدى جهود الجمعيات والنوادي التربوية الجزائرية في نشر التربية الإعلامية بين النشء والشباب	89
600	سبب عدم اهتمام الجمعيات والنوادي التربوية الجزائرية في نشر التربية الإعلامية بين النشء والشباب	90
601	المخاطر التي يحتمل أن يتعرض لها النشء والشباب في استخدامهم للشبكات الاجتماعية	91
607	مدى إدراك النشء والشباب لاستخداماته لمضامين ووسائل الإعلام	92
615	مدى نقص التوعية حول التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية لدى النشء والشباب إلى عدم إدراجها بالنظام التعليمي الرسمي وغير الرسمي في الجزائر	93
616	مدى اهتمام صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك بنشر أساليب حسن الاختيار للوسائل الإعلامية	94
617	أساليب اختيار الوسائل الإعلامية التي تنشرها صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك	95
618	مدى مساعدة صفحة نادي "التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في دعم طرق التعامل نحو المضامين الإعلامية	96
619	طرق الترشيد على مضامين التربية الإعلامية بصفحة نادي "التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك	97
620	مستوى مضامين المنشورات المقدمة عن التربية الإعلامية بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك	98
622	النظام التعليمي الذي يمكن إدراج التربية الإعلامية من خلاله	99
624	المستويات التعليمية التي يمكن تضمين التربية الإعلامية بها في ظل النظام التعليمي الرسمي	100
627	الأطراف التي تساهم في تضمين التربية الإعلامية بالمنظومة التربوية الجزائرية	101
630	سبل تطبيق التربية الإعلامية في إطار نظام التعليم الرسمي	102
632	كيفية ترشيد الأستاذ للطلبة على التعامل الواعي نحو مضامين ووسائل الإعلام	103
635	المراحل التي تمر عليها عملية التدريب على التربية الإعلامية	104
637	المهارات الإدراكية التي يمكن أن ينميها الطالب بإدراج التربية الإعلامية في إطار النظام التعليمي الرسمي بالجزائر	105
641	المهارات التحليلية التي يمكن أن ينميها الطالب بإدراج التربية الإعلامية في إطار النظام التعليمي الرسمي بالجزائر	106
643	المهارات النقدية التي يمكن أن ينميها الطالب بإدراج التربية الإعلامية في إطار النظام التعليمي الرسمي بالجزائر	107
644	وسائل التربية الإعلامية التي تدعم تكوين شخصية الطالب في إطار النظام التعليمي الرسمي	108
646	دور الأنشطة غير الصفية في دعم تطبيق التربية الإعلامية بالنظام التعليمي الرسمي	109
647	الخطوات المقترحة لوضع إستراتيجية وطنية تدعم إدراج التربية الإعلامية بالنظام التعليمي الرسمي	110

	بالجزائر	
650	الأطراف التي تدعم تطبيق التربية الإعلامية في إطار النظام التعليمي غير الرسمي	111
653	ديمومة الضوابط التي تضعها الأسرة الجزائرية على المضامين الإعلامية الذي يتعرض له النشء والشباب	112
655	طبيعة الضوابط التي تضعها الأسرة لأبنائها على المضامين الإعلامية	113
657	دور الجمعيات والنوادي التربوية في ترشيد الاستخدام للمضامين الإعلامية لدى النشء والشباب	114
660	دور وسائل الإعلام في تعزيز تداول التربية الإعلامية لدى النشء والشباب	115
661	مضمون دليل التربية الإعلامية لدعم التوعية حول التعامل نحو وسائل الإعلام لدى النشء والشباب في ظل النظام التعليمي غير الرسمي	116
664	مدى وجود داعي في أن تتيح مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر دعم البحث والمعرفة بأساسياتها	117
665	ترتيب الوسائل الرقمية الداعمة لوجود مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر	118
667	مدى دعم مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية مصممو الإستراتيجية الوطنية للتربية الإعلامية بالجزائر	119
668	مدى دعم مواد التربية الإعلامية في تكوين المواطنة الرقمية لدى النشء والشباب عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر	120
671	العوائق التي تواجه وجود التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر	121
674	سبل مواجهة العوائق لتفعيل التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر	122

فهرس الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
شكل (1.1)	يوضح النظام الإعلامي في المجتمع	48
شكل (2.1)	رسم تخطيطي لنموذج كاتز Katz لفروض نظرية الاستخدامات والإشباع	57
شكل (3.1)	نموذج "روزنجرين" للإستخدامات والإشباع	59
شكل (4.1)	العلاقات بين نماذج الاستخدامات والتأثيرات	60
شكل (2.3)	قالب الخبر المعتدل والمقلوب	279
شكل رقم (3.3)	البناء الفني للمقال المبني على قالب الهرم المعتدل	281
شكل رقم (4.3)	قالب الهرم المعتدل المبني على العرض الموضوعي في كتابة التحقيق	285
شكل رقم (5.3)	التقرير يتبع نظام الهرم المعتدل وذلك بعكس الخبر الذي يتبع نظام الهرم المقلوب	286
شكل رقم (6.3)	الإخراج بمذهب التوازن التام	293
شكل رقم (7.3)	إخراج الصفحة على مذهب التوازن مع التباين	294
شكل رقم (8.3)	تقسيم وسائل الإعلام المدرسية	314
شكل رقم (1.4)	نموذج يوضح علاقة وترابط عناصر المواطنة الرقمية	330
شكل رقم (1.5)	مقارنة عدد مستخدمي الانترنت في إفريقيا وباقي دول العالم	400
شكل رقم (1.6)	سلسلة التربية الإعلامية والرقمية Duplessis et Daz. (2015)	408
شكل رقم (2.6)	سلسلة التربية الإعلامية والرقمية Duplessis et Daz. (2015)	409
شكل رقم (3.6)	نموذج "فهد بن عبد الرحمان الشميري" للتربية الإعلامية -مختصرا-	439
شكل رقم (4.6)	التربية الإعلامية أحد مكونات الإصلاح التربوي الشامل	441
شكل رقم (5.6)	نموذج "رمزي أحمد عبد الحي" الإطار المقترح للتربية الإعلامية في التعليم العربي	441
شكل رقم (6.6)	دمج المحتوى المساند (التربية الإعلامية) ضمن المحتوى الجوهري	444

الفصل الأول

موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية:

1. موضوع الدراسة:
 - 1.1 - إشكالية الدراسة.
 - 2.1 - أسباب اختيار موضوع الدراسة.
 - 3.1 - أهمية الدراسة.
 - 4.1 - أهداف الدراسة.
 - 5.1 - مفاهيم الدراسة.
 - 6.1 - المدخل النظري للدراسة.
 - 7.1 - منهج الدراسة.
 - 8.1 - مجالات الدراسة.
 - 9.1 - مجتمع البحث وعينة الدراسة.
 - 11.1 - أدوات جمع البيانات.

1 موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية:

1.1 - موضوع الدراسة:

تعتبر التربية أحد الدعائم التي تساهم بها مؤسسات المجتمع لخدمة الصالح العام وهذا نظير الدور الذي تقوم به في بناء جيل الغد لتمكينه من مواجهة تحديات عصره والقيام بوظيفته وفق متطلباته ما جعل قيمتها تبرز في تطوير الشعوب كعامل للتنمية الاقتصادية والاجتماعية ومطلب للحفاظ على استقرار المجتمع وتنميته نحو التغيير الاجتماعي الهادف، فعزز هذا من مكانتها على مر الأزمنة بدءاً بصورة تنشئة الآباء للأبناء إذ أنّ التربية عند اليونان كانت مرتبطة بتكوين شخصية الرجل المحارب أو الفيلسوف وعند المسيحيين هدفها تكوين الإنسان المتعبد، لتتلاحق بعدها المؤسسات التربوية كالمدرسة التي وضعت لها منهج دراسي قائم على تسطير الأهداف ووضع المادة التعليمية ووسائلها ثم تنفيذها وتقييمها وصولاً للمؤسسات الإعلامية التي تعمل على توظيفها بما يخدم المجتمع من خلال مضامين برامجها.

والمجتمعات العربية ومنها الجزائرية متواصلة في القيام بواجبها التربوي لكن الوضع الراهن أفرز تحديات جديدة للمرحلة الحالية التي تتطلب الاستجابة للتطورات الحاصلة بشتى الميادين مع تكييفها ومواضيع التربية باعتماد فلسفة مستمدة من ثقافة المجتمع الذي تنتمي إليه وبالتخطيط لمناهج وبرامج تتوافق وقيمه وهويته مع الانفتاح على تجارب الآخرين في ميدان البحث العلمي والتكنولوجي، الذي أحدث نقلة نوعية في عديد المجالات ومنها مجال الإعلام والاتصال عبر العالم التي دفعت الشباب الجزائري للانسياق نحو ما يبثه من مضامين وبالنظر إلى واقع إعلامنا المحلي الذي يشهد قصوراً في مواجهة الثقافة الغربية ومغرياتها من حيث الإمكانيات والتجهيزات تأتي الحاجة إلى إعادة النظر في مضامينه والقيم التي يسعى لترسيخها والكيفية التي يقدمها بها مراعيًا في ذلك الأهداف التربوية لمؤسسات المجتمع المدني.

هذا وتشير بعض الدراسات الجزائرية إلى أن المؤسسات التربوية عبر مراحل التعليم الأساسي تفتقر إلى معالجة المواد الإعلامية ضمن برامجها التربوية في الوقت الذي يقوم فيه الإعلام بإحداث تأثيرات على جل قطاعات المجتمع ما يخلق الحاجة لوجود مواد تربوية إعلامية تعالج الخطاب الإعلامي وموجهة بالتوعية للشباب حول سياسات الإعلام وأخلاقياته.

هذه الوسائل الإعلامية التي شهدت في نهاية القرن العشرين العديد من الأبحاث والدراسات الإعلامية عبر العالم التي تناولت التأثيرات السلبية لمضامينها على النشء والشباب تحديداً مضامين كل من القنوات التلفزيونية الفضائية وشبكة الإنترنت، هذه المواضيع التي تجلت على عدة أشكال كالسلوكيات الغير أخلاقية أو في الصورة النمطية لبعض فئات المجتمع أو غير ذلك مما شهدته تأثيرات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في شتى مجالات الحياة الاجتماعية. فالإعلام في الوقت الراهن تعدى أن يكون له

مجرد مكانة بل تعداها لدراسة أبعاد تأثيراته وسطوته التي تحسب الأمة حسابها ولها دور كبير في بناء العلاقات الاجتماعية بين الأفراد والمؤسسات المختلفة لما له من أساليب ترويجية وإغرائية في عرض مضامينه التي تستهوي الجمهور، كما يعتبر الإعلام في المجتمع المعاصر بمثابة داعم لنقل الثقافة والمحافظة على قيم المجتمع وتماسكه. وهو من أبرز أجهزة الاتصال في العالم المعاصر، نتيجة الثورة العلمية والانفجار المعرفي الذي نعيشه في أيامنا هذه، حتى سمي هذا العصر بعصر المعلومات، فلقد طرأ على المعلومات في حياتنا المعاصرة تحولات أساسية نقلتها من مادة نادرة محدودة إلى طاقة متجددة النمو والانتشار بغير حدود وأصبحت ضرورة ملحة لكل إنسان وأصبح المعيار النهائي لقوة الدول، كاستفادة الولايات المتحدة بمجموعة مورдох الإعلامية "نيوز كورب" news corp التي تعتبر واحدة من ثلاث مؤسسات إعلامية عالمية عملاقة تحرص "جمعية الصداقة الأمريكية الإسرائيلية (اللوبي اليهودي) على شكرها، لدعمها لها إعلامياً واستثمارياً، لما تملكه لأكثر من 175 صحيفة عالمية شهيرة من بينها "التايمز" اللندنية و"الصنڊاي تايمز" و"الصن the sun" الشعبية أوسع الصحف الشعبية انتشاراً ببريطانيا والتي كانت وراء رفض البريطانيين الانضمام إلى العملة الأوروبية الموحدة "اليورو" والتخلي عن الجنيه "الاسترليني" مستخدمة أساليب التهريب والترغيب، كذلك امتنعت شركات "مورдох الإعلامية" في الصين عدم إغضاب الحكم الدكتاتوري بعدم نشر كتاب "الغرب والشرق" الذي ينتقد السياسة الشيوعية في الصين حفاظاً على مصالحه، دون الالتفات إلى "حرية الرأي والفكر" على الرغم من أن الكتاب يحتوي على ملاحظات بناءة للتجربة الصينية، بالإضافة لمجموعة "التايمز" و"وول ستريت جورنال" ثاني الصحف انتشاراً في الولايات المتحدة الأمريكية وأهم الدوريات الاقتصادية في العالم وخاصة "صفقة شراء مجموعة "داو جونز" التي جعلت من مورдох لاعبا رئيسيا في الأخبار المالية العالمية، كذلك وامتلاكه لـ 25 مجلة أهمها مجلة "ويكلي ستاندارد" مجلة المحافظين الجدد تصدر بواشنطن والتي يستلهمون منها الأفكار لإدارة أمور السياسة خاصة بعد جماهيريتها بعد الحرب الباردة وفوز أمريكا بها ودورها في حرب الصحراء زادت بها ثقة الأمريكيين في جيشهم، كما وأشار أحد الإقتصاديين الأمريكيين إلى أن روبرت مورдох أراد أن يؤكد للسعودية صداقته فأمر محطاته بالتوقف عن انتقاد الأسرة السعودية ورفض أي ناقد لسياستها¹.

¹ علي عبد العال، امبراطورية الشر الإعلامية، روبرت مورдох نموذجا، الهيمنة على الإعلام العالمي وصناعة الوهم، شبكة الأخبار العربية، الرابط: <http://anntv.tv/new/showsubject.aspx?id=144596>، 2019-10-09، سا

فوسائل الإعلام من أقوى مؤسسات المجتمع تأثيرًا على الفرد والمجتمع اقتصاديًا وثقافيًا واجتماعيًا وفي الوقت عينه هي مرتبطة بقيمه ومعايير الأخلاقية وقوانينه ما يدفعها لأن تكون مُتفكة في ذلك مع ما تُقدمه من مضامين، وفي حال عدم بلوغ هذا المسعى لعوامل منها القوى التي تعمل لصالحها وكذا الأجندات التي تسطرها والتي قد تحيدها ووظيفتها الأساسية في نقل الأخبار عن الأحداث ومراقبة البيئة والتحلي بالمصادقية في ذلك، وكذا التحديات التي تواجهها في إطار ما يعرفه واقع الصحافة الإلكترونية كوجه جديد من الإعلام عبر الفضاء الرقمي بضعف في الممارسة المهنية المسؤولة التي تشهد انتشار الأخبار الكاذبة والإشاعات التي لا تراعي التحري عن المعلومة والتأكد من مصادرها. فإنها بهذا تجد نفسها في تحدي مع التشريعات المنظمة للعمل المهني وبخاصة ما ارتبط منها بصحافة المواطن عبر المنصات الإلكترونية، التي تتميز بالتداخل بين تقديم ومتابعة الأخبار الصادرة من الصحفي المحترف وتلك التي يقوم بنشرها المواطن العادي بحكم ما وفرته التقنيات التكنولوجية المتطورة من مساحة لإبداء الرأي والمشاركة فيه مع المئات من المتفاعلين عبر المنصات الرقمية على غرار الشبكات الاجتماعية التي قد تؤدي لتكوين رأي عام مغلط للنظام واستقرار المجتمع، ما يؤثر على وظيفة ودور القائم بالاتصال في نشر ودعم سبل الاستفادة مما يقدمه من مضامين وكذا في كسب ثقة المستخدم من حيث التفاعل نحوها.

إذ تشهد الشبكات الاجتماعية رواجاً ومنها موقع الفيسبوك فقد أثبتت إحصائيات عام 2015 أن عدد مستخدميه عبر العالم بلغ 1.45 مليار مستخدم، من الهواتف الذكية بلغ 1.12 مليار مستخدم وتبلغ أرباح الفيسبوك 3.20 مليار دولار وفي اليوم الواحد يتم إرسال 45 مليار رسالة، هذا وتزايد كل عام نسبة مستخدمي الفيسبوك عالمياً لتصل إلى 2.121 بليون عالمياً، يصل فيها عدد المستهدفين في الحملات الإعلانية من الإناث إلى 910,000,000 ويصل عدد مشاركتهن بنسبة 43%، أما الرجال يصل عددهم إلى 1,211,000,000 ونسبة مشاركتهم 57.5%، فيما تصل فئة من وصلت إليهم إعلانات الفيسبوك بالدول العربية نجد من فوق سن 13 عاماً في المملكة العربية السعودية ما نسبته 53% وفي مصر بنسبة 56%، أما عدد المستخدمين للفيسبوك بشكل يومي في المملكة السعودية وصلت نسبتهم إلى 78% وعددهم 2,100,000 مستخدم في حين نسبة مستخدمي الهاتف المحمول واللوحة الرقمية لتطبيق الفيسبوك وصل إلى 96% وعدد النشاط يومياً بلغ أكثر من 2.240

مليون مستخدم عام 2019، أما عن نسبة مستخدمي أجهزة الكمبيوتر قد بلغ عددهم أكثر من 580 مليون مستخدم بنسبة 25%¹.

ويعتبر الفيسبوك أكثر شعبية لسهولة استخدامه وتنوع وتعدد تقنياته، مما سمح له أن يكون من أهم المواقع وأحد أهم أدوات الترويج للمعارف والسلع والخدمات التي تساهم في الوصول إلى كل المتعاملين عبره والتعرف على اتجاهاتهم والتواصل معهم ؛ حيث اهتم الخبراء كل في مجاله السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي بتنشيط وإعداد شبكات معلومات متقدمة للاعتماد عليها في عمليات التنشيط الفعال عن طريق هذا الموقع رغم ما يقال عنه.

وإذا كانت جل القطاعات تهتم وتعتمد على مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين مستوى عملياتها التواصلية لرفع الأداء، فكيف هو الحال بالنسبة للمؤسسات التربوية في دعم الترشيد على التعامل نحو الفضاء الرقمي على غرار الشبكات الاجتماعية للشباب من حيث استخداماته لها، خاصة ونحن في عصر يدعو إلى ضرورة التحديث والتطوير المستمر والدائم للعملية التعليمية وفي ظل المفهوم الحديث للتعليم وهو نمو شخصية الطالب ونضوجها معرفيا ونفسيا وحركيا. بتوافق النظام التعليمي والنظام الإعلامي الذين لكل منهما دوره بالمجتمع يؤثر به ويتكامل معه في تحقيق خدمة المجتمع وإن كان في النهاية لكل منهما أهدافه الخاصة به. وعلى الرغم من أن بداية الاعتماد على الوسائل التعليمية في عمليتي التعليم والتعلم لها جذور تاريخية قديمة إلا أن وسائل الإعلام ظلت المدرسة حذرة من توظيفها في الفضاء المدرسي طيلة النصف الأول من القرن العشرين فالصحافة لم تتمكن من الولوج إلى عالم التربية والتعليم إلا مع نهاية سنوات السبعينات كما هو الحال في أوروبا وبعض الدول الغربية وقدم القائمون على المدرسة عدة حجج منها أن الصحافة أداة لنشر الذوق السقيم ووسيلة لتسفيه الثقافة، حدث هذا في سياق اجتماعي وتاريخي كان في غالبه معاديا للصحافة والقائمين عليها، وكانت نظرة أهل العلم

¹ إحصائيات 2019 لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي،

<https://www.dimofinf.net/blog/s/491/%D8%A5%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D8%B4%D9%8A%D8%A7%D9%84-%D9%85%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D8%A7-%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%85-2019>، يوم 07-

والمعرفة للصحافة نظرة يطبعها التوجس والخوف والحذر وعدم الثقة إلى درجة أن الصحفي كان مثل الشخصاتي لا يعتد بشهادته في المحاكم.¹

إلا أنها بعد ذلك تطورت تطورا متلاحقا كبيرا في الآونة الأخيرة مع ظهور النظم التعليمية الحديثة وقد مرت الوسائل التعليمية الحديثة بمرحلة طويلة، تطورت خلالها من مرحلة إلى أخرى حتى وصلت إلى أرقى مراحلها التي نشهدها اليوم في ظل ارتباطها بنظرية الاتصال الحديث Modern Communication Theory واعتمادها على مدخل النظم approach systems على أن استخدام الوسيلة أصبح جزءاً لا يتجزأ من منظومة التعليم والتعلم. كون النظام الإعلامي مجال من مجالات المنهج الدراسي ووعاء للمعرفة ووسيلة للتفاهم والاطلاع يتيح تنمية التفكير الواعي الذي يصل الطالب الشاب ببيئته الرقمية التي تتعدد فيها مصادر المعلومة وتتنوع مضامينها ما تستدعي منه أن يحيلها على عدة اعتبارات عند التعاطي معها والتفاعل حولها عبر منصات الكترونية مختلفة، لأن منها ما يمكن أن يدركه سواء كان نافع يخدم حاجاته أو غير ذلك ومنها ما لا يستطيع التعامل مع خباياه لقصور في الفهم أو لضعف في مهارات التعامل مع المضامين الإعلامية الرقمية وهذا يؤثر خاصة إذا كان المحتوى ذو بعد سلبي ما يؤثر في تشكيل الوعي نحو ما يتعرض له فيصبح المحتوى الإعلامي بهذا الشكل نافذة مضللة على تشكيل رأيه وتكوين اتجاهه نحو القضايا التي من الممكن أن تمتد أبعادها إلى سلوكيات لا تتم عن الدين ولا العادات والقيم الاجتماعية ويمكن أن تهدد الخصوصية الرقمية للشباب بالفضاء الإلكتروني .

لهذا شهد القرن الحادي والعشرين جهودا مكثفة من أجل الارتقاء بمستوى العملية التعليمية في المدرسة لتشمل كافة عناصر العملية التعليمية من المبنى المدرسي ومرافقه والمناهج الدراسية وتطويرها والمعلم وإعداد الإدارة المدرسية وتحديثها. والشبكات الاجتماعية في العصر الحديث تقوم بأدوار تربوية ؛ حيث تقدم مواد علمية وثقافية متنوعة وأداة من أدوات التربية المستدامة ومن أدوات النهوض بالمجتمعات ثقافيا، فهي تجذب الناس من مختلف الأعمار ومن الجنسين كونها سريعة الاستجابة، لنشر المستحدثات في مجال العلم والمعرفة والتطبيق وقد مكنها من ذلك اعتمادها على العلم الحديث وتطبيقاته في مجالها وهي بذلك قد مكنت الناس من التعرف على أشياء وأماكن كثيرة قد يصعب الوصول إليها مباشرة، مما

¹ محمد شطاح، التربية على وسائل الإعلام في المؤسسة المدرسية-مقاربة نقدية لاستخدامات التلفزيون-، كلية

الاتصال، جامعة الشارقة، محور العدد: الإتصال والانماء الثقافي، الرابط:

<https://platform.almanhal.com/Reader/2/24565>

يثير حماسهم ونشاطهم واهتمامهم ببعضهم وهي بذلك ذات تأثير كبير عليهم في القضايا المصرية والمعاصرة والقضايا الاجتماعية والقومية الهامة.

ولهذا سعت العديد من دول العالم ومنها الغربية وعلى رأسها كندا ودول الاتحاد الأوروبي وبتضافر جهود منظمة اليونسكو إلى بذل جهد لدعم وتشجيع الأفكار والرؤى حول سبل الاستخدام الرشيد لوسائل الإعلام والاهتمام ببلورة فكرة من التربية بوسائل الإعلام إلى التربية على وسائل الإعلام وجعلها ضمن المنهاج الدراسي بالتعليم الرسمي بالمدارس والجامعات أو غير الرسمي عبر مختلف مؤسسات المجتمع المدني على غرار الجمعيات والنوادي التربوية ؛ حتى يصبح الطالب والمستخدمين الشباب للفضاء الرقمي وخاصة عبر الشبكات الاجتماعية قادرين على التعاطي مع ما يتعرضون له لتلبية حاجات معرفية وإشباع لغايات أخرى، يتم عرضها عبر المنصات الالكترونية ومختلف الوسائط الرقمية بجودة عالية وبتسهيلات وإجراءات متعددة مرافقة لمضمون الرسالة لتزيد في تلف الانتباه والجذب نحوها، فينجر المستخدم لها ويقبل إعداداتها وشروط الانتساب لها دون تفكير معمق في عواقبها بعد ذلك أو لما يمكن أن يؤدي به ما قدمه من بيانات لهذه المنصة أو هذا الموقع الالكتروني.

لهذا تهدف التربية الإعلامية من خلال توظيف أساسياتها في التعامل مع وسائل الإعلام إلى تنمية الوعي نحو قراءة وتقديم معلومات واضحة ودقيقة عن ما يتعلق بالمضامين الإعلامية، إذ تتيح بالتدريب على موادها من أساسيات الكتابة الصحفية بالترشيد على مختلف الفنون الصحفية وكذا أدوات وأساليب إخراج المادة الإعلامية ودعم مهارة التفكير الناقد وغيرها من المهارات وبالوقوف على كيفية استخدام وسائل الإعلام المتنوعة من خلال النشاطات الصفية أو غير الصفية بالتدريب على الصحافة المدرسية والإذاعة المدرسية والمناظرات وغيرها هو بهدف الوعي بمعايير المواطنة الرقمية وكذا تحدي محو الأمية الرقمية. ولاكتشاف ومرافقة الطلاب من الشباب ذوي الكفاءات المتميزة القادرين على الإبداع والابتكار لما يمكن من إعدادهم واستثمار طاقاتهم وقدراتهم في المستقبل.

فعملية إدراج التربية الإعلامية بالنظام التعليمي الجزائري لتأدية دورها في الحماية والتمكين من مضامين وسائل الإعلام القائم على جعل انعكاسها يتجلى في مختلف العمليات التواصلية عبر المنصات والوسائط الرقمية ومنها الشبكات الاجتماعية يستدعي دراسة سبل تفعيل دور الأطراف التي لها على علاقة بعملية التربية الإعلامية وكيف يمكن وضع وتنظيم إستراتيجية وطنية وبعث دليل عمل لتجسيدها لدى الشباب بهدف تنمية قدرتهم على الوصول للمضامين الإعلامية بالبحث والاستقصاء البناء ومشاركة الأخبار والمعارف والتفاعل حولها عبر مختلف المواد والقنوات الرقمية ومنها مواقع الانترنت

عبر الشبكات الاجتماعية التي تشهد تواصلاً جماهيرياً عالمياً ومن أبرزها الفيسبوك Facebook، التويتر Twitter واليوتيوب Youtube.

لهذا تسعى الدراسة الحالية لترشيد السلوكيات أثناء التعامل نحو المضامين الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية بطريقة علمية أكاديمية تخدم المستخدمين الشباب بصورة هادفة من خلال دعم التربية الإعلامية ومحاولة جعلها عملية واقعية ممارسة من قبل الشباب الجزائري مواكبة للتغيرات الحاصلة في البيئة الرقمية، وهذا ما دفعنا لمناقشة هذا الطرح في كيفية تفعيل التربية الإعلامية وترشيدها لدى المستخدمين من الشباب الجزائري عبر الفيسبوك.

من خلال تناول التساؤل الرئيسي التالي:

كيف يساهم استخدام مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في تفعيل التربية الإعلامية لدى الشباب في الجزائر بالتطبيق على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك؟

◀ تساؤلات الدراسة:

• تساؤلات الدراسة التحليلية:

1. ماهي العناصر التعريفية المنشورة على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك؟
2. ما نوع المنشورات على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك؟
3. ما نوع اللغة المستخدمة بمنشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك؟
4. ما معدل تواتر نشر منشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك؟
5. ما عدد الصور المرافقة لمنشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك؟
6. ما هي الموضوعات ووسائل التربية الإعلامية المنشورة على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك؟
7. ما هي المصادر التي اعتمدتها صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" في نشر مواد التربية الإعلامية عبر الفيسبوك؟
8. من هم الفاعلون عبر صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك؟

9. ما هي أهداف مواد التربية الإعلامية المنشورة على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك؟
10. ما هي اتجاهات المنشورات نحو التربية الإعلامية على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك؟
11. ما هي القيم التي تسعى إلى تكريسها صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك؟

• تساؤلات الدراسة الميدانية:

1. ما هي أنماط استخدام صفحة النادي "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك حول مواد التربية الإعلامية؟
 2. ما هي دوافع استخدام صفحة النادي "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك حول التوعية بالمضامين الإعلامية؟
 3. ما هي الإشباكات المحققة لمستخدمي صفحة النادي "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك حول مواد التربية الإعلامية؟
 4. ما هو دور القائم بالاتصال في تحدي محو الأمية الرقمية على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور"؟
 5. ما هي وظيفة القائم بالاتصال في دعم المواطنة الرقمية لدى مستخدمي صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور"؟
 6. ما هو واقع تفعيل التربية الإعلامية لدى المستخدمين الشباب عبر الشبكات الاجتماعية؟
 7. كيف تساهم مؤسسات النظام التعليمي الرسمي الجزائرية في تضمين مواد التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية؟
 8. كيف تدعم مؤسسات النظام التعليمي غير الرسمي الجزائرية تضمين التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية؟
 9. كيف يرى الخبراء من الأكاديميين الإعلاميين والتربويين وجود مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر؟
- فرضيات الدراسة:

تعتمد الباحثة في هذه الدراسة على استخدام التساؤلات الفرعية دون توظيف الفرضيات على اعتبار ما قدمه محمد منير حجاب الذي أشار على أن الباحث في كثير من الأحيان يضطر إلى استخدام التساؤلات بدل الفروض، خاصة في الدراسات ذات الطبيعة الكشفية أو الوصفية لأن الباحث يجهل تماماً حيثيات الظاهرة أو الموضوع المدروس ما يجبره على وضع جملة من التساؤلات وبعد افجابه عنها تتكون لديه فكرة واضحة عن الموضوع، الأمر الذي سيشيح له أو لغيره - مستقبلا- الإستناد إلى نتائج هذه الإجابات بغرض صياغة واستنباط فروض علمية دقيقة تساعد على فهم حقيقة الظاهرة وصياغة نتائج البحث. ما يعني أن الإكتفاء بطرح تساؤلات فرعية يعد أمرا مصوغا منهجيا، ومنه تضع الباحثة مؤشرات خاصة بكل تساؤل على حدة على النحو التالي:

• مؤشرات الدراسة التحليلية:

1. العناصر التعريفية المنشورة على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك.
2. نوع المنشورات على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك.
3. اللغة المستخدمة بمنشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك.
4. معدل تواتر نشر منشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك.
5. الصور المرافقة لمنشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك.
6. الموضوعات ووسائل التربية الإعلامية المنشورة على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك.
7. المصادر التي اعتمدتها صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" في نشر مواد التربية الإعلامية عبر الفيسبوك.
8. الفاعلون عبر صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك.
9. أهداف مواد التربية الإعلامية المنشورة على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك.
10. اتجاهات المنشورات نحو التربية الإعلامية على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك.

11. القيم التي تسعى إلى تكريسها صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك.

• مؤشرات الدراسة الميدانية:

1. أنماط استخدام صفحة النادي "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك حول مواد التربية الإعلامية.

2. دوافع استخدام صفحة النادي "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك حول التوعية بالمضامين الإعلامية.
3. الإشباعات المحققة لمستخدمي صفحة النادي "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك حول مواد التربية الإعلامية.
4. دور القائم بالاتصال في تحدي محو الأمية الرقمية على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور".
5. وظيفة القائم بالاتصال في دعم المواطنة الرقمية لدى مستخدمي صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور".
6. واقع تفعيل التربية الإعلامية لدى المستخدمين الشباب عبر الشبكات الاجتماعية.
7. مساهمة مؤسسات النظام التعليمي الرسمي الجزائرية في تضمين مواد التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية.
8. تدعيم مؤسسات النظام التعليمي غير الرسمي الجزائرية لتضمين التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية.
9. رأي الخبراء من الأكاديميين الإعلاميين والتربويين في وجود مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر.

2.1- أسباب اختيار موضوع الدراسة:

هناك مبررات عدة دفعت الباحثة لانتقاء هذا الموضوع دون غيره من الظواهر الاتصالية التي تعنى بالبحث والتنقيب العلمي، والتي نوردتها على مستويين الأول مرتبط بذات الباحثة والثاني يتعلق بالموضوع محل الدراسة:

◀ الأسباب الذاتية:

- الاهتمام بالدراسات المتعلقة بالتربية الإعلامية من حيث متابعة سبل تنفيذها على مستوى النظام التعليمي الرسمي وغير الرسمي على المستويين الدولي والعربي، لدورها في الترشيد على توظيف المضامين واستخدام الوسائل الإعلامية لحماية وتمكين الشباب منها.
- التأثير بما استطاعت أن تحدثه التكنولوجيات الجديدة بمختلف تطبيقاتها وعبر عديد منصاتها الرقمية من تغييرات في شتى القطاعات الاجتماعية من حيث نقل ومواكبة هذه الأخيرة لعملياتها الاتصالية ومشاركتها عبر الفضاء الرقمي للمهتمين بها تسهيلا للقيام بوظائفها وتحقيقا لأهدافها.

- التأثير الذي يمكن أن تحدثه المضامين الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في تشكيل أفكار وعواطف وسلوكيات المستخدمين الشباب في حياتهم الشخصية ومواقفهم حول قضايا الرأي العام.

◀ الأسباب الموضوعية:

- قصور المنظومة التربوية الجزائرية في مواكبة التطورات والتعديلات الحاصلة على الصعيد الدولي الذي يشهد تقدم في مستوى تحديث استراتيجياته التعليمية المتعلقة بالتعامل نحو المضامين الإعلامية وتمكين طلبته من المواطنة الرقمية وكذا في تحدي محو الأمية الرقمية.
- محدودية منهج المقاربة بالكفاءات القائم على الطالب وقدرته على البحث والوصول للمعلومة ومشاركتها بالقسم في مقابل الحاجة إلى سياسة تعليمية تفاعلية قائمة على التعبير عن الذات وتشجع على النقد البناء للمضامين الإعلامية وإشراك الشباب بإنتاج مواد تعزز الشخصية والثقة في جل عملياته التواصلية مع وسائل الإعلام.
- نقص الكفاءات القادرة على تكوين الأساتذة في مواد (وسائل ومضامين) التربية الإعلامية لتدعيم الأسس والسياسات البيداغوجية.
- نقص النشاطات الإعلامية المستمرة بالمؤسسات التربوية وكذلك التدريب على استخدام الوسائل التكنولوجية التي تعزز انتشار التربية الإعلامية.
- الاستخدام المفرط للوسائط الرقمية من قبل الشباب ما يؤثر على تحصيلهم الدراسي في ظل الافتقار إلى البرامج التي تؤطر للندوات والمحاضرات والأيام التكوينية لتي ترشد على استخدامها وتوعي بآثارها.
- تعدد وتنوع المضامين الإعلامية التي تعرض ثقافات غربية دخيلة تهدد عادات وتقاليد وقيم ومبادئ مجتمعنا الإسلامي عبر مختلف المنصات الرقمية ومنها الشبكات الاجتماعية.
- ضعف أساليب الرقابة الحكومية والمرافقة الوالدية ما يستدعي الحاجة إلى تدريب الشباب على مهارات التعامل نحو المضامين الرقمية وتوعيتهم بكيفية استخدام الوسائط الرقمية.
- ضعف الآليات والأساليب التوجيهية لأولياء الأمور الخاصة بتوعيتهم بطرق استخدام التكنولوجيات الجديدة.
- ضعف البرامج الإعلامية التي تدعم التربية الإعلامية على مستوى المؤسسات الإعلامية الجزائرية.

- قلة النوادي والجمعيات التربوية التي تساعد في عملية نشر التوعية حول مضامين وطرق التعامل مع وسائل الإعلام.
- قلة الدراسات والبحوث التي تناولت سبل تفعيل التربية الإعلامية لدى الشباب الجزائري من مستخدمي الشبكات الاجتماعية.
- الوقوف على واقع تضمين التربية الإعلامية كممارسات على صفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر الفيسبوك.

3.1 - أهمية الدراسة :

تظهر أهمية الدراسة الحالية في الحاجة إلى دراسة موضوعها نظير ما نشهده من ظواهر اتصالية متنوعة وكذا لحدائته والتأثيرات التي يمكن أن يحدثها في التدريب على التربية الإعلامية:

فالاستفادة من دراسات الباحثين والتجارب الغربية التي وعلى قلتها إلا أنها قطعت أشواط متقدمة ووضعت أسس لها وسعت لتطويرها ضمن مؤسسات مجتمعها المدني، بالإضافة إلى محاولة التعمق في نتائج وتوصيات الدراسات والبحوث المتعلقة بالتربية الإعلامية بالدول الغربية والعربية لتوظيفها على النحو الذي يخدم التربية الإعلامية في الجزائر لتعزيز تحدي محو الأمية الرقمية وكذا دعم المواطنة الرقمية .

كما وستضيف هذه الدراسة تصور للتربية الإعلامية قد يخدم ويلفت نظر القائمين على رسم السياسات التربوية والإعلامية من صناع القرار والشركاء الاجتماعيين بالجزائر نحو أهمية تضمين التربية الإعلامية بالمؤسسات التربوية الرسمية بمختلف الأطوار التعليمية، لمواكبة توجهات التربية الحديثة بالدول الغربية وكذا العربية نحو مجتمع المعرفة القائم على المواطنة الرقمية بالتوعية على استخدام التكنولوجيات الحديثة والمضامين الإعلامية عبر مختلف المنصات الرقمية ومنها الشبكات الاجتماعية لما لها من انعكاسات حسب ما أشارت له العديد من الدراسات فتكون كسبيل آمن يساعد في ولوج المستخدمين لها.

وتبرز كذلك من أهمية دراسة سلوك المستخدمين الشباب للشبكات الاجتماعية من خلال الكشف عن مدى وعيهم وتوظيفهم لما تطرحه المضامين الإعلامية لما لها من مخرجات سلبية وإيجابية ومتابعة سلوكهم في التعبير والتواصل حولها ومشاركتهم للمعارف التي اكتسبوها من خلال الانضمام للمنصات

التي تنطرق للتربية الإعلامية على غرار صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك ومتابعتها بتشخيص الخبراء الأكاديميون من علوم الإعلام والاتصال وكذا علوم التربية.

4.1- أهداف الدراسة:

- تحديد الموضوعات ووسائل التربية الإعلامية المنشورة على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك.
- البحث عن المصادر التي اعتمدتها صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" في نشر مواد التربية الإعلامية عبر الفيسبوك.
- التقصي عن الفاعلون عبر صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك ؟
- معرفة أهداف مواد التربية الإعلامية المنشورة على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك.
- فهم اتجاهات المنشورات نحو التربية الإعلامية على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك.
- رصد القيم التي تسعى إلى تكريسها صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك.
- الوقوف على أنماط استخدام صفحة النادي "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك حول مواد التربية الإعلامية.
- التحري عن دوافع استخدام صفحة النادي "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك حول التوعية بالمضامين الإعلامية.
- معرفة الإشباعات المحققة لمستخدمي صفحة النادي "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك حول مواد التربية الإعلامية.
- الوعي بدور القائم بالاتصال في تحدي محو الأمية الرقمية على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور".
- الكشف عن وظيفة القائم بالاتصال في دعم المواطنة الرقمية لدى مستخدمي صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور".
- تشخيص واقع تفعيل التربية الإعلامية لدى المستخدمين الشباب عبر الشبكات الاجتماعية.

- البحث عن كيفية مساهمة مؤسسات النظام التعليمي الرسمي الجزائرية في تضمين مواد التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية.
- التقصي عن دور مؤسسات النظام التعليمي غير الرسمي الجزائرية في تضمين التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية.
- الكشف عن رأي الخبراء من الأكاديميين الإعلاميين والتربويين لسبل وجود مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر.

5.1- مفاهيم الدراسة:

سنحاول من خلال هذه الدراسة تحديد مفاهيم كل من التربية الإعلامية، الشبكات الاجتماعية، الفيسبوك إلى جانب مفاهيم أخرى ذات صلة بالدراسة نوردتها على النحو التالي:

1.5.1- التربية:

1.1.5.1- المعنى اللغوي:

كلمة التربية حسب عبد الرحمان الباني 1983، لها ثلاثة أصول لو رجعنا إلى معاجم اللغة العربية: ربا: يربو: معناها زاد ونما، ربي: معناها نشأ وترعرع، رب: يرب: معناها أصلح ورعى.¹

2.1.5.1- المعنى الإصطلاحي:

التربية مفهوم واسع وعميق، شامل ودقيق وقد قال عنها أرسطو: "الغرض من التربية هو إعداد العقل لكسب العلم". فهي عملية إعداد العقل السليم، عملية حفظ التراث ونقله، عملية استثمار اقتصادي، عملية استغلال الذكاء الإنساني، عملية اكتساب خبرة وهي عملية ترقى تكيف الفرد مع المجتمع.² بحيث يقدم هذا التعريف التربية على أساس الوظيفة التي تؤديها تجاه أفراد المجتمع، فتوفر القاعدة السليمة لبناء وتكوين الفكر الإنساني إلى جانب حماية التراث المجتمعي ودعم سبل الحفاظ على استقرار ثقافته وتطوير جانب التنمية من خلال اكتساب سلوكيات ومهارات معرفية جديدة قائمة على مدركات علمية أكاديمية تتحرى الأمانة والموضوعية.

و يعرف "ثابت كامل حكيم"، 1993 التربية بأنها: "عملية تكيف الفرد الإنساني مع بيئته التي يعيش فيها وهي تعني مساعدة الفرد أو إعداده لكي يتكيف بنجاح مع بيئته وعملية التكيف هذه تأتي من

¹ مصطفى يوسف كافي، الإعلام التربوي والتعليمي، مرجع سابق، ص 18.

² المرجع نفسه، ص 18.

خلال عمليات التفاعل التي تتم بطرق مباشرة أو غير مباشرة بين الفرد وبيئته¹. وكذا "النشاطات والمجهودات التي تؤدي إلى عملية التكيف أو التفاعل بين المتعلم وبيئته التي يعيش فيها"⁽²⁾. في هذا التعريف قدم "ثابت كامل حكيم" مفهوم التربية من منطلق أنها تلك العلاقة التي يعمل الفرد على توطيدها داخل مجتمعه من خلال مساعدة وإعداد أساسيات التربية له، حتى يستطيع التكيف والتواصل ويحقق هدف العملية الاتصالية من ورائها.

ويعرفها "محمد لبيب النجيجي"، 1976: "هي عملية تشكيل وإعداد أفراد إنسانيين في مجتمع معين في زمان ومكان معينين حتى يستطيعوا أن يكتسبوا المهارات والقيم والاتجاهات وأنماط السلوك المختلفة التي تيسر لهم التعامل مع البيئة الاجتماعية التي ينشئون أفراداً فيها ومع البيئة المادية أيضاً، هذا يعني أن التربية من عملية تنمية للأفراد الإنسانيين يقوم بها أفراد إنسانيون..³ هذا التعريف ربط التربية بمجالها الزماني والمكاني في إشارة إلى أن لكل مجتمع أسس تربوية يقوم عليها يمكن أن تتعدل حسب الظروف التي يعيشها أفراد المجتمع، فيكتسبون بها سلوكيات تسمح لهم بالتعايش مع البيئة المحيطة فتتهيء لهم المجال لاكتساب قيم وعادات وتقاليد توطد تواجدهم الإنساني، كما أشار "محمد لبيب النجيجي" إلى دور العامل المادي في تشكيل الصورة التي تظهر عليها التربية كجانب من جوانب التنشئة الاجتماعية. فهذا التعريف بهذا ينطلق من كون التربية عملية تطبيع اجتماعي تهدف إلى اكتساب الصفة الإنسانية التي يتميز بها الإنسان عن سائر الحيوانات. ما يدعم ما يدعم تكريس خصائص التربية الإعلامية بالبيئة الرقمية ويسهل مهمة تدريب المستخدمين لها بطريقة بناءة تساهم في ترشيد الاستخدام الواعي للمضامين وكذا وسائل الإعلام.

وهذا ما أكد عليه "محمود أبو زيد"، 1996: "تلك العملية التي عن طريقها نقوم بتنمية جوانب الشخصية الإنسانية في مستوياتها المختلفة، على هذا فإن التربية في أصلها -عملية تنشئة اجتماعية- تهدف إلى اكتساب الأفراد لثقافة مجتمعهم وعن طريق هذه العملية يكتسب الفرد الكفاية الإنتاجية والصفات السلوكية التي تؤهله للحياة في مجتمعه"⁴. في إضافة إلى دور التربية في تنمية شخصية الأفراد عن طريق تبادل المعارف والخبرات المختلفة بينهم، من خلال عملية التفاعل

¹ المرجع السابق، ص 18.

² حسن محمد صديق محمد، التربية الإعلامية والتعليم دراسة إعلامية، مجلة التربية، العدد 136، قطر، 2007، ص 70.

³ على عبد الفتاح علي، الإعلام التربوي: مفهومه -أهدافه- استراتيجيته، ط 1، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 20.

⁴ مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 19.

حسب درجة الوعي لديهم وكذا المستوى التعليمي أو المهني. ما يعزز من جهة ثانية ثقافة البحث والتعاطي مع المضامين الإعلامية بغض النظر عن محتواها أو الجهة المرسله.

وفي تأكيد على أهمية دور التربية في تعزيز الجانب الثقافي للفرد ركز "براتسل" في تعريفه: "يمكن النظر إلى مفهوم التربية من زاوية الدور الذي تقوم به في النقل الثقافي، فهي إذن وسيلة المجتمع للمحافظة على تراثه الثقافي، وهي ذات الوقت وسيلة المجتمع لنشر الجديد والمستحدث وتدعيمه بين الأجيال والناشئين، من ثم تصبح التربية عاملاً من عوامل التغيير، تكون بذلك هي تلك الأداة التي يستخدمها الإنسان وتميزه عن سائر الحيوانات الأخرى". ومما يستفاد من هذا التعريف أن التربية متغيرة تتماشى مع البيئة الاجتماعية وهي بذلك تخدم المجتمع في النقلة التي أحدثتها التكنولوجيات الجديدة وجعلت من العالم قرية صغيرة تتشارك وتتداخل فيها ثقافات مختلفة ومتعددة ما دفع بالحاجة إلى التربية الإعلامية لتوجيه ما يتلقاه المستخدم من رسائل متنوعة بأبعادها المتعددة خاصة الثقافية منها والتي تقوم على أساليب الإغراء حاسة الثقافة الغربية التي تتنافى في كثير من مبادئ المجتمع العربي. لذا فالتربية الإعلامية تعمل على ترشيد المستخدمين نحو حماية ثقافة المجتمع من خلال إدراك مضامين ثقافته المجتمعية من بين تلك الثقافات التي يتعرض لها وإن تغيرت الظروف والوسائل المحيطة بالفرد.

وحسب منير المرسى سرحان: "التربية كعملية فردية وبصورتها غير المقصودة قد وجدت بظهور أول كائن حي لديه القدرة على التعلم وكعملية اجتماعية، فإنها وجدت منذ أن كان لدى الأعضاء نفس القدرة من خلال ترابطهم في جماعات، أي أن الإنسان قد مارس عملية التربية من خلال حياته الطويلة على الأرض".¹ على هذا فإن التربية في أصلها عملية تنشئة اجتماعية تهدف إلى اكتساب الأفراد لثقافة مجتمعهم وعن طريق هذه العملية يكتسب الفرد الكفاية الإنتاجية والصفات السلوكية التي تؤهله للحياة في مجتمعه.² وهنا تصبح التربية مجهوداً تطبيقياً يهدف إلى ترجمة فلسفة المجتمع إلى مفاهيم وعادات واتجاهات ومهارات وسلوكيات لدى الأفراد، كما تهدف إلى إحداث تعديل على مستوى المؤسسات الاجتماعية حتى تتدعم هذه الاتجاهات والمهارات. هذا التعريف لا يتقاطع مع مبادئ التربية الإعلامية فهي مهمتها ليست التنشئة الاجتماعية وإنما متعلقة

¹ على عبد الفتاح علي، مرجع سابق، ص20.

² حسين تكريني، دور التخطيط التربوي في تغيير القيم الاجتماعية، دراسة مقدمة إلى مؤتمر القيم والتربية في عالم متغير، عمان، جامعة اليرموك، 2010

بكيفية تدريب الأفراد على التمكن من توظيف الوسيلة الإعلامية بالإستخدام العقلاني والأخلاقي لمختلف المضامين الإعلامية.

والتربية بالمفهوم الحديث هي عملية مستمرة باستمرار الحياة لا تقتصر على فترة عمرية معينة ولا على مرحلة دراسية محددة، مهتمة بكل جوانب شخصية الفرد، مرتبطة بالحياة العملية، متضمنة الجوانب النظرية والتطبيقية، مراعية الفروق الفردية بين الأفراد، معتمدة أساليب وطرق تدريس مختلفة، مستندة إلى أسس علمية مستمدة من علم النفس، علم الاجتماع، علم الإدارة وغير ذلك.¹ وتعتبر الإضافة التي قدمها هذا التعريف بالإضافة إلى ما تم ذكره سابقاً وله علاقة بالتربية الإعلامية أن عملية التربية عملية مستمرة مواكبة للمستجدات قائمة على أسس علمية مستمدة من علم النفس وعلم الاجتماع وهما التخصصين القائمين على الاهتمام بالفرد من حيث سلوكياته وورود أفعاله ودرجة تقبله لأفكار الآخرين وسلوكياتهم ما يساعد على فهم شخصية الإنسان وتسهيل عملية التوجيه والإرشاد بالنسبة للتربية الإعلامية.

2.5.1- الإعلام:

1.2.5.1- الإعلام لغة:

اسم مصدر من أعلم يعلم أي أخبر يخبر وهو التبليغ والإخبار والإبلاغ أي الإيصال، وفي الحديث: بلغوا عني ولو آية، أي أوصلوها غيركم وأعلموا الآخرين.² الإعلام في لغة العرب مشتق من أعلم يقال اعلم إعلاماً بمعنى أخبر إخباراً، وقد أشارت بعض المعاجم اللغوية، مثل لسان العرب وتاج العروس وغيرهما، إلى هذا المعنى.³ والإعلام اسم يطلق على الإتصال بالجماهير، عبر وسائل الاتصال الجماهيري كالصحافة والإذاعة والتلفزيون وغيرها. والإعلام - بهذا المعنى - لفظ - عربي مستحدث استخدم أول مرة في عهد الوحدة بين مصر وسوريا (1958-1961م) ليقابل باللفظ الانجليزي Information التي تعني معلومات.⁴

2.2.5.1- الإعلام اصطلاحاً:

¹ أحمد اسماعيل أحمد، الإعلام التربوي ودوره في التربية والتعليم، طبعة 1، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 17.

² عزام محمد الجميلي، الإعلام الاجتماعي، طبعة 1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 185.

³ مصطفى يوسف كافي، الإعلام التربوي والتعليمي، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 9.

⁴ مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 9.

يشير مصطلح الإعلام إلى تقنيات الإتصال الكبرى والنشاطات الإجتماعية الأساسية التي جعلت من هذه التقنيات وسائلها الرئيسية التي تمكنها من أن تصل بأهدافها إلى الجمهور.¹

فالإعلام تعبير موضوعي وليس ذاتياً من جانب الإعلامي سواء أكان صحفياً أم إذاعياً أم سينمائياً أم تلفزيونياً، يقوم على الوضوح والصرحة ودقة الأخبار مع ذكر مصادرها، كما يشترط الالتزام بمعايير الصدق والأمانة، فالإعلام تأسيساً على هذا الفهم، يتوسل بوسائل الاتصال ويوظف التكنولوجيا الاتصالية من أجل عرض وتقديم ونشر أكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة التي يمكن التثبت من صحتها أو دقتها بالنسبة للمصدر الذي تتبع منه أو تنتسب إليه.² وهو مجموعة الوسائل الهادفة إلى تحقيق الاتصال ونقل المعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية، خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر الظاهرة والمعنوية، ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية، بقصد التأثير وبغية الإخبار والتوجيه وتشكيل رأي الأمة إزاء القضايا المطروحة مستخدماً الإقناع عن طريق صحة المعلومات ودقة الأرقام والإحصاءات.³

قدم هذين التعريفين الإعلام على أساس أنه وظيفة يؤديها الإعلامي بأمانة قائمة على الدقة والوضوح كما جاءت من مصادرها دون تحريف أو تزيف وهي النقطة التي تركز عليها التربية الإعلامية في مجالاتها العقلانية والعاطفية والسلوكية لكن في شق آخر التربية الإعلامية لا تسعى لإعداد إعلاميين بقدر ما تحرص على أن يكون هناك مستخدمين ووسائل الإعلام بمختلف مجالاتهم المهنية وفئاتهم العمرية على قدر من الكفاية الإعلامية للخوض في تواصل وحوارات اجتماعية ذات مستوى ثقافي قائم على الفهم السليم والنظرة الشاملة لمضمون الرسالة الإعلامية والتعقيب عليها عبر مختلف المنصات الرقمية حتى يتحقق التفاعل البناء مع أطراف العملية الاتصالية.

كما يعرف الإعلام، بأنه: "عملية تفاهم تقوم على تنظيم التفاعل بين الناس وتجاوبهم وتعاطفهم في الآراء فيما بينهم وهو في هذه الحالة ظاهرة طورتها الحضارة الحديثة وجعلتها خطيرة، بإمكانات عظيمة حولتها إلى قوة لا يستغنى عنها لدى الشعوب والحكومات على حد سواء وإذا كانت كلمة إعلام مشتقة من أعلمه بالشيء فهي تعني تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات

¹ حسان بن عمر بصفر، ربيع عبد الرؤوف محمد، طارق عبد الرؤوف عامر، الإعلام التربوي "مفهومه-فلسفته-أهدافه"، طبعة أولى، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص15.

² عبد العزيز شرف، الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص16.

³ محمد أحمد العنام، الواقع المرتقب للتعليم والإعلام في الوطن العربي، دراسات في أصول التربية، دار الثقافة، الدوحة، 2003، ص8.

الموضوعية الصحيحة والواضحة.¹ هذا التعريف جاء بدالنتين الأولى تحمل معنى ايجابي لدور الإعلام كونه مؤطر لعملية استجابة الأفراد العاطفية والعقلانية القائمة على رضا الأطراف نحو الأفكار والرؤى التي تهدف إليها الرسالة الإعلامية، في حين الدلالة الثانية ذات معنى سلبي في التوظيف السيئ لوسائل الإعلام من قبل السلطات الحاكمة على غرار ما تخضع له بعض كبرى شركات الإعلام التي تتحكم بها الدول القوية، فتوجه أجندها الإعلامية تبعاً لتحقيق غاياتها الربحية وترى أن المعلومة عبارة عن سلعة وثقافة استهلاكية قائمة على الترويج والكسب المادي. هذا التعريف تم توظيفه لإبراز أن للتربية الإعلامية دور في توجيه ولفت انتباه المستخدمين عبر مختلف وسائل الإعلام وخاصة الرقمية بأن المؤسسات الإعلامية والقائمين بالاتصال لديهم سياسة يتبعونها لابد من توخي الحيلة في التأثير بخطها وبما تقدمه وتروج له. فالتربية الإعلامية تؤكد من خلال معاييرها أن يكون المستخدم ليس مجرد متلقي بل مشارك أيضاً بأرائه وأفكاره في مناقشة ما يتم تقديمه له تى يكون نظرة شاملة وليس فقط أخذ معلومات، من سلطة إعلامية معينة. وعليه فالإعلام هو اتصال بين طرفين بقصد إيصال معنى أو قضية أو فكرة للعلم بها واتخاذ موقف تجاه نظرية السيادة، إنَّ المفهوم العلمي للإعلام عموماً اليوم قد اتسع حتى شمل كل أسلوب من أساليب جمع ونقل المعلومات والأفكار طالما أحدث ذلك تفاعلاً ومشاركة من طرف آخر مستقبلي.

ويعرف الإعلام بأنه علم وفن في آن واحد فهو علم له أسسه ومنطقاته الفكرية، لأنه يستند إلى مناهج البحث العلمي في إطاره النظري والتطبيقي وهو فن لأنه يهدف إلى التعبير عن الأفكار وتجسيدها في صور بلاغية وفنية متنوعة بحسب المواهب والقدرات الإبداعية لرجل الإعلام.² وهو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي عام صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعتبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم، ويعني ذلك أن الغاية الوحيدة من الإعلام هي التنوير عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات ونحو ذلك.³

"ويقصد به كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة، عن القضايا والموضوعات والمشكلات، بطريقة موضوعية وبدون

¹ شرف عبد العزيز، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، دار قباء للطباعة والنشر، القاهرة، 2002، ص 20.

² مصطفى يوسف كافي، الإعلام التربوي والتعليمي، مرجع سابق، ص 10.

³ أحمد اسماعيل أحمد، مرجع سابق، ص 61.

تحريف، مما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي و الإدراك و الإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقي للمادة الإعلامية⁽¹⁾." هذه التعريفات الثلاثة تشترك في نقطة إشراك مختلف أطراف العملية الاتصالية وليس فقط تفاعلها بل تحرص على نوعية المشاركة البناءة التي تؤسس لمستوى معرفي واعي ومدرّك وهي بذلك تتقاطع مع نقطة مهارة المشاركة وإعادة الإنتاج التي تعتبر من أهم المهارات التي تسعى التربية الإعلامية على تمكين المستخدمين لوسائل الإعلام وخاصة الشبكات الإجتماعية منها.

وهذا المصطلح يرادف مصطلح "وسائل الإتصال الجماهيري" ولقد طال التردد بين المهتمين بهذا المجال في استعمال أي هذين المصطلحين والمصطلحان هنا يعنيان شيئاً واحد وتستخدمهما معاً. ولكي نفرق بين مصطلح وسائل الإعلام ومصطلح وسائل الإتصال التربوي يشير إلى وسائل تعليمية أي وسائل اتصال متخصصة تابعة للتربية وتعمل في إطارها وخادمة لها وتهدف إلى برمجة المواد التعليمية، برمجة كاملة ومن أهم هذه الوسائل ما يلي:

- الأستديوهات
- المسرح التعليمي
- دائرة التلفزيون المغلقة
- الإذاعة المدرسية

3.5.1- الإعلام والتربية:

لقد اتسمت العلاقات القائمة بين المؤسسة التربوية ووسائل الاتصال بشئ من التصادم. ولم يكن أغلب رجال التربية ينظرون بعين راضية إلى تعامل التلميذ مع وسائل الإعلام. ولم تكن أغلب الأنظمة التربوية تسمح بدخول الصحيفة أو المادة الإعلامية السمعية البصرية إلى المدرسة، كما كانت صورة الثقافة التي تروجها وسائل الإعلام سلبية لأغلب المربين الذين يعتبرون هذه الثقافة سطحية وفسيفسائية ومبتذلة وغالبا ما تبدو المدرسة مغلقة على ذاتها.²

هناك إجماع يكاد ينعقد بين التربويين على أنّ كلمة "التربية" أوسع مدى من كلمة "التعليم" وأكثر دلالة على ما يتصل بالسلوك وتقويمه، في حين تنحصر كلمة "تعليم" على علاقة محدودة بين طرفين بهدف

¹. فاطمة حسين عواد، الاتصال والإعلام التسويقي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 16.

² عزام محمد الجميلي، الإعلام الاجتماعي، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص190.

إيصال قدر معين من المعلومات أو المهارات. وعلى هذا يمكن القول بأن التعليم نمط مؤسسي من أنماط التربية يتم داخل مؤسسات رسمية، تتخذ من هذه العملية رسالة أساسية لها، ويتخذ منها المجتمع وسائل ذات رسائل تكفل له إعداد الناشئة وفق ما يريد، بينما تتم التربية داخل تلك المؤسسات وخارجها، للأسرة والأندية ووسائل الإعلام والمساجد. وغيرها مؤسسات اجتماعية لها وظائفها الخاصة، منها يكتسب الفرد كثيراً من مكونات شخصيته وثقافته بوعي أم بدون وعي.¹ إن دور المؤسسة الإعلامية لا يقل قيمة عن دور المؤسسة التربوية في التنشئة الاجتماعية للفرد، إلى جانب المؤسسة العائلية. كما أن الوقت الذي يقضيه المستخدم في تعامله مع وسائل الإعلام لا يقل أهمية عن الوقت الذي يقضيه في المدرسة. وتساهم وسائل الإعلام في ضمان ديمقراطية المعرفة مثلما ترنو إليه المدرسة العصرية بل إن الوسائل الإعلامية السمعية البصرية تؤدي وظيفة ثقافية وتربوية حتى بالنسبة إلى من يجهل الكتابة والقراءة ولمن لم يتعلم في المدرسة، كنا أن التعلم عبر وسائل الإعلام يقوم في جوهره على ترابط عضوي بين التعلّم والترويج عن النفس. لذلك فإنّ المدرسة ووسائل الإعلام يخدمان نفس الأغراض التربوية.

ويرتبط الإعلام بالمدرسة ارتباطاً وثيقاً حيث لا يمكن لأحدهما التخلي عن الآخر ويمكن الإشارة إلى أنّ هذه العلاقة والارتباط من خلال الأرضية المشتركة التي تجمع ما بين الإثنين فالتربية والإعلام كل منهما يهتم بسلوك الفرد وتوجيهه وأنّ كلا منهما يهدف إلى مساعدة الفرد على التكيف مع الحياة بالإضافة إلى أن كل منهما يعتبر عملية تفاهم واتصال.²

ويرى "كشك" "أنّ هناك تشابهاً كبيراً بين ما يحدث في التربية وفي الإعلام فالتربية عملية اتصال يتوفر فيها المرسل (المدرس) والمستقبل (التلميذ) لنقل الرسالة (المنهج) ويتم استخدام أكثر من وسيلة لنقل هذه الرسالة مثل السبورة واللوحه الورقية والمجسمات والأفلام".³

ويشير "دومنيك" Dominick: أن الإعلام هو استخدام القنوات الإذاعية مثل التلفزيون والراديو والصحف والأفلام لنقل الرسالة التربوية والتي سيشترك في إنتاجها الأفراد والمنظمات والسياسة والتقنية.

وفي مناقشة أثارها كل من "هرب" و"هودج" Tripp & Hodge في العلاقة ما بين الإعلام والتربية أكد على أن التلفزيون والمدرسة ليس متغيرين منفصلين عن بعضهما، كأن نقول بأن التلفزيون سيئ أوجيد

¹ على عبد الفتاح علي، مرجع سابق، ص 138.

² ربيع عبد الرؤوف وآخرون، الإعلام التربوي، مرجع سابق، ص 82.

³ حسين حمدي الطوبجي، وسائل الاتصال والتكنولوجيا في التعليم، دار الفكر، الكويت، 1996، ص 27.

للتعليم المدرسي هناك علاقة قوية ما بين الإثنين ولابد من أن يلعب التلفزيون دور مكملاً لما يقوم به النظام المدرسي في المجتمع، فالتلفزيون لا يخرج عن كونه جهازاً تربوياً ولكن السؤال هو ماذا يعلمنا هذا الجهاز.¹

ويرى "جود" Good Lad أن الإعلام والصحافة بالتحديد تساهم في عملية التربية بشكل يفوق التصور، فهو يفتح أفقاً جديدة عند الأطفال ويقدم لهم بدائل تعليمية وبثير ويحفز القدرة النقدية عندهم بالإضافة إلى أن يجعلهم فاندماج مع أفكار المجتمع.

ويرى "جراجس" Graggs إلى أن العلاقة بين التربية والإعلام هي الأداة التي سوف يتعامل معها الطفل في المستقبل بعد انتهائه من التعليم النظامي، فالفرد في هذه المرحلة يعتمد في تربيته على التلفزيون والصحافة والراديو والأفلام ويجمع منها المعلومات أكثر من غيرها، فتدريب الطفل على كيفية توظيف المعلومة التي تخرج من الإعلام وفهم مغزاها يعتبر مهماً جداً لتنمية فهمه وتوسيع مداركه في حاضره ومستقبله.²

أما "حسبي"، فقد أكد على أن الإهتمام بالبعد البشري هو هدف كل من الإعلام والتربية وذلك للرقى بعملية التنمية الشاملة في المجتمع، فالتربية تسعى إلى رفع مستوى التعليم والمهارات لدى العنصر البشري والإعلام من جانب آخر هو تعجيل وتيسير التغير الاجتماعي البطيء طويل الأمد الذي يساهم في رفع معنويات الأفراد وتوجيه الطاقات البشرية اللازمة للتنمية الشاملة.³

ويرى "محمود البدر" 1412هـ، إلى أن بين الإعلام والتربية أرضية مشتركة ووشائج قوية، مما يجعلنا نستخلص أن التربية في جوهرها عملية اتصال وأن الإعلام بجوهره ومظهره عملية تربوية، فالتربية إذن وفي بعض جوانبها عملية إعلامية والإعلام في بعض جوانبه عملية تربوية، فالأخيرة لم يعلم عنها التلميذ من قبل أن ينقلها إليه المعلم وتلك عملية إعلامية والمواقف التي يجسدها الإعلام عن حادثة سابقة تؤدي إلى أن يتعلمها المتلقي هي عملية تربوية.⁴

كما يحدد "محمود البدر" الأهداف المشتركة بين الإعلام والتربية في النقاط التالية:⁵

- ¹ رفعت عارف الصنيع، الإعلام التربوي، تأصيله وتحصيله، عمان دار الفكر العربي، 2009، ص44.
- ² على امبابي، الإعلام التربوي المسموع في المؤسسة التعليمية الإذاعة المدرسية، دسوق، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2007، ص34.
- ³ ربيع عبد الرؤوف وآخرون، الإعلام التربوي، مرجع سابق، ص 84.
- ⁴ محمود البدر، الإعلام التربوي، في دول الخليج العربية، الدوحة، مكتب التربية العربي لدول الخليج، 1412، 17.
- ⁵ محمود البدر، المرجع نفسه، ص13.

- كلاهما يهدف إلى خدمة المجتمع لتنويره بما هو أصلح.
- كلاهما إن أحسن استخدامه يهدف إلى المحافظة على القيم والمبادئ التي ندين بها وتعمل على تثبيتها والمحافظة عليها.
- كلاهما إن أحسن توظيفه إلى المحافظة على ثقافة المجتمع وشخصيته من أن تذوب في الثقافات الواردة من الخارج.
- كلاهما يهدف إلى استمرارية التعليم من أجل إيجاد أجواء مثمرة للعيش في إطار المجتمع الواحد. وبالرغم منه هذه الاستعمالات المتعددة والمتنوعة لوسائل الإعلام في خدمة أغراض تربوية، فإن الجدل بقي قائماً بين المربين والدارسين حول الجدوى الفعلية لوسائل الإعلام في العملية التربوية.¹
- كما أكد عبد الرحمان الشميمري على أنّ العلاقة بين التربية و الإعلام تتبع من عدة محاور:
- إنّ التربية والإعلام يمثلان نظاماً من نظم الاتصال و إنّهما يلتقيان معا في المفهوم والوظيفة، فمن حيث المفهوم التربية عملية توجيه الأفراد نحو النمو بشكل يتماشى والخط الذي ارتضته الأمة لنفسها و الإعلام أيضا عملية توجيه الأفراد بتزويدهم بالمعلومات و الأخبار والحقائق لمساعدتهم على تكوين رأي صائب في واقعة محددة أو مشكلة معينة ومن حيث الوظيفة، إنّ وظيفة التربية في المجتمع هي المحافظة على ثقافة المجتمع، كذلك الإعلام فهو مؤسسة اجتماعية محكومة بالقوى الاجتماعية التي تعمل على نقل الثقافة وتجديدها من اجل استمرارية المجتمع.
- إنّ التربية والإعلام نظامان قد يكون بينهما الكثير من أوجه التشابه في الأهداف والوسائل والمنطلقات، حيث إنّ هناك أهدافا مشتركة بينهما فكلاهما يهدف إلى خدمة المجتمع وإلى المحافظة على القيم والمبادئ التي يؤمن بها، فكلاهما يهدف إلى التعليم والتعلم ومن السهل إدراك التماثل بين ما يقوم به الإعلام وما تقوم به التربية من خلال عناصر العملية التعليمية والإعلامية (مرسل- مستقبل- وسيلة- إدراك الفرد- للإثارة- تفسيره لها- الاستجابة- تأثير الاستجابة)⁽²⁾.

¹ مروى عصام صلاح، محمود عزت اللحام، إعلام الأطفال ما له وما عليه، طبعة 1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص104.

². فهد بن عبد الرحمان الشميمري، مرجع سابق، ص 34.

4.5.1- التربية الإعلامية:

عرفها "معجم المصطلحات التربوية- المعرفة في المناهج وطرق التدريس-"، بأنها: «إعطاء الطالب قدراً من المعارف والمفاهيم والمهارات، الخاصة بالتعامل مع الإعلام وكيفية الاستفادة من المعارف المتوفرة فيه».

ويعرف "ماك ديروم" (McDeromtt,2007) التربية الإعلامية بأنها: «تكوين القدرة على قراءة الاتصال وتحليله وتقييمه وإنتاجه، فالوعي الإعلامي لا يقتصر على جانب التلقي والنقد فقط بل يجب أن يتعدى ذلك على المشاركة الواعية والهادفة لإنتاج المحتوى الإعلامي»، وتشير "هوبس" (Hopps;1998) إلى أن «التربية الإعلامية تشمل القدرة على الوصول للمعلومات والقدرة على تحليل الرسائل وتقييمها وإيصالها».

كما يؤكد "ماك برين" (McBrien) أنه بتعليم الطلاب كيفية تقييم الصور الإعلامية التي تحيط بهم فإننا نزودهم بالوسائل لاتخاذ خيارات مسؤولة عن ما يسمعونه ويرونه. ويشير سلفر بلات (Silverblatt) إلى أن التربية الإعلامية Media Literacy «تشتمل على التفكير الناقد الذي يمكن المتلقي من بناء أحكام مستقلة عن المحتوى الإعلامي».¹

فالتربية الإعلامية تشجع الطلاب على التوقف عند ورود الرسائل الإعلامية لتحليلها وتحديد هدفها ولمن هي موجهة؟ ولماذا صيغت في إطار معين؟ وما هي الحقائق الموجودة فيها أو المفقودة فيها؟ وما هي المصادر المحايدة التي يمكن التحقق منها ونحو ذلك. وتشير كثير من الدراسات إلى ظهور آثار ايجابية لهذه البرامج على الطلاب؛ حيث أوجدت لديهم وعياً بالمضامين الإعلامية وكونت لديهم قدرة على تحليل الخطاب الإعلامي ولو بشكل مبسط (robert et al 2002).

ويتضح من خلال التعريفات السابقة أن مفهوم التربية الإعلامية يرتبط بالتعليم والتعلم من الإعلام وبواسطة وسائله وليس مجرد عملية تعليمية عن طريق وسائل الإعلام.

كما أن هذا المفهوم يتضمن التحليل الانتقادي والإنتاج الإبداعي كما يتضمن الحس الاجتماعي والمسؤولية تجاه المجتمع وتحقيق الذات للأفراد في وقت واحد ولا بد أن تتم هذه التربية في إطار المؤسسات التربوية الرسمية بصورة أخص وفي المؤسسات غير الرسمية.

¹ ماجدة لطفي السيد، تقنيات الإعلام التربوي والتعليمي، دار أسامة، ط1، الأردن، 2011، ص 269-270.

هذا وعرفها مؤتمر التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية الرقمية الذي انعقد سنة 1999، التربية الإعلامية بأنها: "التربية التي تختص في التعامل مع وسائل الإعلام الإتصالية وتشمل الكلمات والرسوم المطبوعة، والصوت والصورة الساكنة والمتحركة والتي يتم تقديمها عن طريق أي نوع من أنواع التقنيات"⁽¹⁾.

تطرق هذا التعريف إلى جانبين طبيعة العمل ومجال الإهتمام بالنسبة للتربية الإعلامية، فالمقصود بالتربية كونها ذات طبيعة أكاديمية علمية تستند على سياسات ونماذج لتسهيل العمل بها فيما يتعلق بمجالها وهو وسائل الإعلام بصفة عامة سواء المكتوبة أو السمعية البصرية من حيث كيفية التعاطي معها من جهة كوسيلة لا بد من معرفة طريقة استخدامها ومميزاتها التكنولوجية وكذا دورها في نقل رسائل إعلامية ذات مضامين متعددة تستدعي الحاجة إلى فهمها والوقوف عند خلفياتها سواء كانت كلمات رسوم صوت أو صورة ساكنة ومتحركة.

وفي تعريف آخر المقصود بالتربية الإعلامية هي: "عملية تدريب الأفراد على كيفية التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة لاسيما وسائط الإعلام الجديد، من خلال إكسابهم معلومات ومعارف ومهارات تساعد على الاستخدام المنظم لهذه الوسائط متقادين انعكاساتها السلبية"⁽²⁾. هذا التعريف قدم وظيفة التربية الإعلامية وهي التدريب على كيفية التعامل مع وسائل الإعلام دون أن يقدم منهجية أو طريقة العمل التي يمكن اعتمادها خاصة عند ربطه بمجال الرقمية والوسائط التكنولوجية التي تحتاج إلى سياسة عمل واضحة لتحقيق أهداف التربية الإعلامية، التي تمت الإشارة إليها فيه كإكساب مهارات التعامل وسبل الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام لتجنب مخاطرها خاصة على الشباب.

التربية الإعلامية هي عملية توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلى من أجل تحقيق الأهداف التربوية المرسومة في السياسة التعليمية والسياسة الإعلامية للدولة. ولذا لا يقتصر تأثيرها على الطلبة في المدرسة، إنما يتعدى ذلك إلى التأثير في الآباء والأمهات والأخوة والأخوات داخل الأسرة وإلى التأثير في كافة أفراد المجتمع.³ هذا التعريف أضاف ميدان تجسيد التربية الإعلامية والذي يخول لها تمرير أهدافها واستراتيجياتها وهو التعليم الرسمي عن طريق مؤسسات الدولة التعليمية، الذي يرى أنه بدعمه

¹. فهد بن عبد الرحمان الشميمري، مرجع سابق، ص 20.

². ليندة ضيف، التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد، مجلة المعيار، عدد 42، الجزائر، 2017، ص 445

³ رمزي أحمد عبد الحي، الإعلام التربوي في ظل ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مؤسسة الورق للنشر والتوزيع، عمان -الأردن، 2010، ص 195.

للتربية الإعلامية سيشجع على توسيع دائرة نشاطها وتأثيرها ليصل إلى لفت انتباه واهتمام النظام الغير الرسمي والمتمثل في مختلف المؤسسات المجتمعية على غرار الأسرة وأهمية ضرورة توجيه الأولياء نحو أساليب مرافقة أبنائهم عن طريق التربية الإعلامية في مجال التعاطي مع وسائل الإعلام. ويعتقد "كونسداين" (Considine, 2003)، بأن التربية الإعلامية هي كفاية وليس مقررًا ولذا ينبغي دمجها في المنهج وتؤكد هوبز (Hobbs, 2001) على أهمية أن يتضمن التحليل الإعلامي للتربية الإعلامية في المدرسة خمسة مفاهيم، هي:

- أن الرسائل الإعلامية هي نتاج فرد أو مؤسسة.
 - أن الرسائل الإعلامية يتم إنتاجها في سياقات اجتماعية واقتصادية وسياسية وتاريخية وجمالية.
 - أن تفسير المعنى وبناءه يتكون من تفاعل بين المتلقي والنص والثقافة.
 - أن لكل وسيلة إعلامية رموزها الخاصة بها.
 - دور التعبير الإعلامي في فهم الناس للحياة الاجتماعية.¹
- أضاف هذا التعريف جانب آخر وهو ضبط وتحديد التربية الإعلامية من حيث المصطلح، باعتبارها إما موضوع ضمن مقرر دراسي أو ترقى لتكون كفاية ومنهج في حد ذاته له إستراتيجية ودليل عمل ومواد قائمة بذاتها يسهر أساتذة مختصون على تكريس أهدافها وهو الرأي الذي ذهب إليه كل من "كونسداين" و"هوبز".

وتعرف "اليونسكو" التربية الإعلامية بأنها: "التربية الإعلامية مجموعة من القدرات التي تمكن المواطنين من الوصول واسترجاع وفهم وتقييم واستخدام المعلومات والمحتوى الإعلامي في كافة أشكاله من أجل إنشاءها لاحقاً ثم مشاركتها مع الآخرين، وذلك باستخدام أدوات مختلفة بطرق نقدية وأخلاقية وفاعلة، حتى يتسنى للمشاركين ممارسة الأنشطة الشخصية والمهنية والاجتماعية.² هذا التعريف اهتم بمن يتلقى أسس التربية الإعلامية في الوقت الذي اهتمت فيه التعاريف السابقة بمن يقوم بوضع وضبط التربية الإعلامية وكذا مجال ممارستها ودورها، إذ ركز هذا التعريف على الأشخاص المستخدمين باعتبارهم المتدربين الذين تسعى التربية الإعلامية إلى تكريس جهودها في خدمتهم؛ بحيث تمكنهم من امتلاك

¹ Center for Media Literacy (2003). **Canada's Key Concepts of Media literacy**. http://scholar.google.com/scholar?q=center+for+media+literacy+2003+canada%27s+key+concepts+of+media+literacy&hl=fr&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar

² **التربية الإعلامية من أجل السلام في لبنان، دليل لمدرسي التربية الإعلامية – مواد تدريبية وتعليمية**، الطبعة الأولى، مدرسة يسوع ومريم، P.O.BOX 70.337 ANTELIAS، Rabweh, Cornet Chahwan, Lebanon، Jesus & Mary School، الترجمة: مؤسسة رتاج للحلول الإدارية، 2019.

قدرات تخول لهم الولوج للفضاء الرقمي بطرق آمنة فيتسنى لهم المشاركة مع الآخرين فيما يتعرضون له من مضامين إعلامية عبر مختلف الوسائط التكنولوجية من خلال الوصول للمعلومة وفهمها بطريقة واعية ما يخول المقدرة على تقييمها، فيسهل بذلك مجال توظيفها ومشاركتها عبر مختلف التقنيات الرقمية، مع التأكيد على الجانب المسؤولية الاجتماعية فيما يتعلق بالممارسة الأخلاقية للأفراد واحترام آراء الآخرين نحو تلك المنشورات وكذا احترام خصوصيتهم حتى يتحقق التفاعل الناجح سواء كان على المستوى الشخصي أو الاجتماعي أو المهني.

كما تركز "دوتش فيله" على المنظور المبني على حقوق الإنسان: التربية الإعلامية والمعلوماتية هي عبارة عن مجموعة متكاملة من المعارف والمهارات والسلوكيات التي تمكن المواطنين من التعامل النقدي مع الإعلام والمعلومات، لتحقيق أكبر قدر من الإستقلالية والتضامن المجتمعي، لذلك تقع المسؤولية هنا على الحكومة وعلى المواطنين على حد سواء. فمن المفترض أنه عندما نطبق مفهوم التربية الإعلامية والمعلوماتية على مستوى أكبر أن يتوقع المواطنون أن تقدم مصادر الإعلام والمعلومات محتوى إعلامي بجودة تقنية وأخلاقية ومهنية. وبالتالي ستكون بمثابة العامل المساعد للتطوير في التقارير الإخبارية ومنظمات التحرير والنظام الإعلامي ككل.

وكمفهوم اجرائي ومما سبق نخلص إلى أنّ التربية الإعلامية، هي: " تنشئة نقدية نحو مضامين ووسائل الإعلام التقليدية والرقمية قائمة على فهم فنيات التحرير الصحفي والإذاعي التلفزيوني للتدرب على اكتساب مهارات القراءة والنقد والتحليل والانتاج والمشاركة للمضامين الإعلامية لتحدي محو الأمية الرقمية وإدراك معايير المواطنة الرقمية، هته العملية التي تفعل بتضافر الأطراف الفاعلة فيها بالنظامين التعليميين الرسمي وغير الرسمي كالمؤسسات المجتمعية من خلال وضع إستراتيجية ودليل عمل يساهم في تطويرها والعمل بها".

5.5.1- الشبكات الاجتماعية:

يطلق عليها باللغة الانجليزية Social Media أو Social Networking ، أي الترابط الشبكي الاجتماعي، هو أدق باللغة العربية، تعرف كذلك بالشبكات الاجتماعية. فالشبكات الاجتماعية عبارة عن مواقع

الالكترونية اجتماعية، انتشرت في السنوات الأخيرة بشكل كبير وأصبحت أكبر المواقع ولازالت في فضاء الويب.¹

فالشبكات الاجتماعية ظهرت كمصطلح فلسفي اجتماعي منذ القرن الثامن عشر، لكن الجديد هو تحويله من فرضية اجتماعية إلى واقع تقني عبر الإنترنت ووسائل الاتصال المتقدمة مما نقل الفرضية إلى الفضاء الإلكتروني وشكلت ظاهرة جديدة على العالم.²

فهي مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الانترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب (Web2)؛ حيث تتيح التواصل بين مستخدميها في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفقاً لاهتماماتهم أو انتماءاتهم (جامعة-بلد-شركة...)؛ بحيث يتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين والتعرف على أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض. وتتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدود ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين وشبكات الإعلاميين.³

ويقصد بالشبكات الاجتماعية Social Networking من منظور تقني حسب "دان" و"إلين سوتر" (Dane Ellen Sautter): « هو استخدام تطبيقات الإنترنت للتواصل والاتصال بالغير».⁴

فالشبكات الاجتماعية هي أحد أبرز مظاهر الإعلام الجديد الذي أنتجته وساعدت على ظهوره ثورة الانترنت، ويحتل التفاعل الاجتماعي في العملية الاتصالية مكانة بارزة على هذه الشبكات عند علماء النفس الاجتماعي الذين أولوه أهمية خاصة، واعتبروه أساس العلاقات العامة بين الأفراد، وعصب

¹ علاء الدين محمد عفيفي المليجي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي، جامعة القاهرة، قسم الإعلام، 2018، ص 155.

² خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2013، ص24.

³ محي الدين إسماعيل، إبراهيم أحمد، تفعيل دور الإعلام المعاصر، دار التعليم الجامعي، مصر، 2016، ص 226.

⁴ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص24.

العملية الاتصالية¹ ويشير التفاعل الاجتماعي لديهم إلى : « تلك العمليات الإدراكية والمشاعرية والسلوكية التي تتم بين الأطراف المتصلة؛ بحيث تتبادل هذه الأطراف رسائل كثيرة فيما بينها في موقف اجتماعي محدد زمنياً ومكانياً، ويكون سلوك كل طرف منها منبهاً لسلوك الطرف الآخر»²، فأساس فكرة الشبكات الاجتماعية كان مبنياً على تحقيق هذه العمليات والسلوكيات بين الأفراد والأصدقاء، إلا أنه بعد عدة سنوات فقط من إنشاءها أخذت تخرق بالإضافة إلى الجوانب الاجتماعية عموم القطاعات المختلفة كالسياسية والاقتصادية وغيرها.³

وعند الحديث عن الشبكات الاجتماعية نجد أن هناك ارتباطاً وثيقاً بين جانبيين الأول هو الاجتماعي والمجتمعي والثاني هو التكنولوجي والإنترنت ومن وجهة نظر "وازرمان فروست (Wazrman Frost) فإن الشبكات الاجتماعية هي «مجموعة العلاقات بين الكيانات الاجتماعية ولهذا فإن التفسير السوسيولوجي أقرب إلى تفسير نشأة الشبكات الاجتماعية الرقمية فغريزة الاجتماع لدى الفرد جعلته يسعى دائماً إلى التعرف على الآخرين من خلال الحديث إليهم ومحاولة التعرف عليهم، حيث إن الاستمالة بالردشة بالكمبيوتر تسهم في خلق السلوك القبلي عبر الإنترنت لدى الفرد»⁴.

فهذه الشبكات الاجتماعية تقدم خدمات كالتواصل بين الأعضاء المنتسبين لها، حيث يمكن لأحد المستخدمين الارتباط بأحد الأصدقاء عبر المواقع ليصل جديد ما يكتب ويضيف ذلك الصديق إلى صفحة صديقه، كما أنها تمكن المستخدم من التحكم بالمحتوى الذي يظهر في صفحته، فلا يظهر إلا ما يضيفه الأصدقاء من كتابات وصور ومقاطع. أما أشهر تلك المواقع فهما: "الفيسبوك" و"تويتر". وتنقسم مواقع الشبكات الاجتماعية إلى قسمين رئيسيين هما: الأول: هي مواقع تضم أفراد أو مجاميع من الناس تربطهم إطارات مهنية أو اجتماعية محددة وتعتبر هذه المواقع مغلقة ولا يسمح بالدخول إليها من عامة الناس، عدا من هم أعضاء في هذه المواقع التي تتحكم فيها الشركات أو مؤسسات معينة وهي من تقوم بدعوات المنتسبين إليها. القسم الثاني: هي مواقع التواصل الاجتماعي

¹ مصعب حسام الدين قتلوني، ثورات الفيسبوك-مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، ط1، بيروت-لبنان، 2014، ص95.

² حلمي خضر، ساري، ثقافة الإنترنت -دراسة في التواصل الاجتماعي، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص105.

³ مصعب حسام الدين قتلوني، مرجع سابق، ص95.

⁴ المرجع السابق، ص96.

المفتوحة للجميع وبحق لمن لديه حساب على الإنترنت الانضمام إليها واختيار أصدقائه والتشبيك معهم وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو وغيرها ومن هذه المواقع شبكة الفايبروك.¹ فالشبكات الاجتماعية هي عبارة عن مواقع رقمية على الإنترنت تتيح للمستخدمين أن يشتركوا من خلالها مع آخرين بمواد متنوعة نصية وسمعية ومرئية وأشياء مختلفة.²

تعريف لينهارت ومادن M.Madden (باحثة في مركز الأبحاث Pewinternet التابع لمركز بيركمان في جامعة هارفرد) A.&Lenhart (مديرة أبحاث مساعدة في مركز الأبحاث P.internet): «هي مساحة افتراضية في شبكة الإنترنت يستطيع بواسطتها المستخدمون إنشاء صفحات شخصية واستخدام الأدوات المتنوعة للتفاعل والتواصل مع من يعرفهم من ذوي الاهتمامات المشتركة وطرح الموضوعات والأفكار ومناقشتها.³» نلاحظ أنّ هذا التعريف ركز على الخاصية التواصلية والتفاعلية للشبكات الاجتماعية في نموذج افتراضي.

تعريف E.Balas (مختص في الرياضيات بجامعة "كرنجيميلون" Carnegie Mellon بالولايات المتحدة الأمريكية): هي برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الإنترنت، أين يمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض لعدد من الأسباب المتنوعة.⁴ إن تعريف "بالاس" عام، بحيث يشمل تكوين مجتمعات وعلاقات بين الأفراد، دون تحديد طبيعة الاتصال وكذا أغراض استخدام الشبكات الاجتماعية. تعريف "بويدو إيليزو" (Ellison) أستاذ مشارك بكلية الإعلام بجامعة ميشغان بأمريكا Boyd & (رئيسة مايكروسوفت للبحوث ومؤسسة بحوث البيانات والمجتمع بجامعة نيويورك): هي تلك المواقع التي تتضمن مجموعة متنوعة من التقنيات، التي تسمح للأفراد بتكوين جماعات مترابطة ومتجانسة، من أجل تشكيل بنية اجتماعية (شبكة اجتماعية) افتراضية متصلة عبر علاقات بأشكال مختلفة.⁵ لقد ركز هذا

¹ علاء الدين محمد عفيفي المليجي، مرجع سابق، ص 155-156.

² رضوان مفلح العلي، مصطفى يوسف، نيرمين خلدون أحمد، مدخل إلى وسائل الإعلام الإلكتروني والفضائي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2018، ص203.

³ Lenhart. Amandaa, Madden Mary : Teens, Privacy and Online Social Networks, Unpublished report, the new internet and American life project, U.S.A, 2007, date of availability 22/07/2019, on time 12:37, available on: <https://www.pewinternet.org/2007/04/18/teens-privacy-and-online-social-networks/>

⁴ تبيري سامية، غراف نصر الدين، مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة العملية التعليمية، ط1، دار الأيام، عمان - الاردن، 2018، ص86.

⁵ Boyd.Donah, and others : **Social Network Sites Definition, History and Scholarship, Journal Of Computer Mediated Communication**, vol(13), 2010, date of availability: 22/07/2019, on time: 14:03, available on: <http://jcmc.indiana.edu/vol113/boyd.ellison.html>

التعريف على كون مواقع التواصل الاجتماعي تقنية وحدد أحد خدماتها وهي تكوين جماعات وضمناً نفهم السمة الاتصالية فيها.

تعريف Evans (أستاذ من قسم اللغويات بكلية الثقافة والتاريخ واللغة بالجامعة الوطنية الأسترالية): هي مشاركة اتصالية عبر الإنترنت؛ حيث يتم تداول الصور، الفيديوهات، الأخبار، المقالات والمدونات الصوتية للجمهور عبر مواقع.¹ هذا التعريف يقودنا إلى فهم أوسع للشبكات الاجتماعية، لأنه ركز على كيفية الاتصال وأنواع تبادل المعلومات وهو الشيء الذي يجعل هذا التعريف واضحاً نوعاً ما عما سبقه من تعاريف.

تعريف شريف اللبان (أستاذ الصحافة بكلية الإعلام بجامعة القاهرة): «خدمات توجه على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية "Profile" خاصة أو شبه عامة خلال نظام محدد، ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم أيضاً للذين يتصلون بهم، وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون خلال النظام».² كما يعرفها "عبد الرزاق محمد الدليمي": «على أنها شبكات اجتماعية تفاعلية، تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون وفي أي مكان من العالم، تمكنهم من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم».³

ويطلق مصطلح الشبكات الاجتماعية على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت التي ظهرت من الجيل الثاني للويب أو ما يسمى باسم (Web2)، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم وفق مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة) ويتم هذا كله عن طريق خدمات التواصل المباشر كإرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم والمعلومات المتاحة للعرض.⁴

¹ تبيري سامية، غراف نصر الدين، مرجع سابق، ص 87.

² درويش شريف اللبان، مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنت، دار العالم العربي، القاهرة، ط1، 2011، ص 86.

³ عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة المكتوبة، دار وائل للنشر، ط1، الأردن، 2011، ص 183.

⁴ حسين محمود هتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، الطبعة الأولى، 2015، ص 82.

اشتهرت هذه الشبكات الاجتماعية بشكل كبير في أنحاء العالم مما أدى إلى كسر الحدود الجغرافية له وجعله كقرية صغيرة مرتبطة فيما بينها ، بحيث تطورت لتصبح شيء فشيء أكثر استخداما بين مرتدي الانترنت، مع التطور الذي يشهده العالم في مجال التقنية والاتصالات فذاع صيت هذه الشبكات بين المجتمعات و الشباب¹.

مما سبق فالشبكات الاجتماعية هي مواقع على الشبكة العنكبوتية يتواصل من خلالها أفراد من مختلف مناطق العالم، من أجل الاتصال و التواصل والتشارك في مختلف الأنشطة والاهتمامات سواء كانت سمعية، بصرية ،نصية...الخ، بدافع تحقيق أمور شخصية أو مهنية.

6.5.1 - الفيسبوك :

يعتبر الفيسبوك FaceBook من أكبر وأشهر المواقع العلمية المتخصصة في العلاقات الاجتماعية والتعارف وبناء الصداقات على الإطلاق، فالموقع ليس حكر على أحد، فالتسجيل فيه مجانا وسهل ويستطيع أي شخص أن يستخدمه

ويعد هذا الموقع آلة إعلامية ضخمة لطالما استخدمها الكثيرون في تنفيذ حملات إعلانية والترويج لمنتجات معينة كالتسويق².

تم إنشاء هذا الفيسبوك في فبراير 2004، بواسطة "مارك زوكربيرج" وهو طالب في جامعة "هارفارد"، بحيث كان متاحا في البداية فقط لطلاب الجامعة ثم لطلب الجامعات الأخرى ثم الى عامة الناس ، بحيث أنه موقع يعطي الناس القدرة على المشاركة والتواصل مع الأصدقاء والأهل ويجعل العالم أكثر انفتاحا³.

وعليه فالفيسبوك هو من بين المواقع الأكثر تداولاً عبر الانترنت نظرا لما يقدمه من خدمات ومعلومات في أوساط المتداولين عليه و أيضا التعبير عن الآراء حول مختلف القضايا.

المفاهيم المشابهة للتربية الإعلامية:

¹ أوائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، الطبعة الأولى، 2010، ص06.

² الموقع الرسمي للفيسبوك <http://www.facebook.com/help/144507869019360/> يوم 28.02.2017

³ حسين محمود هتيمي، مرجع سابق، صفحة 90_91.

7.5.1- الإعلام والتعليم:

اتخذ الجمهور من أجل التوازن بين التعليم والإعلام أشكالاً مختلفة، فالبعض ينظر إلى وسائل الإعلام على أنها مصدر للمعرفة والمعاصرة، في حين ينصرف التعليم إلى نقل التراث والتقاليد المتراكمة عبر الأجيال، بيد أن البعض الآخر يتمنى قيام المدرسة بتكريس جهودها لزيادة الوعي الاجتماعي السليم عند الأفراد وإعدادهم لشغل مناصب مسؤولة ولإسهام في التنمية الاقتصادية للأمة في حين يضع الإعلام نفسه في خدمة الترويج وملء وقت الفراغ إلى جانب تشجيع التبادل والتفاهم الدولي وهناك من يرى أن على المدرسة مقابل الجلبة والضوضاء التي يثيرها الإعلام-أن يكون ملاذاً أميناً يتيح الهدوء والتأمل والتدريب العقلي والتكامل.¹

إن الهدف الأول للتعليم هو: نقل تراث الأمة الاجتماعي من جيل إلى جيل وتنمية الجوانب المعرفية. ويتفق الإعلام والتعليم في أن كلا منهما يهدف إلى تغيير سلوك الفرد، فبينما يهدف التعليم إلى تغيير سلوك التلاميذ إلى الأفضل نجد الإعلام يهدف إلى تغيير سلوك الجماهير، فالتلميذ الذي ينطق كلمة جديدة لم يتعود عليها من قبل قد تعلم شيئاً فسلوكه أنواعاً من السلوك اللغوي غير سلوكه الأول الذي اعتاد عليه. كما أن التعليم والإعلام أصلاً عملية تفاهم وعملية التفاهم هي العملية الاجتماعية الواسعة التي تبنى عليها المجتمعات، إذ لا يمكن أن يعيش فرد معزولاً دون أن يتفاهم مع من معه بشأن هذا العمل ويتعاطف معه فيه. والإعلام بأشكاله المتنوعة في إدارات الإعلام بالتجانس، فالتلاميذ في مختلف مراحل التعليم متجانسون من حيث التحصيل والخبرات السابقة والسن والزمن، أما جمهور الإعلام فهم المواطنون كلهم في المجتمع أو جزء منه.² كما يتميز جمهور عملية التعليم عن جمهور عملية الإعلام في أن الأول مقيد في حين أن الثاني طليق، فليس التلميذ في أي مرحلة أحراراً في اختيار المادة التي يدرسونها، أما جمهور الإعلام فحر طليق، ويتميز التعليم عن الإعلام بصفة المحاسبة على النتائج، فالطالب مسؤول عن نجاحه، أما في حالة الإعلام فليس منا إلا نادراً من هو مسؤول عن متابعة برنامج أو قراءة مجلة.

ويتميز التعليم عن الإعلام من حيث الدافعية، إذ أن الدافع إلى التعليم واضح للمتعلّم وضوحاً منطقياً في كثير من الأحيان وهو النجاح، بينما نجد الدافع إلى الإعلام غير واضح الوضوح الفكري المنطقي

¹ مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 20.

² على عبد الفتاح، الإعلام التربوي، مرجع سابق، ص 139.

الملازم للتعليم، كذلك يتميز التعليم عن الإعلام في وجود صلة مباشرة متبادلة بين المتعلم والمعلم وهو التفاعل المباشر، بينما لا توجد في الإعلام باستثناء بعض الحالات كما في الإتصال المباشر.¹ من هذا المنطلق الفكري يتضح أن الإعلام يقدم خدمة إخبارية هدفها التبصير والتنوير والإقناع، لتحقيق التكيف والتفاهم المشترك بين الأفراد، أما التعليم فإنه يهدف إلى استمرار التراث العلمي والاجتماعي والأدبي والحضاري للأجيال المتعاقبة وتنمية مهاراتهم وقدراتهم العقلية والبدنية. من هنا يتضح أن الإعلام والتربية دعامتان يجب أن نجد لهما كل الوسائل التي تخطط لها الدولة، من أجل توجيه الأجيال الناشئة والمتعاقبة التوجيه العلمي السليم للسلوك الاجتماعي الذي نرتضيه لأبنائنا ومجتمعنا، مستفيدين في ذلك من الروابط الوثيقة التي تجمع الإعلام بالتعليم.²

التعليم والإعلام يشكلان أهم أدوات التربية ووسائلها في تبليغ رسالتها وبلوغ أهدافها ومعها الإتصال التربوي، فالتعليم يسهم من خلال مؤسساته وفي سياق وظيفته في إعداد الأفراد (الناشئة) وتأهيلهم لأدوار مهنية وتنموية، عبر تزويدهم بقدر من الخبرة والمعرفة والمهارات التي تمكنهم من الانخراط في المجتمع والتفاعل معه والإنفعال به وظيفياً. هذا في حين يقدم الإعلام خدمة هدفها الإقناع والتبصير والتنقيف لإشاعة جو من الفهم والتفاهم والتفهم المشترك بين أفراد المجتمع المستهدفين ببرامج الإعلام.³ والتعليم والإعلام شئ واحد من حيث هدف كل منهما، فالتغير في السلوك في كليهما طريق إلى تكيف في الحياة ليعيش المتعلم عيشة أفضل.⁴

8.5.1- الإعلام التعليمي:

يقصد بالإعلام التعليمي التعبير الموضوعي عن الحقل التعليمي في سياق التنمية العلمية من خلال برامج تعليمية في مختلف مجالات العلم والمعرفة وتنمية المهارات عبر وسائل الإعلام المختلفة السمعية والبصرية والسمعية البصرية، بما يسهم في تحقيق التنمية الذاتية للناشئة والجمهور المتابع تبعا لهذا تكون رسالة التعليم هي السعي لتحقيق الرقي للمجتمع من خلال معايير علمية، تواكب العصر

¹ أشجان حامد الشديفات، خلود أحمد الخصاونة، واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها، المجلة الدولية التربوية، المجلد 1، العدد 6، 2012، 277.

² على عبد الفتاح، الإعلام التربوي، مرجع سابق، ص 140.

³ الأخضر ايدروج، ذكاء الإعلام في عصر المعلوماتية، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، تونس، مؤسسة التميمي للبحث العلمي والمعلومات، 1999، ص 109.

⁴ خليل حسن الزركاني، دور المعلم في التعليم الإلكتروني، بحث منشور في ندوة التعليم الإلكتروني، جامعة البحرين، نيسان، 2006، ص 12.

وتستوعب متغيراته بالقياس إلى مشكلات المجتمع وحاجاته وطموحاته وهذا يفرض على المسؤولين عن التعليم والإعلام توجيه اهتمامهم إلى البحث عن الصيغ الموضوعية والمنهجية لتجديد مؤسسات التعليم وبرامج التعليم في مؤسسات الإعلام، تجديداً من شأنه أن يحقق الأهداف التنموية التي تمثل جوهر رسالة التربية ولب عمل الإعلام التربوي.¹

الإعلام التعليمي قد ينحصر في البرامج التعليمية المسموعة والمرئية بصفة خاصة، فمثلاً من حيث المتغيرات المتعلقة بعملية الاتصال نلاحظ أن التعليم الذي يظل يمارس وجهاً لوجه وضمن عدد محدود من الطلبة من السنين لم يعد قائماً من حيث المتغيرات التي طرأت على العملية التعليمية نلاحظ أن دور المدرس لم يعد قائماً على التلقين وأنه لم يعد يمثل السلطة التعليمية المطلقة². وينطبق القول نفسه على المتغيرات التي حدثت على المادة التعليمية وطريقة تقديمها للمستفيد(الطالب). فقد تقدم إليه هيئة تمثيلية على خلاف الأسلوب المتبع في الفصل الدراسي التقليدي وقد تقدم إليه على هيئة حوار أو مساجلة³. وعليه يمثل الإعلام التعليمي مختلف النشاطات التي تعمل وسائل الإعلام على نشرها من خلال برامج مسطرة تعمل المؤسسات التعليمية على تعديلها وتحسينها بما يواكب التطورات الحاصلة في المجتمع، ذات العلاقة بالمقرر الدراسي والمواد التي تقدم للطلبة لدعم جانب الاستيعاب لديهم حولها. بتوظيف الصور والفيديوهات وكذا مختلف التقنيات المتاحة.

9.5.1- الإعلام التربوي:

حظي الإعلام التربوي من منطلق أهميته ودوره الرائد بكل العناية والاهتمام، ذلك منذ أن ظهر في النصف الثاني من القرن الماضي وهو اختصاص مهني يستحق التركيز عليه. فالإعلام التربوي مصطلح جديد نسبياً، ظهر في أواخر السبعينات عندما استخدمته المنظمة الدولية للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) للدلالة على التطور الذي طرأ على نظم المعلومات التربوية وأساليب توثيقها وتصنيفها والإفادة منها وذلك أثناء انعقاد الدورة السادسة والثلاثين للمؤتمر الدولي للتربية عام 1977. ووجهة النظر هذه حسب ما عرفه "محمد منير سعد الدين"، 1995 ترى: أن الإعلام التربوي

¹ مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 127.

² أحمد إسماعيل أحمد، مرجع سابق، ص 62.

³ مصطفى عيسى فلاته، الإذاعة السمعية وسيلة اتصال وتعليم، منشورات جامعة الملك سعود، الرياض، 1997، ص 147.

هو الإعلام عن الجهود التربوية ويعرف الإعلام التربوي على أنه (التطور الذي طرأ على نظم المعلومات التربوية وأساليب توثيقها وتصنيفها والإفادة منها).¹

ويؤخذ على هذا التعريف أنه يحمل دلالة هي أقرب أن تكون لمفهوم الإعلام التربوي، فمجالات الإعلام التربوي هي نفسها مجالات العملية التربوية وحيث أن كل المعارف العملية والمهنية والاجتماعية يمكن أن تكون موضوعاً للعملية التربوية والبحث التربوي، فإنها بالتالي يمكن أن تكون مادة للإعلام التربوي. ويقصد بالإعلام التربوي مجموعة من البرامج التي تخطط لها الأجهزة التربوية وتوفر لها الإمكانيات المادية والبشرية، بحيث تتكامل مع البرامج التعليمية وتشمل برامج الإعلام التربوي نشاطات عديدة مثل الصحافة المدرسية والبرامج الإذاعية والمناظرات والندوات والصحف الإلكترونية عبر الإنترنت وتتيح تلك النشاطات للطلاب فرصة اختبار ما يناسب ميولهم ومواهبهم وتكامل شخصياتهم وخصائص نموهم تحت إشراف متخصصين في الإعلام التربوي.

وبهذا فالإعلام والتعليم في وقتنا الحاضر يشكلان ركنين أساسيين في النظام الاجتماعي وكلاهما يعمل بشكل متكامل للقيام بالعديد من الأدوار أو المهام لتحقيق أهداف موجودة، ترتبط بالإسهام في تطوير وتنمية المجتمع وإحداث تغيرات إيجابية في سلوك الأفراد، إذ يعد الإعلام مصدراً تعليمياً يثري الجانب المعرفي بما يتوافق مع احتياجات المجتمع ويتناغم مع المنظومة الاجتماعية التي يعد التعليم أحد عناصرها كما أن التعليم في جوهره يعد عملية إعلامية والإعلام يعد عملية تربوية ويأتي الإعلام التربوي سابقاً على كل فروع الإعلام الأخرى، لأن الإعلام بصفة خاصة يستهدف بناء شخصية الإنسان وتنشئته تنشئة متكاملة بالتعاون مع مؤسسات أخرى موجودة في المجتمع لا يمكن إهمال دورها في هذه الناحية.

في تعريف آخر للإعلام التربوي عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة وموضوعات دقيقة ووثائق محددة للجمهور المدرسي وخاصة الطلاب عبر وسائل الإعلام المدرسية المتوفرة من صحافة وإذاعة مدرسية غالباً تكون بهدف النمو بعواطفهم ومشاعرهم والإرتقاء بمستواهم الفكري والثقافي وتنمية القيم الروحية والاجتماعية لبناء شخصياتهم بناء متكامل وإتاحة الفرصة أمامهم للمشاركة وإبداء الرأي وتزويدهم بعناصر معرفية جديدة ومساعدتهم على مواجهة الأحداث الجارية من حولهم محلياً وإقليمياً وعالمياً، كما تساعد على دراسة وتشخيص وعلاج مشكلاتهم المدرسية بما يحقق

¹ مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 39 .

التوافق التربوي بصفة عامة.¹ قدم هذا التعريف الإعلام التربوي من حيث الوظيفة التي يقوم بها فهو يعمل على تنمية مهارات الطالب أثناء الدراسة فيما يتعلق بتشكيل وبناء معارفه بالإستعانة بالصحافة المدرسية والإذاعة المدرسية والمناظرات لاكتشاف الطلاب ذوي الابتكارات المميزة بما يمكن من إعدادهم واستثمار قدراتهم في المستقبل، أما التربية الإعلامية فهي تتعامل مع تباين الطالب وميوله واتجاهاته ومهاراته وقدراته مستهدفاً من وراء ذلك الإستفادة من هذه الميول والاتجاهات المناسبة لدعمها بمهارات التربية الإعلامية نحو التوعية بالعمل الإعلامي وفي نفس الوقت لا تدرب الطلاب ليكونوا رجال إعلام، لكن ليكونوا ذوي مهارات مميزة في التعامل مع وسائل الإعلام ومضامينها بصفة عامة.

ولا تقتصر برامج الإعلام التربوي بالمدرسة على مجرد إصدار صحف ونشرات تربوية أو القيام بمسلسلات ومسرحيات وتصويرها ونشرها في الصحف، لكن الأمر أصبح يتعلق بفهم الطلاب لغة الإعلام ومفرداته بعقلية نافذة والمشاركة بإيجابية في تكوين رؤية متكاملة في الإعلام وهذا يتطلب ولا شك ربط الجامعة بالمؤسسات الإعلامية المحلية والدولية لتبادل الخبرات.² في إشارة إلى ربط هذا التعريف بما سبقه إلى أنّ هناك خلطاً بين الإعلام التربوي باعتباره وسيلة لربط التربويين من الإداريين ومن بين بقية شرائح المجتمع مما يدخل في نشاط العلاقات العامة وبين ما يميل إليه كثير من قادة الفكر التربوي من أن المقصود بالإعلام التربوي هو استثمار التقدم التقني الذي حظي به الإعلام من أجل تعزيز جهود التربية في سبيل الوصول إلى إنتاج تربوي أفضل.

ويعرفه "السيد مصطفى عمر:" إنتاج وتسجيل ونقل الأفكار والآراء والنظريات والحقائق والأنظمة والإحصاءات والأنشطة الثقافية والفنية وغيرها من المعلومات والبيانات المتصلة بالنظم والعملية التعليمية التي تسهم في تحسين نوعية التربية".³ تناول هذا التعريف الجانب التقني وكيفية العمل وفق ما يتطلبه الإعلام التربوي للاستفادة من التكنولوجيات المتطورة التي وصلت إليها وسائل الإعلام حتى يتمكن الطلبة من الإستفادة بها في تحسين معارفهم في باقي العلوم التي يدرسونها.

¹ مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص 39.

² ربيع عبد الرؤوف محمد، مرجع سابق، ص 70-71.

³ السيد أحمد مصطفى عمر، الإعلام المتخصص دراسة وتطبيق، منشورات جامعة قار يونس، بنغازي، ط1، 1998، ص 81.

في شق آخر جامع لما تم تناوله من تعريفات سابقة يعرف "محمود البدر"، الإعلام التربوي بأنه: "المحاولة الجادة للاستفادة من تقنيات الاتصال وعلومه من أجل تحقيق أهداف التربية من غير تفريط في جدية التربية وأصالتها أو إفراط في سيطرة فنون الاتصال وإثارته عليها".

ويؤخذ على هذا التعريف كونه تعريف توفيق متأثر بواقع الخلاف بين التربويين والإعلاميين حول تبعية هذا المصطلح، إضافة إلى عدم التمييز بين مفهوم الإتصال ومفهوم الإعلام، كذلك إغفال بعض الجوانب المهمة مثل: مضمون الرسائل الإعلامية للإعلام التربوي. ويقوم على البرامج التربوية في الإذاعة والتلفزيون وعلى المجالات والنشرات التربوية والمحاضرات والندوات.¹

وفي تكملة لنفس السياق التكاملي لما تم ذكره يرى "محمد الغنام:" الإعلام التربوي يتمثل في التعاون والتنسيق والتكامل بين جهود المدرسة وجهود أجهزة الإعلام من أجل تحقيق تربية أفضل للطفل ومن أجل تعويض ما يقصر عنه كل منهما فيما هو مطلوب من أجل شخصية متكاملة للمواطن".²

ولقد أخذت التعريفات التي تناولت الإعلام التربوي أربعة إتجاهات رئيسة، هي:³ الاتجاه الأول: يعني بالإعلام التربوي "التطور الذي طرأ على نظم المعلومات التربوية وأساليب توثيقها وتصنيفها والإفادة منها ويؤخذ على هذا التعريف أنه يحمل دلالة هي أقرب ما تكون لمفهوم نظم المعلومات التربوية وليس لمفهوم الإعلام التربوي فمجالات الإعلام التربوي هي نفسها مجالات العملية التربوية، حيث أن كل المعارف العلمية والمهنية والاجتماعية يمكن أن تكون موضوعاً للعملية التربوية والبحث التربوي، فإنها بالتالي يمكن أن تكون مادة للإعلام التربوي. وهو المعنى الذي تناوله "محمد منير سعد الدين: الإعلام عن الجهود التربوية وذاك التطور الذي طرأ على نظم المعلومات التربوية وأساليب توثيقها وتصنيفها والاستفادة منها".⁴

الإتجاه الثاني: يرى أن تعريف الإعلام التربوي يمتد ليشمل الواجبات التربوية لوسائل الإعلام العامة. ويرى الباحث أن ما قدمه أصحاب هذا الإتجاه، لا يعدو كونه رأياً وليس تعريفاً للإعلام التربوي، كونه منقوصاً ويتصف بالعمومية، كما أنه يثير مشكلتين أساسيتين، تتمثل المشكلة الأولى في تحديد المعايير

¹ حمدان محمد، العلاقة بين الإعلام والتربية في الوطن العربي: أية إشكاليات؟ أي مستقبل؟، ورقة مقدمة إلى ندوة معهد الصحافة وعلوم الأخبار بتونس، 2004.

² محمد أحمد غنام، التعليم والإعلام من أجل تربية أفضل للمواطن العربي، ندوة ماذا يريد التربية، من الإعلاميين، الرياض، مكتب التربية العربي لدول الخليج، 1402هـ.

³ على عبد الفتاح علي، مرجع سابق، ص 6-7.

⁴ علي عبد الفتاح علي، مرجع سابق، ص 23.

التي يمكن الاستناد إليها في إصدار الأحكام على محتوى وسائل الإعلام العامة، في حين تتمثل المشكلة الثانية في أسس الالتزام التربوي والأخلاقي لوسائل الإعلام.

الاتجاه الثالث: يعرف الإعلام التربوي، بأنه المحاولة الجادة للاستفادة من تقنيات الاتصال وعلومه من أجل تحقيق أهداف التربية من غير تفريط في جدية التربية وأصالتها أو إفراط في سيطرة فنون الاتصال وإثارته عليها وقد تمت الإشارة إليها من قبل.

الاتجاه الرابع: يقدم تعريفاً تبناه الإنماء العربي ويرى أن الإعلام التربوي: "يقوم على البرامج التربوية في الإذاعة والتلفزيون وعلى المجالات والنشرات التربوية والمحاضرات والندوات".

ومع هذا التعريف يحدد عدداً من وسائل الإعلام التربوي، غير أنه لا يوضح ماهية البرامج التربوية وطبيعة محتواها، فهل المقصود هو البرامج التعليمية، كالدروس المنهجية المساندة لطلبة المدارس وبرامج تدريب المدرسين أثناء الخدمة؟ أم البرامج التربوية بحسب المفهوم الشامل للتربية المستدامة؟

والإعلام التربوي حسب "عبد العزيز عبيد"، في معناه الضيق هو خدمة فئات معينة من العاملين في ميدان التعليم بينهم المخططون والباحثون والموجهون ومصممو المناهج والمختصون في اقتصاديات التعليم وفي شؤونه الإدارية ومن مظاهر الإعلام التربوي بهذا المفهوم جمع الوثائق والبيانات الإحصائية وغيرها من المعلومات ومعالجتها فهرسة وتحليلاً وتلخيصاً وترجمة ونقلها إلى الباحثين والإداريين وغيرهم لاستخدامها بأشكال مختلفة كالبلوجرافيات والمستخلصات والمذكرات التأليفية والإجابة عن الأسئلة بمساعدة كتب المراجع وبنوك المعلومات وتزويد المستفيدين منها بالترجمات والصور والوثائق المطلوبة. أما بمفهومه الواسع فيشمل زيادة على ذلك مختلف أنواع مرافق المعلومات التي تكون أساساً في خدمة التلاميذ والطلبة والمعلمين والأساتذة أهمها المكتبات المدرسية ومراكز الوسائل التربوية والمكتبات الجامعية والتلفزيون المدرسي، علاوة على أنواع أخرى من مرافق الإعلام لا تقتصر على خدمة الطلبة والأساتذة وإنما يمثل هؤلاء صنفاً مهماً من مستعمليها، كالمكتبات العمومية والوطنية ومراكز التوثيق الوطنية والمختصة.¹ وما نلاحظه على هذا التعريف أنه تناول الجوانب الأربعة التي اعتمدها "علي عبد الفتاح" بحيث تطرق إلى الإعلام التربوي في جزئية منه بأنه برامج توثيقية وكذا كونه عملية إدارية قائمة على التخطيط والتأطير من قبل المختصين وتعليمي يخدم الطالب في تكوين وبناء شخصيته ومعارفه وكذا اعتباره توفيقاً بين ما يطمح له الأستاذ وما يرغب الطالب بتعلمه من معارف بالاستعانة بوسائل الإعلام.

¹ على عبد الفتاح، مرجع سابق، ص 28.

يتضح مما سبق أنه لا يوجد تعريف محدد للإعلام التربوي يحظى بإجماع بين الباحثين، بل إن هناك تباين شاسع بين مدلولات تلك التعريفات وربما يعود ذلك إلى حداثة الأبحاث في مجال الإعلام التربوي واتساع هذا المفهوم وتداخله في كثير من مجالات الأنشطة والعلاقات الإنسانية وتباين وجهات نظر ومذاهب الباحثين فيه.¹

وعليه فالإعلام التربوي هو عملية تنشئة الطالب وتعليمه مختلف المعارف بالإستعانة بوسائل الإعلام المدرسية لتعزيز ثقافته وتوسيع أساليب الحصول على المعلومات.

نخلص إلى أن الإعلام التعليمي يتضمن برامج لمواضيع تتعلق بما يتم تناوله من أفكار ضمن المنهج الدراسي بما فيها البرامج التعليمية المسموعة والتي تعتمد على الصحف والمجلات الموجهة إلى الأساتذة والطلاب وغيرهم من طاقم المؤسسة التربوية. في حين الإعلام التربوي هو الإعلام الشامل للتربية بمفهومها الواسع الحديث ومن بينها الإعلام التعليمي.

6.1- المدخل النظري للدراسة:

1.6.1- المدخل الوظيفي:

وجدت أسس الاتجاه الوظيفي لتشكل أحد اتجاهات النظرية في دراسات علم الاجتماع بشكل عام مصاحبا للأحداث التي أتت بها الثورة الفرنسية لتتحدى التصورات العقلانية التي بنيت عليها فلسفة التنوير وتحليلها للنظم والمؤسسات التقليدية والتي أوجدت الروابط الاجتماعية اللازمة لقيام المجتمع. كما جاء هذا الاتجاه ومصاحبا أيضا للتحويلات والتعديلات على الاتجاه الوضعي السوسيولوجي في القرن التاسع عشر، خاصة في فترة ما بعد الثورة الفرنسية حيث عارض هذا الاتجاه البنائي الوظيفي منذ بدايته النزعة الفردية التي تميزت بها فلسفات التنوير ومؤكدا على أن التفكير الاجتماعي في القرن الثامن عشر، قد فشل إذا استثنينا منه "مونتسكيو" و"فرجسون" فيما يتعلق بتطوير نظرية حول المجتمع، باعتباره نسقا أو بناءاً موضوعيا وشكلت النظرة للمجتمع باعتباره مجموع كلي Totality، كفكرة محورية في علم الاجتماع كعلم أمبريقي مستقل. كما تمكنت علاقة الأجزاء بالكل الأساس المنهجي الموجه

¹ فيصل محمد أبو عيشة، الدعاية والإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2011، ص186.

للبحث في مجال الدور الاجتماعي والوظائف الاجتماعية للنظم المختلفة كالنظام الديني ونظام الأسرة وهو تصور لم يكن للاتجاه الفردي قدرة على الوصول إليه.¹

ثم طوّر "بارسونز" هذا الاتجاه البنائي في فهم المجتمع باعتباره مجموعاً كلياً أو نسقاً كلياً واقعياً ينهض بمهامه الوظيفية معتمداً على علاقته بالأجزاء المشكلة له، من خلال عقدة مماثلة بينه وبين الكائن الحي لتصبح النظرة إليه باعتبارها نسقاً كلياً عضوياً وبني مسائله وفقاً للطريقة التي تنقسم بها الخلية الحية وتتكاثر ويرى أن تطور المجتمع الإنساني وتفكيره يمكن أن ينظر إليه بنفس الطريقة التي تنقسم بها الخلية الحية وتتكاثر. ويرى أن تطور المجتمع الإنساني وتفكيره يمكن أن ينظر إليه بنفس الطريقة التي تنقسم بها الخلية إلى اثنتين فأربع، وأن المجتمعات البسيطة يمكن اعتبارها خلايا أولى تنقسم في البداية إلى أربعة أنساق فرعية لنسق الفعل العام، هكذا حيث تتم العملية على مراحل ثلاث هي: تمايز النسق الفرعي عن النسق الأصلي بوضع نفسه في ترتيب جديد، ثم مرور هذا الترتيب بمرحلة التكيف، ثم مرحلة الاندماج الجديد .

بذلك تقوم هذه النظرية على أنّ تنظيم المجتمع وبنائه هو ضمان استقراره، ذلك نظراً لتوزيع الوظائف بين عناصر كل هذا التنظيم بشكل متوازن، يحقق الاعتماد المتبادل بين هذه العناصر، فالبنائية تشير إلى تحديد عناصر التنظيم والعلاقات التي تقوم بين هذه العناصر والوظيفة تحدد الأدوار التي يقوم بها كل عنصر في علاقته بالتنظيم الكل، وهو مدى مساهمة العنصر في النشاط الاجتماعي الكلي، ويتحقق الثبات وهذا يعني أنها اكتسبت شكلاً ثابتاً من حيث البناء والوظائف ذات العلاقة بتوقعات الجمهور .

والتنظيم في رأي هذه النظرية هو غاية كل بناء في المجتمع، حتى يحافظ هذا البناء على استقراره وتوازنه، ولا يسمح التنظيم بوجود أي خلل في البناء سواء كان من حيث العلاقات أو الوظائف، يؤثر على التوازن والاستقرار.²

وإذا ما حاولنا تطبيق هذا الفهم البنائي في مجال تفسير علاقات الاتصال والإعلام وإمكانية تحقيق وظائفه المجتمعية، تجدر الإشارة في البداية إلى أنّ معظم الدراسات النقدية.

¹ جمال محمد أبو شنب، نظريات الاتصال والإعلام: المفاهيم، المدخل، النظرية للقضايا، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2012، ص 69.

² محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، دار عالم الكتب، ط3، مصر، 2010، ص 130.

- تهتم بدراسة علاقات وسائل الإعلام من خلال مخرجاتها والنظر إلى المحتوى كبناء لغوي من الرموز التي يتم اختيارها بعناية من بين الإطار المرجعي لفكر الصفوة المهيمنة وأهدافها.
- تتسم البحوث النقدية في نظرتها إلى جمهور المثقفين بالتفاؤل بأنه عنيد يقاوم جهود المنتجين في وسائل الإعلام الذين يفرضون خبراتهم عليه من خلال المحتوى ويرى "ستيوارت هول" ، أن هذا الجمهور قد يستوعب الفكرة في خطوطها العريضة ولكنه يقاومها عند التطبيق في حالات محددة.
- إن الاهتمام بالمستوى الأوسع Macro-Level في الدراسات النقدية لا يعني إغفال المستويات الأصغر Micro Levels فدراسة التفاعل بين المؤسسات الإعلامية مع البيئة الاجتماعية والسياسية، أو تحليل العلاقة في إطار الاقتصاد السياسي يتطلب دراسة العلاقة بين الإعلاميين ومصادرهم في المؤسسات السياسية واتجاهات هذه العلاقة فقد تميل هذه العلاقة إلى التوازن بينما تميل المؤسسات الإعلامية في سياستها الكلية إلى التبعية لأسباب اقتصادية، هذا يعيد إلى الأذهان مرة أخرى عدم وعي الإعلاميين بالمشكلات القائمة من وجهة نظر الدراسات النقدية.¹

ويشير مصلح البناء Structure إلى الطريقة التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع وفي الواقع أن السلوك الأسري والنشاط الاقتصادي والنشاط السياسي، والعقيدة والسحر وغيرها من أشكال الأنشطة المجتمعية، تعد على درجة عالية من التنظيم من وجهة النظر السلوكية. كما يشير مصطلح "وظيفة" Function إلى مساهمة شكل معين من الأنشطة المتكررة في الحفاظ على استقرار وتوازن المجتمع ، حيث قدم "ميرتون" و"روبرتون" العملية البنائية الوظيفية للمجتمع، فيما يلي:

- أن أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع هي اعتباره نظاماً لأجزاء مترابطة، وأنه تنظيم للأنشطة المرتبطة والمتكررة والتي يكمل كل منها الآخر.
- يميل هذا المجتمع بشكل طبيعي نحو حالة من التوازن الديناميكي وإذا حدث أي نوع من التناثر داخله، فإن قوى معينة سوف تنشط من أجل استعادة التوازن.
- تساهم جميع الأنشطة المتكررة في المجتمع في استقراره وبمعنى آخر، فإن كل النماذج القائمة في المجتمع تلعب دوراً في الحفاظ على استقرار النظام.
- إن بعض الأنشطة المتكررة في المجتمع لا غنى عنها في استمرار وجوده أي أن هناك متطلبات أساسية وظيفية تلبي الحاجات الملحة للنظام وبدونها لا يمكن لهذا النظام أن يعيش.

¹ حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مصر، 1998، ص 123.

وإذا طبقنا الافتراضات السابقة على الاتصال الجماهيري، نلاحظ أنّ وسائل الإعلام تقوم بأنشطة متكررة ومتماثلة في النظام الاجتماعي، وتساهم في تحقيق التوازن الاجتماعي لهذا المجتمع، بمعنى آخر تترتب عليها نتائج بالنسبة للمجتمع ككل. وهكذا يمكن القول بأن وسائل الإعلام تعد من المكونات الأساسية التي لا غنى عنها في البناء الاجتماعي، ولا يستطيع المجتمع المعاصر - بالشكل الذي نعرفه - أن يستمر بدون هذه الوسائل. ومن ناحية أخرى فإنّ وسائل الإعلام يمكن أن تكون أحد عوامل الخلل الوظيفي « Dysfunctional »، ذلك حين تساهم في التناثر وعدم الانسجام بدلاً من الاستقرار إذا كان تأثيرها على الناس هو الإثارة والتحريض على ممارسة أشكال السلوك المنحرف.¹ ومن الواضح تماماً أن وسائل الإعلام غدت في الوقت الحالي جزءاً مركزياً من هيكل مؤسساتنا وهذا يعني أنها في الوقت الذي تمثل فيه صناعات قائمة بذاتها تغلغت بعمق داخل كل مؤسسات المجتمع الأخرى، وعلى سبيل المثال: فإن وسائل الإعلام - من خلال تركيزها الشديد على المواد الترفيهية والثقافية الشعبية الى اعتبارها عاملاً مهماً في بناء الأسرة ويرى الكثيرون أنها أصبحت جزءاً مهماً من المؤسسات الدينية والتعليمية، وتهتم هذه المؤسسات الإعلامية بالتوازن والاستقرار أكثر من اهتمامها بالتحول والتغيير.²

1.1.6.1- التحليل الوظيفي لعلاقات الاتصال والإعلام Functional Analysis

يهتم مفهوم الوظيفة Functionalism بتحليل العلاقة بين النظام ككل Organism والوحدات المكونة لهذا النظام Organs. وقد تناولته كل من العلوم البيولوجية والاجتماعية والسلوكية واعتمدت عليه في تحليل الوظائف التكاملية التي ينهض بها هذا النظام ككل. ففي علم البيولوجيا مثلاً يعتبر جسم الإنسان نظاماً كلياً يحتوى على مجموعة من الأعضاء، يقوم كل عضو بدور في حياة النظام ككل ويرتبط كل عضو أيضاً بالأعضاء الآخرين داخل النظام. ويتضمن مفهوم الوظيفية في النظام الاجتماعي مجموعة من الوحدات Units، والوحدة يمكن أن تكون الفرد أو المؤسسة الاجتماعية أو الثقافية، وتمارس هذه الوحدات مجموعة من الأنشطة، مثل: الإستهلاك، نقل الأخبار، الترفيه سواء على مستوى الأفراد أو الجماعات أو المجتمع العام، تتم ممارسة هذه الأنشطة داخل بناء مثل النظام الليبرالي أو النظام الشمولي، وينتج عن ممارسة هذه الأنشطة التي تقوم بها الوحدات داخل البناء مجموعة من الوظائف Function أي آثار مرغوبة، مثل: دور السلوك الفردي والجماعي في الحفاظ على البناء

¹ جمال محمد أبو شنب، مرجع سابق، ص 71.

² حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 126.

الاجتماعي، والربط بين آثار هذا السلوك واحتياجات البناء الاجتماعي، فمثلاً يؤدي تقديم وسائل الإعلام للأخبار إلى زيادة معلومات الأفراد ومراقبة البيئة، وتحقيق الترابط الاجتماعي، ونقل التراث الحضاري من جيل لآخر، ومن ناحية أخرى، يشير مصطلح "الإختلال الوظيفي" Dysfunctional إلى الآثار غير المرغوبة التي قد تحدثها وسائل الإعلام مثل، أن يؤدي عرض الأخبار إلى زيادة القلق والاضطرابات لدى الأفراد.¹

ومما يؤكد قدرة نظرية التحليل الوظيفي أو مدخل التوازن على تقديم تفسيرات علمية وظيفية متوازنة لعلاقة الفرد بالمجتمع وتفاعلاته واتصالاته التي يقوم بها على مستوى وحداته النسبية بوجهة نظر تكاملية، ويؤكد هذه الرؤية، أن "بارسونز" مؤسس هذه النظرية قد طور نظريته عن أنساق الفعل من نظرية فردية تحدث عن اختيارات الفاعلين في إطار نموذج وحدة العقل إلى نظرية كلية تتعامل مع الأنساق الاجتماعية المحددة لاختيارات الفاعلية وبذلك يكون نظرية فردية تحدث عن اختيارات الفاعلين في إطار نموذج وحدة العقل إلى نظرية كلية تتعامل مع الأنساق الاجتماعية المحددة لاختيارات الفاعلية وبذلك يكون نظريته الوظيفية قادرة على تحليل علاقة الفرد والمجتمع وفهم فعل الفرد في ضوء علاقات التفاعل والاتصال بالمجتمع وظيفياً كما يحقق في النهاية أهداف النظام الاجتماعي واستقراره دون خلل وظيفي، متعلق بالأدوار التي تقوم بها الوحدات التي تدخل في تكوين النسق الاجتماعي.²

والنظرية من منطلق أنه في أي مجتمع هناك عوامل أو قوى اجتماعية تتفاعل بطرق محددة ومتميزة لخلق نظام إعلامي قوي، يستخدم لأداء وظائف متعددة ومتنوعة تسهم في إعادة تشكيل هذا المجتمع، وفي هذا الصدد يقول "هيبرت" أن النظم الإعلامية تقدم وظائف، هي: الإعلام، التحليل، التفسير، التعليم، التنشئة الاجتماعية والسياسية، الإقناع، العلاقات العامة، الترويج، الإعلان، الترفيه والفنون، هذه الوظائف التي تقوم بها النظم الإعلامية تقوم بدورها في تغيير المجتمع الذي قام بوضعها وتأثير وسائل الإعلام إن كان قابلاً للنقاش إلا أنه من المتفق عليه أن وسائل الإعلام تسهم بدورها في تغيير المجتمع، وأي مجتمع صناعي آخر في العالم.³ هذا وتتأثر نشأة النظام الإعلامي وتطوره في المجتمعات

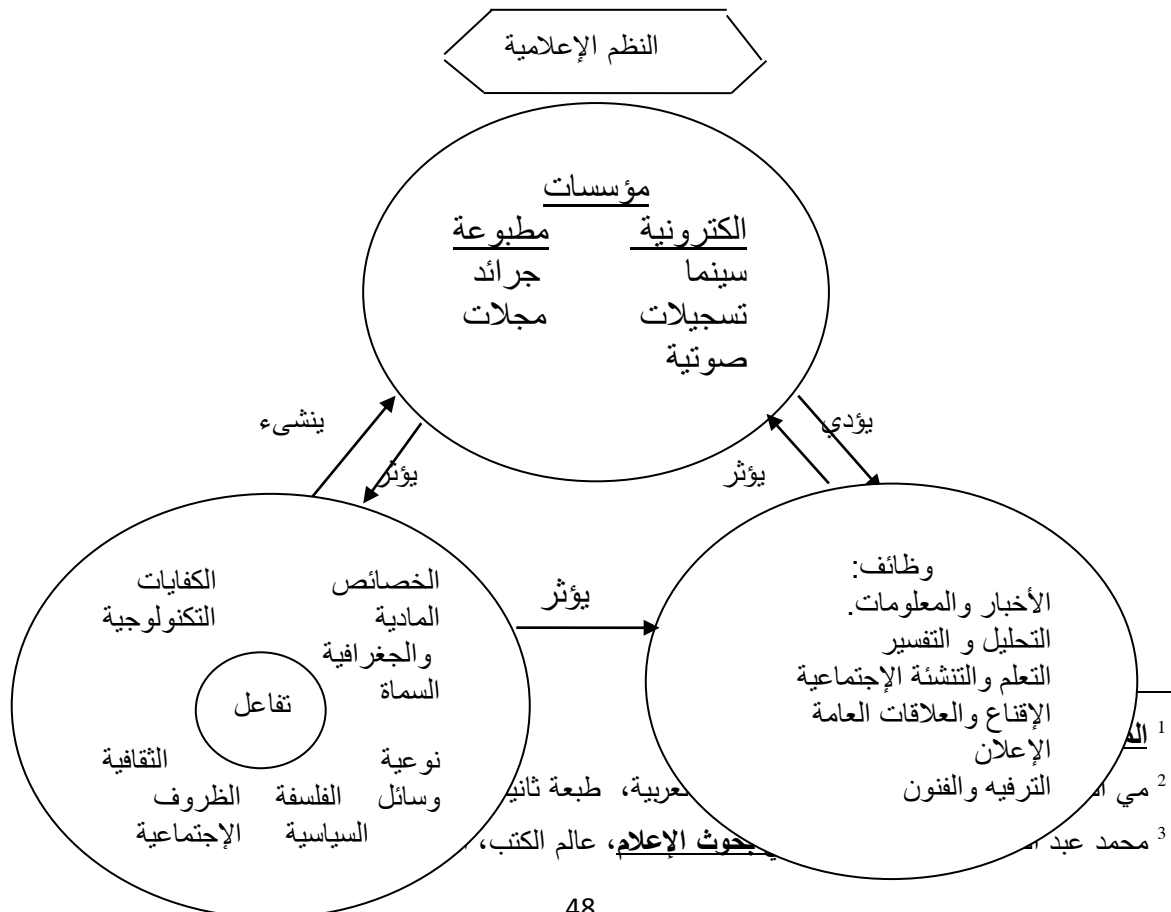
¹ المرجع السابق، ص 127، 128.

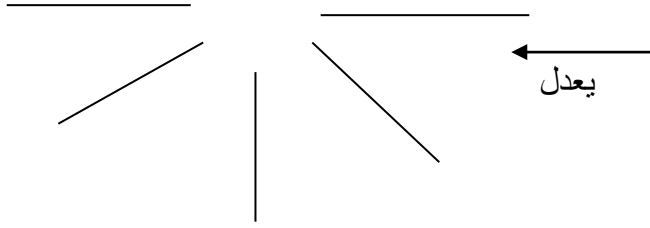
² جمال محمد أبو شنب، مرجع سابق، ص 71.

³ بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2014، ص 99.

بالخصائص الجغرافية والمادية للمجتمع، الكفاءات التقنية، السمات الثقافية، الظروف الاقتصادية، الفلسفة السياسية، نوعية وسائل الإعلام.¹

ويتأثر النظام الإعلامي بخصائص المؤسسات الإعلامية والاتصالية من حيث تقنياتها وأنماط استخدامها، على سبيل المثال فقد أدى ظهور التلفزيون التجاري في الولايات المتحدة إلى تغيير أدوار الراديو والسينما بعد ذلك. فالنظام الإعلامي الاتصالي في أي مجتمع يتأثر في تشكيله أو إعادة تشكيله بصورة التفاعل بين وسائل الإعلام. بعض الوسائل أكثر تكلفة من غيرها وبعضها يناسب بعض الفئات كالمتعلمين، ولا يناسب غيرها.² وخصائص الوسائل في علاقتها بخصائص المجتمعات، تقوم بدورها في تطوير النظام الإعلامي في المجتمع.³





شكل (1.1) يوضح النظام الإعلامي في المجتمع.¹

2.1.6.1- استخدام التحليل الوظيفي في دراسات الاتصال:

إن تماسك واستقرار وسائل الاتصال الجماهيرية في مواجهة تاريخ طويل من الانتقادات يحتاج إلى تفسير في البداية تبدو المشكلة بسيطة بشكل خادع ومضلل، فوسائل الإعلام تثير إعجاب الجماهير بنوع المحتوى الذي يحصلون عليه لهذا تواصل وسائل الإعلام تقديم هذه النوعية لهم.

ولقد أشار عدد كبير من علماء الاجتماع مثل "سكورنيا" إلى عدم دقة هذا التفسير. ففي أحسن الظروف فإنه من الصعب أن نعرف هل يحدد ذوق الجمهور محتوى وسائل الإعلام؟ أم أن محتوى وسائل الإعلام هو الذي يحدد ذوق الجمهور؟ قد تكون الإجابة مزيجاً من هذا وذاك، لأن كلا من ذوق الجمهور ومحتوى وسائل الإعلام يمثلان السبب والنتيجة، باعتبار أن علاقتهما تمثل علاقة تبادلية التأثير ويمكن تفسيرها اعتماداً على التطور الوظيفي البارسوني في إطار أن الجوانب النسقية الواسعة النطاق للوجود الاجتماعي قد تمكن من فهم الدور الوظيفي الذي تقوم به مؤسسات الاتصال والإعلام على المستوى الاجتماعي والثقافي أو الترفيهي في ضوء تقييم هذه الأدوار الوظيفية ووظيفتها، لكي تسهم في فهم مجالات الوجود الاجتماعي ككل وأن فهم هذه المؤسسات يجب أن يستند على أنها أشكال من الأنساق العضوية وتحديد المستلزمات الوظيفية بشيء من الدقة مع الإدراك بأن هناك مناسبات تعمل فيها- مؤسسات الاتصال - أو الأنساق الاجتماعية بشكل سوي ولكن ليس المجتمع ككل وإنه يمكن تشبيه طريقة عملها بأنساق حية أخرى ومنها الكائنات البشرية. مع الأخذ في الاعتبار ملاحظة "فيرتون" و "جولدندر"، أنه يجب الانتباه إلى الفوارق التي توجد بين الأنساق الاجتماعية والأنساق الحية الأخرى.²

3.1.6.1- التوظيف السلبي لمحتوى مادة الاتصال كظاهرة متكررة:

¹ نفس المرجع، ص 146.

² جمال محمد أبو شنب، مرجع سابق، ص 74.

يمكن تطبيق التحليل الوظيفي في مجال فهم وظائف علاقات الإتصال والإعلام التي تنهض بها وسائل الإعلام للتعرف على ظاهرة كيفية توظيف استخدام موارده المتعددة توظيفاً هابطاً من خلال وسائله المتعددة بحيث يمكن لنا أن نشكل هذا المحتوى الهابط لمضمون محتوى الإتصال الذي تقدمه وسائل الإعلام الذي يقع ضمن الذوق الثقافي الهابط أو الذي يعطي إشباعاً للجماهير العريضة؛ بحيث يراه بعض الناس أنه يحط من قدر الذوق مثل: العنف الزائد وتصوير الأساليب الإجرامية وموضوعات الرعب والوحشية والبرامج الإباحية والميلودراما الموحشة والموسيقى المثيرة وغيرها من المظاهر التي تثير استياء النقاد.

وسوف نفترض أن المستوى الإعلامي يمكن تقسيمه إلى ثلاث درجات على النحو التالي:

- المحتوى الهابط: هو الذي يثير استياء النقاد بشكل مستمر أو أي محتوى يساهم في خفض الذوق وإفساد الأخلاق أو الإثارة للقيام بسلوك غير مقبول اجتماعياً.
- المحتوى الذي لا يثير الجدل: كتقرير الطقس، مجالات تركز على اهتمامات متخصصة، هذا المحتوى لا يرفع من مستوى الذوق ولا يحط من قدره.
- محتوى الذوق الرفيع: هو المحتوى الذي يرقى بالأخلاق والتعليم: كالوسيقى الجادة والدراما الهادفة والمناقشات السياسية.¹
- كما أمكن للدارسين تحديد عناصر النظام الاجتماعي الذي يحدث بداخله مستوى الذوق الهابط:²
- الجمهور: هو العنصر الرئيسي للنظام الاجتماعي الخاص بوسائل الاتصال الجماهيرية وينقسم الجمهور إلى طبقات اجتماعية متميزة، لابد من تحديد احتياجاته وطبيعة العلاقات الاجتماعية بين أفرادها.
- هيئات البحث: هي الجهات التي تقدم معلومات للمسؤولين عند انتقاء أنواع المحتوى الذي سيوزع على الجمهور.
- الموزعون: حيث ينتقل المحتوى من موزع إلى الجمهور.

¹ جمال محمد أبو شنب، مرجع سابق، ص 74-75.

² جمال محمد أبو شنب، مرجع سابق، ص 75.

- المنتجون والممولون: هناك مجموعة كبيرة من الأنظمة الفرعية ضمن عنصر المنتج، من أمثلة ذلك: الممثلون، المخرجون، المراسلون ورؤساء أقسام الأخبار وغيرهم.
- وكالات الإعلان: يرتبط الممول والموزع والمخرج وهيئة البحث بوكالات الإعلان.
- نظم الرقابة: مثل الهيئات التشريعية التي تضع اللوائح التنظيمية الخاصة بوسائل الإعلام.

2.6.1- نظرية الاستخدامات والإشباع:

تندرج نظرية الاستخدامات والإشباع تحت نظريات التأثير غير المباشر، تهتم نظرية الاستخدامات والإشباع بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة.¹

1.2.6.1- مفهوم النظرية:

1.1.2.6.1- لغة: الاستخدام في اللغة من استخدم استخداماً، أي اتخذ الشخص خادماً ومنه خدمة فهو خادم وخدّام.

وأما الإشباع في اللغة: فهي مأخوذة من الشبع (بفتح الشين وفتح الباء)، الشبع (بكسر الشين) وتدل على امتلاء في أكل وغيره، وامرأة شبعى الذراع من النساء هي ضخمتها، وثوب شبيع الغزل أي كثير، وشبيع العقل أي وافر، والتشبع من يرى أنه شبعان.²

2.1.2.6.1- اصطلاحاً:

انطلق مفهوم النظرية من خلال تعرض الجمهور للمنتج الإعلامي لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية.³

ويؤكد هذا التعريف أنّ الأفراد يتعرضون لوسائل الإعلام المختلفة ليس بحكم أنها متاحة، بل لأنها تهدف إلى إشباع حاجات معينة ومتباينة يشعرون أنهم في حاجة إليها، ويمكن تحقيقها عن طريق التعرض لتلك الوسائل.⁴

¹ حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 239.

² منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة، عمان، 2012، ص 170.

³ بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ص 84.

⁴ عبير عبد الرحمان، إعلام رسالة ومهنة، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2013، ص 103.

2.2.6.1- النشأة ومراحل التطور:

إنَّ البداية الحقيقية لمدخل الاستخدامات والإشباعات جاء نتيجة البحوث والدراسات التي أجريت في بدايات القرن العشرين على أسباب التعرض واستخدام وسائل الإعلام من مختلف فئات الجمهور محاولة للربط مابين الأسباب والاستخدام، حيث تم صياغة هذه الأسباب في عدة إطارات، أهمها الدوافع النفسية التي تؤدي بالأفراد لتلبية حاجات معينة في وقت معين، وأصبحت رغبة الأفراد في إشباع حاجات معينة من التعرض لهذه الوسائل في الإطار العام، بين تعرض الأفراد لوسائل الإعلام ومحتواها، ومدى ما يحققه هذا التعرض من إشباع للحاجات المتعددة وتلبيتها، حيث أطلق عليه الاستخدامات والإشباعات.¹

خلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام، أما وقد اتضح الدور القوي للمتغيرات في المعرفة والإدراك والثقافات الفرعية، فلم يعد ممكناً فهم الجماهير بهذه الطريقة.²

وكان الظهور الفعلي لمنظور "الاستخدامات والإشباعات" عام 1944 في المقال الذي كتبه عالمة الاجتماع Herzog بعنوان "دوافع الاستماع للمسلسل اليومي وإشباعاته" وتوصلت من خلال المقابلات التي أجرتها مع مائة من المستمعين، للمسلسل النهاري الذي يقدمه الراديو إلى وجود إشباعات أساسية للاستماع إلى هذه النوعية من المسلسلات.³

كذلك أبحاث "أرنهايم" الذي حاول الكشف عن الوظائف النفسية التي تؤديها المسلسلات لربات البيوت⁴، واستمر الاهتمام بهذه الدراسات في الأربعينيات في أعمال "لازارسفيد" و"ستاتون" و"بيرلسون" وفي الخمسينيات في أعمال "ريليز" و"فريدسون" و"ماك كوبي"، وفي الستينيات في أعمال "شرام" و"ليل" و"باركر".¹

¹ منال هلال المزاهرة، مرجع سابق، ص 172.

² حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 239.

³ J, Lull, Media Communication, Culture A.global Approach, London, polity press, 1955, p9.

⁴ بسام عبد الرحمان المشاقبة، مرجع سابق، ص 176.

وقام هذا المدخل للمرة الأولى في عام 1959، حينما تحدث عالم الاتصال المعروف "كاتز" Katz عن ضرورة تغيير الخط الذي تسير فيه بحوث الاتصال والتركيز على كيفية تعامل الناس مع وسائل الإعلام بدلا من الحديث عن تأثيراتها على الجمهور، فاقترح على الباحثين ضرورة التحول إلى دراسة المتغيرات التي تلعب دور وسيط في هذا التأثير من خلال البحث عن إجابة السؤال : ماذا يفعل الجمهور مع وسائل الإعلام؟²

ويمثل بذلك المدخل تحولا للرؤية shift of focus في مجال الدراسات الإعلامية، حيث تحول الانتباه من الرسالة الإعلامية إلى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة وبذلك انتقى مفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية الذي كانت تنادي به النظريات المبكرة مثل نظرية الرصاصة السحرية the bullet theory، التي تقوم على فكرة أن سلوك الأفراد يتحدد وفقا للآلية البيولوجية الموروثة، ونتيجة لأن الطبيعة الأساسية للكائن الحي متشابهة تقريبا بين كائن وآخر، تكون استجاباتهم للمثيرات المختلفة متشابهة، خاصة مع الاعتقاد بأن متابعة أفراد الجمهور لوسائل الإعلام تتم وفقا للتعود وليس لأسباب منطقية³، لكن مدخل الاستخدامات والإشباع له رؤية مختلفة تكمن في إدراك أهمية الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك أهمية الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام.⁴

وتعد عملية استخدام أفراد الجمهور لوسائل الإعلام عملية معقدة، ترجع إلى عدة عوامل متشابكة منها: خلفيات أفراد الجمهور الثقافية، الذوق الشخصي، سياسات الوسيلة وتوجهاتها، العوامل الشخصية ومنها: أسلوب الحياة، السن، الدخل، مستوى التعليم، النوع، نوع الإشباع الذي يريد الشخص الحصول عليه من

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 240.

² كامل خورشيد مراد، الإتصال الجماهيري والإعلام-التطور-الخصائص-النظريات-، دار المسيرة للنشر و التوزيع والطباعة، ط1، عمان- الأردن، ص144.

³ عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها المعاصرة، دار الإيمان للطباعة، القاهرة، 2007، ص 297.

⁴ فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام: تصميماتها وإجراءاتها وتحليلها، دار النشر للجامعات القاهرة، مصر، 2001، ص 88.

التعرض للوسيلة الإعلامية والمستوى الإقتصادي الاجتماعي للفرد، اذ لكل هذه المتغيرات أو بعضها تأثير على اختياراته للمضامين الإعلامية التي يريد متابعتها.¹

وبذلك ظهر مفهوم الجمهور النشط الذي حول دراسة علاقة الجمهور بوسيلة الإعلام من الإجابة على سؤال (ماذا؟) إلى الإجابة على سؤال (لماذا؟)، للتعرف على أسباب تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، من وهو ما يعرف بدوافع المشاهدة، كما أنها تحاول التعرف على الإشباعات التي يحققها التعرض لوسائل الإعلام بالنسبة للجمهور، بذلك تم تحويل اهتمام الباحثين الإعلاميين من الإهتمام بما تفعله الرسالة بالجمهور الى ما يفعله الجمهور في الرسالة، فالباحثون بذلك يهتمون بالمشاركة الايجابية للجمهور في بناء معاني خاصة بالوسائل التي يستقبلها وذلك في اطار مقارنة نفسية اجتماعية وتفاعلية مع الديناميكية الثقافية للمحيط الذي ينتمي اليه هذا الجمهور.²

ولقد مر مدخل الإستخدامات والإشباعات بثلاث مراحل متميزة في تطوره يمكن تقسيمها زمنيا كالتالي:

1. مرحلة الطفولة (المرحلة الوصفية): واهتمت بتقديم وصف لتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الإتصال فيما يتعلق باختيارها للأشكال المختلفة من محتوى وسائل الإتصال، وقد امتدت هذه المرحلة خلال عقدي الأربعينات والخمسينات من القرن الماضي.³
2. مرحلة المراهقة (المرحلة التطبيقية): هي مرحلة ذات توجه ميداني، حيث كانت تركز على المتغيرات النفسية والاجتماعية والتي تؤدي الى نمط مختلف من استخدامات وسائل الإعلام ، وكان من أهم نتائجها أن الجمهور يستخدم الوسيلة لإشباع حاجات معينة لديه وقد امتدت هذه المرحلة خلال عقد الستينات من القرن الماضي.
3. مرحلة البلوغ (المرحلة التفسيرية): كان التركيز فيها على الإشباعات المحققة نتيجة التعرض لوسائل الاتصال، وتم إعداد قوائم الاستخدامات والإشباعات وامتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينات من القرن الماضي وحتى الآن.⁴

كما أن هناك من قسم بحوث مدخل الاستخدامات والإشباعات إلى قسمين هما:

¹ حسن عماد مكاوي، سامي الشريف، نظريات الإعلام، مركز جامعة القاهرة، للتعليم المفتوح، 2000، ص 207.

² فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه ونظرياته ووسائله، دار الفجر، ص 30.

³ عاطف عدلي العبد، نهى عاطف، مرجع سابق، ص 298.

⁴ المرجع نفسه، 299.

البحوث التقليدية: وهي البحوث التي أجريت خلال عقد الأربعينيات من القرن الماضي بواسطة "مكتب البحوث الاجتماعية التطبيقية في نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية. التي أدت إلى تحديد دوافع أفراد الجمهور للإستماع إلى مسلسلات الراديو وبرامج المسابقات مثل دراسة لازرسفيلد، ستانتون. 1944¹

البحوث الحديثة: قيام العديد من البحوث التطبيقية، بحيث كانت كل دراسة تسعى إلى المساهمة في بلورة ما انتهت إليه الدراسات السابقة، بخطوات علمية كانت غير ظاهرة في تلك الدراسات السابقة وكان أول ظهور لهذه النظرية بصورة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" من تأليف بلومر والياهو كاتز (blumler , elihu katz)، عام 1974 واحتوى الكتاب على تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام من جانب، ودوافع استخدام الفرد من جانب آخر.²

3.2.6.1- جوهر النظرية:

إنَّ جوهر هذه النظرية أنها تعني في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته وتلبية حاجاته الكامنة في داخله، معنى ذلك أن الجمهور ليس سلبيا يقبل كل ما تعرضه عليه وسائل الإعلام، بل يمتلك غاية محددة من التعرض يسعى إلى تحقيقها، فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون نشطون على المضمون الذي يبدو أكثر إشباعا لهم وكلما كان مضمون معين قادرا على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له.³

وكما يرى محمد عبد الحميد فإن أحد المظاهر الأساسية لجمهور المتلقي أنه لا يعتبر مجرد متلقي يتعرض ويتأثر بعد ذلك بالرسالة، لكنه طرف فاعل ونشط في هذه العملية لذلك فهو يقوم بدوره بمجرد اشتراكه فيها كمظهر للذات الاجتماعية وكطرف في هذه العملية، يسهم في حركتها واستمرارها، من هنا يأتي الدور النقدي الذي يقوم به كل عضو من أعضاء الجمهور، فيما يتعلق بعناصر العملية كلها والدور النقدي، هو الذي يؤثر في استمرار عملية التعرض أو الانسحاب منها بناء على الممارسة التي يقوم بها العضو كطرف في العملية الإعلامية.⁴

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 230.

² منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص 176.

³ منال هلال المزاهرة، مرجع سابق، ص 178.

⁴ محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص 111_112.

فمن خلال تأثير الحاجات والدوافع والأطر المرجعية يبدأ الفرد بصفته متلقي في تقويم ما يحصل عليه من معلومات وتقويم مصدر هذه المعلومات حتى يطمئن إلى تأمين حاجاته من التعرض متأثراً في ذلك بالعوامل الوسيطة في عملية التعرض¹.

4.2.6.1- فروض النظرية:

وضع الباحثون الأسس العلمية والفرضيات الأساسية التي انطلقت من النظرية نفسها، ذلك بعد أن اتضحت المداخل الرئيسية عند هؤلاء الباحثين، وشكلت هذه الأسس والعناصر المداخل العلمية للنظرية، ولأنّ نظرية الاستخدامات والإشباعات قامت على افتراض الجمهور النشط على العكس من نظريات التأثير السابقة، التي قالت بقوة تأثير وسائل الإعلام في الجمهور مثل نظرية الرصاصة، فقد أضفت هذه النظرية بذلك صفة الإيجابية على الجمهور، فلم يعد الجمهور من خلال هذا المنظور متلقياً سلبياً، بل أصبح ينظر إليه على أنه ينتقي بوعي ما يرغب في التعرض له من الوسائل، والمضامين التي تلي حاجاته النفسية والاجتماعية، لذا وضع "إيهو كاتز" وزملائه " Elihu Katz"، خمسة فروض رئيسية تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال والإشباعات التي يسعون إلى تحقيقها من وراء هذا الاستخدام²، وقد نقل عن كاتز عدد كبير من علماء الاتصال العرب والأجانب هذه الفروض، دون إضافة وهي:

- إنّ أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم³.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، وتتحكم في ذلك عوامل الفردية والتفاعل الاجتماعي وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد⁴.

¹السعيد بومعزة، نظريات الاتصال الجماهيري، مطبوعة موجهة لطلبة الدراسات العليا، كلية أصول الدين، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر، 2011 الجزائر، ص 63 .

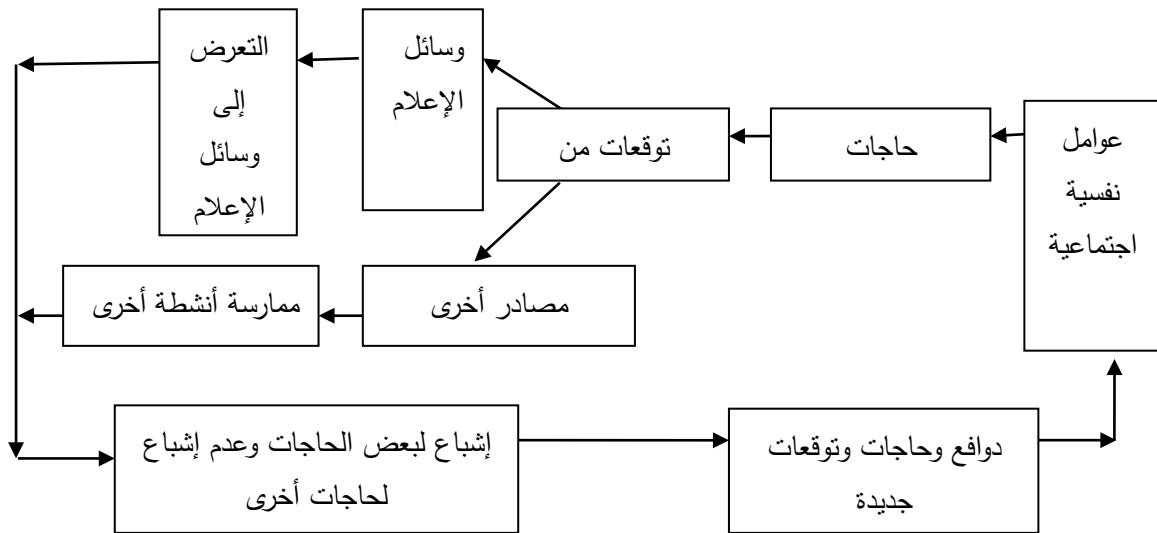
² منال هلال المزاهرة، مرجع سابق، ص 182.

³ كامل خورشيد مراد، مرجع سابق، ص 146.

⁴ نضال فلاح الضلاعين، مصطفى يوسف كافي وآخرون، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، دار الإعمار العلمي، ط1، 2016، ص 245.

- التأكيد على أنّ الجمهور هو الذي يختار الوسيلة والمضمون اللذان يشبعان حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.¹
- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات، مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات، فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة، تجعل الفرد يتجه الى مصدر ما لإشباع حاجاته دون الآخر، هذا ما عبر عنه "كلاير بتأثيرات العوامل الوسيطة".
- الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور واستخدامه لوسيلة أو محتوى معين، يجب أن يحددها الجمهور نفسه، لأنّ الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أنّ المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة.²

وهذه الفروض طرحت عديدا من التساؤلات حول العوامل التي يتأثر بها جمهور المتلقين في ادراك حاجاته وتحديد نشاطه وكذلك العوامل البيئية التي تؤثر على نشوء الحاجات ودعمها وقرار الجمهور بالاستخدام لإشباع هذه الحاجات. ويرى "كاتز" أنّ المواقف الاجتماعية التي يجد الأفراد أنفسهم فيها، هي التي تعمل على إقامة العلاقة بين وسائل الإعلام وإشباع الحاجات.



شكل (2.1): رسم تخطيطي لنموذج كاتز Katz لفروض نظرية الاستخدامات والإشباع³.

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 241.

² محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 222.

³ محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص 121.

بناء على نتائج العديد من البحوث صاغ "كاتز" وزملاؤه، نموذجاً للعلاقة بين استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وما يمكن أن تشبعه من حاجات لدى هؤلاء الأفراد، مقارنة بالبدائل الأخرى الوظيفية التي قد يتجه إليها الفرد لتلبية الحاجات، مثل الأنشطة الثقافية الأخرى، ومقارنة بالدراسات التقليدية لتأثير وسائل الإعلام والاتصال، فإن النموذج يأخذ في الاعتبار زبون وسيلة الإعلام كنقطة بدأ بدل من أن تكون الرسالة الإعلامية هي نقطة البدء¹.

كما أن أفراد هذا الجمهور المتلقي للرسائل الإعلامية نشط وأن استخدامه لوسائل الإعلام يتم بغرض تحقيق أهداف معينة وأن أفراد الجمهور لهم المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع حاجاته واختار وسائل إعلامية ومحتويات معينة، يرى أنها تحقق هذه الغاية، كما أن المواقف الاجتماعية التي يجد هؤلاء الأفراد أنفسهم فيما لها دور أساسي في إقامة العلاقة بين الوسائل الإعلامية وإشباع حاجاتهم².

وفي إطار آخر اهتم "روزنجرين"، ببناء نموذج للإستخدامات والإشباع، يحدد فيه أهمية الحاجات التي تقع في أعلى هرم ماسلو مثل الحاجة الى الصحة، الحب، القبول، تحقيق الذات في ارتباطها أكثر بنموذج الاستخدامات والإشباع³.

ويركز أيضا بجانب الحاجات على المشكلات التي تدفع الفرد إلى سلوك معين، هذه المشكلات لا تتعارض مع الحاجات وتحتاج من الفرد إلى إدراك سبل حل هذه المشكلات وبالتالي تشكل قوة دافعة للتعرض من خلال اختيار أنماط حل المشكلات بجانب أنماط دوافع الإشباع وهي كلها سوف تؤدي الى الفعل الذي يتمثل في استخدام وسائل الإعلام أو أي سلوك آخر.

وتختلف الحاجات والمشكلات والدوافع باختلاف الأفراد والجماعات وبالتالي فإننا نتوقع اختلافا في نماذج السلوك واختيار المحتوى، فيترتب على ذلك أيضا إشباع أو عدم إشباع نتيجة عملية الاختيار و التعرض إلى وسائل الإعلام ومحتواها، ونلخص العلاقات البنائية في نموذج "روزنجرين"، في الآتي:

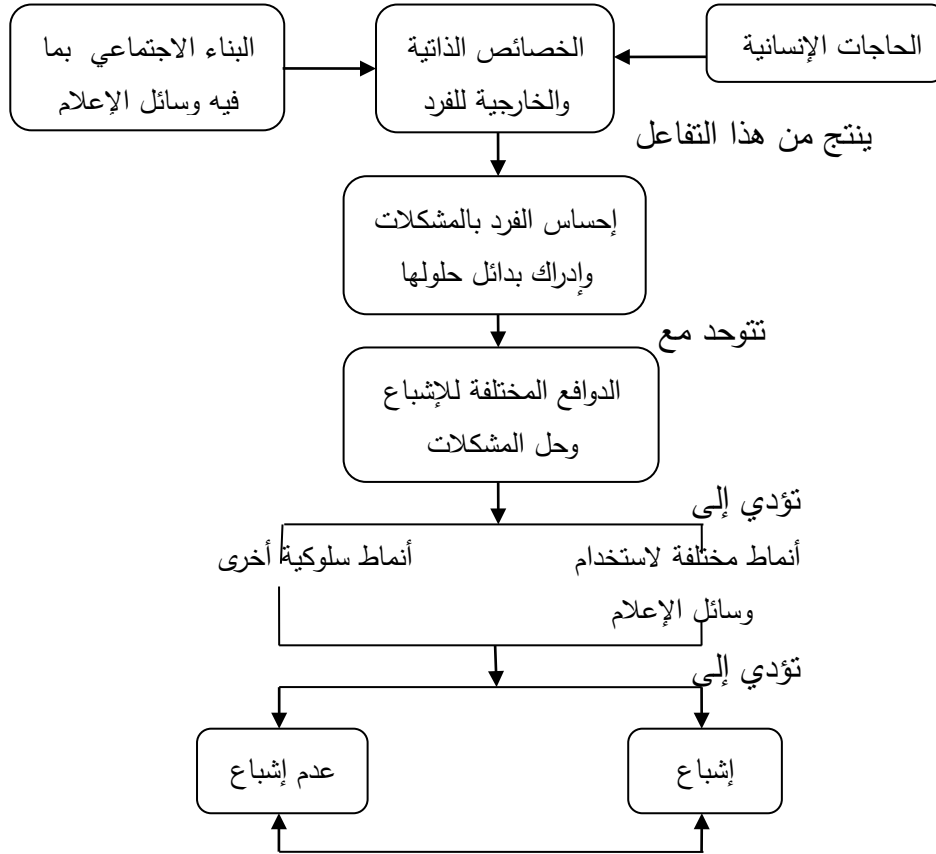
- تتمثل البداية في وجود الحاجات الفردية التي تتفاعل مع الخصائص الفردية العامة والنفسية، كذلك مع البناء الاجتماعي المحيط بالفرد بما فيه بناء وسائل الإعلام.

¹ مي العبد الله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، ط2، لبنان، 2010، ص279.

² محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 221.

³ المرجع نفسه، ص 223-224.

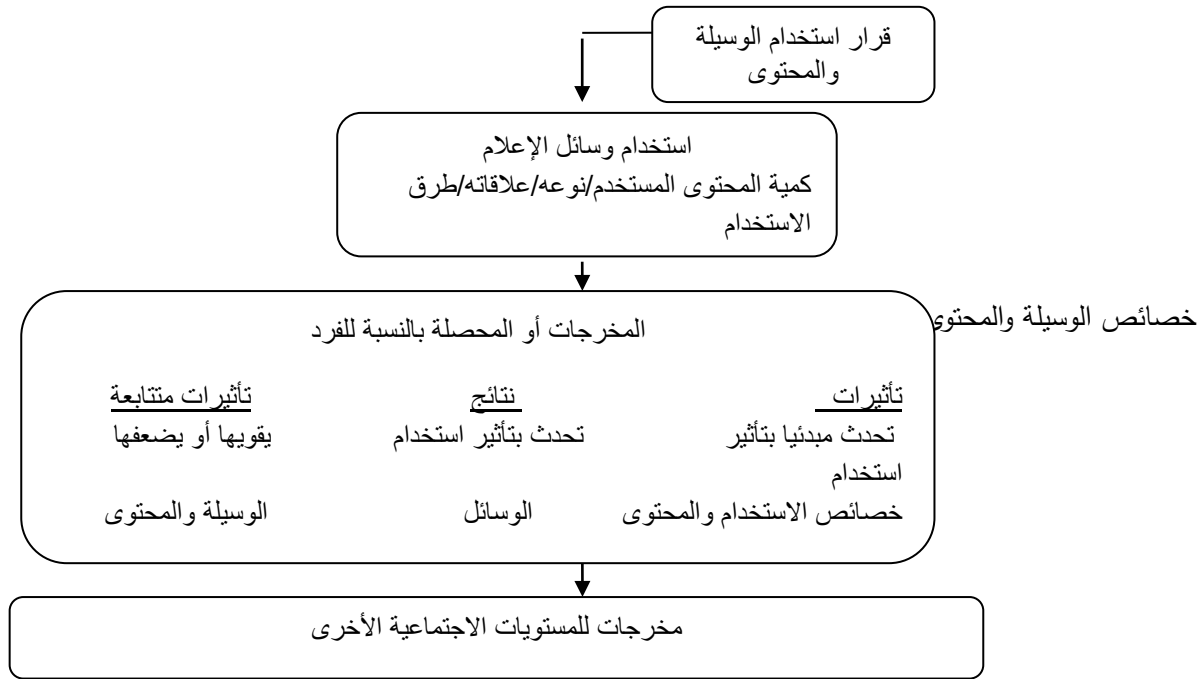
- يترتب على ذلك ظهور مشكلات للفرد وسواء كان شعوره بها قويا أو ضعيفا فإنه يبحث عن حل لها من بين البدائل المختلفة في محاولة للسلوك الذي يؤدي إلى الإشباع أو حل المشكلات.
- نتيجة لهذا السلوك تظهر أنماط مختلفة للإستخدام الحالي لوسائل الإعلام، كذلك أنماط سلوكية أخرى خلاف استخدام وسائل الإعلام لتحقيق الإشباع أو حل الإشباع.
- تؤدي الأنماط السلوكية المختلفة مع وسائل الإعلام أو غيرها إما إلى نماذج من الإشباع أو عدم الإشباع.
- وهذا من الممكن أن يتأثر أيضا بالخصائص العامة والنفسية والعوامل البيئية والاجتماعية المحيطة بالفرد، مثل بناء وسائل الإعلام والبناء السياسي والإقتصادي والثقافي في المجتمع. هذه في النهاية تمثل تأثيرات عملية الإستخدام والإشباع التي تعتمد على المتلقي بالدرجة الأولى.



شكل (3.1) : نموذج روزنجرين للإستخدامات والإشباع¹

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 225.

وهذا من الممكن أن يتأثر أيضا بالخصائص الذاتية والخارجية المحيطة بالفرد مثل بناء وسائل الإعلام والبناء الثقافي والسياسي والاقتصادي في المجتمع. ويرى "روزنجرين" إن عملية الاستخدامات والإشباع، ربما تؤثر على كل من المجتمع ووسائل الإعلام في المجتمع. وقد استعرض "وينداهل" في نموذج ثلاثية أشكال يحدد الأول قرار الاستخدام، الثاني تصنيف المخرجات بناء على تأثيرات خصائص المحتوى أو الاستخدام أو كلاهما معا.¹



شكل رقم (4.1) : العلاقات بين نماذج الاستخدامات والتأثيرات²

على الرغم من نجاح هذا النموذج في الربط بين نماذج الاستخدامات والتأثيرات، إلا أن هناك صعوبات ترتبط بعدم وضوح مخرجات عملية الاتصال الجماهيري، بالتالي عدم القدرة على وضع حدود فاصلة بين ما هو تأثير أو مجرد نتيجة أو تتابع للتأثير بناء على معايير موضوعية وأسس منهجية وقابلية للقياس.

إلا أن النموذج يثير البحث في توظيف نماذج الاستخدامات والإشباع في مستويات الفرد والمجتمع والبحث فيما إذا كانت هذه النماذج يمكن أن تؤثر في المستوى الاجتماعي الكلي أم لا. وهل تعتبر فعلا

¹ المرجع السابق، ص 228.

² المرجع نفسه، ص 229.

التأثيرات الكلية المتوقعة في المجتمع هي ناتج استخدامات مجموع الأفراد واشباعاتهم، على الرغم من التباين بين الأفراد في حاجاتهم التي يمكن أن تختلف باختلاف العوامل الديمغرافية أو الاجتماعية.¹

• وتوظيف هذا النموذج يدعو إلى دراسة الدوافع والحاجات الفردية التي تستثيرها الوسيلة الإعلامية ذاتها وتنظيمها ومخرجاتها، بجانب فئات الدوافع التي ترتبط بالأدوار الوظيفية لوسائل الإعلام ومحتواها، وفئات الدوافع التي تستثيرها الحاجات والدوافع الفردية النفسية، ومن الدوافع التي تستثيرها الوسيلة الإعلامية وتنظمها مايلي:²

- دعم إحساس الفرد بأنه يستخدم وسيلة إعلامية متميزة في كل ما يتعلق بتوظيف الكفاءات والمهارات لإنتاج محتوى متميز بالصدق والموضوعية.
- دعم إحساس الفرد بأنه يستخدم وسيلة إعلامية متميزة في كل ما يتعلق بتوظيف الكفاءات والمهارات لإنتاج محتوى متميز بالصدق والموضوعية.
- دعم إحساس الفرد بالاتساق مع اتجاهات الوسيلة واهتماماتها.
- دعم العامل الاقتصادي لدى الفرد المؤثر في نفقات الحصول على الخدمة مقارنة بغيرها.
- دعم إحساس الفرد بأنها تقدم خدمات إضافية، لاكتساب تأييد الفرد لها.
- دعم إحساس الفرد بعمق العلاقة بين الوسيلة والمجتمع.

5.2.6.1- أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تسعى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى تحقيق الأهداف التالية:

- الكشف عن كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام.
- الكشف عن دوافع الاستخدام لوسيلة الإعلام.
- الفهم العميق لعملية الاتصال من خلال النتائج التي يتم التوصل إليها.³
- الكشف عن الإشباعات المطلوبة التي يسعى الفرد إلى تلبيتها من خلال استخدامه لوسائل الاتصال والإشباعات المختلفة من وراء هذا الاستخدام.
- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض لوسائل الاتصال والإشباعات الناتجة عن ذلك.
- معرفة دور المتغيرات الوسيطة، من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدامات الوسائل واشباعاتها.¹

¹ المرجع السابق، ص 229.

² المرجع نفسه، ص 230.

³ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 241.

وبشكل عام يمكن وصف علاقة الشباب بوسائل الإعلام بأنها علاقات ذات طبيعة حديثة، بمعنى أنها تخضع ويتحكم فيها حدث ما له أهمية بحيث يفرض على الجمهور متابعته وبشدة من خلال وسيلة ما، هي الأكثر إشباعا لحاجاته في معرفة تفاصيل هذا البحث وعن غيره من الوسائل، أي أن الفرد يكون نظام وسائل الإعلام الخاصة بها والذي يخدم أهدافه في الظروف الطارئة أو في الأزمات بصورة أفضل والتي يعتبرها أكثر أهمية في هذا الوقت وعندما ينتهي فيعود إلى وسائل الإعلام اليومية.²

6.2.6.1- عناصر نظرية الاستخدامات والاشباع:

من خلال العرض السابق لنشأة المدخل والفروض التي يقوم عليها والأهداف التي يسعى إلى تحقيقها تبرز أمامنا مجموعة من العناصر تشكل أهم الملامح والأسس التي يقوم عليها، هي:

1.6.2.6.1- الجمهور النشط: يرى "بلوملر" « blumler » ، أن عنصر النشاط أو الفعالية لدى الجمهور يشير إلى الدافع الأساسي والانتقائية والأذواق والاهتمامات التي يمكن أن تحدث في حالة التعرض لوسائل الإعلام، ويؤكد "ريتشلد هاريس" « Harris.RJ » ، : إن تأثير وسائل الاتصال يتم من خلال الانتقاء الذي يعتمد على الفروق الفردية، حيث يتباين الناس في إدراكهم لنفس الرسالة، كما يتباينون في طبيعة استجاباتهم لها.³

ويتحدد مفهوم نشاط الجمهور في عدة أبعاد من أهمها:

- **الانتقائية Selectivity :** في اختيار وسيلة اتصال معينة واختيار التعرض لمضمون معين بها ويمتد مفهوم الانتقائية ليشمل مرحلتين الإدراك والتذكر.
- **النفعية Utilitarianism:** فجمهور وسائل الاتصال يختار المضمون الذي يشبع حاجات ودوافع معينة.
- **العمدية Itentionality:** يعتمد أفراد الجمهور اختيار وسيلة معينة لإشباع حاجة ما ومصدرها هو خصائص فردية واجتماعية وثقافية لجمهور الوسيلة.

¹ منال هلال المزاهرة، مرجع سابق، ص 187.

² كامل خورشيد مراد، مرجع سابق، ص 147.

³ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 244.

• **الاستغراق Involvement**: يحدث على المستوى الإدراكي والتأثيري والسلوكي، فإنَّ استغراق الجمهور مع المضامين الإعلامية وخاصة التلفزيون يعتمد على مدى توحيد الجمهور مع الشخصيات التلفزيونية.

• **مناعة التأثير Imprviusness to influence**: هناك محدودية في تأثير وسائل الاتصال على تفكير الجمهور وسلوكه، فالجمهور لا يريد أن يتحكم فيه أي شيء.¹

وقد طور مفهوم نشاط الجمهور إلى ثلاث مراحل هي:

المرحلة الأولى : تتم قبل التعرض وتتمثل في التخطيط المسبق قبل التعرض للوسيلة الاتصالية.

المرحلة الثانية: تتم أثناء التعرض وتتمثل في الاستفادة من المضمون الذي تم التعرض إليه.

المرحلة الثالثة: تتم بعد التعرض وتتمثل في الإستفادة من المضمون الذي تم التعرض إليه من خلال استخدامه في الاتصال الشخصي.²

2.6.2.6.1- الأصول الاجتماعية والنفسية للإشباعات: انتهى "جون جونسون"، في دراسته حول استخدام المراهقين لوسائل الإعلام والدمج الاجتماعي، إلى أنَّ أعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الاتصال باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة، وشركاء في بيئة ثقافية واحدة.

وتتفق هذه الرؤية مع العديد من باحثي الاستخدامات والاشباعات الذين يعارضون دوماً مصطلح "الحشد" لتمييز جمهور وسائل الإعلام، طبقاً لهذه الرؤية فإنَّ العديد من الإحتياجات المرتبطة باستخدام وسائل الاتصال ترتبط بوجود الفرد في بيئة اجتماعية وتفاعله مع هذه البيئة. وقدمت العديد من الدراسات الدليل الأمبريقي على دور العوامل الديمغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام، مثل: ارتباط هذا التعرض بالنوع، العمر، المهنة، المستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي.³

3.6.2.6.1- دوافع الجمهور وحاجاته: تعتبر الحاجات والدوافع من العوامل المحركة للعلاقة بين الفرد والوسيلة الإعلامية.

¹ عاطف عدلي العبد، نهى عاطف، مرجع سابق، ص 303.

² منال هلال المزاهرة، مرجع سابق، ص 192.

³ حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 244.

وتعرف الحاجات على أنها افتقار للفرد أو شعوره بنقص في شئ ما، يحقق تواجده حالة من الرضا والاشباع، والحاجة قد تكون فيزيولوجية أو نفسية.¹

أما الدافع فهو حالة سيكولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوك معين يقوي استجابته إلى مثير ما أو يشبع أو يرضي حاجة ما.²

ويمثل إشباع الحاجات وتلبية الدوافع ضرورة لدى الفرد للإتزان النفسي الذي يساعده على استمرار التواصل مع الغير والتكيف مع المحيط، حيث توجد علاقة قوية ومكاملة في إشباع الحاجات وتفسير الدوافع إلى تحقيقها وارتباطها باتجاهات السلوك الإنساني ولفهم العلاقة ظهرت اتجاهات عديدة في علم النفس لتصنيف الحاجات والدوافع وتعتبر أشهر المساهمات في هذا المجال Abraham Maslo الذي صنف فيها الحاجات إلى نظامين الأساسية والثانوية:

◀ **الحاجات الأساسية:** تشمل الحاجات الفيزيولوجية والنفسية كالحاجة إلى الانتماء والتواصل مع الغير وكذا الحاجة للتقدير والاحترام.

◀ **الحاجات الثانوية:** وهي الحاجات المعرفية التي تتمثل في الاستطلاع والفهم والحاجات الجمالية المتمثلة في تحقيق الجمال واكتسابه.

وهذه الحاجات في مجملها تؤدي إلى تحقيق الذات الإنسانية وهي ليست واحدة عند كل الأفراد إذ تتغير باختلاف المواقع والمعايير الثقافية والاجتماعية.³

تطورت البحوث الإعلامية إلى الكشف عما تقوم به وسائل الإعلام من أدوار لتلبية الحاجات الفردية ودوافعها وكذا تبيان وتفسير العلاقة الإرتباطية بين وسائل الإعلام لهذه الحاجات والدوافع واستخدام الأفراد لها.⁴

¹ منال، هلال المزاهرة، مرجع سابق، ص 179.

² عبد الرحمن محمد سعد الشامي، استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية الدوافع والإشباع، أطروحة دكتوراه منشورة، جامعة الأزهر وكلية اللغة العربية قسم صحافة، 2002، ص 72.

³ محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص 119.

⁴ محمد عبد الحميد، المرجع نفسه، ص 120.

ومن الدوافع التي طرحت من طرف البحوث الإعلامية والمحركة لعملية التعرض للوسيلة الإعلامية أو محتواها نجد:

- التفاعل الاجتماعي.
- التواصل الاجتماعي.
- المساعدة في العمل والدراسة.
- مصدر للمعلومات حول الأحداث اليومية.
- المشاركة في الرأي العام.
- المشاركة في الحياة الأساسية.
- تدعيم الآراء والأفكار¹.

وغيرها من الدوافع الموضحة للبعد النفسي في إطارها العام.

وقد صنف "دنيس ماكسويل" أربع فئات للدوافع وهي التسلية والهروب من المشكلات والانطلاق العاطفي واكتساب الهوية الشخصية من خلال دعم قيم الأمن وفهم الذات واكتشاف الحقائق، كما قام "كانتر" بإعادة تصنيف 35 حاجة ودافع مأخوذة من البحث في وظائف وسائل الإعلام ووضعها في إطار خمس فئات رئيسية وهي:

- الدوافع المعرفية.
- الدوافع الوجدانية.
- دافع المصداقية والثقة .
- دافع الانتماء.
- دافع التخلص من التوكل والهروبية والتسلية².

4.6.2.6.1- توقعات الجمهور من وسائل الاتصال: تخلق حالة الفرد الداخلية وميوله النفسية توقعات لإشباع حاجاته من خلال التعرض الى وسائل الاتصال، وتعد التوقعات خطوة هامة في عملية التعرض لوسائل الاتصال، هو مفهوم جوهري يتلاءم مع مفهوم الجمهور النشط، حيث انه إذا كان على الجمهور الاختيار بين بدائل اتصالية وغير اتصالية أخرى طبقاً لاحتياجاتهم، فلا بد أن يكونوا على درجة

¹ منال هلال المزاهرة، مرجع سابق، ص 181.

² حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 242.

كافية من الوعي بدائل تكون أكثر إشباعاً لاحتياجاتهم، حيث إنّ السلوك الاتصالي للأفراد ينشأ من التوقعات والمعتقدات بشأن احتمال أن يكون لهذا السلوك مساهمة في إشباع احتياجاتهم المختلفة.¹

بهذا تحسب عمليتي التوقع والتقييم في استخدام الوسائل الاتصالية كمدخل هام للكشف عن طبيعة المضمون الاتصالي الذي يبحث عنه الفرد لإشباع حاجاته، علماً أنّ استخدام الجمهور لوسائل الاتصال يتغير ويتطور باستمرار مع تطور تكنولوجيا الاتصال وتعدد الوسائل الاتصالية.²

5.6.2.6.1- التعرض لوسائل الإعلام: أشارت دراسات عديدة إلى وجود علاقات ارتباط بين البحث عن الإشباع والتعرض لوسائل الاعلام، إذ يعبر زيادة تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الإعلام عن نشاط هذا الجمهور وقدرته على اختيار المعلومات التي تلبي احتياجاته.

وقد أظهرت دراسات عديدة في الولايات المتحدة أن الاستماع للبرامج الجادة مثلاً، يرتبط ارتباطاً كبيراً بمستوى التعليم وهناك ارتباط إيجابي بين مقدرة الفرد الذهنية ودرجة استيعابه للرسالة الاتصالية، كذلك يفضل الأفراد من صغار السن المواد الترفيهية أكثر من المواد الجادة، فكلما تقدم العمر يتحول اهتمام الفرد من المضمون الخيالي إلى الموضوعات الواقعية والجادة.³

6.6.2.6.1- إشباع وسائل الإعلام: يتم وفقاً لمدخل الإستخدامات والإشباعات وصف جمهور يختار من بين وسائل الإتصال ومن المضامين التي تقدمها يشبع حاجاته ويلبي رغباته، بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليه الإشباعات وهناك إمكانية ربط محتوى الرسالة بالإشباع المتحققة، فبرامج الدراما والترفيه والمنوعات يمكن أن تحقق إشباعات مختلفة، مثل التنفيس والتخلص من الملل والقلق والهروب من المشكلات اليومية. أما برامج الأخبار والمعلومات فتحقق إشباعاً معلوماتياً يتمثل في الحصول على المعلومات والخبرات والمهارات.⁴

وتتبع الإشباعات (المطلوبة والمتحققة) من وسائل الإتصال من ثلاثة مصادر رئيسية هي:

¹ كمال خورشيد، مرجع سابق، ص 148.

² السيد بهنسي حسن، مدى تأثير الاتجاه السائد بوسائل الاعلام المصرية على تشكيل اتجاهات الرأي العام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 13، القاهرة، 2001، ص 12.

³ حسن عماد مكاي، الإتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 248.

⁴ منال هلال المزاهرة، نظريات الإتصال، مرجع سابق، ص 200.

- محتوى أو مضمون الوسيلة: الذي ينعكس من خلال تفضيلات الأفراد لبرامج أو مضامين محددة أو من خلال التعرض المخطط والمقصود لبرامج معينة.
- التعرض للوسيلة: فالتعرض لبعض وسائل الإتصال في حد ذاته يمكن أن يشبع احتياجات معينة مثل: الترفيه والاسترخاء والهروب.
- السياق أو الإطار الإجتماعي أو البيئة الإجتماعية المحيطة باستخدام الوسيلة: مثل وجود أو غياب الأفراد الآخرين أثناء التعرض للوسيلة مثل أفراد الأسرة أو الأصدقاء ويكون دور الوسيلة الإحلال محل هؤلاء الأفراد أو تكميل أدوارهم على أقل تقدير.¹

ويفرق "لورنس وينر" « Wenner.L.A 1985 »، بين نوعين من الإشباع، هما:²

◀ **إشباعات المحتوى:** وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام و تنقسم إلى نوعين:

النوع الأول: إشباعات توجيهية: تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات.

النوع الثاني: إشباعات إجتماعية ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الإجتماعية.

◀ **إشباعات العملية:** وتنتج عن عملية الإتصال والإلتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص

الرسائل، تنقسم بدورها الى نوعين: اشباعات شبه توجيهية: وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة، أما النوع الثاني: إشباعات شبه اجتماعية: تتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة.

7.2.6.1- الانتقادات الموجهة للنظرية:

بعد تطور البحوث الخاصة بالنظرية منذ السبعينات من القرن العشرين الماضي، وحتى يومنا هذا وبعد تقديم النظرية لإستراتيجية جديدة لدراسة استخدامات الجمهور وإشباعاته وتفسيرها، ازداد إدراك الباحثين لأهمية الجمهور النشط وعلى هذا الرغم من هذا التطور إلا أن هناك صورا من النقد وجهت للنظرية، منها ما يلي:

¹ عاطف عدلي العبد، مرجع سابق، ص 310-311.

² حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 239.

- إدعاء المدخل أن الجمهور يختار الوسيلة بما يحققه له المضمون بحرية تامة وبناء على الإحتياج فقط، وهو أمر ربما يكون مبالغ فيه، حيث إنّ هناك عوامل اجتماعية واقتصادية قد تبطل ذلك وتحول دون تحقيقه، فهذه العوامل تحد من استفادة الفرد من التكنولوجيا الإعلامية المتقدمة.
- كما أن عدم توفر بدائل عديدة من الوسائل الإعلامية يلغي مفهوم الجمهور الإيجابي أو النشط، الذي يسعى لتحقيق أهداف محددة وإشباع حاجات بعينها، كما أنه يلغي مبدأ حرية الاختيار، فليس كل سلوك اتصالي يوجهه حافز، فالكثير من السلوك الاتصالي للجمهور هو سلوك عادي، يحدد وجود وسيلة اتصالية واحدة ولا يوجد أمامها أي مجال للرفض أو الاختيار للمضمون الاتصالي المعروض.
- إن هناك جدلاً وتساؤلاً حول قياس استخدام المتلقي للوسيلة الاتصالية والكيفية التي يتم فيها القياس وزمن الاستخدام من حيث القياس خلال وقت التعرض أم بعده وكثافة ومحدودية المشاركة.
- إنّ المدخل لم يفرق بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور والإشباعات التي تحققت عند المشاهدة، علماً أنّ هذا الفرق يوضح مبدأ انتقائية الجمهور للمضامين الإعلامية التي يتعرض لها.
- لم يشرح المدخل درجة الإيجابية في السلوك الاتصالي لأفراد الجمهور أو مفهوم الجمهور النشط بوضوح، حيث إنه يمكن أن يقصد به الانتقائية قبل المشاهدة أو أثناءها أو بعدها وهذا لم يحدد في المدخل ولم يتم التطرق إليه بدقة.¹
- الإنتقاد الموجه إلى مفهوم الوظيفة، كما يراها "دنيس ماكويل" D. Macquial يستخدم بمعنى الهدف أو النتيجة أو المطلب أو التوقع ومرد هذا الاختلاف إلى الخلط بين الهدف والنتيجة.
- يرى بعض الباحثين أن النظرية لا تعدو كونها إستراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مع الاستقصاء، خاصة مع الخلاف في تحديد مفهوم الحاجة ، الأمر في هذه الحالة يحتاج لوضع الفئات الاجتماعية بجانب الدوافع والحاجات وفئات المحتوى، حتى يصل الباحث إلى نتائج مفيدة.²

¹ منال هلال المزاهرة، مرجع سابق، ص 204.

² عاطف عدلي العبد، نهى عاطف، مرجع سابق، ص 315.

- يركز "دنييس ماكويل" على أنّ نتائج هذه البحوث يمكن أن تتخذ ذريعة لإنتاج المحتوى الهابط، لأنه تلبية لحاجات الجمهور في مجال التسلية والترفيه.
- يرى "بلوملر" « Blumler », عدم تحديد مفهوم النشاط الذي يوصف به المتلقون، هل هو العمد، أو المنفعة، أو الإنتقاء.
- عدم الاتفاق مصطلحات النظرية، ومن ثم توظيفها، وربطها بالنماذج المختلفة للإشباع .
- دخول وسائل جديدة إلى الواقع مثل الأنترنت وهذه تتطلب مفاهيم جديدة حتى يمكن فهم العلاقة بين الوسيلة وجمهورها.
- تنظر بحوث النظرية إلى الفرد بعيدا عن البيئة التي يعيش فيها، وتأثير كل منها في الآخر.¹

8.2.6.1- الرد على الانتقادات :

يعتبر المؤيدون لمدخل الاستخدام والإشباع في ردهم على الانتقادات التي وجهت لهذا المدخل، أنّ كلّ ما أثير حول المدخل لا يمكن أن ينفي دوره في دراسة علاقة الفرد بوسائل الإعلام وينطلق هؤلاء من إمكانية حدوث تغيرات في سلوكيات أفراد الجمهور اتجاه الوسيلة الإعلامية التي يمكن أن يتغير مضمونها ونوعها بغية إرضاء المتلقي².

بمعنى أنّ هناك تغييرات متبادلة في سلوك الأفراد ومحتويات وسائل الإعلام والاتصال بالإضافة إلى ذلك فإن قياس اتجاهات الأفراد ومدى إشباعهم لا يمثل مشكلة تعترض مدخل الاستخدام والإشباع فقط وأنها هي عوائق أمام مختلف الأبحاث الاجتماعية لأنها تتعامل مع الفرد الذي يتسم سلوكه بالتغيير وعدم الثبات³.

9.2.6.1- جوانب الاستفادة من توظيف كل من مدخل البنائية الوظيفية ونظرية الإستخدامات والإشباع بالدراسة الحالية:

¹ منال هلال المزاهرة، مرجع سابق، ص 205-206.

² المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية، سلسلة نحو مجتمع المعرفة، مرجع سابق، 2009، ص114.

³ حلمي خضر ساري، تأثير الاتصال عبر الأنترنت في العلاقات الاجتماعية، دراسة ميدانية في المجتمع القطري، مجلة الجامعة، دمشق، العدد الأول، 2008، ص 58.

- معرفة أنماط ودوافع استخدام الشباب لموقع الفيسبوك عبر صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" حول السعي للوعي بمواد التربية الإعلامية من خلال تبني خطى منهجية وفق ما حددته نظرية الاستخدامات والإشباعات وفي إطار أهداف الدراسة.
- محاولة الوقوف على الإشباعات المحققة جراء انضمامهم للصفحة المعنية بالدراسة في الترشيد على ممارستهم لمهارات التربية الإعلامية أثناء استخدام وسائل الإعلام وكيفية التعامل مع المضامين الإعلامية.
- تستعين الدراسة بالمدخل الوظيفي لفهم حيثيات الدور المنوط بالتربية الإعلامية من خلال التعمق في أسسها وسبل دعم وجودها بالمجتمع الجزائري لمواكبة الركب الحضاري فيما يتعلق بتحسين تعامل النشء والشباب نحو التعامل المدرك لما تتضمنه وسائل الإعلام وكذا الترشيد على الحماية من مخاطر التكنولوجيات الجديدة، إذ تعد التربية الإعلامية وسيلة لمرحلة أولية قائمة على الإعداد والتكوين لمرحلة تالية وهي الاستعداد لخوض تحدي محو الأمية الرقمية وكذا الجاهزية للقيام بمختلف الوظائف الاتصالية والإعلامية بالفضاء الرقمي وفق معايير المواطنة الرقمية بشكل يوظف فيه الشباب مهارات التربية الإعلامية من قراءة للمضامين ونقدها والقدرة على مشاركتها بوسائل الإعلام.
- مستخدمى الشبكات الاجتماعية يسعون لتحقيق إشباعات عدة كالحفاظ على العلاقات القائمة كتكوين صداقات والخوض في حوارات تفاعلية وكذا إرسال وتلقي الأخبار والمستجدات والتحديثات كما ويستخدمونها لتقديم أنفسهم وتطوير علاقتهم المهنية وتحسين مستوى معارفهم في مختلف المجالات حسب اهتماماتهم عبر الفضاء الرقمي، لذلك فالمدخل الوظيفي متبوعا بنظرية الاستخدامات والإشباعات يساعد في فهم هذه العملية وترابطها بأهداف التربية الإعلامية على النحو الذي يخدم الدراسة الحالية.

7.1- منهج الدراسة:

- **لغة:** المنهج Méthode كلمة إغريقية استخدمت لتدل على الطريق أو الدراسة أو التفسير. وقد استخدمها "أفلاطون" قديماً بمعنى "البحث" أو "النظر" أو "المعرفة"، أما معاصره "أرسطو" فقد استعملها لتدل على "البحث".¹
- **اصطلاحاً:** المنهج هو ذلك الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة بواسطة مجموعة من القواعد الهامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة.²

ويرتبط استخدام المنهج الوصفي غالباً بدراسات العلوم الاجتماعية والإنسانية والتي استخدم فيها منذ نشأته وظهوره ولكن هذا لا يعني أنّ استخدامه وتطبيقه يقتصر على هذه العلوم فحسب بل إنه يستخدم أحياناً في دراسات العلوم الطبيعية لوصف الظواهر الطبيعية المختلفة.³ يكون الهدف من هذا النوع معرفة كيفية حدوث الظاهرة وذلك عن طريق وصف ملامحها والعلاقة بين متغيراتها، ثم تشخيصها عن طريق الإجابة عن التساؤلات المصاغة سلفاً⁴ ويشتمل المنهج الوصفي على عدة أساليب، اعتمدنا منها أسلوب المسح بالعينة القائم على جمع بيانات لعدد كبير من الناس لغرض تشخيص أو كشف واقعها أو جانب من ذلك الواقع علماً أن يتم جمع البيانات في منطقة صغيرة منه محدودة وهذا النوع من الدراسات قد يكون تقويمياً أو بفرض المقارنة العلمية لظاهرة أخرى أو بين عنصرين في ظاهرة معينة.⁵

وتعتبر الدراسة الوصفية هي تلك الدراسة التي تصف واقع المشكلات والظواهر في الدراسات بدون تغيرات، وتحدد المعايير التي يجب على الصورة المخرجة، وتهتم الأبحاث الوصفية أيضاً بالظروف

¹ صالح بن نوار، مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية، منشورات مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2012، ص134.

² موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف وسعيد سبعون، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2006، ص115.

³ ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، أساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، ط5، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ص72.

⁴ صالح بن نوار، مرجع سابق، ص122.

⁵ حامد عباس مخيف المعموري، عارف وحيد إبراهيم الخفاجي، مناهج البحث في البحث العلمي، ط1، 2016، دار المنهج للنشر والتوزيع، ص110.

والعلاقات القائمة والممارسات الشائعة والمعتقدات ووجهات النظر والاتجاهات والقيم عند الناس.¹ ما يشير إلى أنّ المنهج الوصفي لا يعتمد كما يعتقد البعض على مجرد وصف ظاهرة معينة موجودة بل يتعدى ذلك إلى اكتشاف الحقائق وآثارها والعلاقات التي تتصل بها وتفسيرها والقوانين التي تحكمها.² كما أنّ المسح بالعينة غالباً ما يحقق أغراض الباحث في الحصول على وصف ثابت ودقيق لسلوك الجمهور واتجاهاته خاصة إذا تم اختيار العينة على أساس سليم.³ وتوظيف المنهج الوصفي في هذه الدراسة يرجع لاعتماده على التحليل الكمي والكيفي.⁴ القائم على دراسة الظاهرة كما هي موجودة في الواقع فيصفها وصفاً كمياً أو كيفياً فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها وكذا الوقوف على التعبير الكمي الذي يعطي وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى. كون المنهج الوصفي يهدف من خلال جمع البيانات عنها مع فهمها وتحليلها إلى الوصول للمبادئ والقوانين المتصلة بظواهر الحياة والعمليات الاجتماعية الأساسية والتصرفات الإنسانية.

ونظراً طبيعة الدراسة الحالية ولإعتمادها على جانبين أحدهما تحليلي والآخر ميداني فقد ارتأت الباحثة الاعتماد على المنهج الوصفي بأسلوب المسح الشامل فيما يتعلق بشق الدراسة التحليلية والذي يشتمل على جميع المواد المنشورة على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك طيلة المدة الزمنية المحددة للدراسة التحليلية من 02 جويلية 2019 وإلى غاية 02 جانفي 2020.

بالإضافة إلى الاعتماد على المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة فيما يتعلق بدراسة كيفية التصفح والاستخدام لمواد التربية الإعلامية من مضامين ووسائل ودورها في نشر الوعي وتجسيد التربية الإعلامية من خلال التطبيق بالدراسة الميدانية على مستخدمي صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك.

¹ النعيمي، محمد عبد العال والبياتي، عبد الجبار توفيق وخليفة، غازي جمال، طريق ومناهج البحث العلمي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 227.

² موريس أنجرس، مرجع سابق، ص 15.

³ محمد عاطف غيث، دراسات في علم الاجتماع التطبيقي، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1990، ص 45.

⁴ أبو بكر، خير ميلاد والطائي، مصطفى حميد، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، الاسكندرية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، 2007.

وكذا توظيفه فيما يخص استطلاع واقع وسبل وجود التربية الإعلامية بالمجتمع الجزائري من خلال التوجه لعينة من الخبراء الأكاديميون والإعلاميون والتربويون بأداة استبيان الاستمارة.

8.1 - مجالات الدراسة:

يعتبر مجال الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لأي بحث علمي، كونه يساعد على قياس وتحقيق المعارف النظرية في الميدان وقد اتفق العديد من مستعملي مناهج البحث العلمي، أن لكل دراسة ثلاثة مجالات رئيسية هي المجال المكاني، المجال الزمني والمجال البشري وبناء على المشكلة وأهداف الدراسة سوف يتم صياغة مجالاتها كما هو موضح.

1.8.1 - المجال الزمني:

بالنسبة للدراسة التحليلية فهي تجرى بالفترة الممتدة من جانفي 2018 إلى غاية جانفي 2020 وأخذ هذه الفترة الزمنية يرجع لبداية البحث عن مواقع أو صفحات أو مجموعات تعالج مواد التربية الإعلامية من مضامين ووسائل إعلامية تتطرق لسبل نشرها وكيفية توظيفها لترشيد الاستخدام نحوها عبر المنصات الرقمية ومنها الشبكات الاجتماعية. ولقلة وجود صفحات متخصصة في التربية الإعلامية على النحو الذي تسعى إليه أهداف الدراسة الحالية وما يتم العثور عليه من صفحات والتي من خلال تصفحها تلاحظ الباحثة أنها تقدم مضامين جزئية بعيدة عن الطرح الأكاديمي المعمق أو تمثل جهود جهات معينة تسعى للنضال من أجل تجسيدها فتنتشر تواريخ ومحاوَر الفعاليات العلمية أو تعمل على تقديم موجز لأسماء باحثين وأعمالهم دون طرح علمي معمق يعكس أسس التربية الإعلامية بما يخدم الشباب الجزائري.

لهذا يقع الاختيار على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيس بوك التي يديرها " نادي التربية على وسائل الإعلام" بتاريخ 02 جويلية 2019 الموازي لتاريخ إنشائها ؛ حيث يسعى النادي من خلال نشاطه بتطبيق برنامجه ومضامينه حول التربية الإعلامية ونشرها على صفحته بالفيس بوك وهي ذات البداية لإجراء تحليل المضمون على المنشورات المقدمة بها لدراستنا التحليلية من 02 جويلية 2019 وإلى غاية 02 جانفي 2020. وإن اختيار الباحثة لتاريخ 02 جانفي 2020 فمرده أن لكل دراسة مدة زمنية تتوقف عندها وتتقيد بها ولا بد للتساؤلات التي تطرحها أن تلقى إجابة خلال تلك الفترة المضبوطة، من جهة أخرى تعتبر المدة الزمنية المحددة لجمع البيانات واستنباط النتائج كافية لتوضيح

مضامين صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" حول مواد التربية الإعلامية ومدى مساهمتها في تلبية مختلف حاجات المستخدمين المنضوين بها. وكيف كان تفاعلهم حولها سواء إدارة الصفحة أو المعجبين بها ومدى تواصلهم معها بالإضافة إلى التطرق لحجم المعلومات والوعي الذي تسعى لتشكيله لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية بصفة عامة بخصوص توجيههم وإرشادهم نحو مضامين وسائل الإعلام بصفتها عبر موقع الفيسبوك خاصة لدى النشء والشباب.

وفيما يتعلق بالدراسة الميدانية فمجالها الزمني هو من جانفي 2018 وإلى غاية جوان 2020 ؛ حيث يتم إعداد الجانب النظري أولاً، ثم الانتقال إلى الجانب الميداني أين يستغرق إعداد استبيان الاستمارة الالكترونية وكذا استبيان المقابلة النصف مقننة وتحكيمهما أربعة أشهر من سبتمبر 2019 وإلى غاية جانفي 2020 بالإضافة في نفس الوقت إعداد شبكة الملاحظة بالمشاركة، ثم مرحلة توزيع استبيان الاستمارة الالكترونية في شهر جانفي 2020 على عينة تجريبية من المنضون بصفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور ثم إعادة توزيعه على أفراد عينة الدراسة واسترجاعه بشهر فيفري 2020. وكذلك توزيع استبيان المقابلة النصف مقننة على القائم بالاتصال ومسير الصفحة المعنية بالدراسة بالإضافة إلى استبيان استمارة استطلاعي موجه إلى عينة من الخبراء الأكاديميون الإعلاميون والتربويون لتجريبه واختباره أولاً ثم إعادة تعديله وتوزيعه في شهر جانفي 2020 واسترجاعه في شهر أفريل 2020 وأخيراً عملية تفريغ ومعالجة البيانات وتحليلها لاستنباط نتائج الدراسة لما سبق ذكره إلى غاية جوان 2020.

2.8.1- المجال المكاني:

تتقي الباحثة في جانب دراستها التحليلية لمجالها المكاني الشبكات الاجتماعية بالفضاء الرقمي عبر موقع الفيسبوك على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور"، ببداية العمل عليها من 02 جويلية 2019 وإلى غاية 02 جانفي 2020 للجانب التحليلي من الدراسة، مراعاة للمصادقية وكذا الإمام بمضامينها منذ بداية النشر فيها لما تقوم به من نشر من خلال تتبع مختلف مضامينها بالدراسة والتعقيب والتحليل.

وتعتمد الباحثة في مجال الدراسة الميدانية كذلك على مجال الفضاء الرقمي الذي تنتقي منه جمهور مهتم بالتربية الإعلامية عبر موقع الفيسوك، تختار منه الأعضاء المنضون بصفحة "نادي التربية على

وسائل الإعلام بتستور "من خلال استجوابهم عبر أداة الاستمارة الالكترونية وكذا مسير الصفحة من خلال استبيان المقابلة النصف مقننة وكذا المتابعة العملية من خلال أداة الملاحظة بالمشاركة لنفس الصفحة، كما تخصص الدراسة في جانبها الميداني مجال مؤسسات التعليم العالي بالجزائر كمجتمع متاح، يختار منه عينة من الخبراء من الأكاديميون الإعلاميون والتربويون من خلال إجراء استبيان استمارة باعتباره المجال الأوسع والأكثر وفرة تضمينا لمجال الدراسة.

3.8.1- المجال البشري:

والذي يتمثل في الجمهور العام بحسب ما تستدعيه الحاجة البحثية من طبيعة الإشكالية وكذا الأهداف المرجو الوصول إليها بالدراسة إذ يقسم إلى الجمهور الداخلي ويتجسد في الخبراء من الأكاديميين الإعلاميين والتربويين بالجامعة الجزائرية على أساس علاقتهم بالدراسة من منطلق تخصصهم العلمي ما يتيح إمكانية اطلاعهم بمواضيع التربية الإعلامية على الوجه الذي يخدمها في إطار مجتمعها المحلي ووفق ما يتمشى والنظامين التعليميين الرسمي وغير الرسمي بها والذي تستهدف به توعية فئة الشباب الجزائري، بالإضافة إلى الجمهور الخارجي ويتمحور في مستخدمي صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك باعتبارهم منضوين مهتمين بالمعرفة بالتربية الإعلامية من خلال ما ينشر عبرها من قبل القائم بالاتصال والذي هو الآخر تشملته الدراسة والمتمثل في مديرة الصفحة "وهيبة الغالي"¹.

9.1- مجتمع البحث وعينة الدراسة :

والذي يقوم على تحديد الخصائص الرئيسية لمجتمع البحث المستهدف حتى يتم تشخيصه بوضوح والتحقق من مدى إمكانية بلوغه في الوقت المناسب. ويعرفه مورييس أنجريس بأنه: "مجموعة عناصر بها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو التقصي"².

¹ وهيبة الغالي، خريجة معهد الصحافة والأخبار بتونس وباحثة في مجال التربية على وسائل الإعلام ومؤسسة نادي

التربية على وسائل الإعلام بتستور ومسيرة صفحة لذات النادي عبر الفيسبوك وعنصر ناشط في جمعية كن صديقي

الداعمة للتربية الإعلامية وكذا بمكتب منظمة اليونسكو بتونس الداعم للتربية الإعلامية.

² مورييس أنجريس، مرجع سابق، ص 298.

ومجتمع الدراسة الحالي يتمثل في مستخدمي الشبكات الإجتماعية من الشباب الجزائري الذين انتقينا منهم من لهم دوافع نحو التربية الإعلامية والذي نرصد له لاستكمال أهداف البحث والوصول لإجابات عن تساؤلات الدراسة مستخدمي صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك التي تعنى بالتربية الإعلامية وتديرها الأستاذة ههبة العالي - مع طاقمها الشبابي وهي صفحة تربية إعلامية تنشط حول نشر التربية الإعلامية منذ تاريخ إنشاء النادي التونسي والذي يعمل على نشر ما يقوم به وفق برنامج يسعى للتوعية بها.

وفي الوقت الذي تفرض العينة نفسها كأسلوب لجمع البيانات لما يكون الباحث غير قادر على إجراء دراسته على جميع مفردات مجتمع الدراسة فيلجأ عندها إلى اختيار عينة تجرى عليها الدراسة، على شرط أن تكون العينة ممثلة للمجتمع الأصلي. ويعرف محمد عبد الحميد العينة على أنها: عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجياً ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلاً لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع.¹ ونظراً لاتساع حجم العينة وصعوبة حصرها وعدم تجانسها ارتأينا إلى اختيار العينة المتعددة المراحل بحيث اعتمدنا في استخراج مفرداتها على التقسيم الآتي :

1.10.1- العينة الزمكانية: هي تقنية احتمالية تستخدم لتجنيد عينة من المجتمع المستهدف في أوقات محددة في أماكن محددة يتردد عليها أفراد هذا المجتمع بكثرة دون سواهم.²

وفي هذه الدراسة تمثلت العينة الزمكانية في صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك والتي أجرينا الدراسة التحليلية عليها في الفترة الزمنية الممتدة من جويلية 2019 وإلى غاية جانفي 2020 وتتمثل وحدات الزمن في تتبع المنشورات عن كل يوم 24 ساعة طيلة ستة أشهر وهي فترة كافية بجمع وتتبع البيانات عبرها بغية تحليلها واستخراج النتائج من خلالها تماشياً وأهداف الدراسة. وتعلقت هذه العينة بالمنشورات التي يتم عرضها على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" ويرجع تحديد هذه الفترة الزمنية لكون شهر جويلية تاريخ إنشاء الصفحة وكذلك لمتابعة

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص164.

² فضيل دليو، تقنيات المعاينة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2015، ص

منشوراتها عبر الفيسبوك لاحظنا الحاجة لمتابعتها طيلة هذه الفترة حتى يتحلى البحث بالمصداقية والواقعية في تحليل البيانات المتحصل عليها والتي تتوافق والتوجه الحالي للدراسة في شقها التحليلي. بطاقة تقنية لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك المعنية بالدراسة:

الاسم	نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور
النشاط	التدرب على التعامل مع وسائل الإعلام
المكان	¹ نادي الأطفال بتستور
المشرفة على النادي	² وهيبة الغالي
تاريخ الانطلاق	2 جويلية 2019
عدد الأعضاء	15 تلميذا
الأعمار	بين 13 و 16 سنة
المستوى التعليمي	من 7 أساسي إلى الثانية ثانوي
عدد الحصص في الأسبوع	بين حصّة واثنين
عدد الحصص الجملي	20 حصّة وأعمال ميدانية وخرجات وزيارات
إطار بعث النادي	بُعْث النادي في إطار بحثي لإنجاز أطروحة دكتوراه حول التربية على وسائل الإعلام
أهداف النادي	ملاحظة تطور سلوك المبحوثين (أعضاء النادي) في تعاملهم مع وسائل الإعلام والمضامين الإعلامية التقليدية والرقمية
مواضيع الحصص	مصادر الخبر-الأشكال الصحفية-القيم الخيرية-أنواع الصحافة-قواعد القرب-الهرم المقلوب-الأخبار الكاذبة-معالجة الصورة-الفوتوشوب-الأخلاقيات-الإبحار الآمن على الانترنت-اكتساب الفكر الناقد-التعامل المسؤول-إعداد مجلة حائطية-إعداد حصّة إذاعية-تغطية افتتاح مهرجان المالوف-خرجات وزيارات
وسائل التواصل	https://www.facebook.com/ صفحة فايسبوك مجموعة نقاش خاصة على الفايسبوك بين المشرفة على النادي والأعضاء لتنظيم اللقاءات وتوزيع المهام والتحاور حول الأحداث
تقييم التجربة	السلوك: التعامل بأكثر حذر مع وسائل الإعلام التقطن لإخلاطات وتجاوزات في الإعلام

¹مؤسسة تربية تحت إشراف وزارة المرأة والأسرة والطفولة وكبار السن بتونس

² وهيبة الغالي، مرجع سابق.

التفاعل مع المحيط: تفاعل الأولياء مع التجربة ومتابعتها وتقديم مقترحات بشأنها مثل تنظيم دورات تدريبية للأولياء تفاعل العديد من التلاميذ وطلب الالتحاق بالنادي والمشاركة في أنشطته آفاق النادي اكتشاف مواهب في التنشيط والتقديم والتصوير وتركيب الفيديوهات التحاق عدد من الأعضاء براديو واب دار الشباب بتستور وتلقي تكوين مع فريق الراديو التمسك بتواصل أنشطة النادي وتجاوز الصعوبات	
الصعوبات -الفضاء الأساسي للنادي هو مدرسة أو معهد لكن تم التجاء إلى نادي الأطفال والحصول على ترخيص من الجهات المسؤولة بسبب انطلاق العطلة الصيفية -عدم ارتباط المؤسسة بشبكة الانترنت -غياب الدعم المادي وتحمل المصاريف بصفة شخصية للمشرفة (انترنت-أدوات مكتبية-حفل) -عدم قدرة البعض على المواظبة فكانت قائمة الأعضاء تتغير -تغيير مواعيد النادي بسبب العودة المدرسية فأصبح الأعضاء يجدون صعوبة في التوفيق بين الدراسة ودروس الدعم والنادي	

2.10.1- العينة الإلكترونية:

"..يتم اختيار مفردات العينة الإلكترونية التمثيلية من إطار متكون من مجموعة من الأشخاص محددة بوضوح من حيث المكان والزمان، فهي تشير فقط وحصرًا لمستخدمي الانترنت، ولكن قد يشمل أيضا مجموعات محددة من مستخدمي الانترنت، مثل مستخدمي بعض المواقع أو منصات خدمية معينة أو مجموعات المستخدمين الذين يمكنهم الوصول إلى الشبكة عن طريق أي نوع من أنواع أجهزة التواصل"¹.

ويعرف كوبيليس "Cubiles, 2002, 286" المجتمع الذي قد يشارك في الدراسات الاستقصائية على الانترنت بأنه يشمل أولئك الأشخاص الذين لديهم إمكانية الوصول إلى الوسائل المناسبة لاستكمال استبيان المسح عن طريق الانترنت". وقد قسمها تبعًا لدرجة تعامل مفرداتها مع الانترنت إلى مجتمع

¹ فضيل دليو، مرجع سابق، ص 156.

متشعب وغير متشعب مع تمييزهما بعدم محدوديتهما جغرافيا، فالمجتمع المتشعب في نظره هو الذي تصل نسبة تعامل مفرداته مع الانترنت إلى 80 بالمئة أو أكثر من المجتمع (متبنيا بذلك تقديرات Lee 1988 & Trewin الخاصة بالمكالمات الهاتفية، وهو يتكون في نظره من أربعة أنواع: المجتمع-الجمهور - أو مجموع المستخدمين الذين يصلون إلى موقع إنترنتي معين أو إلى شبكة من المواقع لفترة من الزمن (المستهدف بالدراسة) ويمكن التفرقة هنا حسب طبيعة عناصر المعاينة بين عدد الزيارات أو عدد الزوار مع تطبيق نفس تقنيات المعاينة المناسبة لعموم المجتمع (العينة العشوائية البسيطة ..) (المستهدفة بالدراسة)، المجتمع المحدد-المشخص - الذين تتوفر عنهم قائمة بكافة العناصر والمعلومات لتحديد موقعهم، مجتمع مستخدمي الانترنت بغض النظر عن الموقع الذي يزورونه وعن الهدف من ذلك، مجتمع انترنتي متخصص يجب أن يتوفر فيه تخصص معين مطلوب للانضمام إلى المجتمع المستهدف.¹

بناءً على ما تقدم، فتوظيف العينة الإلكترونية في هذه الدراسة راجع لاعتبارات عديدة، منها: أولاً توافقها والإشكالية المطروحة التي تتناول متغير محوري في البحث وهو الشبكات الاجتماعية، ذات الطبيعة الإلكترونية التي تحتاج للولوج إليها وسائط رقمية متعددة من جهة ومن جهة أخرى ولاستكمال حاجتنا البحثية منها لابد من استنباط مؤشرات وأبعاد هذا المتغير، بما يخدم أهداف الدراسة وهذا يحيلنا على الاعتبار الثاني الذي نعني به المستخدمون المنضوون إلكترونيا بها والذين يعتبرون المستهدفين من قبلنا لاستكمال إجراءات الدراسة الميدانية، ولهذه الخاصية يتم اعتماد العينة الإلكترونية لتمثيل مجتمع الدراسة في هذا الجانب للإجابة على استبيان الاستمارة الإلكترونية بغرض معرفة آرائهم عن إمكانية استخدام وتوظيف التقنيات التكنولوجية عبر الشبكات الاجتماعية ومن ثم مدى مقدرتهم على فهم ما تتضمنه الرسالة الإعلامية من مضامين هادفة بناءة أو مضللة وعادات استخدامهم لمحتوى معين عبر الشبكات الاجتماعية التي اخترنا منها موقع الفيسبوك من خلال صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بنستور".

3.10.1- العينة القصدية:

¹ فضيل دليو، مرجع سابق ، ص 157.

ويعرف فضيل دليو العينة القصدية، بأنها: العينة التي نعينها لفئات محددة أو أنواع من الناس ونحن نعين للتنوع والاختلاف كالعينة الغير المتجانسة، عندما نريد أن تشمل عينتنا جميع الآراء ووجهات النظر، بغض النظر عن التمثيل النسبي لهذه الآراء داخل مجتمع الدراسة، للحصول على طيف واسع من الآراء لأنّ المستهدف من المعاينة في الواقع ليسوا أصحاب الأفكار ولكن الأفكار نفسها ذات الصلة بموضوع دراستنا.¹

ويرجع اختيار الباحثة لهذه العينة كونها تعد منهجيا خطوة أساسية تتماشى والإشكالية المطروحة وكذا متغيرات الدراسة وأهم تساؤلاتها المتعلقة بمستخدمي الشبكات الاجتماعية وربطها بالمتغير الرئيسي للدراسة وهو التربية الإعلامية وكيفية تفعيلها عبر الفضاء الرقمي ليستفيد مستخدمو الشبكات الاجتماعية منها في التعامل مع المضامين الإعلامية وكمرحلة ثانية من مراحل ضبط العينة الممثلة للدراسة الحالية وتأتي بعد العينة الالكترونية التي تعتبر كمرحلة أولى لاستخراج مفردات الدراسة منها باعتبارها تمثيل أولي للمجتمع الأصلي، تأتي العينة القصدية المتاحة هنا كعينة ملائمة لاستخراج مفردات الدراسة من العينة الالكترونية وتجسدت في جل المنضوين بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك كمجتمع أصلي والبالغ عددهم 427، الذي نستخرج منه عينة ممثلة له بواسطة العينة القصدية المتاحة وعدد مفرداتها 300 مفردة وباستخدام الطريقة الثلاثية لمعرفة احتمالية ظهور كل مفردة توصلنا إلى ما نسبته 70.25 بالمئة كفرصة ظهور لكل مفردة، لهم سابق معرفة وإطلاع بمفاهيم وأسس التربية الإعلامية وما هي الفائدة المرجوة من هذه الصفحة بعد التواصل والتفاعل مع منشوراتها المختلفة وما هي الإضافة التي تقدمتها لهم هذه الصفحة. إذ نجري معهم استبيان الاستمارة الالكترونية وفق ما تستدعيه متطلبات الدراسة وما تصبو إليه من أهداف. من خلال التواصل معهم وبمساعدة مدير الصفحة في الوصول إلى أفراد العينة عن طريق حساباتهم الشخصية عبر الفيسبوك وكذا النشر على حائط الصفحة المعنية بالدراسة التحليلية للإطلاع وملاً الإستبيان.

4.10.1- عينة الخبراء :

¹ فضيل دليو، علي غربي، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، الناشر مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري، دار الفائز، 2012، ص229.

تتطوي عينة الخبراء على تجميع عينة من الأشخاص ذوي تجربة معروفة أو مثبتة وذوي خبرة في بعض المجالات. ويشرف على تشكيلها عادة "فريق من الخبراء" .. فمن شأنها أن تكون أفضل وسيلة للحصول على آراء الأشخاص الذين لديهم خبرة معينة.¹

وتعتمد الباحثة على هذا النوع من العينة لكون الدراسة الحالية في هذا الجانب تعتبر استطلاعية فالدراسات عن التربية الإعلامية ما تزال في طور التأسيس لها بالجزائر وتحتاج لشرح أطرها وتوضيح موادها لتبيان السبل الممكنة لتجسيدها بالمؤسسات المجتمعية الجزائرية سواء بالنظام التعليمي الرسمي أو غير الرسمي لما للتربية الإعلامية من دور في ترشيد المستخدمين للفضاء الرقمي ومنه الشبكات الاجتماعية في التعامل الواعي مع مضامين ووسائل الإعلام كونها تشهد استقطاب معتبر لمختلف شرائح المجتمع، فرأي هذه العينة من الخبراء الأكاديميين من علوم الإعلام والاتصال وكذلك من علوم التربية بالجزائر ممن هم على دراية بالتربية الإعلامية ولديهم اهتمامات بالدراسات المتعلقة بها، مهم في الكشف واستطلاع سبل تفعيلها والذي نتلمسه في النتائج المتوصل إليها من خلال استبيان الإستمارة.

11.1- أدوات جمع البيانات:

تعتبر الأداة بأنها الوسيلة المستخدمة في جمع البيانات وتصنيفها وجدولتها وهناك كثير من الأدوات أو الوسائل التي تستخدم للحصول على البيانات، كما يمكن استخدام عدد من هذه الأدوات معاً في البحث الواحد وذلك لتجنب عيوب أو قصور إحداها، وأيضا للتمكن من دراسة الظاهرة بطريقة علمية ومن الجوانب كافة، وإذا كانت أدوات البحث متعددة، فإن لكل أداة مزاياها وأوجه قصورها عند استخدامها في أي بحث أو في التعامل مع مجتمع بحث والجدير بالذكر أنّ مزايا واحدة من أدوات البحث هو تجنباً لعيوب أداة أخرى. ولهذا يمكننا القول أن هناك أفضل الأدوات أو الوسائل وأكفأها التي تتفق مع دراسة موضوع دون غيره، وليس معنى هذا أنّ لكل بحث أدواته الخاصة به وذلك وفقاً لمبدأ المرونة المنهجية الذي ينهض على استخدام أكثر من أداة لجمع البيانات على اعتبار أن كل أداة هي بمنزلة ضابط لما تصل إليه الأداة الأخرى من بيانات ومعلومات. ودقة الأداة هي التي تمكن الباحث من تقديم النتائج الدقيقة لظاهرة تمت دراستها أو أن دقتها تكمن في قدرتها على قياس الثابت لظاهرة متغيرة.²

¹ فضيل دليو، مرجع سابق، ص 91.

² صالح بن نوار، مرجع سابق، ص 176.

يتم الإعتماد على عدة أدوات بحثية والتي يستعان بها في هذا النوع من الدراسات التحليلية الميدانية بغية الحصول على البيانات وهي أداة تحليل المضمون، أداة استبيان الاستمارة الالكترونية، أداة المقابلة النصف مقننة، أداة الملاحظة بالمشاركة وكذا أداة استبيان الاستمارة لتحليل ما يتم جمعه من بيانات من المبحوثين وتدوين ما يتم ملاحظته من آراء ونشاط المستخدمين بصفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك.

وتستخدم الباحثة في هذه الدراسة الأدوات البحثية التالية:

1.11.1- أداة الملاحظة بالمشاركة:

تتطلب الاندماج في مجال حياة الأشخاص محل الدراسة مع مراعاة عدم تغيير أي شيء في الوضع..وتستعمل هذه الوسيلة أيضا للتقصي عن المسارات الفردية ضمن أوضاع معينة.¹ أي " يمكن للملاحظة أن تجمع بين أشكال مختلفة للعمل الميداني " وهنا نجد ما أشار إليه هنري بيرتز الذي يرى أنّ " الملاحظة المباشرة هي أن يكون الباحث شاهدا على ضروب السلوك الاجتماعية للأفراد أو المجموعات في أماكن نشاطاتهم ذاتها أو في أماكن إقامتهم من دون أن يغير طريقة حدوثها، فهي تهدف (الملاحظة) إلى جمع وتسجيل كلّ جوانب الحياة الاجتماعية التي يشظ=جأهدا هذا الشاهد أو الملاحظ، حيث يحضر إلى الأفعال والحركات التي تنتج عنهم، ويستمتع إلى تبادل الكلام فيما بينهم "أمّا فيما يخص كيفة القيام بالملاحظة ذاتها فنميز دائما مع هنري بيرتز ثلاث مراحل متداخلة فيما بينها، وتتمثل في " شكل من التفاعل الاجتماعي مع الوسط الذي نريد دراسته كي نتواجد فيه، والقيام بنشاطات الملاحظة، ثم تسجيل المعطيات التي تمت ملاحظتها أي أساسا أخذ نقاط.²

تنتهج الباحثة خطوات الملاحظة بالمشاركة وفقاً لما حدده 'هنري بيرتز' كوسيلة للتعرف أكثر إلى مستخدمي صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك وعلى سبل إقبالهم والإشباكات المحققة منها عن اكتساب التربية الإعلامية وذلك كآلاتي:

-**الخطوة الأولى:** وتتجسد في الولوج للبيئة الرقمية عبر الصفحة للتواصل بأكبر قدر ممكن من فئات المستخدمين لها ؛ حيث تتضمن الباحثة كمستخدمة للصفحة محل الدراسة للتمكن من فهم ومتابعة تفاصيل تصرفات المنضوين بها بغرض الوصول للمعلومات المرادة ويتم ذلك طيلة المدّة الممتدة من أوت 2019 وإلى غاية فيفري 2020 (6 أشهر) بمعدل ساعتين كل مساء يوميا.

¹ موريس أنجرس، مرجع سابق، ص 185.

² سعيد سبعون، حفصة جراي، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع ، دار القصة للنشر، الجزائر، 2012، ص 86-87.

كما تقوم الباحثة بالتفاعل من خلال إبداء الإعجاب بالمنشورات وكذا التعليق عليها وأحيانا مشاركتها مع باقي المستخدمين دون لفت الانتباه لواقع إجراء دراسة عنهم، حتى تكون ردود أفعال المبحوثين على طبيعتها بعيدة عن التكلف فانضمام الباحثة للصفحة المعنية بالدراسة يجعلها على اطلاع ومتابعة لحيثيات دعم مواد التربية الإعلامية.

-الخطوة الثانية: وتتمحور حول التعمق في الملاحظة من خلال الرد على تعليقات بعض المستخدمين الآخرين للوقوف على مدى اكتساب وفهم مواد التربية الإعلامية وكذا في كل ما يدور بين المبحوثين من مشاركات، ردود وتعليقات، كما يتم تصفح مكونات الصفحة من أقسام وخدمات يتيحها الموقع للمنضوين ومتابعة المضامين المنشورة بها وكيفية توظيف مسير الصفحة لها، الذي يخضع هو الآخر لعملية الملاحظة من خلال الوقوف على سبل إدارته للصفحة والنشاطات التي يسعى لتحقيقها، وتهدف الباحثة لجعل الحلقة التي تربطها بالمستخدمين ومسير الصفحة حلقة تواصلية أساسها إخفاء الهوية عن طريق استخدام الاسم المستعار ومحاولة التعامل بطريقة موضوعية مع كل المواد المنشورة تجنباً للتحيز.

-الخطوة الثالثة: محاولة تدوين كل التصرفات المهمة وما يتم استنباطه عنها على نحو آني للتمكن من استرجاعها وتجنباً للتغاضي عنها، مع الحرص على ربطها بحيثياتها كمعطيات التاريخ ومدتها وتسجيل الخصوصيات الاجتماعية الديموغرافية إن كانت متاحة كالسن والجنس والمستوى التعليمي والنشاط المهني.

1.1.11.1 - مجال الاستفادة من أداة الملاحظة بالمشاركة بالدراسة:

- استخدام ما يتم تدوينه من ملاحظات في ربطه بصياغة أسئلة استبيان الاستمارة الإلكترونية الموجه لمستخدمي الصفحة لتكون دراسة مقارنة وذات بعد ايجابي للتساؤل الرئيسي، كون الملاحظة بالمشاركة تساعد في تبسيط الرؤى وتسهيل عملية فهم استخدامات واشباكات المستخدمين للصفحة محل الدراسة.
- استعمال الملاحظات المهمة في رفع مستوى تصميم أسئلة المقابلة النصف مقننة المعدة للقائم بالاتصال على الصفحة ومسيرها، إذ ما يتم تدوينه من ملاحظات حول محتوى الصفحة ونمط إدارتها له انعكاس باستهداف الأسئلة الجوهرية.
- محاولة الاندماج مع المستخدمين بالإطلاع على طريقة إدارة الصفحة والتواصل حول ما تتضمنه من مواد ومفاهيم ومكتسبات عن التربية الإعلامية ومتابعة كيفية تفاعل المستخدمين نحو ما يتم نشره والسعي لتوظيفها في تصميم استبيان استمارة الخبراء على النحو الذي يخدم الدراسة وطبيعة وخصائص المجتمع الجزائري لوجود مواد التربية الإعلامية بالنظام التعليمي الرسمي وغير الرسمي بها.

2.11.1 - أداة تحليل المضمون:

يقوم على أساس وصف منظم ودقيق لمحتوى نصوص مكتوبة أو مسموعة من خلال تحديد موضوع الدراسة وهدفها وتعريف مجتمع الدراسة الذي سيتم اختيار الحالات الخاصة منه لدراسة مضمونها وتحليله. وعادة يتم تحليل المضمون من خلال الإجابة على هذه الأسئلة في وصف وتصنيف محتوى المادة المدروسة بشكل يساعد على إظهار العلاقات والترابطات بين أجزاء ومواضيع النص.¹

تحلل الباحثة مضمون صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك، وهو ما يسمى تحليل مضمون المواقع الإلكترونية الذي يختلف في حالات كثيرة عن تحليل المضمون التقليدي نتيجة تعريف المحتوى المتاح على المواقع الإلكترونية، فهو يتجاوز حدود النص ذاته إلى كل ما هو متاح على الموقع من معلومات تشمل النص أو النصوص والوسائل المتعددة وأدوات التوصيل والإتاحة وسهولة قراءة المحتوى وارتباطاته حسبما تفرضه نظم إدارة المحتوى الإلكتروني، وهذه الأخيرة تشمل العمليات الخاصة بجمع المعلومات وتنظيم نشرها وعرضها في أشكال تيسر استخدامها واسترجاعها من قبل المتلقين أو المستخدمين واتخاذ قرارات الاستفادة منها مرات أخرى من خلال التخزين أو التسجيل أو تحميلها على أوعية أخرى.²

ولتحليل مضمون المواقع الإلكترونية تستعين الباحثة بما وضعه "محمد عبد الحميد" من عناصر لشرح مادة المواقع الإلكترونية كالآتي³:

- النص أو النصوص المتعددة.
- الروابط التي links تدخل في بناء النص الفائق.
- الوسائل المتعددة والفائقة.
- أدوات التجول والإبحار Navigation.
- أدوات التفاعل مع المحتوى أو غيره من أطراف العملية الإعلامية.
- عناصر الضبط والمراقبة.

¹ ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مرجع سابق، ص 78.

² وداد شميبي، منتديات الحوار الإلكترونية الجزائرية - دراسة تحليلية ميدانية - منتديات الجلفة أنموذجاً، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: صحافة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 03، 2014-2015،

³ محمد عبد الحميد، الإتصال والإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 2007، ص 295.

- طرق التجول في الموقع وتسجيل المستخدمين (التي تعد ضرورة في حالة غياب عناصر الضبط والمراقبة الأخرى أو تعد ضمنها في حالة وجودها).
- المساعدات والإرشادات.

فمواد التحليل السالفة الذكر تقدم تسهيل لدراسة المحتوى الرقمي لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر موقع الفيسبوك قيد الدراسة، ما جعل الباحثة تستعين به لضبط فئات الشكل والمضمون.

1. وحدات التحليل:

يتنوع توظيف وحدات التحليل من بحث لأخر تبعا لطبيعة الدراسة وأهدافها فمنها ما تستخدم وحدة الكلمة ومنها وحدة الفكرة أو الفقرة وأخرى وحدة الموضوع بحسب حاجة الباحث من المادة التحليلية وإمكانية الوحدة على الإجابة عن تساؤلات الباحث إذ قد يوظف وحدة فقط أوحتى وحدتين أو ثلاث مجتمعة، فبالنسبة لوحدات التحليل التي تستخدم في هذه الدراسة انطلاقاً من مشكلة وهدف وأسئلة الدراسة الحالية لإجراء التحليل الكمي والنوعي لمحتوى صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك هي كالاتي:

- وحدة التكرار: تمكن من حساب عدد مرات ظهور الكلمة أو المعنى أو عدد الصور أو الفيديوها.
- وحدة الفقرة التي تتضمن مغزى معين تكون مرتبطة بالمعنى الذي تؤديه الكلمات والجمل المشكلة لتلك الفقرة.

2. فئات التحليل:

وترتبط بإشكالية الدراسة وأسئلتها وأهدافها والمداخل الوظيفية المتصلة بها وطبيعة مضمون عينة الدراسة وتشتمل على الفئات التالية:

- **فئات الشكل:** وتتطوي على الفئات التي تمكن من تحديد الخصائص التصميمية لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر موقع الفيسبوك وهي:
 - فئة الموصفات للعناصر التعريفية في صورة غلاف الصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك والتي تتجسد في: اسم النادي، الشعار، ألوان النادي والهوية البصرية.

- فئة الموصفات للعناصر التعريفية في الصورة المصغرة لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك والتي تنطوي على: اسم النادي، الشعار، ألوان النادي، الهوية التصويرية.
- فئة علامة التوثيق الزرقاء ضمن صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر موقع الفيسبوك: إذا كانت متوفرة أم لا.
- فئة موصفات المعلومات المرفقة حول صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك والتي تنطوي على: اسم الصفحة وتاريخ التأسيس، وظيفة الصفحة، البريد الإلكتروني، موقع الويب، رقم الهاتف وخدمات النادي.
- فئة الموصفات الشكلية للمعلومات حول صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك التي تتحدد في: الإعجاب، إعجاب+تعليق، إعجاب+تعليق+مشاركة.
- فئة الموصفات المتعلقة بنوع المنشورات عبر صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك: من حيث كونها نص، صورة، رابط، فيديو أو مركبة مما سبق ذكره.
- فئة اللغة المستخدمة بمنشورات نادي التربية على وسائل الإعلام عبر صفحته "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك: تتمثل في اللغة العربية، الإنجليزية، الفرنسية أو مختلطة مما سبق ذكره.
- فئة تواتر النشر على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك: تعنى بعدد مرات النشر في اليوم.
- فئة عدد الصور المرافقة للمنشور على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك: التي تحدد إذا كان مرفق من صورة واحدة إلى أكثر من ثلاثة صور.

• **فئات المضمون: لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر موقع الفيسبوك: وتتمثل في الفئات التي تشرح الخصائص الموضوعاتية:**

- فئة مواضيع منشورات نادي التربية على وسائل الإعلام عبر صفحته "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك: ويتم فيها التعرف على نوع محتوى هذه المنشورات والمغزى من منها.
- فئة طبيعة المنشورات الإعلامية للصفحة: وتعنى هذه الفئة بالأنشطة الإعلامية والصحفية والاجتماعية التي يمارسها النادي والتي تقوم إدارة الصفحة بتناولها.

- فئة مواضيع المعلومات الإرشادية والتحذيرية: تحدد هذه الفئة جوانب عدة للوقاية من مخاطر والتوعية حول الإستخدام العشوائي لوسائل الإعلام.
- فئة نطاق القوانين الضابطة للتعامل مع المضامين الإعلامية ضمن الشبكات الاجتماعية: عبر هذه الفئة يتم تصنيف القوانين التي تحدد كيفية استخدام المحتوى الإعلامي وفق النطاق الجغرافي وكذا الطابع المؤسسي.
- فئة منهجية العمل على التربية الإعلامية: توضح طريقة سير الصفحة في تناول مواد التربية الإعلامية من خلال منشوراتها.
- فئة مواضيع الدروس النظرية والنشاطات التطبيقية: نتعمق فيها من خلال الوقوف على الأنواع الصحفية وكذا مفاهيم متعلقة بالتربية الإعلامية.
- فئة مصادر المعلومات: نتعرف هنا على القنوات التي يتم اعتمادها كمرجع لنشر المحتوى المتعلق بمواد التربية الإعلامية.
- فئة الفاعلون: نحاول من خلال هذه الفئة الوقوف على الأطراف القائمة على نشر المعلومات عبر الصفحة.
- فئة أهداف منشورات الصفحة: عبر هذه الفئة نحاول تحديد ما تسعى مضامين الصفحة تمريره من رسائل متعلقة بالتوعية بمواد التربية الإعلامية.
- فئة اتجاهات مضامين المنشورات نحو التربية الإعلامية: تحدد هذه الفئة مؤشرات اتجاه الصفحة نحو ما يتعلق بما تنشره بالتأييد، الحياد أو المعارضة.
- فئة القيم: يتم من خلال هذه الفئة معرفة ما تحاول منشورات الصفحة الترشيد عليه من قيم معرفية، تربوية، جمالية وغيرها من القيم. التي اعتمدنا لاستخراج فئاتها الثانوية على تصنيف "عبد الرحمان عزي للقيم"¹.

بعد الصياغة الأولية لفئات التحليل تقوم الباحثة بطرح استمارة تحليل المضمون لدى المحكمين² لإبداء ملاحظاتهم عنها، والتي حاولت الباحثة التعامل معها بموضوعية وتوظيفها على النحو الصحيح لأجل

¹ عبد الرحمان عزي، منهجية الحتمية القيمية في الإعلام ومقاييس (ع.س.ن) للإعلام والقيم، الدار المتوسطة للنشر، ط1، تونس، 2013، ص89-90.

² المحكمين لأداة تحليل المضمون، هم:

- الدكتور: نور الدين لبجيري، أستاذ محاضر أ، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة.
- الدكتور: عطاء الله طريف، أستاذ محاضر أ، جامعة عمار تليجي الأغواط.
- الأستاذ الدكتور: أحمد فلاق، استاذ تعليم عالي، جامعة الجزائر 03.
- الأستاذة الدكتورة: سامية عرار، أستاذة التعليم العالي، جامعة عمار تليجي الأغواط.
- الأستاذ الدكتور: بوداود حسين، أستاذ التعليم العالي، جامعة عمار تليجي الأغواط.

ضبط الصياغة النهائية للإستمارة، والوقوف على مدى صدقها الداخلي والذي أظهر أنها تقيس الأسئلة الفرعية المطروحة وذات علاقة بإشكالية الدراسة وأهدافها وكذا صدقها الخارجي من خلال معالجة الدراسة لاستخدامات الشباب لمضامين الشبكات الاجتماعية وكيفية الحماية والتمكن من موادها وجعلها في خدمتهم وتنمية قدراتهم الفكرية والسلوكية والوجدانية، بالإضافة لهذا قياس معامل ثباتها من خلال تطبيق معادلة هولستي¹ وفق الخطوات التالية:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{n(\text{متوسط الاتفاق بين المحكمين})}{1 + (n-1)(\text{متوسط الاتفاق بين المحكمين})}$$

حيث:

n = عدد المحكمين أو المرمزين

متوسط الاتفاق بين المحكمين يتم حسابه عن طريق جمع ما اتفق عليه المحكمين وتقسيمه على عدد الفئات الكلية التي تم تحليلها.

متوسط الاتفاق = $\frac{\text{عدد الاتفاق حول الفئات الرئيسية والفرعية}}{\text{عدد الفئات الكلية}}$

عدد الفئات الكلية

ثم: جمع كل تلك النسب وتقسيمها على عدد الأزواج التي يشكلها المحكمون

وبتوظيف ما سبق، نجد:

عدد الفئات الكلية = 158 فئة (مستخرجة من حساب جميع الفئات الرئيسية والفرعية والثانوية).

عدد المحكمين = 5

متوسط الاتفاق = أولاً: حساب عدد الفئات المتفق عليها بين كل زوج من المحكمين

المحكم 1 والمحكم 2 اتفقوا على 120 فئة

متوسط الاتفاق للمحكم 1 و 2 = $\frac{120}{2} = 0.75$

158

المحكم 1 والمحكم 3 اتفقوا على 143 فئة

متوسط الاتفاق للمحكم 1 و 3 = $\frac{143}{3} = 0.90$

158

¹ عبد الرحمان عزي، مرجع سابق، ص 54-55.

وهكذا إلى غاية اتفاق آخر زوجين من المحكمين وفي هته الدراسة تحصلنا على اتفاق ستة 6 محكمين
ثانيا: حساب حاصل جمع متوسط الاتفاق لكل المحكمين على عدد أزواج المحكمين، أي:

$$0.63 = \frac{0.65+0.47+0.41+0.61+0.90+0.75}{6}$$

متوسط الاتفاق بين المحكمين = 0.63

ومما سبق وبتطبيق:

$$\begin{aligned} \text{معامل الثبات} &= \frac{n(\text{متوسط الاتفاق بين المحكمين})}{(n-1) + 1} \\ &= \frac{(0.63)5}{(0.63)(4) + 1} \\ &= \frac{3.15}{3.52} \\ &= 0.89 \end{aligned}$$

ومنه معامل الثبات هو 0.89 وعليه يمكن القول أن صدق ثباتها عالي، ما يجيز الاداة لتحقيق أغراض الدراسة والاجابة على التساؤلات المتضمنة بها.

1.2.11.1 - مجال الاستفادة من توظيف أداة تحليل المضمون:

- تساعد في تحليل المضامين الرقمية من خلال السير بالخطوات التي تضعها كتحديد وحدات التحليل وفئات التحليل شكلا ومضمونا المرتبطة بما ترغب الباحثة في متابعته من فئات لتحقيق الإجابة عن تساؤلات الدراسة الحالية.
- تمكن من فتح المجال للوقوف على معرفة مكونات الصفحة من الناحية الشكلية وفهم كيفية عرض وتنظيم محتوياتها، كذلك الوقوف على المضامين ومعانيها وما تركز عليه الصفحة وتحاول التأثير به من اتجاهات نحو مواد التربية الإعلامية.
- تسهل عملية التنسيق والتعرف على ما يرغب به القائم بالاتصال من مواد ومصادرها.

3.11.1 - أداة استبيان الاستمارة الالكترونية:

تعد وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد ويسمى الشخص الذي يقوم بإملاء الاستمارة بالمستجيب.¹ وأداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة، مرتبة بأسلوب منطقي

¹ الرفاعي، أحمد حسين، مناهج البحث العلمي - تطبيقات إدارية واقتصادية-، عمان، دار وائل، 1998، ص181.

مناسب، يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها.¹ فالاستبانة وثيقة يتم بواسطتها جمع البيانات ومعلومات حول الظاهرة أو المشكلة البحثية وتكون على شكل صفحة أو أكثر وتتألف من عدة أجزاء ويقصد بالاستبانة تلك الوسيلة التي تستعمل لجمع البيانات من مجموعة من الأسئلة التي تتمحور حول مشكلة البحث بجوانبها ومتغيراتها والعوامل المؤثرة فيها بقصد جمع بيانات ومعلومات حولها.² وتعرف الاستثمارة على أنها أداة علمية تبنى وفق مراحل علمية تكتسب عبرها صدقها وثباتها وتشتمل بنودها على إمكانية قياس فرضيات البحث وتحديد العلاقات بين المتغيرات.³

وتوظف الباحثة أداة استبيان الاستثمارة الإلكترونية الذي بحسب "راي بوينتر" بأنه ذلك الذي "يمكن الولوج إليه عن طريق متصفح الإنترنت (مثل إنترنت إكسبلورر أو موزيل فير فوكس) وهذا النوع من الاستثمارات تشغله وتصوغه برمجيات متخصصة في الاستبيانات على الإنترنت (على غرار البرمجيات التي تنتجها شركات أبحاث مثل (Confirmit أو Nebu أو Voxco) والاستبيان يمكن أن يعدّ من خلال مجموعة من الأدوات منها على سبيل المثال لغة تحرير النص الفائق HTML أو لغة الجافا أو تقنية الفلاش، كما يمكن أن يظهر إمّا على هيئة صفحة واحدة طويلة أو عدد من الصفحات يعرض كلّ منها سؤالاً أو مجموعة من الأسئلة".⁴

تستخدم الباحثة استبيان الاستثمارة الإلكترونية الموجه لمستخدمي صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك للإطلاع على دوافعهم واستخداماتهم لها وفق المراحل التالية:

- تبيان الأهداف المرجوة من توظيف استبيان الاستثمارة الإلكترونية وفق ما تتطلبه طبيعة الدراسة وتساؤلاتها، وهو ما عملت عليه الباحثة إذ توصلت للحاجة إلى دراسة سلوكيات مستخدمي صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك كطرف مهم في عملية تفعيل التربية الإعلامية ونشرها بالوسط الافتراضي بين الشباب على اعتباره الطرف المستهدف بالتوعية عليها.

¹ عليان ربحي، خطوات البحث العلمي في علم المكتبات، ص 17

² حامد عباس مخيف المعموري، مرجع سابق، ص 202.

³ عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص 147.

⁴ راى بوينتر، دليل بحوث الأنترنت وشبكات التواصل الإجتماعي، أدوات وتقنيات لباحثي السوق، ط1، عام الكتب، القاهرة، ص 17.

- تصميم استبيان أولي للإستمارة الالكترونية في ضوء التساؤلات والأهداف (أسئلة مغلقة وأخرى مفتوحة)، بعدها عرضه على المحكمين¹ من ذوي الاختصاص للأخذ بالملاحظات المقدمة عنه.
- على ضوء التعديلات المقترحة تقوم الباحثة بإعادة صياغة استبيان الإستمارة الالكترونية، ليتم عرضه على عينة تجريبية بإدراجه عبر الصفحة المعنية بالدراسة بموقع الفيسوك، وكذا من خلال الاستعانة بمسيرة الصفحة في اطلاع المستخدمين لها به، وكذا بإرساله عبر الرسائل الخاصة عبر حساباتهم على الفيسوك، لتعذر التواصل معهم وكذا لعزوفهم عن الإجابة الكاملة على الأسئلة بادئ الأمر. وقد استمر الاستبيان مدرج على حائط الصفحة مدة 20 يوما لحين استجابة العينة التجريبية له وتفاعلها نحوه والتي بلغ عددها 72 مبحوث.
- إعادة صياغة استبيان الإستمارة الالكترونية في صورته النهائية، بالإستعانة بـ google drive كتنقية في عملية تصميم وإخراج استبيان الإستمارة الإلكترونية مع مراعاة المواصفات المطلوب توافرها في استبيان الأنترنت من مرونة وبساطة في التناول، والتي جاءت كالتالي:

– من الناحية الشكلية: جاءت الأسئلة في سبعة صفحات مكتوبة بخط واضح وبلون أسود وخلفية بيضاء وعن المسافة بين الأسطر فهي متناسقة وغير متداخلة تراعي قراءة الأسئلة والإجابة عنها عبر صفحة الكترونية من قبل المبحوث مستهلة بعبارة تشير لكون استبيان الإستمارة الالكترونية مصمم لأغراض البحث العلمي وأن المعلومات الواردة به سرية، والتي تبرز السؤال وخياراته التي يختار منها عن طريق خانات مخصصة للإجابة يضبط عليها فقط وأخرى يكتب فيها رأيه بحسب طبيعة السؤال، كما يجد المبحوث شكل نجمة بلون احمر في بداية جملة السؤال تبرز إجبارية الإجابة عليه وعدم القدرة على تخطيه ومن ثم إرساله وهذا وفقا لنظام تصميم برنامج google drive وسماته المتبعة.

¹ المحكمين لاستبيان الإستمارة الإلكترونية، هم:

- الدكتور: عطاء الله طريف، أستاذ محاضر أ، جامعة عمار ثلجي الأغواط.
- الأستاذ الدكتور: أحمد فلاق، أستاذ تعليم عالي، جامعة الجزائر 03.
- الأستاذ الدكتور: فضيل دليو، أستاذ تعليم عالي، جامعة صالح بوينيدر-قسنطينة 3-.
- الدكتورة: بسمة فنور، أستاذة محاضرة أ، جامعة صالح بوينيدر-قسنطينة 3-.
- الدكتورة: مفيدة طايرة، أستاذة محاضرة أ، جامعة صالح بوينيدر-قسنطينة 3-.

– من ناحية المضمون: يتكون استبيان الاستمارة الالكترونية من 33 سؤال متدرجة من البسيط إلى المعقد ومتنوعة في قالب الإجابة عنها فمنها أسئلة الرأي والتقييم وغيرها مقسمة على أربعة محاور هي:

- المحور الأول: يشمل البيانات السوسيوديمغرافية للمبحوثين وهي النوع، السن والمستوى التعليمي وكذا النشاط المهني. وإدراجها يعود لطبيعة الدراسة حتى تساعدنا على تفسير وتحليل النتائج المتوصل إليها.

تليها محاور أسئلة الدراسة المكونة من ثلاث محاور وهي:

- المحور الثاني: المعنون بـ أنماط استخدام صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" لمضامينها، والذي حاولنا بناءه بالاعتماد على الأسئلة التمهيدية ثم التعمق في جوهر تفعيل التربية الإعلامية عبر الصفحة إذ كانت الأسئلة تتعلق بديمومة المتابعة، ثم التطرق إلى عوائق استخدام الصفحة وكيفية تفاعل المنضوون حولها وهدفهم من التفاعل.

- المحور الثالث: المعنون بـ دوافع استخدام صفحة النادي "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك والذي نتناول فيه أسباب استخدام الصفحة على غرار الحاجات المعرفية والسلوكية وطبيعة وأنواع مواد التربية الإعلامية.

- المحور الرابع: المعنون بـ الإشباعات المحققة من خلال منشورات صفحة النادي بالفيسبوك حول مواد التربية الإعلامية لدعم السلوكيات الاتصالية والتفاعلية عبر الشبكات الاجتماعية كالمعرفة والوعي واكتساب مهارات وتقنيات وأبعاد التعامل نحو وسائل الإعلام.

وبعدها تم تنزيل استبيان الاستمارة الالكترونية للمرة الثانية عبر موقع الفيسبوك بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور"، وقد راعت مسيرة الصفحة وضع الإستبيان كمنشور يظهر على حائط الصفحة ويمكن التعليق عليه ومشاركته مع الأصدقاء حرصا على وصوله لأكبر قدر من المستخدمين لها، حتى تساعد على لفت الإنتباه له أرفقته بعبارة نصية مفادها أن هذا الإستبيان هو بصدد إجراء دراسة عملية وأن المعلومات الواردة فيه تضل سرية لهذا يمكنهم المساعدة بالإجابة وإرساله.

وقد ظل منشور الإستبيان على الصفحة متاح للمستخدمين للإجابة عنه مدة شهر ليجيب عنه 300 مبحوث وقد تم استبعاد 17 استمارة لعدم جدية أصحابها في الإجابة .

هذا وقامت الباحثة بمتابعة سير عملية ملأ استبيان الاستمارة الالكترونية عبر الأنترنت بتصفح آخر التحديثات كإحصائيات المختلفة لكل الأسئلة ونسب المشاركة في الاستبيان وغيرها من خلال ما يتيح برنامج google drive من ميزات ما يجعل الباحث على إطلاع بحوثات الإجراءات المتخذة من المبحوثين.

1.3.11.1- مجال الاستفادة من استبيان الاستمارة الإلكترونية:

- تمنح للباحث فرصة الاقتراب من معرفة خصائص وطريقة تفكير المبحوثين من مستخدمي الصفحة وجعل الدراسة تتميز بالواقعية من خلال الغوص في أساليب تفكيرهم وتوجهاتهم نحو الوعي بالتربية الإعلامية.
- تمكن هذه الأداة من خلال ما يدلي به المبحوث من السير بخطى متوازنة نحو وضع إستراتيجية ودليل عمل للتربية الإعلامية يراعي خصائص المستخدمين للشبكات الاجتماعية بالمجتمع الجزائري كمحتوى مواد التربية الإعلامية وطريقة نشرها بينهم لجذبهم نحوها وتحقيق إشباعاتهم منها. ولتحسين وتفاذي الأخطاء عند تصميم مواد التربية الإعلامية مستقبلا.
- يساعد الأنترنت على توزيع استبيان الاستمارة الالكترونية لأكثر عدد بأقل جهد وتكاليف وكذا من حيث الحصول على الإحصائيات مع دقتها وموضوعيتها.
- تساعد هذه الأداة في التوجه إلى عينة الدراسة من المستخدمين للشبكات الاجتماعية المقصودة منها المنضون بصفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر موقع الفيسبوك. وتجنب عناء البحث عن المبحوثين المرغوب فيهم.

4.11.1 - أداة استبيان المقابلة النصف مقننة:

تعد المقابلة وسيلة يقوم بواسطتها الباحث أو مساعدوه بتوجيه عدد من الأسئلة لعضو العينة وتكوين إجاباته.¹ والمقابلة هي تفاعل لفظي بين شخصيتين في موقف مواجهة يحاول فيه الشخص القائم بالمقابلة أن يستثير معلومات أو آراء شخص آخر على بعض البيانات.² إذ تعد من أهم الوسائل البحثية في جمع البيانات والمعلومات من الميدان الاجتماعي وبدونها لا يستطيع الباحث جمع وتبويب هذه المعلومات وتصنيفها ثم تحليلها من أجل صياغة نتائج نهائية تساعده على كشف مختلف جوانب الموضوع المدروس، فينظر للمقابلة على أنها عملية اجتماعية صرفة لأنها تحدث بين الباحث الذي يجمع المعلومات ويصنفها والمبحوث الذي يدلي بهذه المعلومات وهو يجيب على الأسئلة الموجهة إليه، لذلك يختص استعمال أداة المقابلة على الأبحاث الميدانية التي تهدف إلى جمع المعلومات الأصلية من وحدات مجتمع البحث والتي لا يمكن معرفتها دون النزول إلى واقع المبحوث والاطلاع على ظروفه

¹ إبراهيم العسل، الأسس النظرية والأساليب التطبيقية في علم الاجتماع، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1997، ص18.

² رشيد زواتي، البحث العلمي في العلوم الاجتماعية أسس علمية وتدريبية، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2004، ص

المختلفة والعوامل والقوى التي تؤثر فيه، إضافة إلى التعرف على طبيعة حياته النفسية والقيمية والمثالية.¹

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على المقابلة النصف مقننة: وتعني الاتصال والتفاعل المباشر بين المقابل أو الباحث والمبحوث، حيث يستعين الباحث في هذا النوع من المقابلة بالأوراق الاستبائية (الاستمارة) التي تعتبر الدليل أو المرشد أو الموجه للمقابلة منذ بدايتها. والباحث هنا يركز جهوده على قراءة الأسئلة للمبحوث وسماع الأجوبة وتدوينها فقط مع السماح له بشرح الغامض منها، دون تفسير المتعلقة بالمواقف والقيم والآراء..² ومن مميزات عادة ما تستخدم فيها الأسئلة ذات النهايات المغلقة، وإذا ما استخدمت الأسئلة ذات النهايات المفتوحة فتكون بغرض الاستيضاح أو معرفة الأسباب والدوافع.³

تستخدم الباحثة استبيان المقابلة النصف مقننة وفقا لما تستدعيه الأسئلة المطروحة في الدراسة والتي على ضوءها يتم إعداد وصياغة الأسئلة المعدة مسبقاً والموجهة إلى مديرة صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر موقع الفيسبوك ولكونها العنصر الوحيد المسير لها تكفي الدراسة بإجرائها معها. وقد استعانت الباحثة بالبريد الإلكتروني في إرسال الاستبيان كمرفق بالرسالة الإلكترونية للمبحوثة لكونها تقطن بدولة تونس التي يتعذر التواجد بها ولقاؤها شخصيا ما دفع بالباحثة إلى إرسالها لها إلكترونيا.

وكان تصميم استبيان المقابلة النصف مقننة بالسير وفق إجراءات منهجية منتظمة كالآتي:

- تبيان الدور والحاجة البحثية لتوظيف هذه الأداة ومحاولة تحقيق الأهداف المرجوة منها في هذه الدراسة.
- الرجوع للأبحاث السابقة وأدبيات الدراسة للاستفادة مما تم التوصل إليه من نتائج والتي يمكن توظيفها بما يخدم تصميم وصياغة الأسئلة.
- إعداد وصياغة استبيان المقابلة النصف مقننة بشكل واضح ومنتظم باختيار الكلمات المعبرة والموجزة.

¹ صالح بن نوار، مرجع سابق، ص 180.

² المرجع نفسه، ص 182.

³ محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، المكتبة الفيصلية، مكة المكرمة، 1987، ص 232.

- تقديم استبيان المقابلة النصف مقننة في شكله المبدئي للمحكمين¹ لتسجيل ملاحظاتهم حول جاهزيته واستيفائه لتغطية أسئلة الدراسة الفرعية وأهدافها.
 - إرسال استبيان المقابلة النصف مقننة عبر البريد الإلكتروني للمبحوثة للقيام بعملية تجريبية عليه للتأكد من سلامة ووضوح ما يرد فيه، ثم إعادة صياغته بعد القيام بالتعديلات اللازمة ووضعه في شكله النهائي ومن ثم إعادة إرساله للمبحوثة.
- ويتكون استبيان المقابلة النصف مقننة من ثلاثة عشرة سؤال موزعين على ثلاث محاور رئيسية، نوردتها كالآتي:

- المحور الأول: بعنوان دور القائم بالاتصال في تحدي محو الأمية الرقمية من خلال دعم التربية الإعلامية على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك عبر الشبكات الاجتماعية، والذي يعتبر عنصر تكميلي لفهم الهدف من مواد التربية الإعلامية التي تستهدفها وتحاول منشورات الصفحة التوعية بها، إذ تعد محو الأمية الرقمية بمثابة النتيجة والغاية من اكتساب مهارات التربية الإعلامية فمن خلالها يمكن تجاوز عراقيل القراءة والفهم وسبل توظيف مختلف التقنيات المتطورة والمتجددة بدعم القائم بالاتصال على الترشيد عليها من خلال تسطير برنامج عمل وتوظيف الخدمات المسخرة على الصفحة وكذا من خلال وتيرة النشر لمعرفة مستوى التواصل.
- المحور الثاني بعنوان: وظيفة القائم بالاتصال في دعم المواطنة الرقمية نحو المضامين الإعلامية لدى مستخدمي الصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك الذي تناول التعمق في الأسئلة حول منشورات صفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور "لطبيعة مضامينها، من خلال التوجه للفئة العمرية ونوع الأساليب والوسائل المستخدمة لجذب انتباههم وطبيعة المعلومات المقدمة ومدى مساهمة الأطراف أو الجهات الاجتماعية في دعم هذا الجانب في نشر التفكير الناقد بين مستخدمي الصفحة، ودور حاجات المستخدمين واشباعاتهم من المواضيع

¹ المحكمين لأداة استبيان المقابلة النصف مقننة، هم:

- الدكتور: عطاء الله طريف، أستاذ محاضر أ، جامعة عمار ثلجي الأغواط.
- الأستاذ الدكتور: أحمد فلاق، أستاذ تعليم عالي، جامعة الجزائر 03.
- الدكتورة: بسمة فنور، أستاذة محاضرة أ، جامعة صالح بونيدر-قسنطينة 3-.
- الدكتورة: مفيدة طايرة، أستاذة محاضرة أ، جامعة صالح بونيدر-قسنطينة 3-.

المتنوعة عبر الصفحة في اكتساب معايير المواطنة الرقمية التي تعد غاية وهدف لتكوين شباب قادر على التعامل بوعي نحو وسائل الإعلام.

- المحور الثالث بعنوان: واقع وآفاق القائم بالاتصال في تعزيز التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية الذي حاول معرفة الأهداف التي نجحت في تحقيقها الصفحة وتلك التي تسعى إليها على غرار القيم والتحديات التي تواجهها التربية الإعلامية وواقعها عبر الشبكات الاجتماعية بالنسبة للشباب.

1.4.11.1- مجال الاستفادة من أداة المقابلة النصف مقننة بالدراسة:

- إنَّ استخدام أداة المقابلة النصف مقننة يساعد على التقرب من فهم المرجعية الفكرية وسياسة القائم بالاتصال وإيديولوجيته وأهدافه في تعزيز نشر وتداول المضامين الإعلامية بطريقة واعية بين الشباب، باعتباره- القائم بالاتصال- المرسل والمرشد وطرف في عملية التدريب ولا يمكن التغاضي عن دوره ما يمنح هذه الأداة خاصية دون غيرها من الأدوات البحثية في محاولة الحصول على معلومات ميدانية عملية للمضي نحو تكريس التربية الإعلامية.
- إنَّ إعداد استبيان المقابلة بشكل مسبق يمنح للمبحوث أريحية في تقديم ما لديه من معلومات فيضعه في دائرة المعلومات التي يرغب بها الباحث على نحو مستهدف للدراسة، كما يخلق لديه ثقة في استكمال الإجابة عن باقي الأسئلة لغياب عنصر المفاجأة في الطرح ما يدفع المبحوث للترحيب والقبول بها.
- كما أنَّ الاستعانة بالبريد الإلكتروني كوسيلة لإجراء المقابلة قد يعزز من كسب الوقت للمبحوث والتفكير فيما سيقدمه من إجابات بهدف تخطي عنصر التوتر الذي يصاحب المقابلة وجها لوجه، ما ينعكس على التركيز البناء لتقديم إجابات تخدم الدراسة دون تصنع بعيدا عن حضور الباحث كقائم بالمقابلة الذي قد يعد حضوره عامل يضاعف من موضوعية المبحوث في تقديم ما لديه.

5.11.1- أداة استبيان الإستمارة:

- توظف الباحثة أداة استبيان الإستمارة بصدد التوجه بها للخبراء الأكاديميين من علوم الإعلام والاتصال وكذا علوم التربية وفق خطوات منهجية متبعة كآلاتي:
- توضيح الأهداف المرجوة من استخدام الاستبيان وهذا يربطه بالدراسة التي تهتم بمعرفة رأي الخبراء في تناول الشبكات الاجتماعية لمواد التربية الإعلامية التي انتقينا منها صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر موقع الفيسبوك بالاطلاع عليها والتي على ضوءها تحاول الباحثة الإستعانة بأداة الاستبيان بهدف التعمق بالأسئلة المتنوعة لبحث متطلبات دعم

وجود مواد التربية الإعلامية بالجزائر وفقا وما يتماشى وخصائصه الاجتماعية والثقافية والسياسية والتربوية التعليمية لتجسيد تفعيل التربية الإعلامية.

- صياغة الاستبيان في صورته الأولية وضبط الأسئلة ضمن محاور متناسقة شكلا وضمونا، لتكون مهينة لعرضها على المحكمين¹ لإبداء رأيهم حولها.
- انطلاقا من التعديلات الموصى بها من قبل المحكمين تكمل وفقها الباحثة مرحلة صياغة استبيان الإستمارة، لعرضه مرة أخرى على عينة تجريبية مكونة من خمس خبراء أكاديميون من علوم الإعلام والاتصال وكذا علوم التربية للإجابة عنه في مدة عشرون يوم ؛ حيث أضاف هؤلاء أيضاً بعض الملاحظات التي تدعم الصياغة السليمة والمنهجية لمحتوى الاستبيان.
- كتابة الاستبيان بشكله النهائي وتوزيعه على عينة الدراسة، إذ تكون استبيان الإستمارة من اثنان وأربعين سؤال مقسمين على خمسة محاور رئيسية هي:

– المحور الأول: البيانات العامة ويضم سمة الخبراء من عينة الدراسة كالجنس، المجال الأكاديمي، نوع الشهادة وسنوات الخبرة.

– المحور الثاني: واقع تفعيل التربية الإعلامية لدى المستخدمين من النشء والشباب عبر الشبكات الاجتماعية ويتمثل في دراسة واقع تناول مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية على غرار ما تحاول الدراسة تشخيصه من مفهوم وكذا مصادر معلومات وطرق الترشيح بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك ومستوى أدائها والتي جاءت مكمل للدراسة التحليلية للصفحة وكذا لدراسة استخدام المنضوون بها.

– المحور الثالث: دور مؤسسات النظام التعليمي الرسمي الجزائرية في تضمين التربية الإعلامية لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية والذي يتناول الأطراف التي يمكنها المساهمة في دعم وجود التربية الإعلامية وكذا سبل التطبيق ودور الأستاذ في ترشيح الطلاب ومراحل الترشيح على التعامل نحو التعامل نحو وسائل الإعلام، بالإضافة إلى المهارات التي يمكن اكتسابها من خلال تأطير استراتيجية وطنية حولها.

¹ المحكمين لأداة استبيان الاستمارة، هم:

- الدكتور: عطاء الله طريف، أستاذ محاضر أ، تخصص إعلام واتصال، جامعة عمار ثلجي الأغواط.
- الأستاذ الدكتور: أحمد فلاق، أستاذ تعليم عالي، تخصص إعلام واتصال، جامعة الجزائر 03.
- الدكتورة: وردة لعمور، أستاذة محاضرة ب، تخصص علم اجتماع جامعة سكيكدة.
- الأستاذة الدكتورة: سامية عرار، أستاذة التعليم العالي، تخصص علم النفس التربوي، جامعة عمار ثلجي الأغواط.
- الأستاذ الدكتور: بوداود حسين، أستاذ التعليم العالي، تخصص علوم التربية، جامعة عمار ثلجي الأغواط.

- المحور الرابع: دور مؤسسات النظام التعليمي غير الرسمي الجزائرية في تضمين التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية والذي يتمحور حول دور الأطراف المساهمة في دعم تطبيق التربية الإعلامية بالتعمق في ما تضعه الأسرة الجزائرية من ظوابط لتعامل الأبناء نحو وسائل الإعلام وطبيعة هته الأخيرة، كذلك ما نقوم به الجمعيات والنوادي التربوية في ترشيد الإستخدام نحو المضامين الإعلامية، بالإضافة إلى دور مؤسسات الإعلام في دعم ممارسة التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية، ومنه اقتراح محتوى دليل للتربية الإعلامية يخدم التوعية بها في هذا الإطار.
- المحور الخامس: ضرورة وجود مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر الذي يحدد سبل وجود التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية ودور هذه المضامين في توعية المستخدمين من الشباب حولها، وكذا الوسائل الرقمية الداعمة لوجودها ودورها في صياغة وتصميم استراتيجية وكذا دليل للتربية الإعلامية، بالإضافة إلى دورها في اكتساب مهارات المواطنة الرقمية ودعم محو الأمية الرقمية وكذا عوائقها وسبل مواجهتها.

1.5.11.1- مجال الإستفادة من توظيف أداة استبيان الإستمارة:

- تساعد الأداة على منح الدراسة دفعة إضافية للمضي في معرفة سبل تفعيل التربية الإعلامية بالمجتمع الجزائري لدى الشباب اذ تعتبر وسيلة تفتح المجال أمام أهل الاختصاص من الخبراء الأكاديميون من إبداء آرائهم وتوجهاتهم نحو ما يتم تناوله.
- تسهل من عملية تبسيط وتكييف مصطلح التفعيل وجعله معطى مرن من خلال التفصيل فيه بتقسيمه على شكل أسئلة فرعية تظهر كعناوين للمحاور الأربعة المتضمنة بالإستمارة انطلاقا من الواقع ومرورا بالصعوبات ووصولاً إلى المقترحات الداعمة للتربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية.
- تعتبر الأداة وسيلة مكملة لغيرها من الأدوات إذ تساعد على التعمق في الطرح لزوايا معالجة أخرى على غرار الربط بين ما يتم تناوله عبر الشبكات الاجتماعية - صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك من مواد التربية الإعلامية وفرص تكييفها مع خصائص المجتمع الجزائري من وجهة نظر الخبراء من الأكاديميين من علوم الإعلام والاتصال وكذا علوم التربية بغرض الاستفادة من خبرتهم بحكم اطلاعهم وتجاربهم في الدراسة الحالية.

◀ ومن أدوات جمع البيانات أيضا:

- استخدام البرنامج الإحصائي SPSS (Statistical package for social sciences) -الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية- لحساب التكرارات وقياس النسب المئوية.
- استخدام التكرارات والنسب المئوية.

- استخدام الترتيب.
- استخدام الاختبار الإحصائي ومقياس التوزيعات كا² لاختبار درجة الفرق المعنوي بين متغيري السن والمستوى التعليمي والبيانات الفعلية المتحصل عليها في الدراسة بشقها التطبيقي.

✓ الطريقة العامة لحساب كا² من الجدول التكراري ن × ن :

تستخدم الباحثة كا² لحساب دلالة فروق التكرار أو البيانات العددية التي يمكن تحويلها إلى تكرار مثل النسب والاحتمال.

وكإشارة ترجع النشأة الأولى لاختبار كا² إلى البحث الذي نشره كارل بيرسون في أوائل القرن العشرين وهي تعد من أهم اختبارات الدلالة الإحصائية وأكثرها شيوعاً لأنها لا تعتمد على شكل التوزيع ولذا فهي تعد من المقاييس اللابارامترية أي مقاييس التوزيعات الحرة ولأنها تحسب لكل خلية من خلايا أي جدول تكراري ثم تجميع القيم الجزئية للحصول على القيمة الكارلية ل كا²¹:

✓ الطريقة العامة لحساب كا²:

$$(ت_و - ت_م)^2$$

$$كا^2 = \frac{\text{مجم}}{ت_م}$$

ت_م

حيث: ت_و: هو التكرار الواقعي الذي يحدث بالفعل والموجود بالجدول.

ت_م: هو التكرار المتوقع حدوثه ويختلف حسابه باختلاف نوع الجدول المطلوب حساب كا² منه.

✓ تحديد مدى دلالة كا² من عدمه:

في جميع الحالات نخرج من الحسابات بقيمة كا² المحسوبة نقارنها بقيمة كا² الجدولية كالتالي :

✓ إذا كانت كا² المحسوبة < كا² الجدولية فان كا² تكون دالة إحصائية.

✓ إذا كانت كا² المحسوبة > كا² الجدولية فان كا² ليست دالة إحصائية.

وتستعين الباحثة بالطريقة العامة لحساب كا² من الجدول التكراري ن × ن: بالتحديد دون غيره من نمط الجدول الأخرى كونه يقوم على أن الجدول المدروس يتكون من ن × ن حيث يمثل (ن) عدد من

¹ الإحصاء الاستدلالي وتطبيقاته، جامعة زيان عاشور الجلفة، منصة التعليم عن بعد،
CENTRE DES SYSTÈMES ET RÉSEAUX D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION DE TÉLÉ-
SECTION de Télé-ENSEIGNEMENT ET D'ENSEIGNEMENT À DISTANCE (C.S.R.I.C.T.E.D)
الرابط: <http://elearning.univ-djelfa.dz/course/view.php?id=809&lang=ar> enseignement et d'Enseignement a distance

الصفوف وعدد (ن) من الأعمدة دون خلايا المجموع بالجدول. وهو ما يتوافق ومكونات جداول الدراسة الحالية من حيث عدد الأعمدة والصفوف. ولحساب قيمة χ^2 نستخدم القانون العام السابق الذكر. ونحسب χ^2 لكل خلية في الجدول على حده من العلاقة:

$$\text{مجموع الصف} \times \text{مجموع العمود}$$

$$\text{تم} = \frac{\text{مجموع الصف} \times \text{مجموع العمود}}{\text{المجموع الكلي}}$$

المجموع الكلي

الفصل الثاني

الدراسات السابقة:

1. الدراسات السابقة التي تناولت محور التربية الإعلامية:
 - 1.1- الدراسات العربية.
 - 2.1- الدراسات الجزائرية.
 - 3.1- الدراسات الغربية.
2. الدراسات السابقة التي تناولت محور الشبكات الاجتماعية:
 - 1.2- الدراسات العربية.
 - 2.2- الدراسات الجزائرية.
 - 3.2- الدراسات الغربية.

الفصل الثاني:

الدراسات السابقة

تمهيد

ترتبط وسائل التواصل والتفاعل الاجتماعي في الوقت الحاضر بوسائط الإعلام الرقمية ولا سيما الشبكات الاجتماعية مثل Facebook أو Myspace أو Instagram، كونها برزت كشكل مغري سهل الاستعمال وباعتبار الاتصالات انتقلت إلى الفضاء السبراني، فإن الأسئلة المتعلقة بكيفية الاتصالات واكتساب المهارات والأخذ بالمعايير الاجتماعية والأخلاقية للسلوك تحتاج إلى المتابعة بالدراسة العلمية للحفاظ على مظاهر السلوك العام وكذا الوقاية من مخاطر الثقافات التي تبث ممارسات مغايرة عما ألفه أفراد المجتمع أو من تلك المؤسسات أو المنظمات التي تحاول الإخلال بالنظام المجتمعي خدمة لمصالح أطراف معينة بواسطة ما تنتشره من مضامين عبر المنصات الرقمية. وفي هذه السياقات الجديدة للتفاعل الاجتماعي قام فريق البحث للدراسة الحالية بقراءة معمقة للعديد من الأبحاث والدراسات السابقة التي تطرقت لموضوع التربية الإعلامية وكذا الشبكات الاجتماعية، التي تبحث في سبل التأسيس لدعامات تساعد على الإبحار الآمن بالفضاء الرقمي من خلال الكشف عن ما ركزت عليه وتوصلت إليه في محاولة للاستفادة منها بالطرح الحالي على الوجه الذي يخدم أهداف الدراسة، فمعظم هذه الدراسات اهتمت بالبحث في إستراتيجيات تضمينها بقطاع التعليم على نحو منهجي دراسي يخدم الطلبة من جهة وكذا كيفية وضع وصياغة خطط تربوية تمكن مستخدمي وسائل الإعلام من التقنية وكذا دراسة مدى قدرات الأساتذة في تدريب الطلبة على اكتساب مهارات التربية الإعلامية كالقراءة الناقدة للنصوص الإعلامية والتعامل الواعي نحو مضامينها ومنها تلك التي يتناولها المستخدمون للتكنولوجيات الجديدة عبر منصات الشبكات الاجتماعية بصفة خاصة موقع الفيسبوك الذي يوفر نشر أشكال متنوعة من المضامين ويتيح تقنيات متعددة للتواصل. وسوف تستعرض الباحثة مجموعة من الدراسات مع الإشارة إلى أبرز ملامحها، مع تقديم أوجه الاستفادة منها وما تضمنته من جوانب التشابه والاختلاف وبيان الفجوة العلمية التي تعالجها والدراسة الحالية. ولإشارة فإن هذه الدراسات السابقة التي سيتم عرضها لا تعد دراسات مطابقة للدراسة الحالية وإنما هي دراسات مشابهة لها فقط، كون الباحثة واجهتها صعوبة أن معظم الدراسات المتعلقة بالتربية الإعلامية أخذت طابع مدرسي في الطرح والمعالجة الأكاديمية في الوقت الذي ارتبطت فيه الدراسات حول الشبكات الاجتماعية بمدى أهميتها أو أثرها في مجالات مجتمعية متعددة أخرى غير الاتجاه الذي اتخذته الدراسة الحالية وهو ربط التربية الإعلامية بسبل تفعيلها وكذا توجيه الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام عبر الشبكات الاجتماعية، هذا ما يفسر التقسيم المعتمد للدراسة الحالية كون الدراسات السابقة

المقدمة بهذه الدراسة اشتملت على إحدى المتغيرين البارزين في عنوان الدراسة دون كليهما. وعليه فقد تم تصنيف هذه الدراسات حسب المتغيرات الرئيسية للدراسة وكذا حسب التقسيم الجغرافي إلى دراسات أجنبية "للدول العربية ثم الغربية" تليها الدراسات المحلية الجزائرية، وفق تسلسل زمني من الأحدث إلى الأقل حداثة ما يشير إلى تنوعها الجغرافي والزمني. والتي أدرجناها على النحو التالي: الدراسات الأجنبية العربية التي تناولت محور التربية الإعلامية تلاها الدراسات المحلية التي تناولت محور التربية الإعلامية وتندرج بعدها الدراسات الأجنبية الغربية التي تناولت نفس المحور، ثم الدراسات العربية التي تناولت محور الشبكات الاجتماعية والدراسات المحلية الجزائرية التي تناولت محور الشبكات الاجتماعية، وبعدها الدراسات الغربية التي تطرقت إلى نفس المحور. نبين فيها أهم الإجراءات المنهجية المتبعة وكذا نوضح الفروقات العلمية من خلال التعرف على اختلاف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة، أخيراً جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة في الدراسة الحالية.

1. الدراسات السابقة التي تناولت محور التربية الإعلامية:

1.1- الدراسات العربية:

الدراسة الأولى:

فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك، إبراهيم خلف سليمان الخالدي، محمد أحمد حسن رابعة، دراسة ميدانية، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات- العدد الثاني والأربعون، 2017¹

1. ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك إذ تعد التربية الإعلامية من الأسس التي يمكن أن تبنى عليها خطط تطوير وتفعيل التربية بشكل عام لدى طلبة الجامعات والإعلامية منها بشكل خاص في الأردن، إنّ الإجابة عن أسئلة الدراسة تقدم بيانات ومعلومات حيوية للقائمين على تعليم طلبة الجامعات بشكل عام وطلبة تخصص الدعوة والإعلام الإسلامي بشكل خاص ومتخذي القرار والمهتمين من القطاعين العام والخاص بالتركيز على التربية الإعلامية، لدى محور الدراسة يتلخص في محاولة التعرف على فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدراسة وتحديدًا يمكن لهذه الدراسة أن تسهم في توفير معلومات عن

¹ إبراهيم خلف سليمان الخالدي، محمد أحمد حسن رابعة، فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك، دراسة ميدانية، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات- العدد الثاني والأربعون، 2017 .

مستوى فاعلية التربية الإعلامية وتوفير وتطوير برامج توعوية وتدريبية وتأهيلية لإعداد وتأهيل العاملين من طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي وذلك ضمن احتياجاتهم الفعلية.

2. أسئلة الدراسة:

- ما مستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) في مستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك تعزى لمتغير السنة الدراسية؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) في مستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك تعزى لمتغير الجنس؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) في مستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك تعزى لمتغير مكان السكن؟

3. منهج الدراسة:

وظف الباحثان في معالجة موضوع دراستهما المنهج الوصفي التحليلي، حيث اعتمدا على المنهج الوصفي في بعض أجزاء البحث المتعلقة بعرض مفاهيم تمس الموضوع والمنهج التحليلي في التعقيب على ما تم وصفه وتحليل الأشكال والجداول الواردة في الدراسة خاصة المتعلقة ببيانات الاستبيان.

4. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في طلبة تخصص الدعوة والإعلام الإسلامي للفصل الدراسي الثاني للعام الجامعي 2014/2015، بكلية الشريعة بجامعة اليرموك بالأردن، اقتصرت الدراسة على معرفة فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في كلية الشريعة بجامعة اليرموك بالأردن؛ بحيث تكونت عينة الدراسة من (209) طالب من تخصص الدعوة والإعلام الإسلامي، اختيروا من السنتين الثالثة والرابعة وفقاً للطريقة العشوائية الطبقية.

5. أداة الدراسة:

قام الباحثان بإعداد استمارة فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك تكونت أداة الاستمارة بصورتها النهائية من (31) فقرة تمثل (3) أبعاد هي: مبررات تفعيل التربية الإعلامية، محتوى التربية الإعلامية، طرق تحقيق التربية الإعلامية. واستخرجت دلالات الصدق والثبات، كما استخدمت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار للإجابة على أسئلة الدراسة.

6. نتائج الدراسة:

أشارت النتائج إلى أن:

- مستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك جاءت بمتوسطات تراوحت ما بين (3.61-3.79).
- كما جاء مجال طرق تحقيق التربية الإعلامية في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (3.61) وبلغ المتوسط الحسابي للأداة ككل (3.69).
- أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($a=0.05$) تعزى لأثر السنة الدراسية في جميع المجالات وفي الأداة ككل باستثناء مجال مبررات تفعيل التربية العملية وجاءت الفروق لصالح السنة الثالثة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($a=0.05$) تعزى لأثر الجنس في جميع المجالات وفي الأداة ككل.

7. أوجه الاستفادة من الدراسة:

أهم ما استفيد من هذه الدراسة السابقة هو كونها تتشارك مع الدراسة الحالية في الاهتمام بقياس فاعلية التربية الإعلامية وبالتركيز على فئة طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي، من خلال البحث عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير السن والجنس ومكان السكن، كما تبحث عن مبررات تفعيل التربية الإعلامية، محتوى التربية الإعلامية، طرق تحقيق التربية الإعلامية، بهذا تتشارك مع دراستنا من حيث أبعاد التربية الإعلامية وكذا تقارب السن في الفئة العمرية المتناولة بالدراسة.

دراستنا تهدف إلى الوقوف على الواقع الفعلي لمدى ترشيد وتعزيز استخدام موقع الفيسبوك في التربية الإعلامية، التطرق إلى مهارات التربية الإعلامية وكيفية تمكين المستخدم منها من خلال استخدامه للفيسبوك ومدى سهولة التداول والتفاعل مع محتوى المضامين الموجودة عبره.

الدراسة الثانية:

دراسة، تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية، محمد عبد العاطي مسلم، عبد السلام محمد عزيز، أطروحة دكتوراه الفلسفة في التربية النوعية، كلية بنا، مصر، 2017.¹

1. ملخص الدراسة:

¹ محمد عبد العاطي مسلم، تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية، إشراف عبد السلام محمد عزيز، أطروحة دكتوراه الفلسفة في التربية النوعية، كلية بنا، مصر، 2017.

استهدف هذا البحث تأصيل مفهوم التربية الإعلامية وبيان أهميتها ومدى حاجة طلاب الجامعة إليها بصفة خاصة وأفراد المجتمع بصفة عامة مع إلقاء الضوء على الوعي بها وكيف يمكن تنمية مستوى وعي طلاب الإعلام التربوي بهذه التربية، من خلال أدبيات المجال والبحوث السابقة وفي ضوء المعايير الأكاديمية المناسبة، تمهيدا لبناء برنامج أو مقرر للتربية الإعلامية.

2. تساؤلات الدراسة:

كيف يمكن تنمية مستوى وعي طلاب الإعلام التربوي بالتربية الإعلامية؟

3. منهج الدراسة:

ولتحقيق هذه الأهداف اتبع الباحث المنهج الوصفي، في مراجعة البحوث والكتابات التربوية والأكاديمية، ذات العلاقة بكل من : الوعي، والتربية الإعلامية، والمعايير الأكاديمية، وفي ضوء ذلك تمت المعالجة البحثية لهذه الدراسة.

4. عينة الدراسة:

استخدم الباحث في هذه الدراسة العينة القصدية-تحليل محتوى- لتجميع البيانات من مجتمع الدراسة المتمثل في أدبيات المجال والبحوث السابقة ذات العلاقة بالتربية الإعلامية، في ضوء المعايير الأكاديمية المناسبة لاختيار هذه المواد العلمية تمهيدا لبناء البرنامج أو المقرر المزمع للتربية الإعلامية.

5. نتائج الدراسة:

- تؤكد الدراسة على ضرورة التربية الإعلامية، في الوعي بمضامين الإعلام وفي تعزيز قدرات طلاب الجامعات لفهم وتحليل ما تقدمه وسائل الاتصالات التكنولوجية الحديثة والوسائط المتعددة في هذا المجتمع المعلوماتي.
- أهمية دراسة مستوى وعي طلاب الجامعة بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية المناسبة مع استبيان آراء أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية والتربية النوعية والإعلام حتى يمكن تقديم برنامج متكامل لمقرر التربية الإعلامية، ويكون مناسباً لطلاب الإعلام التربوي بصفة خاصة ولطلاب الجامعات بصفة عامة.

6. أوجه الاستفادة من الدراسة:

أهم ما استفيد من هذه الدراسة هو تناولها لأدبيات التربية الإعلامية وأهم البحوث السابقة التي تطرقت لها، من حيث مفهوما وإسهاماتها في تقريب الفهم ودور التربية الإعلامية في المنظومة الاجتماعية

حسب روادها خاصة في قطاع التعليم وكيفية ترشيدها وتفعيلها في خلق وعي لدى المستخدمين لمختلف وسائل الإعلام الجديدة. بهذا تكون هذه الدراسة قد أفادتنا خاصة في الجانب التأصيلي النظري للتربية الإعلامية.

الدراسة الثالثة:

واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها، أشجان حامد الشديفات، خلود أحمد الخصاونة، المجلة الدولية التربوية، المجلد 1، العدد 6، 2012.¹

1. ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها لدى طلاب المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية والتطلعات المستقبلية لوحدة التربية الإعلامية، بالاعتماد على الدراسات السابقة وكذا الأدب التربوي في تصميم الاستبيان الذي تضمن محور واقعة التربية الإعلامية في المدارس الخاصة في العاصمة "عمان"، المجال الثاني العوامل المؤثرة على التربية الإعلامية في المدارس الخاصة في العاصمة عمان وأشارت النتائج إلى أن مستوى التربية الإعلامية في المدارس الخاصة مرتفع بشكل عام وأن أكثر العوامل المؤثرة في التربية الإعلامية هو تركيز التربية الإعلامية على أركان العملية التعليمية.

2. التساؤل الرئيسي:

ما هو واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها؟

3. الأسئلة الفرعية:

ما واقع التربية الإعلامية في المدارس الخاصة في الأردن؟

ما العوامل الأكثر تأثيراً على التربية الإعلامية في المدارس الخاصة في الأردن؟

4. منهج الدراسة:

¹ أشجان حامد الشديفات، خلود أحمد الخصاونة، واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها، المجلة الدولية التربوية، المجلد 1، العدد 6، 2012.

اعتمدت الباحثتان في التطبيق على المنهج الوصفي المسحي، لوصف الدراسة من خلال جمع البيانات من مصادرها والتي تخدم مشكلة الدراسة وتقدم إجابات على تساؤلات الدراسة.

5. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

تكونت عينة البحث من (100) طالب من طلبة الصف العاشر الأساسي في المدارس الخاصة في الأردن، للفصل الدراسي الأول من العام الجامعي 2010، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية.

6. نتائج الدراسة:

- التربية الإعلامية تزود الطالب بالاتجاهات السلوكية البناءة والنهوض بالمستوى التربوي والفكري والحضاري والوجداني للطالب، كما تعمل على المحافظة على التراث الثقافي والحضاري ونشره.
- تساهم التربية الإعلامية في نشر الوعي التربوي بوسائل الإعلام على مستوى القطاعات التعليمية المختلفة وعلى مستوى المجتمع بوجه عام والأسرة بوجه خاص.
- إبراز دور المدرسة بوصفها الوسيلة الأساسية للتربية والتعليم في المجتمع والتأكيد على ضرورة دعمها ومساعدتها في أداء رسالتها.
- تساعد التربية الإعلامية على تكوين نموذج القدوة الحسنة لدى الطلاب في المدرسة وامتلاك الطلاب مهارات الخطابة والعرض الحوار وحسن تقدير الإنجازات والتحمل والصبر وتعزيز مفاهيم اجتماعية وصحية بالغة الأهمية لديهم.
- التربية الإعلامية في المدرسة تعود الطلبة على التعايش مع التغير الاجتماعي والثقافي والاقتصادي والسياسي والتكنولوجي الذي تمليه التطورات السريعة في الأفكار والقيم والرؤى والتقنيات والأدوات والوسائل.

7. أوجه الاستفادة من الدراسة:

كما سبق وأن تناولناه عبر مختلف تلك الدراسات السابقة، فقد كانت هذه الدراسة المعنونة بـ " واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها"، هي الأخرى على قدر من الأهمية العلمية لما مثّلته لنا كفريق بحث أكاديمي زادت بذلك من مدى استفادتنا منها أكاديمياً، حيث يعود ذلك بالأساس إلى ما التمسناه طيلة أطوار تناولنا التحليلي المعمق لهذه الدراسة وحجم ذلك التقارب النوعي بين دراسة الباحثان " أشجان حامد الشديفات " و"خلود أحمد الخصاونة " وموضوع بحثنا العلمي هذا، فهي تتقاطع وإيانا علمياً في تناولها بشكل رئيسي لأبرز متغير علمي معتمد عليه عبر دراستنا الأكاديمية هذه، ألا وهو متغير التربية الإعلامية والذي يعتبر في حد ذاته نقطة ارتكازية جوهرية في طرحنا العلمي، فاستخدام التربية الإعلامية بالنسبة لهذه الدراسة

ذو ضرورة وحتمية لا يمكن تجاوزها والاستغناء عنها وتدخل ضمن ذلك الامتداد الاستراتيجي لمختلف النشاطات الاتصالية والتربوية مع طلاب المدارس الخاصة بالمملكة الأردنية الهاشمية، لتزويدهم بكافة المعلومات والبيانات التي تساعد على تغيير رؤيتهم وأفكارهم وتلبية حاجاتهم الضرورية بالوقوف على واقعها والعوامل المؤثرة بها لدى طلبة الطور العاشر بالمدارس الخاصة، فوفق هذا الجانب فالتربية الإعلامية هي عبارة عن أحد أبرز أشكال الاتصال والتفاعل الإعلامي القائم على الوعي والإدراك لمختلف الاستخدامات لوسائل الإعلام والتي تمثل العمل الفعلي الذي تسعى لتعمل بمقتضاه مختلف المؤسسات التربوية في وقتنا الحالي والتي تهدف بطبيعة الحال من خلال مساعيها الحثيثة إلى الارتقاء بنشاطاتها وخدماتها المقدمة للطلبة بوجه خاص وللجمهور بوجه عام المتلقي لتلك الرسائل الإعلامية والتي تصبّ في الأخير بشكل أو بآخر من أجل تكوين نموذج إرشادي توجيهي قائم على أسس التربية الإعلامية لدى الطلاب في المدرسة وتمكين الطلبة من مهارات الخطابة والعرض والحوار وحسن تقدير الإنجازات لديهم بالدرجة الأولى ومنه فقد مكّنتنا هذه الدراسة العلمية والمعتمدة من طرفنا كدراسة سابقة من إثراء منطلقاتنا الأكاديمية و تكوين رؤية أخرى لواقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها بالمملكة الأردنية الهاشمية عبر محيط مدارسها الخاصة و كانت لنا بذلك على قدر هام من القيمة البحثية من حيث أهم النتائج المتوصل إليها فالتربية الإعلامية حسب الدراسة تساعد على التأسيس والمحافظة على إثراء الجانب التربوي والمعرفي والارتقاء بالطلاب إلى تعزيز توجهاته الفكرية الثقافية السياسية والاجتماعية في تعاطيه مع وسائل الإعلام مستقبلا، بمثابة نقطة انطلاق ضرورية مكّنتنا من تقريب موضوعنا العلمي أكثر فأكثر بأرض الواقع عند تلمسنا للتربية الإعلامية انطلاقا من النتائج التي توصلت إليها وأهم العراقيل التي واجهتها الدراسة حتى يتسنى لنا تجاوزها بدراستنا الحالية وتجنب الوقوع فيها كخطوات إعداد الإجراءات المنهجية ومن حيث اختيار المنهج وكيفية إعداد وتوزيع الاستبيان وطريقة اختيار العينة وصياغة أسئلة محاور الاستمارة وبالتالي التعمق أكاديميا في تناول مختلف الأطر المفاهيمية، المعرفية والبحثية وإحاطتنا عن قرب بما يتضمنه ميدان البحث الفعلي الذي توجد عليه التربية الإعلامية بالمملكة الأردنية الهاشمية من خلال رصد واقع والعوامل المؤثرة، كذا النماذج المؤثرة لاستراتيجيات الممارسة للتربية الإعلامية كنشاط ذو طابع اتصالي رسمي موجود فعلا عبر المؤسسات الخاصة بالمملكة الأردنية الهاشمية.

ضف إلى كل ما سبق تناوله سالفا، فقد ساهمت كذلك دراسة الباحثين أشجان حامد الشديفات و"خلود أحمد الخصاونة" في موافاتنا وبشكل معمق بالعديد من العوامل المؤثرة في التربية الإعلامية بالنسبة للمؤسسات التربوية الخاصة بالمملكة الأردنية الهاشمية، نظرا لما حملته تلك العوامل من تعزيز للرؤية الاستشرافية التي سنستفيد منها في الشق الميداني للدراسة والمتعلق بطرق تفعيل عبر التعليم الغير الرسمي وعبر الشبكات الاجتماعية وتناولها كممارسة علمية وعملية على قدر من الاحترافية والتميز ومدى اقتران كل ذلك بالمتغير أساس هذه الدراسة العلمية (التربية الإعلامية) من خلال الإحاطة

بإطارها العام والشامل كأحد الوسائل المساعدة في بثّ طرق التفعيل لدى المستخدمين عبر الشبكات الاجتماعية وتداول لمضامينه الإعلامية المروجة لصفحات التربية الإعلامية والتي تهدف بمقتضاها إلى إدراج أطر فريدة ومبتكرة، للأسس والمبادئ التي تهيكل لطرق التعامل مع وسائل الإعلام والتمكن من مضامينها بطرق خارجة عن التعليم الرسمي المألوف والنمطي للوصول إلى فئات الجمهور العام بدون استثناء ومواكبة النقلة الافتراضية الحاصلة للجمهور الحالي سواء المحلي أو الأجنبي والذي يستلزم بذلك الاستعانة بمختلف الوسائل المتطورة والمقترنة أساساً باستخدام مختلف التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال لتفعيل التربية الإعلامية وبالتالي استخدام الفيسبوك كأبرز تلك الشبكات الاجتماعية شعبية وما أضحت تمارسه من تأثير فعال بالنسبة لمستخدمي الشبكات الاجتماعية وخاصة الشباب الطلابي منهم، بهذا تتوافق الدراسة السابقة مع تناولنا العلمي المتعلق بواقع التداول والعوامل المؤثرة بالتربية الإعلامية بالمملكة الأردنية الهاشمية.

وتختلف دراسة الباحثين أشجان حامد الشديفات" و"خلود أحمد الخصاونة " مع الدراسة الحالية في كون مجال الممارسة والدراسة الفعلية للتربية الإعلامية هو المدارس الخاصة بالنسبة للمملكة الأردنية الهاشمية في حين الدراسة الحالية بالجزائر لا تزال طور الدراسة والنظر فيها أي المجال استشرافي في الدراسة الحالية، ضف إلى هذا أن عينة الدراسة وإن كانت تنتمي إلى الحقل التعليمي إلا أن الطور الذي يشمل دراسة أشجان حامد الشديفات" و"خلود أحمد الخصاونة " هو الطور المتوسط بالمدارس الخاصة، في حين الدراسة الحالية مهتمة بمستخدمي صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك الذين تتراوح أعمارهم ما بين 13 إلى غاية 25، بهدف الاستفادة من نتائج هذه الدراسة وتوظيفها في خدمة النشء والشباب من طلبة الأطوار التعليمية بالنظام التعليمي الرسمي أو الغير الرسمي بالجزائر. ما يعني أن طبيعة الفئة العمرية والتخصص العلمي يختلف ما يختلف معه طريقة صياغة الأسئلة وكذا مضامينها. بالإضافة إلى ما ذكر فإن دراسة "أشجان حامد الشديفات" و"خلود أحمد الخصاونة " لم تتطرق إلى دراسة التربية الإعلامية على مستوى الشبكات الاجتماعية، بل اهتمت بواقع التربية الإعلامية بالمدارس الخاصة بالمملكة الأردنية الهاشمية والعوامل المؤثرة بها في حين الدراسة الحالية تهتم بطرق تفعيل التربية الإعلامية على مستوى الشبكات الاجتماعية وخاصة موقع الفيسبوك.

الدراسة الرابعة:

التربية الإعلامية للوالدين، منال محمد أبو الحسن فؤاد، ندوة: نحو والدية راشدة من أجل مجتمع أرشد، كلية التربية بسوهاج ومركز الدراسات المعرفية، المعهد العالمي للفكر الإسلامي مصر، 2004.¹

1. ملخص الدراسة:

تحتاج التربية الإعلامية للوالدين إلى الاتصاف بمجموعة من الخصائص، التي تعين الوالدين على تنمية استخدام أبنائهم لوسائل الإعلام وهي تتعلق بالعلم والمعرفة وحسن الانتقاء والقدرة على التعديل والتصحيح والاستخدام المناسب والمنسق والقدرة على تحقيق التوازن والتكامل؛ بحيث تضع الدراسة تصوراً لنموذج يوضح عملية التربية الإعلامية للوالدين بما تحمله من خصائص وأساليب والتأثير النهائي ورجع الصدى وهو يوضح أن تطوير الاستخدام وتنميته لا بد له من التقييم المستمر والتعديل وتصحيح المسار، لتحقيق أفضل استخدام ممكن لوسائل الإعلام من جانب الأبناء.

2. التساؤل الرئيسي:

كيف يمكن للوالدين الاستفادة من نموذج التربية الإعلامية؟

3. الأسئلة الفرعية:

- ما هي مصادر التربية الإعلامية للوالدين وكيف يمكن تطبيقها؟
- ما هي خصائص التربية الإعلامية للوالدين؟

4. منهج الدراسة:

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي في شق البحث في خصائص التربية الإعلامية للوالدين وكيف يمكن شرح وتحليل طرق الاستفادة منها انطلاقاً من البيانات المجمعة من مجتمع الدراسة، والمنهج التحليلي لتوظيف بعض آيات القرآن الكريم والأحاديث النبوية الصحيحة وكذا مجموعة من الدراسات الإعلامية.

5. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

اختارت الباحثة العينة القصدية لتمثيل مجتمع الدراسة وتكونت عينة الدراسة من 100 مفردة وهم أولياء التلاميذ القاطنين بمصر، بغية دراسة فاعلية نموذج التربية الإعلامية، الذي يفترض أن للآباء

¹ منال محمد أبو الحسن فؤاد، التربية الإعلامية للوالدين، ندوة: نحو والدية راشدة من أجل مجتمع أرشد، كلية التربية بسوهاج ومركز الدراسات المعرفية، المعهد العالمي للفكر الإسلامي مصر، 2004.

قدرة على التأثير في استخدام الأبناء لوسائل الإعلام، بأساليب متنوعة حسب إمكانياتهم العلمية والثقافية والتربوية والمادية.

6. نتائج الدراسة:

- يحتاج هذا المجال العلمي إلى دراسات ميدانية لأساليب التربية الوالدية المتبعة في الأسر العربية والإسلامية واختلافها باختلاف الثقافات والمستوى الاقتصادي والاجتماعي والتعليمي.
- أهم المشكلات المعاصرة التي تواجه الوالدين متعلقة بطبيعة المستجدات والتطور التكنولوجي في المجال الإعلامي ومدى تطور استخدام الأبناء لوسائل الإعلام بما يحقق لهم التنمية في المجالات الحياتية المختلفة.

7. أوجه الاستفادة من الدراسة:

يرجع اعتمادنا على دراسة "منال محمد أبو الحسن فؤاد" والمعنونة بـ "التربية الإعلامية للوالدين" كدراسة سابقة، لكونها تعالج أهم متغير بالدراسة وهو التربية الإعلامية وربطه بإحدى مؤشرات تفعيلها وهو مؤشر دور الوالدين في ترشيد الأبناء نحو تربية إعلامية ممارسة عبر وسائل الإعلام من خلال النموذج المقترح من طرف الباحثة، لتكون قد قدمت رؤية على هذا البعد في إطار التعليم الغير الرسمي لتتداخل دراسة "منال محمد أبو الحسن فؤاد" ودراستنا الحالية في الطرح من خلال البحث والتقصي عن دور التربية الإعلامية في تشجيع وتعزيز التوجيه والإرشاد للاستخدام الواعي للتكنولوجيات الحديثة ودراسة الكيفية التي تتم بها المعالجة من خلال النموذج المقترح من طرف الباحثة، كذا وتتشارك دراسة "منال محمد أبو الحسن فؤاد" مع دراستنا من حيث المدخل الوظيفي وكذا المنهج المستخدم في الوصف والتحليل.

إلا أنّ دراسة " منال محمد أبو الحسن فؤاد" لها نقاط اختلاف مع دراستنا وهذا بحكم خصوصية كل بحث وطبيعة الأهداف التي يريد الوصول إليها وتتمثل في كون دراسة الباحثة اعتمدت على مجتمع دراسة وعينة قصدية هم أولياء التلاميذ دون أن تحدد لنا مستوى الطور التعليمي للأبناء في حين أن دراستنا اعتمدت على الشباب من المنضوين بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور"، ضف إلى هذا فإنّ دراسة " منال محمد أبو الحسن فؤاد" ركزت على طرق تفعيل الأولياء للتربية الإعلامية لأبنائهم في حين تهتم الدراسة الحالية بالبحث في طرق تفعيل التربية الإعلامية لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية وهذا بالبحث في أساليب التعليم الغير الرسمي عبر المواقع المتعلقة بالتربية الإعلامية كصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك.

الدراسة الخامسة:

التربية الإعلامية والتنمية الشاملة للمجتمع، علي نواوي فلمبان، مجلة التربية كلية المنصورة، المجلد "ج"، العدد 27، مصر، 1995.¹

1. ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة إلى محاولة التعرف على الدور الذي تسهم به التربية الإعلامية في التنمية الشاملة للمجتمع من خلال التعريف بمفهوم التربية الإعلامية وإبراز علاقة التربية بالإعلام وتوضيح أهم وظائف التربية الإعلامية ذات الصلة بالتنمية.

2. التساؤل الرئيسي:

ما دور التربية الإعلامية في التنمية الشاملة للمجتمع؟

3. الأسئلة الفرعية:

- ما مفهوم التربية الإعلامية؟
- ما طبيعة العلاقة بين التربية والإعلام؟
- ما وظائف التربية الإعلامية ذات الصلة بالتنمية ؟
- ما دور التربية الإعلامية في تحقيق أبعاد التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية؟

4. منهج الدراسة:

المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي من خلال استعراض وتحليل ومناقشة الموضوعات والدراسات والبحوث المتصلة بالدراسة.

5. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يعتبر مجتمع البحث هو المادة العلمية في هذه الدراسة: لأنه يعالج تحليل المحتوى لعدد من الدراسات التي عالجت موضوع التربية الإعلامية ذات العلاقة بالتعليم والإعلام وكذا التنمية.

6. نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي:

- إن مفهوم التربية الإعلامية يحتاج إلى صياغة وتحديد من خلال المواءمة بين أهداف كل من التربية والإعلام.

¹ علي نواوي فلمبان، التربية الإعلامية والتنمية الشاملة للمجتمع، مجلة التربية كلية المنصورة، المجلد "ج"، العدد 27، مصر، 1995.

- إن العلاقة بين التربية والإعلام ضرورية ومهمة تحتاج إلى تكامل وتفاعل عملي تطبيقي وإيجاد صيغة عملية بينهما.
- للتربية الإعلامية مجموعة من الوظائف (الوظيفة الحضارية، الوظيفة النفسية، الوظيفة الدينية، الأخلاقية، التعليمية).
- التربية الإعلامية مطلب ضروري لدفع عملية التنمية بكل أبعادها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

7. أوجه الاستفادة من الدراسة:

يعتبر تناولنا لدراسة "علي نواوي فلمبان" الموسومة بـ: «التربية الإعلامية والتنمية الشاملة للمجتمع»، على أساس أنها تشترك مع الدراسة الحالية في جوهر البحث وهو دور التربية الإعلامية وكيفية الاستفادة من مبادئها ونموذجها في دعم التنمية الشاملة للمجتمع من توعية وتقديم إرشادات وأفكار عبر مختلف وسائل الإعلام المتاحة للمجتمع لدفع عجلة التنمية نحو الأمام خاصة وأن المجتمع أصبح يطغى عليه شيوع وانتشار التكنولوجيات الجديدة ومن ثم مختلف الوسائط الرقمية والتقنيات التي توفر عبرها الولوج لمختلف المضامين التي تساهم في تشكيل ثقافة وإدراك شامل بمختلف المواضيع السياسية والاجتماعية والاقتصادية عن طريق التفاعل والتواصل عبر هذه الوسائل، بهذا جاءت الدراسة لتضيف للدراسة الحالية نظرة شاملة لما يمكن للتربية الإعلامية أن تقدمه للمجتمع، فقد توصلت الباحثة "علي نواوي فلمبان" من خلال دراستها إلى أن التربية الإعلامية مطلب ضروري ويحتاج لمزيد من الدراسة لما لها من وظائف حضارية وثقافية وغيرها من الوظائف، فمن هذا المنطلق كان تحفيزاً للبحث أكثر والغوص في مهارات التربية الإعلامية وإلى أي مدى يمكن للمجتمع أن يستفيد منها، من هنا تأتي نقطة بداية الاختلاف والتي تمهد للدراسة الحالية من خلال اهتمامنا بطرق تفعيل التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية وخاصة موقع الفيسبوك لدى مستخدمي هذه التقنيات وليس للمجتمع بصفة عامة فدراسة الباحثة كانت شاملة إلا أن الدراسة الحالية ركزت على جانب محدد وهم مستخدمي موقع الفيسبوك ودراسة مدى اكتسابهم لمعارف انطلاقاً من صفحات التربية الإعلامية عبر الفيسبوك والتي انتقينا منها صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" والمتعلقة بكيفية توظيف معارف المنضويين بها بالاعتماد على مهارات التربية الإعلامية في التواصل والتفاعل مع مختلف المضامين الإعلامية عبر مختلف الوسائط الرقمية، بالإضافة إلى كون الدراسة السابقة اعتمدت منهج تحليل المحتوى واعتمادها على الدراسة التأصيلية والبحث في الدراسات السابقة لأخذ النموذج والنتائج من خلالها إلا أن الدراسة الحالية استكشافية وصفية قائمة على معالجة جانبين تحليلي وميداني بالاعتماد على المنهج الوصفي.

الدراسة السادسة:

التربية الإعلامية ونشر ثقافة حقوق الإنسان -دراسة تحليلية-، الحسين حامد محمد حسين، دكتوراه الفلسفة في التربية، أصول التربية جامعة سوهاج، المجلة التربوية -العدد السابع والثلاثون-، 2014.¹

1. ملخص الدراسة:

تسعى الدراسة إلى التعرف على دور التربية الإعلامية في نشر ثقافة حقوق الإنسان في التعليم الثانوي في مصر، مع وضع تصور مقترح لتفعيل دور التربية الإعلامية في نشر ثقافة حقوق الإنسان في ظل الواقع المصري بعد ثورة 25 جانفي 2011 والحاجة إلى نشر ثقافة حقوق الإنسان في التعليم الثانوي، باعتبار ثقافة حقوق الإنسان أحد أهم أبعاد الأمن القومي في الوقت الراهن وأن الطلاب بحاجة إلى تربية إعلامية كنوع هام من التربية يهدف إلى إعداد الطالب في هذه المرحلة، لكي يشارك بايجابية في مجتمعه من أجل تغييره نحو الأفضل وتنمية وعيه الإعلامي بما يحدث في بيئته ووطنه بل وفي العالم، الأمر الذي يظهر الحاجة إلى إجراء دراسة نظرية تحليلية للتربية الإعلامية، ذلك من منطلق أهمية التربية الإعلامية ووسائطها في المجتمع المصري.

2. التساؤل الرئيسي:

ما دور التربية الإعلامية في نشر ثقافة حقوق الإنسان في التعليم الثانوي في مصر؟

الأسئلة الفرعية:

- ما التربية الإعلامية وأهميتها في التعليم الثانوي في ضوء خبرات بعض الدول المتقدمة؟
- ما المقصود بثقافة حقوق الإنسان في إطارها الثقافي وأهميتها وأهدافها في التعليم الثانوي في مصر؟
- ما دور وسائط التربية الإعلامية في نشر ثقافة حقوق الإنسان في التعليم الثانوي في مصر؟
- ما التصور المقترح لتدعيم دور وسائط التربية الإعلامية في نشر ثقافة حقوق الإنسان في التعليم الثانوي في مصر؟

3. منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي كونه من المناهج المناسبة لطبيعة الدراسة، ذلك لوصف وتحليل مفهوم وأهداف ووظائف التربية الإعلامية للتعرف على الدور الذي تؤديه في نشر ثقافة حقوق الإنسان في التعليم الثانوي في مصر.

¹ الحسين حامد محمد حسين، التربية الإعلامية ونشر ثقافة حقوق الإنسان -دراسة تحليلية-، دكتوراه الفلسفة في التربية، أصول التربية جامعة سوهاج، المجلة التربوية -العدد السابع والثلاثون-، 2014.

4. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

تناولت الدراسة عينة من المقالات والبحوث التي عالجت دور التربية الإعلامية في نشر ثقافة حقوق الإنسان لدى طلاب التعليم الثانوي بالمجتمع المصري، من خلال الاعتماد على وسائل دأمة لنشرها ك (الأسرة، المدرسة، الأندية).

5. نتائج الدراسة:

- الإهتمام بالتربية الإعلامية في التعليم عامة والثانوي خاصة، لتنمية الحس الإعلامي لدى الطلاب ومساعدتهم على الإدراك والانتقاء المفيد للمعلومات والاتجاهات والقيم في جميع مجالات الحياة.
- ضرورة عقد دورات تدريبية في التربية الإعلامية لمديري المدارس والمعلمين لإرشادهم وتوجيههم نحو الممارسة الفعالة لأنماط الأنشطة الإعلامية داخل المدارس.

6. أوجه الاستفادة من الدراسة:

تعتبر دراسة "الحسين حامد محمد حسين" المعنونة بـ: «التربية الإعلامية ونشر ثقافة حقوق الإنسان»، دراسة مشابهة للدراسة الحالية من حيث طرحها لإشكالية دور وأهمية التربية الإعلامية في أوساط طلبة التعليم العام بالطور الثانوي واعتمادها على وسائل متعددة لنشر ثقافة التربية الإعلامية كالمدرسة والأسرة والأندية بغية توجيه وترشيد الشباب نحو الحس الإعلامي ومساعدتهم على كيفية اختيار الوسائل الإعلامية وقراءة مضامينها والتعقيب عليها وتشجيعهم على مبادئ وقيم حقوق الإنسان، لتكون بذلك مشابهة للإشكالية المطروحة والمتعلقة بسبل تنشيط ممارسات فعلية للتدريب على التعاطي مع المضامين الإعلامية. إلا أن هذا التشابه لا يعني التطابق إذ أن هناك نقاط تختلفان فيهما فدراسة "الحسين حامد محمد حسين" دراسة تحليلية قائمة على قراءة وتحليل المادة العلمية من النصوص المجمعة عن دور التربية الإعلامية في التأسيس ودعم القيم الإنسانية في حين الدراسة الحالية تصب اهتمامها بمستخدمي وكذا كيفية تفعيل التوجيه والإرشاد للمضامين الرقمية حال استخدام وسائل الإعلام الذي تدعو إليه التربية الإعلامية بهذه الدراسة عبر الشبكات الاجتماعية خاصة الفيسبوك، في حين دراسة "الحسين حامد محمد حسين" اهتمت بطرق نشر ثقافة حقوق الإنسان بطور التعليم الثانوي بمصر عبر تفعيل مؤسسات التربية والأسرة للتربية الإعلامية.

الدراسة السابعة:

دور وسائل الإعلام في تعزيز اهتمام المجتمع بالتعليم، صالح عبد الله عبد كبير، أحمد صالح علوي وآخرون، مصر، 2005.¹

1. ملخص الدراسة:

استهدفت الدراسة التعرف على الموضوعات التي تقترح القيادات التربوية على وسائل الإعلام تناولها لتعزيز اهتمام المجتمع بالتعليم والتعرف على درجة أهمية أدوار الفئات والمنظمات الاجتماعية، ذات العلاقة بتعزيز اهتمام المجتمع بالتعلم ومعرفة مدى أو درجة موافقة القيادات التربوية على أساليب وطرائق الاتصال والتواصل بين المؤسسات التربوية ووسائل الإعلام وتقديم التوصيات والمقترحات التي تساعد قيادات وسائل الإعلام، في بلادنا على زيادة فاعلية دور وسائل الإعلام في تعزيز اهتمام المجتمع بالتعليم.

2. تساؤلات الدراسة:

- ما تقديرات القيادات التربوية الاختصاصية للموضوعات المقترحة لتعزيز اهتمام المجتمع بالتعليم؟
- ما درجة موافقة القيادات التربوية الاختصاصية نحو تقدير الطرائق والأساليب المقترحة لتعزيز الاتصال والتواصل بين المؤسسات التربوية ووسائل الإعلام؟

3. منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، باعتباره من المناهج البحثية التي تختص بعملية البحث والتقصي حول الظواهر المجتمعية والتربوية والتعليمية؛ حيث يقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها وتوصيف العلاقات بينها، بهدف الانتهاء إلى وصف علمي دقيق متكامل للظاهرة أو المشكلة.

4. أداة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على أداة استبيان الاستمارة من أجل الحصول على البيانات من مجتمع الدراسة.

5. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من جميع القادة التربويين الاختصاصيين في الإدارات المختصة لديوان الوزارة ومكاتب التربية والتعليم في المحافظات والمديريات، بالإضافة إلى مدراء ووكلاء المدارس الأساسية

¹ صالح عبد الله عبد كبير، أحمد صالح علوي وآخرون، دور وسائل الإعلام في تعزيز اهتمام المجتمع بالتعليم، مصر، 2005.

والثانوية حسب التصنيف الإداري للرتب. اختصاصيو التعليم العام، التوجيه التربوي، إعلام آلي أنشطة مدرسية، مشاركة مجتمع، مديرو مدارس التعليم الأساسي ووكلاؤهم، مدراء مدارس التعليم الثانوي ووكلاؤهم. ولصعوبة إجراء دراسة شاملة على مجتمع البحث تم اعتماد العينة الطبقية لاستخراج العينة الممثلة لمجتمع الدراسة.

6. نتائج الدراسة:

تحصلت العبارات التالية على درجة موافق بشدة (1-2) وموافق (3-4-5-6) حسب النتائج المتحصل عليها:

- ضرورة توفير المواد التربوية لوسائل الإعلام من قبل اختصاصيين في المجال.
- استطلاع آراء المجتمع حول مدى قيام المدارس بواجباتها.
- ضرورة إشراك وسائل الإعلام في الفعاليات التربوية .
- إقامة ملتقى إعلامي تربوي مشترك بصفة دورية على مستوى الوزارة ومكاتبها في المحافظات.
- الانفتاح والشفافية بين المؤسسات التربوية ووسائل الإعلام.
- تفعيل قنوات الاتصال الموجودة بين المؤسسات التربوية.

7. أوجه الاستفادة من الدراسة:

إن الدراسة التي قام بها "صالح عبد الله عبد كبير"، "أحمد صالح علوي" وآخرون حول « دور وسائل الإعلام في تعزيز اهتمام المجتمع بالتعليم»، تعتبر من الدراسات المشابهة للدراسة الحالية وتمثل وجه الاستفادة في أخذ نظرة فاحصة لوجهة نظر أخصائيي قطاع التربية والتعليم بكل مستوياتهم وتصنيفاتهم الإدارية حول دور قطاع الإعلام والاتصال وكيف يمكن أن يخدم هذا المجال بتكنولوجياته وتقنياته الحديثة والمتطورة قطاع التعليم، انطلاقاً مما يوصي به ويدرجه أخصائيو التعليم من أفكار وآراء تعود بالفائدة على الطلبة وكذا المجتمع بصفة عامة وهي نفس النقطة التي تبحث فيها دراسة الباحثة؛ حيث تسعى بدورها لمعرفة رأي أهل الاختصاص من أساتذة وخبراء في الإعلام والاتصال وكذا علوم التربية لكن في زاوية الربط بينهما لتفعيل التربية الإعلامية، كمادة تدرس وبرنامج يعد ويقدم عبر المؤسسات التربوية، بما يفيد في تطوير مهارات الطلبة في التمكن من القراءة والتحليل والنقد والإبداع عند تعرضهم لوسائل الإعلام وخاصة منهم مستخدمي موقع الفيسبوك بتواصلهم أو تفاعلهم عبرها ومن جهة أخرى أتاحت دراسة "صالح عبد الله عبد كبير"، "أحمد صالح علوي" وآخرون معرفة متطلبات وآليات الربط بين وسائل الإعلام والاتصال والمؤسسات التربوية، فيما بينها لتعزيز استخدام الطلبة لهذه الوسائل وتمكينهم منها مستقبلاً على الوجه الحسن خاصة لما تلقى تلك الوسائل توجيه نحو الأحسن من خلال تكوين أساتذة مدربين في اختصاص التربية الإعلامية قادرين على توجيه

وإرشاد الطلبة نحو الاستخدام الفعال لوسائل الإعلام، كما تتلاقى الدراستان في كونهما اعتمدتا نفس المنهج والأداة وهما المنهج الوصفي وأداة الاستمارة بما يفيد الباحثة في معرفة كيفية تطبيق "صالح عبد الله عبد كبير"، "أحمد صالح علوي" وآخرون في دراستهم وتدوين ملاحظاتها بما يساعد على الإعداد لصياغة وترتيب الأفكار المتعلقة بمنهجية وتساؤلات الدراسة لتفادي الأخطاء المحتملة في صياغة الاستبيان وفق ما يكون مناسب لطبيعة الإشكالية المطروحة في الدراسة الحالية.

وبالنسبة لنقاط الاختلاف فتكمن في كون دراسة "صالح عبد الله عبد كبير"، "أحمد صالح علوي" وآخرون تهتم بدور وسائل الإعلام في تعزيز اهتمام المجتمع بالتعليم دون تحديد لنوع التعليم سواء المواد الدراسية أو الطور التعليمي ولا لنوع وسائل الإعلام المستهدفة بالقيام بمهمة التعليم ولا لنوع الفئة الموجهة لها مضامين وسائل الإعلام المتعلقة بالتعليم من أفراد المجتمع، في حين الدراسة الحالية تهتم بسبل تفعيل التربية الإعلامية لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية -الفيسبوك- والمعنيون هم مستخدمو الشبكات الاجتماعية الذين انتقينا منهم عينة ممثلة تتوافق وأهداف البحث عبر صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك، ممن هم منضوون بها ويتفاعلون عبر موضوعاتها عن مواد التربية الإعلامية عن طريق العينة المتعددة المراحل التي تمثل نقطة اختلاف في شق الإجراءات المنهجية لاستخراج العينة الممثلة للدراسة والتي قامت في الدراسة السابقة على توظيف العينة الطبقية، كما أن هؤلاء المستخدمين يمثلون الفئة الشبانية التي تتمرن أيضا بالنادي "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" مشكلين فريق يتدرب منذ شهر جويلية 2019 على التربية الإعلامية، بدعم وتوجيه من مسيرة الصفحة وهي أستاذة مختصة بمجال الإعلام والاتصال، تنشط عبر موقع الفيسبوك بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" موظفين ما تدربوا عليه من نشاطات ميدانية يقومون بنشرها عبر الصفحة أو بالتواصل حول مضامين تهدف لتعزيز التربية الإعلامية لديهم عن طريق إدارة صفحة الفيسبوك. والتي اعتمدتها الدراسة الحالية أيضا بالدراسة المعمقة باتباع إجراءات منهجية متسلسلة تضمنها الجانب التحليلي من خلال أداة تحليل المحتوى القائم على تحليل مضامين صفحة الفيسبوك المنتقاة بالاستناد على العينة الزمكانية نقطة اختلاف أخرى بين الدراستين، بحيث اكتفت الدراسة السابقة باتباع إجراءات وخطوات الدراسة الميدانية في معالجة إطار إشكاليته في الوقت الذي سارت فيه الدراسة الحالية على المزوجة بين الشقين التحليلي والميداني كما سبقت الإشارة إليه، فقد وظفت أيضا في إطار الإجراءات المنهجية للتأسيس العلمي للدراسة الميدانية أداة استبيان المقابلة النصف مقننة الموجهة للقائم بالاتصال على الصفحة وكذا من خلال عينة الخبراء الأكاديميون في علوم الإعلام والاتصال وعلوم التربية - لما تستدعيه الحاجة للحصول على معلومات تمنح إجابات موضوعية ذات مصداقية من أهل الاختصاص من خلال أداة استبيان الاستمارة. ما نلمسه أن لكل دراسة ومنهجها وطريقة معالجتها التي تختار وفقها العينة وكذا الأدوات المناسبة للكشف عن واقع

الظاهرة محل البحث، استناداً إلى الإشكالية المطروحة والإجابات المتحصل عليها، فالدراسة السابقة تعتبر التربية الإعلامية ضمن التعليم الرسمي حاجة معرفية تدعم النمو الفكري للطالب وتعزز استخدامه المبكر لوسائل التواصل وتهيئ قاعدة ومرجعية للدراسة الحالية للنظر في نقاطها المهمة وتوظيفها على النحو الذي يخدمها.

الدراسة الثامنة:

التربية الإعلامية والرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي، فاضل محمد البدراني، مجلة المستقبل العربي، 2015.¹

1. ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم جديد للإعلام في ظل عولمة الإعلام ودخول عصر تقنيات الاتصال والمعلومات وتأثيرها في تبدل الكثير من المفاهيم الاجتماعية والفكرية لدى المواطن والمجتمع، فالتطور الذي لحق بالاتصالات الشبكية أعطى دفعاً كبيراً نحو تفعيل ممارسة الثقافة التشاركية لأفراد المجتمع والاهتمام بالتربية الإعلامية والرقمية والربط بينهما وبخاصة في الوطن العربي، كجزء من المنظومة الدولية مع تقديم مبررات الاهتمام بالإعلام والرقمنة من قبل المؤسسات الأكاديمية والمهنية في الوقت الحاضر.

2. تساؤلات الدراسة:

- لماذا يطرح موضوع التربية الإعلامية والرقمية بهذا الزخم في وقتنا الحالي؟
- ما هي مبررات الاهتمام بالإعلام والرقمنة من قبل المؤسسات الأكاديمية والمهنية في الوقت الحاضر؟
- هل يمثل ذلك موضوعاً يتناول تفاصيل ذات أبعاد فلسفية معمقة لقضايا إعلامية لم تكن موجودة سابقاً في عصر الإعلام التقليدي؟
- هل دفع الإعلام الإلكتروني إلى الحاجة لدراسة هذا الحقل المعرفي؟

3. منهج وأداة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي للبحث في ماهية التربية الإعلامية والرقمية وكذا أبعادها انطلاقاً من تحليل النصوص الإعلامية النقدية التي تقدمها الجامعة الأمريكية للتربية الإعلامية والرقمية.

¹ فاضل محمد البدراني، التربية الإعلامية والرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي، مجلة المستقبل العربي، 2015.

4. مجتمع الدراسة وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع البحث في مجموعة من النصوص التي تناولت بالدراسة الربط بين الإعلام الرقمي والتربية الإعلامية، التي جاءت بها الجامعة الأمريكية للتربية الإعلامية والرقمية MDLEB خاصة النصوص التي انتهت بها أول ورشة علمية عام 2006.

5. نتائج الدراسة:

- إن التربية الإعلامية تعني التفكير النقدي والمشاركة النقدية وإنتاج الأفكار الجديدة والمعالجات وطرح النموذج الذي يتعلق بالمجتمع وبطبيعة حياة أفرادهم وتفكيرهم وهي مشاركة حضارية من دون شك.
- إن التربية الإعلامية تعني كل عملية تعليمية تهدف إلى تلقين المواطن لكي يكون مشاهداً نشطاً ومستخدماً مستقلاً وفاعلاً هاماً في العملية الاتصالية، تستند بالأساس إلى طريقة التساؤل وإثارة الحوار لتفكيك النصوص والمعلومات.
- أصبح من اللازم إدخال التربية الإعلامية والرقمية لتكون منهجاً ثابتاً للدراسة في المدارس والجامعات، كما هو الحال في التربية الإسلامية والفنية وتفعيل جهود البعض في ذلك لأنه سيسهم في تفعيل مسألة التواصل المععمق وإثراء الثقافة الإعلامية بين جميع الناس.
- في ضوء التطور الذي لحق بتكنولوجيا الاتصال والإعلام استوجب أن تشارك كل الفعاليات الإعلامية والأكاديمية ومنظمات المجتمع المدني، للتركيز على المبادئ التي يجب أن يتصف بها الإعلام الجديد وبما يخدم مصلحة المجتمع وتنويره.
- تمثل التربية الإعلامية والرقمية الرافد الحقيقي لتغذية عقول الجماهير، بالمعلومات والأفكار وتحقيق مبتغاهما وتجسيد اتجاهاتها في ذات الوقت، كما ثبت أن للصورة فيها أثراً بالغاً في التراسل وإثارة رؤية التحليل العلمي.
- إن التربية الإعلامية والرقمية تمثل اتجاهاً عالمياً جديداً، يختص بتعليم الجمهور مهارة التعامل مع الإعلام، لكون الأخير أصبح الموجه الأكبر والسلطة المؤثرة في القيم والمعتقدات والتوجهات والممارسات.
- المجتمع يكاد أن يكون أمياً ليس في القراءة والكتابة بل في تحليل النص والصورة، كذلك أمياً في التعامل مع تقنيات الإعلام والاتصال (الرقمنة)، لذا فالتربية الإعلامية والرقمية تمثل خطوة لتعليمهم وتخليصهم من هذه الأمية.

6. أوجه الاستفادة من الدراسة:

ساهمت دراسة "فاضل محمد البدراني" المعنونة بالتربية الإعلامية والرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي في إعطاء الدراسة الحالية دفعة للأمام نحو التعمق أكثر في مجال التربية الإعلامية والرقمية والاستفادة

من النموذج الأمريكي كمنهج معتمد لتدريس التربية الإعلامية، ما يتيح الفرصة لبناء اللبنة والأسس العملية التي تقوم عليها التربية الإعلامية والوقوف على واقعها وكيفية تعاطي المجتمع الأمريكي معها عبر مختلف المنصات الرقمية؛ بحيث قامت دراسة "فاضل محمد البدراني" بتزويدنا بأجوبة لأسئلة مهمة كانت تتبادر في الطرح خاصة وأن المجتمع الحالي هو مجتمع رقمي ومنه الجزائري والبحث عن سبل وآليات تواكب هذا التطور السريع أصبح ضروري لضمان الاستخدام السليم لهذه التقنيات، ما يعني الحاجة إلى طرح منهج التربية الإعلامية كمادة تعمل على التوجيه والإرشاد لتحقيق مجتمع معرفي ضمن هذا الفضاء، فبالوقوف على الإجابات التي توصلت إليها الدراسة نرى أن الدراسة الحالية تعتبرها منطلقات يعتمد عليها لتأسيس طرح يتمشى مع واقع المجتمع الجزائري، فيما يتعلق بمستخدمي الشبكات الاجتماعية ومختلف تقنيات الإعلام الجديد وما هي درجة الوعي بها وبكيفية التعاطي مع مضامينها، من ناحية أخرى ساهمت دراسة "فاضل محمد البدراني" في تكوين كم معرفي من خلال النصوص التي اعتمد عليها والمتعلقة بالتربية الإعلامية وفق توجه الجامعة الأمريكية للتربية الإعلامية والرقمية والنموذج الذي يعتمد عليه في التربية الإعلامية بالمجتمع الأمريكي في دراسته؛ حيث ساعدنا هذا في الوقوف على طرق التمكين من التربية الإعلامية على مستوى الإعلام الرقمي وكيفية تحقيق مجتمع معرفي، وبالنسبة لنقاط الاختلاف فهي تكمن في المنهج المستخدم وكذا مجتمع البحث وعينة الدراسة وهذا راجع لخصوصية كل بحث وطريقة معالجته المنهجية للدراسة، فبالنسبة لدراسة "فاضل محمد البدراني" فقد اعتمد على منهج تحليل المحتوى وكذا أداة تحليل المضمون لمعرفة طريقة معالجة المضامين المتعلقة بالتربية الإعلامية بالجامعة الأمريكية للتربية الإعلامية والرقمية MDLEB ونصوص أخرى ذات العلاقة بها، هذا لمعرفة سبب التركيز عليها وكيفية صياغة المنهج والنموذج الخاص بالتربية الإعلامية والوقوف على واقع الممارسة العلمية من خلال النصوص التي اعتمدها بالتحليل والتعقيب، في حين جاءت الدراسة الحالية على نحو منهجي آخر لما تناولته الدراسة السابقة والمعتمدة من قبلنا وكما سبق وأدرجناه، إذ منهجيا فهي دراسة استكشافية وصفية مقسمة إلى شقين من المعالجة البحثية حول الإشكالية المطروحة عن التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي صفحة (نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور) عبر الفيسبوك وتبيان ما أدرجناه سابقا كمنطلقات مفاهيمية ونظرية على أرض الواقع. والذي نهدف به منهجيا إلى التموقع الفعلي من تبيان كيفية تطبيق وتفعيل التربية الإعلامية عبر التعليم الغير الرسمي وملاحظة عن قرب الأساليب المعتمدة من قبل عينة الدراسة، بما في ذلك ما توصلت إليه آخر الأبحاث حول التكنولوجيات الحديثة المستخدمة وتوظيف التربية الإعلامية عبرها من قبل المستخدمين لها والتي تبرز أيضا كانعكاس للدراسة الحالية ضرورة إدراج التربية الإعلامية بالنظام التعليمي الرسمي كمادة لها منهاج دراسي مستقل ودليل تربوي يوضح طريقة العمل به لدعم فرص استخدام أمانة وواعية لوسائل الإعلام؛ حيث تهدف الدراسة في شقها الميداني من خلال استبيان المقابلة النصف المقننة الموجه للقائم بالاتصال على الصفحة المعنية

بالدراسة عبر موقع الفيسبوك "نادي التربية على وسائل الإعلام" وعن طريق استبيان الاستمارة الموجه إلى عينة الخبراء من الأكاديميون والإعلاميون والتربويون لجمع بياناتنا المعدة والمعدلة بما يتناسب والأسئلة المطروحة، بغية تقديم آراء عن الإرهاصات التي أحدثتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال وربطها بواقع الممارسة للتربية الإعلامية لمستخدمي الشبكات الاجتماعية من خلال الصفحة المعنية بالدراسة صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالتطبيق لمعرفة واقع تفعيل التربية الإعلامية من قبل مستخدميها ومدى دعمها وتعزيزها بالتوجيه والإرشاد نحو التربية الإعلامية للنشء والشباب وربطها بالواقع الجزائري من منطلق أنها تعالج موضوع التربية الإعلامية ومحاولة استشراف واقعها بالنظامين التعليميين الرسمي وغير الرسمي وكيفية تعامل النشء والشباب نحوها وهي النقطة التي حاولت الدراسة السابقة إثارتها في التحليل الذي توصلت إليه إذ تمثل التربية الإعلامية والرقمية الرافد الحقيقي لتغذية عقول الجماهير، بالمعلومات والأفكار وتحقيق مبتغاها وتجسيد اتجاهاتها، كما ثبت أن للصورة فيها أثراً بالغاً في التراسل وإثارة رؤية التحليل العلمي، كما قمنا منهجياً وبالإضافة إلى ما سبق بإدراج أداة استبيان الاستمارة الالكترونية معدة خصيصاً لذلك الغرض الأكاديمي من متبوعي صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" وفي شق الدراسة التحليلي يتم الاعتماد على أداة تحليل المحتوى لمعرفة ما تتضمنه وما فائدة صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" على المنضوون بها والمخصصة لترشيد التعامل نحو المضامين الإعلامية وطرق استعمال وسائل الإعلام. وهي نقطة تسعى الدراسة الحالية البحث فيها بالتحليل لما رأيته من بعد مهم في النتيجة التي توصلت لها الدراسة السابقة في نقطة أن المجتمع يكاد أن يكون أمياً ليس في القراءة والكتابة بل في تحليل النص والصورة، كذلك أمياً في التعامل مع تقنيات الإعلام والاتصال (الرقمنة)، لذا فالتربية الإعلامية والرقمية تمثل خطوة لتعليمهم وتخليصهم من هذه الأمية وهو ما تعالجه الدراسة الحالية أيضاً لتكوين المواطن الرقمي عبر الشبكات الاجتماعية.

وفي نفس الإطار المنهجي دائماً والمتناول لأبرز نقاط التباين بين الدراستين، فقد قمنا كذلك بالمزج منهجياً من خلال بحثنا الأكاديمي هذا بين كلتا المقاربتين الكمية والكيفية في نفس الوقت والذي يمثل بذلك هذا الإجراء العلمي حرصاً منا على إكساب الدراسة بعداً أكثر صدق ومصادقية من شأنه أن يخدم بذلك طبيعة التسلسل المنطقي للإطار البحثي، الذي نسعى من خلاله إلى الوصول لمجموعة من النتائج العلمية الدقيقة، فطابع المقاربة الكمية الذي حاولنا من خلاله العمل بشكل أو بآخر ساعدنا في تحويل مختلف ما يتم تجميعه من بيانات ميدانية إلى جملة من الأرقام والنسب المئوية والتي قمنا كذلك بإعادة تبويبها عبر عدة جداول وقياسها بعد ذلك وفق مقاييس حسابية متعارف عليها منهجياً وعلى نحو آخر مغاير لما تناولناه نحن منهجياً، فقد أخذت دراسة الباحث "فاضل محمد البدراني" العلمية، منحا منهجياً مختلف الطرح، ارتكز من خلال بحثه المعتمد كدراسة سابقة وبشكل أساسي في غوصه العلمي على طابع المقاربة الكيفية ضمن أغلب تفاصيل بحثه الأكاديمي، تتجسد أهم معالمه

المنهجية بشكل بارز في إعادة القراءة علميا وبشكل معمق مع التأويل اللفظي لتلك القراءة في شكل عدّة عبارات منطقية استنقت من خلالها مختلف النتائج النهائية وهذا لما تمّ تحصيله من مضامين منهاج التربية الإعلامية بالجامعة الأمريكية للتربية الإعلامية والرقمية متناولة بالبحث العلمي والمنظمة لمجال الممارسة الأكاديمية (باحثين وأساتذة) أو العملية (طلبة وجمهور عام) عبر الشبكات الاجتماعية وموقع الفيسبوك على وجه التحديد. أيضا استشهاد الباحث "فاضل محمد البدراني" كذلك بمجموعة من المقالات العلمية ذات العلاقة بالتربية الإعلامية لباحثين آخرين، مثّلت بذلك أدلة مدعّمة للطرح الأكاديمي الكيفي والتحليلي الذي تناوله مقدّما من خلاله تعزيزا علميا قيّما لما طرحه بتحليله المعمق لمختلف المضامين التي جاءت بها الجامعة الأمريكية، بالتربية الإعلامية والرقمية عن الممارسة العملية لمنهج التربية الإعلامية كمادة تدرس وتقدم للطلبة عبر مختلف المنصات المتاحة من مؤسسات تعليمية أو عبر موقعها الرسمي على الانترنت أو بصفحتها الرسمية عبر الفيسبوك .

وتواصل دائما مع ما سبق تناوله من نقاط اختلاف جوهرية بين كلتا الدراستين الأكاديميتين، فقد تضمّنت كذلك أوجها أخرى من التباين بين ما اتجهناه نحن عبر بحثنا العلمي هذا ودراسة الباحث "فاضل محمد البدراني" التي لا تقلّ بذاتها أهميّة عن سابقتها ولا يمكن إغفالها، لما تكتسبه من قيمة علمية بارزة ومرتكز قيمّ لتموقعنا العلمي والمتعلّقة بشكل رئيسي بالبيئة العلمية مجال إجراء البحث العلمي مكانيا، فقد جاء تناول دراسة "فاضل محمد البدراني" وبشكل أساسي دراسة للبيئة الأجنبية في تناولها لموضوع "التربية الإعلامية والرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي" وكنقطة اختلافية مع دراستنا العلمية تقف البيئة الأجنبية على قدر كبير من الأهمية والذي لا يمكن إغفاله و المتجسدة في تناول الباحث "فاضل محمد البدراني" لسياسة وأجندة الجامعة الأمريكية MDLEB بالقارة الأمريكية وبالتالي فاختياره لهذه البيئة الأجنبية " الأمريكية " والمغايرة بشكل بارز في سماتها السوسولوجية، السيكلوجية، الثقافية، الإنسانية، الحضارية والأنتولوجية إذا ما أخذنا بعين الاعتبار مقارنتها والبيئة المحلية لدراستنا العلمية هذه وبالرغم من كلّ أوجه الاختلاف المسجّلة واقعيّا، فهي تكتسي قدرا مهمّا من التطور الإنساني والوعي الحضاري ومواكبة للزخم العصري الحالي وما يتضمّنه من متطلّبات تكنولوجيا حديثة وسابقة في تناولها لموضوع التربية الإعلامية والرقمية بما تمّ التوصل إليه في نص منشور 2006- بما في ذلك مختلف الأفكار والتوجهات الممارساتية والاحترافية، بالإضافة كذلك إلى دورها الحساس والتأثيري الهادف إلى تحسين قدر المستطاع من صورتها والإبقاء على سمعتها كأحد المؤسسات العالمية الريادية داخل عموم المجتمعات الإنسانية بدون استثناء من خلال التقديم الإيجابي الدائم لأهم نشاطاتها وخدماتها عبر مختلف دول العالم ومنها لبنان، وقد استغلت الكثير من المؤسسات العلمية العالمية وحتى الباحثين هذا المنفذ بطرق مختلفة ومبتكرة، سعيا منهم إلى التعريف بالتربية الإعلامية والرقمية ودورها ونموذجها وإسقاطه على تلك البيئة المحلية وهذا ما سنراه لاحقا عند عرضنا للدراسات الأجنبية السابقة، التي تقدمها تلك المؤسسات الأكاديمية إلى مختلف المتلقين لها من

أهل الاختصاص أساتذة وطلبة أو جمهور عام. وقد أثبتت هذه الطريقة فعاليتها من خلال عديد المحاولات التي قامت بها العديد من الدول على غرار لبنان للاستفادة من تجربة الجامعة الأمريكية للتربية الإعلامية والرقمية منذ عام 2015 إلى غاية الآن والتي تكتسي بدورها قدرا هاما من المساهمة الكبيرة في الارتقاء بهدف تكوين أشخاص مدربين على منهج التربية الإعلامية وفق ما تضعه الجامعة الأمريكية باعتباره لها تجربة وخبرة سابقة بها عبر المؤسسات التربوية والتعليمية أو عبر شبكات الانترنت وبالأخص صفحتها على الفيسبوك ومقارنة بالبيئة المحلية لبحثنا العلمي، فإلى غاية الآن تبقى بعض دول المنطقة العربية والمغربية بما فيها الجزائر تجد عدّة حواجز حتى في صياغة قوانين منظّمة وملائمة للممارسة الفعلية للتربية الإعلامية وتبقى في حدود تناولها عبر تنظيم ملتقيات أو ندوات توصي وتقتصر إدراجها ضمن السياسة الوطنية للتعليم الرسمي الجزائري، ليكون للدراسة الحالية انطلاقا من وجه الاختلاف هذا دور في تبيان وظيفتها وأهميتها على الأفراد خاصة المتعرضين لمضامين مختلف تقنيات ووسائل الإعلام الجديد بالمجتمع الجزائري، ناهيك كذلك عن عدم إمكانيتهما من استحداث نموذج ومنهاج متخصص ومنظم لمادة التربية الإعلامية سواء لتكوين أساتذة أو تحديد طور دراسي معين تدرج فيه ويواكب مختلف تلك التغيرات التكنولوجية الجديدة الحاصلة وما صاحبها من ظهور متغيرات جديدة لم تكن توجد من قبل تتجسد بالأساس في مختلف الشبكات الاجتماعية - شبكة الفيسبوك على وجه الخصوص - والتي حملت بين ثناياها العديد من التغيرات الجذرية التي طفت على سطح المنظومة البشرية والاجتماعية المحلية الراهنة وفي ذات السياق نفسه كما سبق وأشرنا إليه مقارنة دائما مع البيئة المحلية لدراستنا، تبقى رؤية الباحث "فاضل محمد البدراني" للبيئة الأجنبية وما تكتسيه من خصائص متطورة مغايرة في إطارها العام عن واقع مختلف المؤسسات التربوية المحلية من حيث تشجيع تكريس التربية الإعلامية، فهذه الدراسة العلمية السابقة تبقى قيمة بالرغم من بعدها النوعي العام عن مجريات الواقع المحلي الذي يشهد نوعا من التأخر في تناول التربية الإعلامية وغياب التكوين والتأسيس لها على مستوى المؤسسات الأكاديمية. ومنه فتكون بذلك هذه الدراسة السابقة ذات انعكاسات تحفيزية من شأنها أن تساعدنا كفريق بحث علمي للاستفادة من إيجابياتها المتعلقة بتحسين أطر العمل على تطوير ودعم العمل على تجسيد مادة التربية الإعلامية ومواكبة مختلف الأنظمة التربوية المؤسساتية المحلية لمختلف التطورات التكنولوجية الراهنة، كما لا يمكن أن نهمل وموازة مع كلّ ما سبق ذكره، وجود عدّة بوادر حالية ومباشرة لمحاولة التأطير للتربية الإعلامية ببيئة دراستنا المحلية وإن كانت في مجملها عفوية الممارسة و تنقصها تلك الاحترافية والتأطير التشريعي الجاد، إلا أنّها كانت لنا كفريق بحث بمثابة دافع ومحفّز وزادت من قابلية اعتمادنا الغوص في تناول "التربية الإعلامية وطرق تفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية" كموضوع جدير بالاهتمام العلمي الجدّي ليكون ذلك المحرّك الفعليّ لبحثنا الأكاديمي، الذي نهدف من خلاله إلى التنقيب المعمّق والذي من شأنه ولما لا أن يكون لنا بمثابة ذلك المنطلق

الفعلي لمواكبة النسق المتصاعد حضارياً وأكاديمياً في التنظير للتربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية، وهذا لما أضحى يجسده بذلك هذا الحقل العلمي من أهمية كبيرة والذي يعدّ بذلك جوهرًا لدراستنا الأكاديمية هذه.

الدراسة التاسعة:

المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي، فهد بن علي العميري، فاطمة بنت صنهات المقاطعي، مجلة البحوث التربوية والنفسية، العدد 09، 2018.¹

1. ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى الكشف عن درجة تضمين المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي، بالإضافة إلى التعرف على تقديرات المشاركين في الدراسة من معلمين ومشرفين تربويين لأهمية تضمين المفاهيم الإعلامية في تلك الكتب ومن ثم بناء مصفوفة المدى والتتابع للمفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية في صفوف التعليم العام السعودي.

2. تساؤلات الدراسة:

- ما درجة توافر المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي؟
- ما درجة تقديرات المشاركين في الدراسة لدرجة أهمية تضمين المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي؟
- ما مصفوفة المدى والتتابع لتوزيع مفاهيم التربية الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية على صفوف التعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي؟

3. منهج الدراسة:

إنّ المنهج المستعمل بهذه الدراسة هو المنهج الوصفي بشقيه المسحي والتحليلي (تحليل المحتوى) للكتب الدراسية والوصفي المسحي للمشاركين في الدراسة والبالغ عددهم 203 فرداً في مدارس البنين والبنات الحكومية بمراحل التعليم العام في مدينة مكة المكرمة.

¹ فهد بن علي العميري، فاطمة بنت صنهات المقاطعي، المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي، مجلة البحوث التربوية والنفسية، العدد 09، 2018.

4. أداة الدراسة:

تم توظيف أداتين لجمع البيانات لهذه الدراسة وهما أداة تحليل المحتوى للكتب الدراسية (18 كتاب للطالب) وأداة استبيان الاستمارة لتقديرات المشاركين في الدراسة، بعد أن تحقق للأداتين خصائص الصدق والثبات اللازمة. وتم معالجة بيانات الدراسة باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS وفقاً لمجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة.

5. مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من جانبيين الجانب التحليلي وتمثل في تحليل (كتاب الطالب) لمقررات الدراسات الاجتماعية والوطنية في التعليم العام والبالغ عددها (18) كتاب بهدف الكشف عن درجة توافر المفاهيم الإعلامية في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي المعدة من قبل الباحثين، حيث اشتملت القائمة بعد تحكيمها على (156) مفهوماً، توزعت في ثلاثة عشر مجالا، وفي الجانب الميداني تم تطبيق استبيان الاستمارة على عينة من المشرفين التربويين والمشرفات التربويات والمعلمين والمعلمات لمقررات الدراسات الاجتماعية والوطنية في تعليم مدينة مكة المكرمة، البالغ عددهم (1348) مشرفاً ومشرفة ومعلماً ومعلمة، بهدف استطلاع آرائهم عن درجة أهمية تضمين المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي.

6. نتائج الدراسة:

- كشفت نتائج تحليل المحتوى عن انخفاض شديد في تضمين المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية.
- أظهرت تقديرات المشاركين في الدراسة درجة مرتفعة من الأهمية في تضمين المفاهيم الإعلامية في تلك الكتب.
- في ضوء هذا تم تصميم نموذج لمصفوفة المدى والتتابع للمفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام السعودي.

7. أوجه الاستفادة من الدراسة:

تتمحور الدراسة السابقة للباحثين "فهد بن علي العميري" و"فاطمة بنت صنهات المقاطعي"، المعنونة بـ«المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي»، بكونها تطرقت لموضوع التربية الإعلامية من زاوية مدى تضمين التعليم الرسمي ومدى اهتمام قطاع التعليم العام بالمجتمع السعودي بإدراج مفاهيم إعلامية ذات بعد يحمل مؤشرات مجسدة للتربية الإعلامية بالمقررات الدراسية التي شملت كتاب الطالب

بالدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام البالغ عدده 18 كتاب، وهذا يحيلنا على تكوين نظرة أخرى فاحصة لمجال التعليم الرسمي بنطاق جغرافي مغاير ونظام تربوي آخر وهو المجتمع السعودي الذي جاءت نتائج دراسته لتعطينا صورة أوضح في هذا المجال فكانت النتيجة حسب القراءة التحليلية لمضامين الكتب التربوية للدراسات الاجتماعية والوطنية حسب نتائج البحث إلى أن مستوى تضمين المفاهيم الإعلامية هو ذو مستوى منخفض جدا وهذا يشير إلى أن الممارسة الفعلية للتربية الإعلامية سيكون هو الآخر ضعيف في ضوء المعايير التي وضعها مسيرو القطاع العام بالمناهج التربوية بالمجتمع السعودي، ما يدفع بتوجيه وإرشاد الطلبة نحو التعامل الأمثل لمضامين وسائل الإعلام يكون أقل وعي وأكثر خطورة خاصة في الوقت الذي نشهد فيه الزخم الهائل من الرسائل الإعلامية من كل الجهات والوسائط الرقمية، ما أكد من جهة أخرى صحة توجهنا نحو اعتماد التعليم الغير الرسمي لالتماس مفاهيم ومضامين التربية الإعلامية في مدى إكساب الطلبة مهارات وأسس التربية الإعلامية لديهم، بحكم أن المناهج التربوية الجزائرية لم تصل بعد لتضمين مادة التربية الإعلامية بمقرراتها وهذا ليس بهدف الكشف عن واقعها وإنما بغية تفعيلها فالهدف هو تمكين الطالب الجزائري بشتى الأساليب والوسائل المتاحة من التربية الإعلامية وليس تحليل مدى نجاعة النظام التعليمي في تضمين مفاهيم التربية الإعلامية وفي نفس التوجه والسياق ذاته نجد أن الدراسة الحالية استفادت من النتيجة الثانية التي توصلت إليها دراسة الباحثين "فهد بن علي العميري" و"فاطمة بنت صنهاط المقاطعي" والمتمثلة في أن للمفاهيم الإعلامية درجة مرتفعة من الأهمية بتضمينها بالكتب المدرسية من قبل الأساتذة والمشرفين التربويين وهو الاتجاه الذي تسعى دراسة الباحثة في الكشف عن رأي الباحثين والمختصين في مجال التربية الإعلامية بالجزائر بصفة خاصة بمجال الإعلام والاتصال فيما يخص كيفية توجيه وإرشاد الطلبة بما تأسس له التربية الإعلامية نحو المضامين الإعلامية عبر البيئة الرقمية والتي خصصنا منها بالدراسة الشبكات الاجتماعية وجعلها مادة مستوعبة من قبل الطلبة إلى غاية تقريرها كمادة تدرس بالجامعات والمدارس الجزائرية من خلال استبيان الإستمارة ، لتكون بذلك دراسة الباحثين "فهد بن علي العميري" و"فاطمة بنت صنهاط المقاطعي" قد تكسب الدراسة الحالية بعد منهجي ومعرفي قبلي يساعد على صياغة وترتيب الأفكار والرؤى عند صياغة استبيان الإستمارة المعد للمبحوثين من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون، المطلعين بماهية التوجيه والإرشاد نحو وسائل الإعلام ومضامين الشبكات الاجتماعية وفق ما تدعو له التربية الإعلامية ولربطها بالدراسة الحالية أتحنا لهم رابط صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر موقع الفيسبوك حتى يتمكنوا من الإجابة على الأسئلة المدرجة والمعمقة في تناولها لمحوري استشراف واقع ومعوقات وكذا سبل وجود التربية الإعلامية بالنظاميين التعليميين الرسمي وغير الرسمي بالجزائر لدى النشء والشباب من الطلبة. فجاءت دراسة الباحثين مشابهة لما تذهب إليه الدراسة الحالية، من خلال طرحها السابق والمتناول لمدى تضمين المفاهيم الإعلامية بالكتب التربوية في مجال الدراسات الاجتماعية والوطنية

كوسائل وأشكال للعمل على دعم التربية الإعلامية بينما توسعت الدراسة الحالية لأكثر من بعد فتهتم بمدى تضمينها ودورها عبر الشبكات الاجتماعية وواقع ممارستها عبر صفحة الدراسة عبر موقع الفيسبوك من خلال تحليل المحتوى صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر موقع الفيسبوك وكذا المقابلة النصف مقننة للقائم بالاتصال عليها وكذا استبيان استمارة الكترونية للمبحوثين المنضوين بذات الصفحة، بالإضافة إلى دراسة استشراف واقعها ومقترحاته بالمجتمع الجزائري من خلال استبيان استمارة المبحوثين للخبراء في المجال، كذلك تركيز الدراسة السابقة بالموازاة مع ما تم تناوله سابقا، على تصميم نموذج لمصفوفة المدى والتتابع للمفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام السعودي في ضوء معايير التربية الإعلامية. بهدف تحليل حجم التأثير الذي يتركه ذلك الاستخدام للمفاهيم الإعلامية بكتب التربية في مجال الدراسات الاجتماعية والوطنية من خلال تضمينها بها ويتجلى هذا واضحا في اعتماد نموذج المدى والتتابع الذي خلص إليه الباحثين "فهد بن علي العميري" و"فاطمة بنت صنهات المقاطعي"، الذي يؤكد مساهما الجدي لتفعيل التربية الإعلامية عبر نموذج المدى والتتابع الذي يقيس درجة تضمين المفاهيم الإعلامية بالكتب الدراسية للسماح أكثر للطلبة من التمرن واكتساب أسس التربية الإعلامية في إطار التعليم الرسمي عبر المؤسسات التعليمية بالمجتمع السعودي، في الوقت الذي قامت الدراسة الحالية بتتبع صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عن طريق الدراسة التحليلية المعمقة لها لمعرفة ما تتضمنه من موضوعات وتجسيدها لمجالات التربية الإعلامية بالإضافة لكيفية توجيه وإرشاد مستخدميها في التمكن من تقنيات التكنولوجيات الحديثة وطرق تدريبهم على فنون صياغة الرسالة الإعلامية ومضامينها، فتكون بذلك كلتا الدراستين تسعى لتدليل العمل المنهجي بالتربية الإعلامية بما يتناسب وطبيعة كل مجال تمارس فيه. لتكون لنا بمثابة نقطة مرجعية غاية في الأهمية فيما يخص مجال بحثنا التحليلي والميداني.

وما نثيره من نقاط التقاء علمي بين منطلقاتنا الأكاديمية ودراسة الباحثين "فهد بن علي العميري" و"فاطمة بنت صنهات المقاطعي" من حيث اختيار كلا الطرحين العلميين لنفس المنطلق الموضوعي وهو التربية الإعلامية للبحث بما في ذلك المتغيرات العلمية فقد كان توظيف التربية الإعلامية، المفاهيم الإعلامية، المنهج التربوي، التعليم العام ومن دون أن ننسى كذلك نفس إطار العمل المنهجي في التدرج البحثي من خلال الدراسات الوصفية والتحليلية واعتماد نفس نوع أداة جمع البيانات ألا وهي تحليل المحتوى واستبيان الاستمارة العلمية، إلا أن كل ذلك التوافق ظلّ منحصر فقط فيما أشرنا إليه سابقا ولم يرقى إلى اعتباره تطابقا علميا شاملا، فلم يخلو بالتالي من وجود عدة نقاط تباين شكّلت بذلك أوجها للاختلاف ساهمت من زيادة توقعنا العلمي عن الدراسة الأكاديمية الأخرى والمعتمدة من قبلنا كدراسة سابقة، حيث سلك بذلك "فهد بن علي العميري" و"فاطمة بنت صنهات المقاطعي" اتجاها علميا مغايرا نوعا ما لما نتناوله، ركّزوا من خلاله منهجيا على اعتماد طابع الدراسات الوصفية في

شكلها التحليلي (تحليل الوثائق) كمنطلق منهجي والذي أفضى إلى استخدامهما بالأساس لأسلوب تحليل المضمون وكذلك القراءة العلمية والتفسيرية المعمّقة لأهم ما تضمّنته الكتب التربوية في مجال الدراسات الاجتماعية والوطنية وهذا من خلال إعادة قراءة وتحليل وتفسير شامل لكافة المضامين التربوية ضمن 18 كتاب مستخدمين 156 مفهوم إعلامي للكشف عن مدى توفرها بالكتب التربوية المنتهجة من قبل التعليم العام بالمجتمع السعودي والتي تمّ اختيارها بطبيعة الحال كعيّنة بحث قصدية. كما قام فريق إعداد هذه الدراسة الأكاديمية بالاستعانة كذلك ومنهجياً بأداة استبيان الاستمارة الالكترونية كأداة رئيسية والتي تهدف علمياً إلى جمع أكبر قدر ممكن من البيانات من خلال أجوبة المبحوثين المنضوين عبر صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" والمساعدة على التفكير الجيّد والفهم المعمّق لإجابات المبحوثين عنها، حول المنشورات والمضامين الموجودة والتي يهدف من خلالها مسيرو الصفحة المعنية بالدراسة إلى إيصال مضامين التربية الإعلامية وليس الإشارة إلى المفاهيم الإعلامية فقط إلى أقصى قدر ممكن من المستهدفين ودراسة كيفية تعاطي مستخدمي الصفحة المعنية بالدراسة عن التربية الإعلامية، بالتالي تناولها للواقع الحالي الذي توجد عليه التربية الإعلامية وكيفية تفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية من النشء والشباب والتي أوليناها أهمية من البحث والتقصي التحليلي باعتبارها الواجهة أو الوسيلة التي يلتقي فيها المستخدم والمضامين الإعلامية المنشورة سواء كانوا صوراً أو نصوصاً أو فيديوّهات بالإعجاب بها أو التعليق على ما تم نشره أو إعادة النشر عنها، وهي نقطة لم يتم التطرق لها في دراسة الباحثين "فهد بن علي العميري" و"فاطمة بنت صنهاة المقاطعي" بالدراسة والتحليل والاكتفاء بتحليل المضامين على مستوى وثائق الكتب المدرسية التربوية في مجال الدراسات الاجتماعية والوطنية ، دون البحث في مجال الفضاء الرقمي والشبكات الاجتماعية لتكون وجه اختلاف مع الدراسة الحالية، ضف إلى ما سبق تختلف دراسة الباحثين "فهد بن علي العميري" و"فاطمة بنت صنهاة المقاطعي" مع الدراسة الحالية من حيث التساؤل الرئيسي ومنطلق البحث فالدراسة الحالية تبحث في طرق تفعيل التربية الإعلامية وكيفية إيصال جوهرها المتمثل في التعامل الواعي والفعال مع رسائل وسائل الإعلام في ظل افتقار مناهج التعليم الرسمية منها كمادة رسمية تقدم للطلبة كغيرها من المواد وبالتالي خوضها البحث في التعليم غير الرسمي عبر مؤسسات اجتماعية مختلفة كالنوادي، في حين الدراسة السابقة للباحثين "فهد بن علي العميري" و"فاطمة بنت صنهاة المقاطعي" ركزت على درجة تضمين المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي، بالإضافة إلى التعرف على تقديرات المشاركين في الدراسة من معلمين ومشرفين تربويين لأهمية تضمين المفاهيم الإعلامية في تلك الكتب دون التعمق في الشق الميداني بالولوج لعينات من مؤسسات مجتمعية بالمجتمع السعودي وهذا راجع لطبيعة الدراسة التحليلية التي تتمحور حولها هدف الدراسة السابقة. وبالموازاة أيضاً نجد أن الدراسة السابقة لم تحدد أي طور تعليمي مستهدف من

الدراسة فقط اكتفت بتقديم مجال الكتب المعنية بالدراسة التحليلية فقط ضمن القطاع العام ما يعني أن الفئة العمرية للطلبة هي أقل من ثمانية عشر سنة في حين الدراسة الحالية تستهدف النشء والشباب بالدراسة من خلال توجيه استبيان استمارة إلكترونية يقيس درجة وعيهم ومعرفتهم بالتربية الإعلامية ودرجة توجههم نحو تضمينها وتفعيلها عبر الشبكات الاجتماعية.

ومن حيث النطاق الجغرافي ومجتمع الدراسة فقد كانت دراسة الباحثان "فهد بن علي العميري" و"فاطمة بنت صنهات المقاطعي" ضمن المجتمع السعودي في حين الدراسة الحالية بالمجتمع الجزائري ما يضيف وجه اختلاف آخر يتجلى من خلال الفروقات بين المجتمعين سواء من حيث أنماط التعرض أو امتلاك واستخدام وسائل الإعلام التكنولوجية المتطورة، فبحسب الدراسة السابقة نلاحظ أن امتلاك حساب على شبكة التويتر والقيام بتغريدة حول موضوع من المواضيع له من الأهمية بمكان بالمجتمع السعودي في حين يلقي موقع الفيسبوك من الرواج والشعبية ما يجعله الأول على قائمة المواقع وهذا راجع لطبيعة كل مجتمع، من جهة أخرى فالمناهج التربوية وكيفية تقسيم الأطوار التعليمية وماذا يتضمن كل مستوى دراسي من مواد متعلقة بمجال الإعلام والاتصال وبخاصة النشاطات المدرسية من صحافة وإذاعة وإنشاء مجلة وكتيبات مدرسية كل له خصوصيته وإستراتيجيته، ما يضيف للدراسة الحالية بعد معرفي آخر لما تم التوصل إليه في مجال التربية الإعلامية على مستوى الوطن العربي ومقارنتها بما يوجد بالمجتمع الجزائري ومحاولة الاستفادة منها وهو ما تسعى الدراسة الحالية المضي فيه بالبحث والتحليل وفق طبيعة الدراسة وتساؤلاتها المشار إليها سابقاً.

في حين ومن شق آخر موازي على عكس دراسة الباحثين "فهد بن علي العميري" و"فاطمة بنت صنهات المقاطعي" العلمية، جاء بحثنا الأكاديمي هذا على نحو منهجي آخر ومغاير لما تناولته هذه الدراسة العلمية السابقة والمعتمدة من قبلنا، كما سبق وأدرجناه فإنّ بحثنا العلمي هذا قد سلك مسلكاً منهجياً غلب عليه وبالأساس الطابع الميداني من خلال اعتمادنا الجدّي على انتهاجه كسبيل علمي للغوص أكثر فأكثر وتبيان ما أدرجناه سابقاً كمنطلقات مفاهيمية ونظرية على أرض الواقع، الذي يهدف بذلك منهجياً إلى تبيان فاعلية التربية الإعلامية ومتابعة كيفية التوجيه والإرشاد من خلال الأسئلة المتضمنة بالأدوات الموجهة لجمع البيانات من المبحوثين عينة الدراسة وهم مستخدمي صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" حول مضامين هذه الصفحة وغيره عبر موقع الفيسوك، ودور القائم بالاتصال فيها من خلال استبيان المقابلة النصف مقننة وتقييم الخبراء لها ونظرتهم لواقع وسبل وجود التربية الإعلامية بالنظاميين التعليميين الرسمي وغير الرسمي بالمجتمع الجزائري ؛ كذلك التمكن من الإحاطة منهجياً وقدّر الإمكان بكافة فئات مجتمع الدراسة الواسع والذي ارتأينا انتقائه عبر عينة متعددة المراحل من خلال تقسيمه إلى عيّنة بحث أولى كانت عشوائية بسيطة عند استخراج مفردات مجتمع الدراسة من مستخدمي صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر موقع الفيسوك في حين الثانية مثلتها عينة الخبراء الأكاديميون في مجال علوم الإعلام والاتصال وكذا

علوم التربية والتي على اطلاع بمواضيع التربية الإعلامية، وتحليل معمق عن التربية الإعلامية وواقعها بالنسبة للمستخدمين لها عبر العينة الزمكانية التي جسدتها صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" المختارة بالدراسة التحليلية.

بذلك تكون هذه الدراسة السابقة ذات قيمة معرفية دافعة على العمل وموجه منهجي نحو التعمق بالتحليل أكثر للاستفادة مما توصلت إليه في شقها التحليلي وكذا الميداني والأخذ بوجهة رأي المختصين فيها عن درجة أهمية تضمين المفاهيم الإعلامية بالمقررات الدراسية دون أن يغفل الدور الذي يقوم به نموذج المدى والتتابع في تحسين العمل أكثر في مجال دعم التربية الإعلامية في القطاع التعليمي، كما لا يمكن أن يغفل مع كل ما سبق ذكره، وجود بوادر محفزة لمحاولة التأطير للتربية الإعلامية ببيئة دراستنا المحلية وإن كانت في مجملها عفوية الممارسة وتنقصها تلك الاحترافية والتأطير. إلا أن الدراسة السابقة كانت لنا بمثابة داعم لقابلية اعتمادنا الغوص في تناول "التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية" كموضوع جدير بالاهتمام العلمي الجدي.

فالدراسة السابقة لـ "فهد بن علي العميري" و"فاطمة بنت صنهات المقاطعي" كانت ذات أهمية لما مثّلته من نقطة انطلاق رئيسية بالنسبة لنا لإثراء آفاقنا العلمية وتزويدنا بمختلف أطر البحث والمجسدة للتربية الإعلامية بالمجتمع السعودي عبر النظام التعليمي العام في مجال الدراسات الاجتماعية والوطنية، ناهيك عن تقديمها إضافة جوهرية لنا كفريق بحث علمي فيما يخص كل ما توصلت إليه الأبحاث حول النماذج المقترحة لإنجاح نموذج التربية الإعلامية للطلبة، عبر تفعيل نموذج المدى والتتابع الذي توصلت إليه الدراسة عبر بحثها، بالتالي وكحوصلة شاملة لذلك فقد قدّمت لنا هذه الدراسة إضافة علمية معتبرة زادت من غوصنا المعمق وطرحنا النظري والمعرفي أكثر فأكثر ساعدنا في دراستنا الحالية.

الدراسة العاشرة:

كفايات منهج التربية الإعلامية الرقمية من وجهة نظر أساتذة الجامعات العراقيين - دراسة ميدانية - ، سحر خليفة سالم، راضي رشيد حسن، كلية الإعلام الجامعة العراقية، مجلة الباحث الإعلامي. العدد، 40، 2018.¹

1. ملخص الدراسة:

يرمي البحث إلى تحديد الكفايات المعرفية والتربوية والإعلامية والمهارية (التقنية) الواجب توافرها في منهج التربية الإعلامية الرقمية والذي يسهم إلى حد كبير في تنمية مهارات النقد وتحليل المضامين

¹ سحر خليفة سالم، راضي رشيد حسن، كفايات منهج التربية الإعلامية الرقمية من وجهة نظر أساتذة الجامعات العراقيين - دراسة ميدانية -، كلية الإعلام الجامعة العراقية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 40، 2018.

الإعلامية لدى الطلبة، كذا معرفة الإستراتيجية الأفضل في تدريس منهج التربية الإعلامية الرقمية، بالتركيز على المفردات التي تتضمنها الكفايات ويتطلبها منهج التربية الإعلامية الرقمية.

2. التساؤل الرئيسي:

ما هي الكفايات الواجب توافرها في منهج التربية الإعلامية الرقمية؟

• الأسئلة الفرعية:

1. ما استراتيجيات تدريس منهج التربية الإعلامية الرقمية من وجهة نظر أساتذة الجامعات العراقية؟
2. أي نوع من أنواع التعليم ينبغي أن يدخل منهج التربية الإعلامية الرقمية ضمن مناهجه؟
3. ما الكفايات المعرفية والتربوية والإعلامية والمهارية (التقنية) والوجدانية اللازمة لمنهج التربية الإعلامية الرقمية من وجهة نظر الأساتذة الجامعيين العراقيين؟
4. ما أبرز المفردات الواجب توافرها في الكفايات التي يتطلبها منهج التربية الإعلامية الرقمية؟

3. منهج الدراسة:

يعد البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف وصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كمياً وكيفياً، في ضوء طبيعة البحث والتساؤلات والأهداف التي يسعى لتحقيقها؛ بحيث اعتمد الباحثان المنهج المسحي لأنه أنسب المناهج للتعامل مع الإجراءات البحثية للوصول إلى النتائج، إذ يتيح هذا المنهج وصف سبب وجود مواقف محددة وشرحها وفحص متغيرين أو أكثر وذلك لاختبار الأسئلة البحثية.

4. أداة الدراسة:

اعتمد الباحثان في جمع البيانات على استمارة استبيان صممت وفق فقرات في ضوء تساؤلات البحث لمعرفة رأي المبحوثين تجاه الظاهرة المدروسة، فقد تضمنت الاستمارة عدداً من الأسئلة المغلقة تعالج ثلاثة محاور رئيسة اعتماداً على مقياس ليكرت الثلاثي (موافق، محايد، غير موافق) كما يأتي:

- المحور الأول: البيانات الأولية وتبحث في الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة واشتمل على (4) تساؤلات.

- المحور الثاني: يتعلق باستراتيجيات تدريس منهج التربية الإعلامية الرقمية واشتمل على (4) تساؤلات.
- المحور الثالث: وهي الفقرات التي تقيس كفايات منهج التربية الإعلامية الرقمية واشتمل على خمسة مجالات ضمت (39) عبارة.

5. مجتمع وعينة الدراسة:

تم تطبيق الدراسة الميدانية ضمن مجتمع الجامعات العراقية (بغداد، العراقية، المستنصرية، تكريت، الأنبار، السليمانية وذي قار)، مراعين في ذلك وجود ثلاث كليات للإعلام في جامعات بغداد والعراقية وذي قار وثلاثة أقسام إعلام ضمن كليات الآداب والعلوم الإنسانية في جامعات الأنبار وتكريت والسليمانية، مستهدفين أساتذة الجامعات العراقية ضمن تخصص الإعلام (صحافة، صحافة إذاعية وتلفزيون والعلاقات العامة) لأنهم الأكثر دراية من غيرهم بالكفايات الواجب توافرها في منهج التربية

الإعلامية الرقمية لأنه من المناهج الحديثة في العالم العربي مما استدعى اللجوء إلى اختيار عينة عمدية قوامها (100) أستاذ جامعي من (7) جامعات عراقية تقوم بتدريس مادة التربية الإعلامية الرقمية، بعد أن استبعد الباحثان (14) استبانة لعدم صلاحيتها، بلغ أفراد العينة (86) أستاذًا جامعيًا.

6. نتائج الدراسة:

- يتم تحديد الكفايات المعرفية في منهج التربية الإعلامية الرقمية بالتركيز على موضوعات قائمة على أساس المعرفة المتنامية والمهارات العقلية والفهم والإستيعاب، مما يعني أن مفردات التربية الإعلامية الرقمية تمنح للطالب ذهنًا متفتحًا ووصولاً أفضل للكيفية التي تشكل بها وسائل الإعلام المختلفة إدراكهم.
- يتم تحديد الكفايات التربوية في منهج التربية الإعلامية الرقمية عن طريق تنشيط عمليات الإبداع وتعلم مهارات الاتصال وتنمية الدافع الأخلاقي عند الطالب، فضلاً عن ترسيخ روح المواطنة الفاعلة التي من شأنها خلق طالب مثقف يستطيع التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة.
- يتم تحديد الكفايات الإعلامية عن طريق تعليم الطلبة كيفية عمل وسائل الإعلام الرقمية ومعرفة مهارات الإعلام الرقمي وإنتاج مواد ومضامين إعلامية، فضلاً عن معرفة مفهوم التربية الإعلامية الرقمية.. فلا بد للطالب من معرفة أخلاقيات مهنة الإعلام التي تضبط إيقاع العمل الإعلامي.
- تحديد الكفايات الوجدانية في منهج التربية الإعلامية الرقمية، ضمن مجال تنشيط عمليات إثارة الدافعية، وتنمية الميول والاتجاهات والحاجات لأن إثارة الدافعية مهم في العمل.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

إضافة إلى ما تناولناه من دراسات سابقة من قبل، فقد جاءت هذه الدراسة والمعنونة بـ "كفايات منهج التربية الإعلامية الرقمية من وجهة نظر أساتذة الجامعات العراقيين- دراسة ميدانية-" هي الأخرى لتضيف لنا مكسب علمي مرجعي آخر، لما مثّلته من قيمة علمية زادت من استفادتنا منها أكاديمياً، يرجع هذا إلى ما لاحظناه طيلة تناولنا المنهجي التحليلي لهذه الدراسة ومدى التشابه بين دراسة الباحثان "سحر خليفة سالم" و"راضي رشيد حسن" المتناولة وموضوع دراستنا العلمية هذه، فهي تتشارك مع البحث الحالي في تناولها بشكل رئيسي لأبرز متغير علمي معتمد عليه عبر دراستنا هذه ألا وهو "التربية الإعلامية" والذي يعتبر متغير مستقل أساسي يقوم عليه طرحنا العلمي، فالتطرق للتربية الإعلامية في هذه الدراسة هو بمثابة نقطة محورية، كونها تدخل ضمن المناهج العلمية التربوية التي تُمكن المدارس والجامعات من التقدم وتطوير برامجها العلمية عبر تقديمها كمقياس يحمل العديد من القيم المهمة للطالب سواء في تلبية حاجات معرفية كالتعرف على تقنيات التكنولوجيات الجديدة والتمكن منها وكذا تحفيزه وتوجيهه على الولوج للفضاء الرقمي وبوعي لاستقبال ما يمكن أن يتعرض

له، هذا بالإضافة إلى تزويدهم بمختلف النشاطات الاتصالية وكيفية القيام بها سواء على نحو رسمي أو مهني بالجامعة أو على مستوى مجتمعي، فوفق هذه الرؤية تسعى الجامعة العراقية ومن ورائها باحثوها في الإعلام والاتصال إلى الارتقاء بمستواها الأكاديمي والمنهجي وخدماتها المقدمة للطلبة والتي تهدف بها أيضا للارتقاء بمستوى الجامعة العراقية لمصاف الجامعات العالمية للمحافظة على صورتها وسمعتها كمؤسسات علمية مجتمعية تفاعلية مواكبة لآخر التطورات التكنولوجية بالدرجة الأولى ومنه فقد أتاحت لنا هذه الدراسة العلمية فرصة إضافة منطلقات فكرية أكاديمية وتكوين رؤية أخرى أكثر تطلعا وسبقا من حيث الطرح المعتمد في اشكالياتها راجع لطبيعة العمل الجدي المستتب من حرص الباحثين وكذا الجامعة العراقية على دعم منهج التربية الإعلامية والرقمية، فكانت لنا بذلك على قدر هام من القيمة العلمية وبمثابة نقطة قاعدية ساعدتنا على وضع إطارنا المنهجي والميداني في بعض جزئياته على الطريق الصحيح من البحث والتقصي وبالتالي التعمق أكاديميا في تناولنا لمختلف الأطر المفاهيمية، المعرفية والبحثية وإحاطتنا وعن قرب بما يتضمنه ميدان البحث الفعلي، الذي توجد عليه الممارسة الفعلية لمنهج التربية الإعلامية والرقمية عبر الجامعات العراقية من خلال اعتماد مجتمع بحث أفراد عينته من أساتذة وباحثين ذو إطلاع على التخصص، يعكسون درجة وعيهم بأهمية وقيمة منهج التربية الإعلامية والرقمية ومن ثم حرصهم على تمكين الطلبة منها عبر مختلف المنصات الرقمية، ضف إلى كل ما سبق تناوله سالفا فقد ساهمت كذلك دراسة الباحثين "سحر خليفة سالم" و"راضي رشيد حسن" من موافاتنا وبشكل معمق بالكفايات الواجب توافرها في منهج التربية الإعلامية الرقمية، من خلال البحث والتقصي في الكفايات المعرفية والتربوية والإعلامية والمهارية (التقنية) والوجدانية اللازمة لمنهج التربية الإعلامية الرقمية من وجهة نظر الأساتذة الجامعيين العراقيين هذا من جهة، بالإضافة إلى العمل على معرفة الاستراتيجيات اللازمة لتدريس منهج التربية الإعلامية الرقمية من وجهه نظر الأساتذة وكذا الكشف عن نوع التعليم الذي ينبغي أن يدخل منهج التربية الإعلامية الرقمية ضمن مناهج وضبط أبرز المفردات الواجب توافرها في الكفايات التي يتطلبها منهج التربية الإعلامية الرقمية، لتكون الدراسة بهذا الشكل قد أحاطت بأساسيات البحث الرامي إلى تأسيس كفايات منهج التربية الإعلامية الرقمية، باعتبارها أحد الدعائم العلمية الحديثة والمساعدة على بثّ وتداول المضامين الإعلامية والتي تهدف بمقتضاها الجامعة العراقية إلى إدراج أطر فريدة ومبتكرة مواكبة للنقلة الافتراضية الحاصلة بالمجتمع والمستهدف منها الطلبة على وجه الخصوص كونهم الأكثر تعرضا وتفاعلا مع الرسائل الإعلامية عبر الفضاء الرقمي، الأمر الذي يدعو إلى الاستعانة بمختلف الوسائل المتطورة والمقترنة أساسا باستخدام مختلف التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال التي تتيح التواصل خاصة الشبكات الاجتماعية منها التي تتماشى بهذا مع طرحنا العلمي والمتمحور حول تفعيل التربية الإعلامية عبر موقع الفيسبوك المختار للدراسة من بين الشبكات الاجتماعية. وبالتالي فقد كانت إحاطتنا بمجمل أساليب دعم ونشر التربية الإعلامية بغرض تفعيلها عن طريق

التعليم الغير الرسمي من أولويات الدراسة الحالية، وفي نفس الوقت إبراز دور موقع الفيسبوك في دعم أسس التربية الإعلامية من خلال تواصل وتفاعل المستخدمين عبره، لما له من شعبية كبيرة وسط المجتمع المحلي وقوة تأثيرية على توجيه الآراء وتعزيز السلوكيات خصوصا إذا ما اقترن بالمجموعات والصفحات الرسمية التي يكون فيها التأثير بارزا، من خلال قراءة وملاحظة التعليقات المنسجمة على نسق واحد مع منشور الصفحة من قبل معظم المنضوين بها، كون هذه الوسائل ذات طابع اجتماعي خالص والتي جاءت متطابقة إلى حد بعيد لما ذهبت إليه بالتالي دراسة "سحر خليفة سالم" و"راضي رشيد حسن" العلمية من خلال طرحها السابق والمتناول لضرورة تأسيس كفايات منهج التربية الإعلامية الرقمية، فكانت بذلك متوافقة وإيانا من حيث الهدف وان كان طريقة تحصيله للطلبة والمستخدمين للشبكات بصفة عامة في الدراسة الحالية قائم على التعليم الغير الرسمي إلا أن هذا لا ينفي كونها على ذات الإيقاع العلمي لما قمنا نحن بتناوله أكاديميا حول رصد آراء الأساتذة الجامعيين من خلال مقابلات رسمية أجريناها معهم تمت الإشارة لها سابقا، بهذا تكون قد التقت معنا بطرحها الموضوعاتي في إبراز ما للتربية الإعلامية من أهمية ودور مكون ومساعد للطلاب في التعاطي مع المضامين الإعلامية خاصة في نقطة تفصيلها للكفايات المعرفية والتربوية وكذا العلمية والوجدانية التي تدل على القيم التي تحملها كمادة يستفاد منها وهو بالتالي نفس المنحى الأكاديمي تقريبا الذي اعتمدناه نحن كفريق بحث علمي في معالجتنا لموضوع التربية الإعلامية عند استهدافنا له بأداة استبيان الاستمارة الالكترونية أيضا لمستخدمي صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عينة الدراسة في محاولة لتقريب الصورة وإبراز المهارات التي يمكن استخدامها والاستفادة منها في حال تلقى المستخدم للصفحة التوجيه السليم من قبل مسيري الصفحة عبر الفيسبوك، كما كانت لنا متابعة للعمل البحثي على الصفحة بالدراسة التحليلية لها وكذا استبيان الإستمارة عند استجواب الأفراد الممثلين لعينة الخبراء المختارة كعينة في شق الدراسة الميدانية من خبراء بعلم الإعلام والاتصال وكذا علوم التربية. ورغم التشابه في المعالجة المنهجية من حيث اختيار كلا الطرحين العلميين لأهم متغير في الدراسة وهو التربية الإعلامية وشق ميدان البحث العلمي وكذلك في نوع العينة وهم الأساتذة المختصين بمجال الإعلام والاتصال وكذا اختيار تخصص الإعلام والاتصال لاستخراج مفردات العينة منه، كان أيضا اختيار نوع الدراسة متوافق مع الدراسة الحالية من خلال اعتماد الدراسات الوصفية كأساس للنقصي والمعالجة واعتماد كلا الدراستين على أداة جمع البيانات وهي استبيان الاستمارة؛ لكن كل هذا لا يعني التطابق بين الدراستين، فكل منهما لها نقاط تتقاطع فيها عن الأخرى شكّلت بذلك أوجها للاختلاف ساهمت في وضع خصوصية علمية وتمايز عن الدراسة الأكاديمية الأخرى والمعتمدة من قبلنا كدراسة سابقة؛ حيث نهج الباحثين "سحر خليفة سالم" و"راضي رشيد حسن" "منحى علمي نوعا ما أكثر تحديدا ومباشرة عن ما ذهبنا نحن إليه كفريق بحث علمي، ركّزوا من خلاله على وضع الأرضية مباشرة في رحاب الجامعات العراقية التي تتواجد بها كليات الصحافة والإعلام والتي يلتصقون

فيها أجوبة على تساؤلاتهم عند أساتذة الإعلام والاتصال حول استراتيجيات التدريس وكفايات منهج التربية الإعلامية الرقمية، هذا راجع لوجود تأسيس بحثي سابق لهذا الطرح بالجامعة العراقية حول منهج التربية الإعلامية والرقمية كون التساؤلات لا تبحث عن مدى إمكانية طرح التربية الإعلامية كمقياس يقدم للطلبة أو مدى دعم الأساتذة لفكرة طرحها هنا نجد الطرح أبعد من هذا فالباحثان يسعيان لما يلي هذه الخطوة وهو الشق الميداني الفعلي أي البحث في المنهج وكيفية وضع إستراتيجية يقوم عليها منهج التربية الإعلامية بالإضافة إلى حرص الباحثان من أساتذة عينة الدراسة أن يضعوا تحديدا لأهم مفردات الكفايات حتى لا يكون خلط أثناء الممارسة العملية في تأطير الطلبة على هذا المنهج، وهذا طرح متقدم معمق في إطار التعليم الرسمي الخاص بالجامعات العراقية عن ما تناولناه نحن كفريق بحث؛ بحيث تشهد الجامعة الجزائرية نقص في معالجة هذا الموضوع وتبقى مجرد محاولات على مستوى المؤتمرات والخروج بتوصيات حولها ما دفعنا إلى التماس التربية الإعلامية كمادة قيمة لا يمكن إغفالها بالتعليم الرسمي وكذا غير الرسمي ، ضف إلى هذا فحتى شق الجمهور الداخلي ونقصد به الطلبة لم يتوجه إليه الباحثان "سحر خليفة سالم" و"راضي رشيد حسن" بتوجيه أسئلة إليه بالرغم من كونها المستهدف من المعالجة بمنهج التربية الإعلامية الرقمية، في حين قمنا كفريق بحث باختيار عينة ممثلة عن مستخدمي صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" لمعرفة آرائهم وتوجهاتهم حول التربية الإعلامية كمنهج يمكن أن يقدم التوجيه والإرشاد الذي يحتاجون إليه عند تلبية رغباتهم في استخدام مختلف الفضاءات الرقمية و الشبكات الاجتماعية عند التعاطي مع مضامينها، كما قمنا منهجيا بالإضافة إلى ما سبق بإدراج أداة باستبيان المقابلة النصف مقننة مرتبط بالصفحة عينة الدراسة ومعرفة رأي القائم بالاتصال فيها كما أشرنا سابقا وفي ذات السياق لتوحيد الرؤى من الجانبين والخروج بنقاط فعالة لم يستعن بها الباحثان في دراستهما السابقة، دون أن ننسى أيضا وكتكملة على مبدأ البحث عن تفعيل التربية الإعلامية في إطار التعليم غير الرسمي قام فريق البحث بإجراء دراسة تحليلية وتتبع مدى تضمين التربية الإعلامية على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك، لما رأوه من أنّ الهدف هو معرفة مدى استفادة المستخدم لها لما تنشره حول التربية الإعلامية وهي النقطة التي أغفلها الباحثان "سحر خليفة سالم" و"راضي رشيد حسن" في دراستهما. والذي أفضى بذلك إلى استخدامنا لأسلوب تحليل المحتوى وأداة تحليل المضمون بالقراءة العلمية والتفسيرية المعمّقة لما تضمنته عينتنا التحليلية المشار لها سابقا في شق الدراسة التحليلي، ليكون المنهج التحليلي هو الآخر نقطة اختلاف مع دراسة الباحثان "سحر خليفة سالم" و"راضي رشيد حسن" لاكتفائهما بالدراسة الميدانية عن طريق اختيارها عينة بحث قصدية ممثلة لمجتمع الدراسة.

كما كانت دراستنا العلمية عملية أكثر من دراسة الباحثين "سحر خليفة سالم" و"راضي رشيد حسن" التي كانت قائمة على التأسيس النظري دون الميداني للتربية الإعلامية من حيث غوصنا في الشبكات

الاجتماعية وملاحظة كيفية تفاعل المستخدمين مع ما تم نشره عبر منصات تلك الشبكات التي اخترنا منها بالدراسة موقع الفيسبوك بالاستعانة بأداة الملاحظة بالمشاركة بهدف معرفة مدى وعي المستخدمين بطرق استخدام التقنيات المتاحة عبره وقدرتهم على التمكن من التقنيات الجديدة ومواكبتها عبر وسائطهم الرقمية كالهواتف الذكية وغيره بالإضافة إلى رصد كيفية تفاعلهم مع ما يتم نشره من منشورات نصا وصورة وصوتا من قبل المنضوين بالصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك.

وفي الأخير نقول أن ما عرضناه من نقاط تقاطع واختلاف بين بحثنا العلمي هذا ودراسة الباحثين "سحر خليفة سالم" و"راضي رشيد حسن" والتي اعتمدناها كدراسة سابقة، يرجع للقيمة وللفادة العلمية التي تنصوي عليها ما دفعنا للأخذ بها وتشخيصها بالدراسة، فقد قدّمت فرصة هامة للإحاطة العلمية والتطبيقية والتي مكّنتنا بذلك من تشكيل نظرة فاحصة عن واقع التربية الإعلامية الرقمية وما وصلت إليه بالمجتمع العراقي والوقوف على أهم الفوارق التي وجدناها في خدمة الدراسة الحالية كونها اعتمدت الدقة في الطرح والتأكيد على ضبط مفاهيمها ومنهجها كمقياس يعتد به من قبل الطلبة والأساتذة الجامعيين وهي النقطة التي تعتبر كمنطلق عكسي مع الدراسة الحالية إلا أن الهدف واحد وهو الوصول إلى منهج علمي قائم بذاته تقوم عليه التربية الإعلامية كمقياس يستفاد به مستقبلا من قبل الطلبة.

الدراسة الحادية عشر:

التربية الإعلامية وطرق تضمينها في الإطار العام للمناهج في المؤسسات التعليمية في دولة الكويت، صالح عابر صالح الشمري، أطروحة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2018¹

1. ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية إمداد طلبة مرحلة التعليم الابتدائي في الكويت بالتربية الإعلامية في نطاق النظام التعليمي وتحديد أهم سمات تعليم التربية الإعلامية بمدارس مرحلة التعليم الابتدائي من خلال المناقشات الجماعية مع الطلبة ووضع تصور مقترح لتضمين بعض مفاهيم التربية الإعلامية في مقرر بلاد الكويت لطلبة التعليم الأساسي في دولة الكويت.

2. تساؤلات الدراسة:

- ما مدى استخدام وزارة التربية والتعليم في دولة الكويت لوسائل الاتصال في الصف الرابع ابتدائي؟

¹ صالح عابر صالح الشمري، التربية الإعلامية وطرق تضمينها في الإطار العام للمناهج في المؤسسات التعليمية في دولة الكويت، أطروحة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2018¹

- كيف يمكن إمداد طلاب مرحلة التعليم الابتدائي (الصف الرابع) في دولة الكويت بالتربية الإعلامية في نطاق النظام التعليمي؟
- ما هي ملامح وسمات تعليم التربية الإعلامية في الصف الرابع الابتدائي في دولة الكويت؟
- كيف يمكن توظيف موضوعات "منهج بلاد الكويت" للصف الرابع في المرحلة الابتدائية في تعزيز مفهوم التربية الإعلامية؟
- ما هي الجهود والوسائل التي يستخدمها معلم "منهج بلاد الكويت" في دولة الكويت؟

3. منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي ومنهج البحوث الكيفية، لإقامة علاقة مباشرة مع المبحوثين من أفراد الجمهور فالأساليب التي تستخدمها البحوث الكيفية، سواء كانت مقابلة أو ملاحظة تتيح للباحث الفرصة للاحتكاك بالجمهور، بالإضافة إلى منهج تحليل المحتوى الذي اهتم بالوصف الظاهر النوعي للموضوعات والأفكار العامة التي تضمنها كتاب "بلادي الكويت" في المرحلة الابتدائية في دولة الكويت،

4. أدوات الدراسة:

كما تم استخدام تحليل المحتوى والمقابلات المعمقة والمناقشات الجماعية مع منهج بلاد الكويت للصف الرابع الابتدائي من خلال تقسيم كل صف إلى ثلاث مجموعات كل مجموعة تتراوح بين (8-12) طالب، لجمع المعلومات والبيانات التي تحقق أهداف الدراسة.

5. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع البحث الأصلي لهذه الدراسة في المدارس الحكومية التي تتبع وزارة التربية والتعليم في دولة الكويت، أختار الباحث مدرستين من كل محافظة بالكويت وتم تطبيق الدراسة على طلاب الصف الرابع ابتدائي وبلغ عددهم (308)، بالإضافة إلى معلمين من منهج بلاد الكويت وبلغ عددهم (12) معلم والقائمين على العملية التربوية وبلغ عددهم (10).

اختار الباحث العينة القصدية فيما يخص اختيار المدارس وسحب أفراد العينة من طلبة الصف الرابع للمرحلة الابتدائية في مدرستين من كل محافظات دولة الكويت الستة؛ بحيث تمثل المدرستان جزءا من إجمالي أعداد طلاب وطالبات الصف الرابع الابتدائي في جميع مدارس دولة الكويت.

6. نتائج الدراسة:

- المؤشر السلبي الملفت للنظر وهو نقطة البدء والتي تكمن في مفهوم التربية الإعلامية الذي غاب عن جميع المبحوثين الطلبة وبالتالي لم يكن هناك اطلاع على هذا المفهوم ولا مصدر المعرفة به.
- هناك دور ايجابي للأسرة من حيث المراقبة والتوجيه والإرشاد للأبناء والتدخل فيما يتم استخدامه لوسائل الإعلام المختلفة.

- أظهرت النتائج تركيز منهج بلاد الكويت للصف الرابع الابتدائي على تعزيز الانتماء للوطن والمحافظة عليه.
 - أظهرت نتائج الدراسة توفر الإمكانيات التقنية في مجتمع الدراسة في مدارس الكويت.
7. أوجه الاستفادة من الدراسة:

فيما يخص نقاط التشارك والاختلاف ومدى الاستفادة من دراسة الباحث "صالح عابر صالح الشمري" بالموازاة مع دراسة فريق البحث، نجد أنها قدمت صورة ولمحة فاحصة التمسناها من الجهد المبذول في الكشف عن واقع وطبيعة العمل البيداغوجي بالنسبة للنظام المدرسي المنتهج في تضمين التربية الإعلامية ضمن المقررات الدراسية بالصف الرابع للطور الابتدائي بدولة الكويت بكل موضوعية وفق منهجية علمية، سعياً من الباحث إبراز ما للتربية الإعلامية كمادة تدرس من دور في توعية وإرشاد الطلبة بالدور الذي تقوم به المهارات التي يكتسبونها عند التمكن منها على غرار القدرة على القراءة والتحليل والنقد البناء للمحتوى الإعلامي عبر وسائل الإعلام من دعم لمدرعاتهم المعرفية والسلوكية ومن ورائهم أساتذة المادة من حيث نجاعتهم في استيعاب فحوى منهج التربية الإعلامية وتدريبهم على الشكل المطلوب والسليم لتقديمه للطلبة، لهذا جاء اهتمام الباحث "صالح عابر صالح الشمري" منصبا على ما مدى استخدام وزارة التربية والتعليم في دولة الكويت لوسائل الاتصال في الصف الرابع ابتدائي وكيف يمكن إمداد طلاب مرحلة التعليم الابتدائي (الصف الرابع) في دولة الكويت بالتربية الإعلامية في نطاق النظام التعليمي، بالإضافة إلى استخلاص ملامح وسمات تعليم التربية الإعلامية في الصف الرابع الابتدائي في دولة الكويت وكيف يمكن توظيف موضوعات "منهج بلاد الكويت" للصف الرابع في المرحلة الابتدائية في تعزيز مفهوم التربية الإعلامية، وهي نقاط تتشارك مع بحثنا الأكاديمي هذا من زاوية اهتمامها بالطرق التي تعمل على تضمين التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية التي اخترنا منها صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك ومتابعة كل المنشورات طيلة مدة الدراسة التحليلية التي تنشط وفق ما يقوم به ناديها "نادي التربية على وسائل الإعلام" بتستور تونس. بالإضافة لسعي الدراسة إلى إيضاح أهمية تضمين التربية الإعلامية بالمناهج والمقررات الدراسية، عن طريق دليل عمل يتوافق والمنظومة التربوية الجزائرية، وزيادة على ما سبق نجد أن دراسة الباحث "صالح عابر صالح الشمري" تتشارك مع الدراسة الحالية من حيث اعتمادها على نفس المنهجي الوصفي، لتتماشى على نفس الوتيرة في اختيار أدوات البحث ذلك أن كلا الدراستين اعتمدت على أداة تحليل المضمون وأداة المقابلة النصف مقننة، إلا أن مجال توظيف أداة تحليل المضمون في دراسة "صالح عابر صالح الشمري" كان على الوثائق والكتب الدراسية في الصف الرابع ابتدائي ضمن التعليم العام بدولة الكويت، في حين بالدراسة الحالية يتم المعالجة على تحليل منشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك، بالإضافة إلى ما تم

عرضه من نقاط تقاطع هناك أيضاً نقطة أخرى على قدر من الأهمية وفي مجال مشابه للدراسة الحالية وهي اختيار الباحث "صالح عابر صالح الشمري" لمجتمع الدراسة من فئة الطلبة والأساتذة لتكون مرة أخرى ذات منحى توافقي مع مجتمع الدراسة الذي اعتمدناه في شق الدراسة الميداني وإن كان يختلفان في جزئية الطور التعليمي كوننا كفريق بحث وانطلاقاً من إشكالية الدراسة وتساؤلاتها استهدفنا فئة النشء والشباب المستخدمين للشبكات الاجتماعية دون تحديد للطور التعليمي، وعليه سواء كان الطوران مختلفان إلاّ أنهما يشتركان في نفس المتغير الذي يعتر أساس كلا الباحثين وهو طرق تضمين وتفعيل التربية الإعلامية حتى يستفيد منها الطالب وإن اختلفت الأساليب، ما يحيلنا هذه المرة إلى التطرق إلى أوجه الاختلاف بين الدراستين ونقصد بالقول أسلوب الطرح وزاوية عرض التربية الإعلامية ومن أي إطار فدراسة الباحث "صالح عابر صالح الشمري" ننظر لها من زاوية التعليم الرسمي ضمن إطار التعليم العام، في حين الدراسة الحالية بالإضافة إلى استعانتها بالأساتذة المختصين في علوم الإعلام والاتصال وكذا علوم التربية كعينة خبراء لإجراء استبيان الإستمارة معهم لمعرفة آرائهم في الإشكالية المطروحة حول طرق تفعيل التربية الإعلامية لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية -الفيسبوك-، فهي تتطرق أيضاً إلى أساليب معالجتها فيما عداه كونها دراسة لم تتبلور بعد في إطار التعليم الرسمي وغير الرسمي بالجزائر، كذلك اعتماد أداة الإستمارة الإلكترونية لأخذ رأي مستخدمي الصفحة حول مدى فاعلية إدارة الصفحة للتربية الإعلامية في إكساب المنضوون بها مفاهيم ومعارف تساعد على صقل مهاراتهم في التعامل مع وسائل الإعلام، وكتكملة لنقاط الاختلاف فدراسة الباحث "صالح عابر صالح الشمري" لم تتطرق إلى كيفية تعامل واستخدام الطلبة للمضامين الإعلامية على مستوى الفضاء الرقمي واكتفت بالطرح النظري التحليلي على مستوى المناهج والكتب التعليمية، لكننا كفريق بحث اعتمدنا على موقع الفيسبوك لمعرفة كيفية تعاظم المستخدمين من خلال التوجه باستبيان المقابلة النصف مقننة للقائم بالاتصال على الصفحة المعنية بالدراسة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور".

وعليه نخلص إلى أن الدراسة السابقة للباحث "صالح عابر صالح الشمري" كانت لها نقاط تقاطع واختلاف مع الدراسة الحالية كان لها أوجه استفادة منها تم الإشارة إليها سابقاً.

2.1- الدراسات الجزائرية:

الدراسة الأولى:

دور التربية الإعلامية عبر مواقع التشبيك الاجتماعي في تعزيز التنشئة الاجتماعية للشباب الجزائري، الطاهر بن أحمد، دراسة تحليلية لموقع "أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية"، مقال بمجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد الأول _ العدد الثاني، 2017¹

1. ملخص الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى توصيف للتنشئة الإعلامية للمؤسسات الإعلامية وتأثيراتها المختلفة على نشاطات مؤسسات التنشئة الاجتماعية في المجتمع، حيث تستطيع المؤسسات الإعلامية المختلفة عبر مواقعها الالكترونية وشبكاتنا الاجتماعية، أن تساهم في خلق ثقافة التربية الإعلامية لدى الأفراد، ذلك بتفعيلها لدور مؤسسات التنشئة الاجتماعية من خلال خدماتها المتاحة ومن خلال إحداثها لثورة نوعية في المحتوى الاتصال المتعدد الوسائط، ففي الماضي كانت الوسيلة الوحيدة لخلق الوعي لدى الأفراد هي وسائل الإعلام من الصحف والراديو والتلفزيون، هذه الوسائل جميعها يصعب عليها الآن الوصول إلى شريحة محددة من شرائح المجتمع، لكن مع ظهور أدوات جديدة كالشبكات الاجتماعية والمواقع الالكترونية المختلفة التي خلقها الإعلام الجديد تغير ذلك بشكل جذري؛ حيث أصبحت هذه الأدوات تلعب دوراً رئيسياً في التأثير على عقول الأشخاص، منه ترسيخ وتعزيز ثقافة التربية الإعلامية لديهم، مما خلق ضرورة لدى مؤسسات التنشئة الاجتماعية لإشراكها معها في محاولة إيجاد حل لمشكل التعامل السليم مع وسائل الإعلام المختلفة لدى الكثير من الشباب.

2. التساؤل الرئيسي:

كيف تساهم التربية الإعلامية عبر مواقع التشبيك الاجتماعي في تعزيز التنشئة الاجتماعية لدى الشباب الجزائري؟

3. منهج وأداة الدراسة:

تم اعتماد منهج تحليل المحتوى وكذا أداة تحليل المحتوى، في جانب الدراسة التحليلية بغية تحليل محتوى موقع "أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية".

¹ الطاهر بن أحمد، دور التربية الإعلامية عبر مواقع التشبيك الاجتماعي في تعزيز التنشئة الاجتماعية للشباب الجزائري، دراسة تحليلية لموقع "أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية"، مقال بمجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد الأول _ العدد الثاني، 2017.

4. نتائج الدراسة:

- تساهم التربية الإعلامية في زيادة الوعي الإعلامي خاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- تقوم أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية عبر موقعها وكذا عبر صفحتها الرسمية بالفيديو وكذا عبر اليوتيوب بتزويد الشباب بكل ما يحتاجونه من محاضرات وتعلم الشباب بأنهم يمكنهم الحصول عليها مجانا مع وضع آرائهم وأفكارهم حول مضامينها.

4- أوجه الاستفادة من الدراسة:

إضافة إلى ما تناولناه من دراسات عربية سابقة عالجت موضوع التربية الإعلامية قمنا بتناول هذه الدراسة المحلية السابقة مع تبيان أوجه الاستفادة منها، فقد جاءت هذه الدراسة والمعنونة بـ " دور التربية الإعلامية عبر مواقع التشبيك الاجتماعي في تعزيز التنشئة الاجتماعية للشباب الجزائري"، هي الأخرى لتقدم لنا تراكما معرفيا في مجال بحثنا هذا عن متغير التربية الإعلامية وما يحيط به من مؤشرات، لما مثلته من قيمة علمية إضافية وضحت الصورة أكثر عن مجال بحثنا؛ بحيث توصلنا من خلال تناولنا المنهجي التحليلي لهذه الدراسة إلى مدى التشابه بين الطرح الأكاديمي للباحث " الطاهر بن أحمد " في بحثه عن دور التربية الإعلامية في التنشئة الاجتماعية عبر موقع " أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية" ودراسنا العلمية، فهي تتقاطع مع البحث الحالي في تناولها بشكل رئيسي لأبرز متغير علمي وهو "التربية الإعلامية"، بالإضافة إلى الطريقة المنهجية المعتمدة من قبل الباحث "الطاهر بن أحمد " في جمع بيانات الدراسة القائمة على المعالجة التحليلية، فالقيام بدراسة التنشئة الاجتماعية عبر الشبكات الاجتماعية وربطها بالتربية الإعلامية له من الفائدة التي تساعد مستخدمي الشبكات الاجتماعية على توعيتهم بما يتم نشره وتداوله عبر الفضاء الرقمي، خاصة في الوقت الذي نشهد فيه التعرض الهائل لمستخدمي هذه الشبكات لذا حاولت الدراسة ربطها أيضا بالتنشئة الإعلامية محاولة تقديم وتهيئة أرضية ملائمة للمستخدمين لهذه الوسائل الرقمية من مضامين هادفة توعوية تتماشى مع ما تصبو إليه التربية الإعلامية وهو تمكين مستخدمي الوسائل الإعلامية منها بالوجه الذي يسمح لهم من التفاعل على نحو ايجابي وهذا ما دفع "بأكاديمية التربية الإعلامية والرقمية" لتأسيسها فهي تسعى حسب نتائج الدراسة التي توصل إليها الباحث " الطاهر بن أحمد " إلى تقديم توجيهات وإرشادات لكل من يزورها سواء عبر موقعها الرسمي أو عبر قنواتها على اليوتيوب أو عبر صفحتها الرسمية على الفيسبوك حسبما تطرق إليه الباحث واستخلصه إلى التأكيد على أهمية التنشئة الإعلامية وكذا خلق شباب واع ومدرّك لمختلف المضامين وكيف يمكن له أن يتعاطى معها بالدراسة والتحليل لكل ما ذكر، بهذا يكون الباحث " الطاهر بن أحمد " قد وضّح كيفية تناول المنهجي في شقه التطبيقي ليقدم تجربة سابقة يستفاد منها خاصة وأننا تناولنا عينة تحليلية مشابهة عبر موقع الفيسبوك وهي صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور"، وتناولنا لها راجع إلى الدور الذي تلعبه

مؤسسات المجتمع المدني ومنها النوادي في تقديم برامج وحصص توعوية عبر مختصين في كل المجالات ومنها التربوية، تعمل من خلالها إلى استخلاص حاجات الشباب وأفكار مشجعة على شكل نشاطات يستفاد منها في تكريس قيم المواطنة والمبادئ الأخلاقية وأهمها حسن التعامل مع وسائل الإعلام ومنها تجسيد المواطنة الرقمية.

بهذا كانت دراسة " الطاهر بن أحمد " على نفس الوتيرة وإيانا من حيث الهدف وكذا المعالجة العلمية، إلا أنّ هذا لا يعني التطابق بين الدراستين فما قمنا نحن بتناوله ؛ بحيث قسمنا الدراسة إلى شقين ميداني وتحليلي بالنسبة للشق التحليلي، تناولنا فيه صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك لمعرفة مدى تناولها لمفاهيم ومواضيع التربية الإعلامية وهذا لتوضيح الصورة أكثر باعتبار النادي المؤسس والممارس لنشاطات التربية الإعلامية والذي يقوم بنشرها عبر الصفحة هو مؤسسة مجتمعية مخولة بتقديم ما تراه مناسب للنشء والشباب، هذا في الشق التحليلي بالنسبة للميداني الذي لم نتطرق له دراسة " الطاهر بن أحمد " واكتفت بالدراسة التحليلية، قمنا باختيار مجتمع دراسة مكون من عينة متعددة المراحل شملت المستخدمين للصفحة السالفة الذكر وكذا القائم بالاتصال عليها بالإضافة إلى الاستعانة بالملاحظة بالمشاركة لتعميق الرؤية البحثية عنها وكذلك خبراء من الأكاديميون والإعلاميون والتربويون الجزائريون ممن لهم اهتمام بمجال الإعلام والاتصال وسبل التعامل نحوه.

وإن كان نوع الدراسة متوافق مع الدراسة الحالية من خلال اعتماد الدراسات الوصفية كأساس للتقصي والمعالجة، إلا أنّ لكل منهما نقاط تتقاطع فيهما عن الأخرى شكّلت بذلك أوجها للاختلاف ساهمت في خلق تمايز عن الدراسة الأكاديمية السابقة للباحث " الطاهر بن أحمد " واعتماد كلا الدراستين على أداة جمع البيانات وهي تحليل المضمون، لا يعني الاكتفاء بها في الدراسة الحالية بحيث استعانت الدراسة الحالية على أداتي استبيان الاستمارة الإلكترونية وكذا استبيان المقابلة النصف مقننة والملاحظة بالمشاركة وكذا استبيان استمارة للخبراء في الشق الميداني للدراسة.

وعليه نخلص إلى أنّ ما تناولناه من نقاط تشابه واختلاف بين الدراسة الحالية والدراسة السابقة للباحث " الطاهر بن أحمد"، قد ساعدت فريق البحث، بخطوة أخرى للتعلم أكثر في مجال طرق تفعيل التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية وبالأخص منها تجربة الأكاديمية الأمريكية عن التربية الإعلامية والرقمية عبر الشبكات الاجتماعية، إذ أتاحت فكرة عن التناول المنهجي من حيث صياغة الإشكالية وكذا فرضيات الدراسة وحتى المنهج والأداة وكيفية القيام بعملية التحليل لموقع "أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية" لتتذلل الصعاب في القيام بعملية التحليل للدراسة الحالية في شقها التحليلي.

الدراسة الثانية:

التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد - شبكات التواصل الاجتماعي أنموذجاً -، ليندة ضيف، مجلة المعيار عدد 42، 2017، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين، 2017¹

1. ملخص الدراسة:

الدراسة تهدف إلى مقارنة بين قانون الإعلام لسنة 1990 و 2012 من خلال مقاربات تحليلية ووصفية بحيث تم فحص النصين لتحديد أوجه الشبه والاختلاف بينهما وكان إلغاء عقوبات الحبس بسبب جنح الصحافة تقدماً عظيماً أتى به قانون الإعلام لسنة 2012، لوحظ كذلك أن الهيئات المنظمة للصحافة تم إعادة تنظيمها إذ أقر إلغاء المجلس الأعلى للإعلام الذي كان يتمتع بصلاحيات هائلة ويدير كامل قطاع الصحافة وتم استبداله بعدة أجهزة يتكفل كل واحد منها بتنظيم فرع معين من وسائل الإعلام، نص القانون الجديد على حماية إضافية للصحافي من تعسف صاحب العمل ومن التهديدات المحتملة الأخرى واعتراف له بالملكية الفكرية لكتابات، إلا أن السلطة السياسية لم تصدر تشريع الإشهار فضلاً عن تباطؤها الكبير في تنصيب مختلف الهيئات التي ينص عليها قانون الإعلام الجديد.

2. التساؤل الرئيسي:

ماهي آليات تفعيل التربية الإعلامية وأهميتها في ظل الإعلام الجديد؟

3. منهج الدراسة :

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في جمع المادة العلمية من أدبيات قانون الإعلام وكذا الدراسات التي تناولت شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتربية الإعلامية، من أجل التوفيق والتحليل في آلية تفعيل التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد.

4. أداة الدراسة:

استعملت الباحثة أداة تحليل المحتوى كونه الأنسب لهذا نوع من الدراسات التحليلية المتعلقة بدراسة المواد والنصوص الإعلامية.

5. مجتمع الدراسة:

¹ليندة ضيف، التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد - شبكات التواصل الاجتماعي أنموذجاً -، مجلة المعيار عدد 42، 2017، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين، 2017.

مقارنة بين قانون الإعلام لسنة 1990 و 2012 من خلال مقاربات تحليلية ووصفية للمواد التي يتضمنها كل منهما، بحيث تم فحص النصين لتحديد أوجه الشبه والاختلاف بينهما.

6. نتائج الدراسة:

- تركز التربية الإعلامية على الأخلاقيات التي يمكن أن يلتزم بها الفرد عند استخدامه للإعلام وهي أخلاق مستمدة من تعاليم ديننا ومن قيمه.
- الابتعاد عن التضليل وعن القذف خصوصا عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي التي يتمتع فيها الفرد بحرية كبيرة دون الخضوع لأي رقابة، فالفرد حر فيما ينشره ويتداوله من مضامين عبر هذه الشبكات وهذا الأمر يفرض عليه أن يكون واعيا حتى يؤثر ولا يتأثر سلبا بهذا الاستخدام.

7. أوجه الاستفادة من الدراسة:

إنّ تقديمنا لدراسة الباحثة "ليندة ضيف"، يرجع إلى اهتمامها بالتربية الإعلامية من الزاوية القانونية وكيف يسلط الإعلام الجديد الضوء على مواضيعها ذات العلاقة، إذ لمسنا هذا في بحثها الأكاديمي الذي اعتمدت فيه المنهج الوصفي التحليلي القائم على المقارنة بين قانوني الإعلام لـ 1990 و 2012 واستتباط أهم الإضافات التي جاء بها القانون العضوي للإعلام 2012 وكيف تمت الممارسة الفعلية على أرض الواقع له، متخذة من المضامين الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية أرضية لدراستها التحليلية لمواد ونصوص كلا القانونين من أجل تبيان أوجه الشبه والاختلاف بينها وهي ذات النقطة التي تشترك فيها مع الدراسة الحالية من حيث كونها سارت على نفس الخطى المنهجية المعتمدة من قبلنا والتي أشرنا لها سابقا وهي المنهج الوصفي وأداة تحليل المضمون التي قمنا بتوظيفها عند التطرق لتحليل صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك،، هذا بالنسبة لأوجه الشبه بين الدراسة السابقة للباحثة "ليندة ضيف" والدراسة الحالية. أمّا فيما يتعلق بنقاط الاختلاف فإننا نلتمسها في كون الباحثة اعتمدت في شق الدراسة التطبيقي على الدراسة التحليلية للنصوص والمواد القانونية لقانوني الإعلام 1990 و 2012، بالنسبة لنوع العينة المختارة من قبل الباحثة "ليندة ضيف" لتمثيل مجتمع دراستها فهي العينة القصدية، إذ مثل قانون 1990 و 2012 مادة علمية للوصف والتحليل للمضامين التي تم اعتمادها من أجل استخلاص مدى تطبيق قانون 2012 عليها وبالنسبة للدراسة الحالية المعتمدة من قبلنا فقد كانت العينة المتعددة المراحل هي الموظفة ويتم تمثيل الشق التحليلي فيها بالعينة الزمكانية الممثلة للدراسة بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك، بهدف دراسة مضامينها ومدى توظيف مبادئ وأسس التربية الإعلامية لتوجيه وإرشاد المستخدمين وكذا المتابعين نحو استعمال واعي ومنتظم لمحتويات الإعلام الجديد بالمجتمع الجزائري الذي يعتبر كمستوى تتقاطع فيه الدراستين فكلاهما مهتم بما يحصل فيه من مجريات وأحداث يسعى

البحث العلمي الأكاديمي تشخيصها بالدراسة والتحليل، في حين الدراسة الحالية وان استعانت بالدراسة التحليلية فهي قائمة أيضا على دراسة ميدانية لها مقوماتها المنهجية والتي تشكل أيضا نقاط اختلاف مع دراسة "ليندة ضيف" ونقصد بها كل من عينة الدراسة متعددة المراحل وكذا أدوات جمع البيانات كالملاحظة بالمشاركة وكذا استبيان الاستمارة الإلكترونية للمنضوون بالصفحة المعنية بالدراسة واستبيان المقابلة النصف مقننة للقائم بالاتصال عليها وأيضا استبيان استمارة الخبراء وهذا راجع لطبيعة البحث وخصوصيته العلمية التي تستدعي الحاجة العلمية للتقصي والبحث والتي فصلنا في كيفية توظيفها في دراسات سابقة لهذه الدراسة.

وبهذا نخلص إلى أن عرضنا لدراسة "ليندة ضيف" والمتعلقة بالجانب القانوني لقانون الإعلام ومدى توظيفه في خدمة وتفعيل التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية، قد ساعدنا في معرفتنا للتأصيل النظري للمشروع الجزائري ووجهت نظره للقائمين من مؤسسات إعلامية على المضامين الإعلامية عبر مختلف المنصات الالكترونية وهذا ما يوحى لنا بتعميق الرؤى ومعرفة واقع الممارسة الفعلية لرجال الإعلام لها، ومن ثم توجيهنا نحو الوجهة التي ينبغي أن نسأل فيها القائمين بالاتصال من خلال استبيان الإستمارة التي اعتمدناها كأداة لجمع البيانات من عينة الدراسة التي كان الخبراء من الأكاديميون الإعلاميون والتربويون الجزائريون دور يعزز من قيمة الدراسة ومنه نخلص إلى أن دراسة الباحثة "ليندة ضيف" قد قدمت إضافة لنا على المستوى المحلي لواقع التربية الإعلامية من الناحية القانونية للإعلام الجزائري.

الدراسة الثالثة:

مخاطر ومساوئ تكنولوجيا الإعلام الحديثة ودور التربية الإعلامية في مواجهتها، نصر الدين أمقران، ريم بوش، جامعة الجزائر، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد الأول، العدد الثاني، 2017¹

1. ملخص الدراسة:

تتطرق الدراسة إلى ما ينطوي عن ما تقدمه وسائل الإعلام والاتصال الحديثة من مواد وبرامج إخبارية ترفيهية وبخاصة تأثيراتها السلبية على الفرد والمجتمع من خلال عمق الأثر وخطورة محتوى ما تقدمه في بعض الحالات، بالإضافة إلى ما يصاحبها من تغييرات سريعة في مجالات أخرى تضرب المجتمع في شتى الميادين الحياتية، أدى هذا بالباحثين إلى التقصي عن مكانة وأهمية والحاجة

¹ نصر الدين أمقران، ريم بوش، مخاطر ومساوئ تكنولوجيا الإعلام الحديثة ودور التربية الإعلامية في مواجهتها، جامعة الجزائر، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد الأول، العدد الثاني، 2017.

لتعميم وتنمية التربية الإعلامية لمواجهة التأثير السلبي لوسائل الإعلام والاتصال الحديثة على أفراد المجتمع.

2. التساؤل الرئيسي:

كيف يمكن للتربية الإعلامية أن تواجه مخاطر ومساوئ وسائل الإعلام في ظل غياب آليات التطبيق القانونية والأخلاقية لذلك؟

3. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

اعتمد الباحثان على التأصيل النظري في جمع المادة العلمية وهذا راجع لكون الدراسة استشرافية تسعى لمعرفة مدى كفاية التربية الإعلامية في مواجهة المخاطر السلبية لوسائل الإعلام والاتصال.

نتائج الدراسة:

- 1- ينبغي إيلاء اهتمام خاص لحمالات التوعية والتحسيس في الأوساط الشبابية بين طلاب المدارس والجامعات وتشجيعهم على استعمال تقنيات الحماية من القرصنة.
- 2- تعزيز المنظومة القانونية المنظمة للجرائم المتصلة بها، خاصة بعد تنامي ظاهرة التدخل في الحياة الخاصة على شبكة الفايبروك.
- 3- مساهمة وسائل الإعلام الجديد في إبرام مدونة سلوك المستخدمين مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصية الحضارات والثقافات.
- 4- لا بد من دمج كفاءات التربية الإعلامية النقدية بمهارات التربية الرقمية وبكفاءات التفكير النقدي، حيث أثبتت أنها من أكثر الوسائل فعالية في عملية تدريس التربية الإعلامية.

أوجه الاستفادة من الدراسة:

تعتبر دراسة الباحثين "نصر الدين أمقران" و "ريم بوش" من الدراسات التي لفتت اهتمامنا كونها أشارت لنقاط جوهرية تصب في خانة آليات تفعيل التربية الإعلامية على مستوى نطاق الشبكات الاجتماعية وما ينجر عنها من مخاطر جراء الاستعمال الغير لائق، ما دفع بالباحثين إلى التأكيد على ضرورة إنشاء مدونة سلوك المستخدمين على مستوى مختلف المنصات الرقمية وكذا تعزيزها بالمواد والنصوص القانونية التي تكفل سيرورة العمل بها، لتخول العمل على نطاق مؤسساتي تعليمي رسمي وهي ذات النقطة التي تهدف هذه الدراسة أن تصبو إليها انطلاقاً من آليات تفعيل تعليمي غير رسمي كالمنظمات والجمعيات ومؤسسات إعلامية، لكن بأوجه أخرى غير التي اعتمدتها دراسة الباحثين "نصر الدين أمقران" و "ريم بوش"، ما يحيلنا إلى وجود نقاط اختلاف

وتشارك بين الدراستين وإن كان الهدف واحد، وعليه فقد جاءت هذه الدراسة على نسق علمي أكاديمي يحمل العديد من المتغيرات والمؤشرات التي تخدم الدراسة الحالية أولها متغير التربية الإعلامية الذي يحظى بنفس درجة الاهتمام منا كفريق بحث ليكون أول نقطة تشارك، كما تتقاطع دراسة الباحثين "نصر الدين أمقران" و"ريم بوش" والدراسة الحالية من حيث كونهما سلكا نفس الخطى المنهجية العلمية في شق الدراسة التحليلي بالنسبة للدراسة الحالية، القائمة على المنهج الوصفي التحليلي للمضامين التي تتعرض لموضوع التربية الإعلامية كونها أساس البحث والتقصي، فالكتابات والبحوث التي تتناول مخاطر تكنولوجيا الإعلام والاتصال عديدة لكن عملية زرع الوعي وطرق تفعيله بواسطة كفاءات التربية الإعلامية لدى أوساط الشباب قليلة وجلها تأصيلي خاصة بالوطن العربي وهي في طور الدراسة النظرية، بهذا فالتوجه المباشر للنصوص المتضمنة لآليات مواجهة مخاطر مضامين تكنولوجيا الإعلام والاتصال عبر التربية الإعلامية هو اختيار ساعدنا في كشف واقع ومدى تطبيق موضوع دراسة الباحثين "نصر الدين أمقران" و"ريم بوش"، من حيث الاستزادة بالدراسات المشابهة لدراستهما وكذا كيفية التناول المنهجي لهذا طرح وإن كانت الدراستان تتشاركان في نقاط التقاء لا يعني التطابق بينهما، فهناك نقاط ارتكازية اختلفت فيهما دراسة الباحثان "نصر الدين أمقران" و"ريم بوش" عن الدراسة الحالية، تتمثل في إغفال دراسة الباحثين للشق الميداني من الدراسة والذي تناولته الدراسة الحالية من خلال تفعيل عدة أدوات واختيار عينة ممثلة لمجتمع الدراسة وهي العينة المتعددة المراحل حتى يسهل حصر مجتمع الدراسة ولتكون ممثلة له وهي نقطة لم تتعرض لها الدراسة السابقة بالإضافة إلى عدم توافق الدراستين في نوع العينة المنتقاة لتمثيل مجتمع الدراسة ألا وهي العينة القصدية بحيث اختار الباحثان "نصر الدين أمقران" و"ريم بوش" هذا النوع من العينات ليتوافق ونوع الدراسة الإستشراافية التي اعتمداها كمنطلق في عملية بحثهما، وهي في ذات الوقت مهمة بحكم طبيعة الدراسة التي تتطلب التوجه لفئة مقصودة بغية أخذ آراء المختصين في مجال الإعلام والاتصال، ضف إلى ما ذكر فالدراسة السابقة تبحث في مخاطر تكنولوجيا الإعلام والاتصال ولم تخصص أي وسيلة أو أي فئة عمرية مستهدفة من البحث، في حين الدراسة الحالية حددت مجال البحث على مستوى الشبكات الاجتماعية وخصت بالدراسة التحليلية صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر موقع الفيسبوك وتمثلت الفئة العمرية في فئة الشباب المستخدمين لهذه الوسائل.

وعليه نخلص إلى أن دراسة الباحثين "نصر الدين أمقران" و"ريم بوش" فيها ما يستحق الذكر والتناول كدراسة سابقة لها أوجه تقاطع واختلاف والدراسة الحالية وهذا ما زاد البحث دفعة وخطوة للأمام خاصة وأن التعاطي للتربية الإعلامية والبحث في عملية تفعيلها يلقي صعوبات سواء من

حيث الاختصاصيين أو من حيث المستخدمين لمضامين وسائل الإعلام وبخاصة الشبكات الاجتماعية.

الدراسة الرابعة:

رهانات التداخل بين التربية الإعلامية وعادات مشاهدة المواد الدرامية التلفزيونية وأثرها على الهوية الثقافية، العيفة سمير، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد الأول، العدد الثاني، 2017.¹

1. ملخص الدراسة:

تحاول الدراسة سبر أغوار العلاقة بين ثلاث عناصر رئيسية: التربية الإعلامية، المواد الدرامية عبر الوسائط الإتصالية الحديثة، الهوية الثقافية، التي تتداخل مجتمعة فيما بينها لتعطي ذاتا جديدة للفرد في مجتمعه، هاته الذات التي تقوم على ما يعرف بالإحلال والإبدال القيمي في ظل الاندماج والذوبان الشبه الكلي والتأثر الكبير بالمواد الدرامية التي يتلقاها المشاهد يوميا عبر مختلف الوسائط الحديثة للإتصال ومدى إرتباطها بواقعه الإجتماعي اليومي وقيمه ومقوماته وسلوكه وردود أفعاله في بيئته الواقعية الطبيعية في ظل اندماجه الكبير في هذا الواقع الافتراضي الذي بات حتمية يعيشها كل فرد.

2. التساؤل الرئيسي:

ماهي أسس التربية الإعلامية من منطلق قيمي يأخذ بعين الاعتبار العلاقة الوطيدة بين تلقي الفرد للمواد الدرامية على مستوى مختلف الوسائط الحديثة للاتصال؟

3. الأسئلة الفرعية:

- ماهي حدود هاته التربية الاعلامية في الواقع المادي إذا كان التعامل مع واقع افتراضي بعيد عن التمثلات الحقيقية للقيم الواقعية؟
- ماهي الحدود والفواصل بين التربية الإعلامية والتربية المدرسية من منظور قيمي؟
- ماهي القيم والهوية ومحل التربية الإعلامية منهما؟
- بأي أساليب نعتد تربية إعلامية أمام المحتوى الدرامي المتداول عبر وسائل الإتصال الجماهيري؟

¹ العيفة سمير، رهانات التداخل بين التربية الإعلامية وعادات مشاهدة المواد الدرامية التلفزيونية وأثرها على الهوية الثقافية، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد الأول، العدد الثاني، 2017.

- ما هي الرؤية المنهجية التي يمكن على أساسها اعتماد مناهج تربوية تأخذ الإعلام بعين الاعتبار؟

4. منهج الدراسة:

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي كونه المنهج الملائم لإبراز نقاط الموضوع بالوصف والتحليل من المادة المجمعة.

5. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

دراسات وأبحاث سابقة لعدد من الباحثين الذين تطرقوا لموضوع التربية الإعلامية وعادات المشاهدة للبرامج التلفزيونية من قبل الأسرة.

6. نتائج الدراسة:

- الأسرة اللبنة الأولى للنسيج الاجتماعي والمدرسة المحطة الثانية للوجود القيمي والفكري للفرد.
- التربية الإعلامية تؤسس إنطلاقاً من هاتين المؤسستين الاجتماعيتين (المدرسة والأسرة) خاصة الآباء.
- الحرص على الرسائل الإعلامية التي تتلقاها الأم خاصة المحتوى الدرامي بصورة يومية.
- تحديد الحجم الساعي الذي يقضيه الأبناء أمام الحاسوب ونوع الرسائل من خلال إعلام موجه يقوم على تدعيم القيم المحلية.

7. أوجه الاستفادة من الدراسة:

قدمت الدراسة السابقة للباحث "العيفة سمير"، صورة عن مكانة ودور الأسرة والمدرسة في التأسيس الفعلي للتربية الإعلامية باعتبارهما المشرف والحريص على تلقين الطفل الشاب لقيم ومبادئ المجتمع الأصيلة حتى يكون قادر على مواجهة الزخم الإعلامي الهائل والذي خصه الباحث في القيم التي تحملها الدراما عبر الوسائط الرقمية الحديثة وكيفية إرشاد الشباب للتعرض والاستخدام الواعي لمضامينها، عليه جاءت هذه الدراسة السابقة مكملّة لسابقتها ولتضفي نظرة مهمة على جانب الدور الذي تلعبه المؤسسات الاجتماعية في نجاح نشر ودعم مبادئ التربية الإعلامية وعلى رأسها الأسرة والمدرسة، ما يحيلنا إلى استنباط أهمية هذه الدراسة وتبيان مجال الاستفادة منها من خلال استخراج أوجه الشبه والاختلاف بين الدراستين الحالية والسابقة للباحث العيفة سمير والتي نستهلها بنقاط التقاطع فكلا الدراستين تعتبران محلية تقيس قيم المجتمع الجزائري وتسعى للحفاظ عليها من خلال التأكيد على متغير التربية الإعلامية وكيفية التأسيس له وجعله عملي قابل للتناول لدى الشباب، صف إلى هذا فكلا الدراستين قائمة على منهجية علمية مضبوطة وفق خطوات من النظري إلى التطبيقي،

فقد كان اختيار المنهج الوصفي التحليلي من قبل الباحث "العيفة سمير" من أجل الشرح والتفصيل أكثر في الدراسات التي تناولها بالقراءة المعمقة والتفسير على نفس السياق الذي اعتمدته الدراسة الحالية، بغية التوصل لنتائج منطقية وعليه فكلاهما يشتركان في نوع المنهج المستخدم وإن كان مجتمع الدراسة ومن ثم عينته غير متشابهين، كما تتفق كلا الدراستين في كونهما اعتمدتا على أدوات مشابهة كأداتي تحليل المحتوى والملاحظة لاستنباط عادات المشاهدة وكذا القيم التي تحملها برامج الدراما عبر الوسائط الرقمية الجديدة، وما توصلت إليه دراسة "العيفة سمير"، دليل على ذلك وأهمها التأكيد على الدور المحوري للأسرة والمدرسة لنشر ودعم التربية الإعلامية في أوساط الشباب، فهما بمثابة الرفيق الدائم للشباب ومسؤولية الحفاظ عليه تقع على عاتقهما من مخاطر ومساوئ المضامين الإعلامية، من جهة أخرى هناك أوجه اختلاف بين الدراستين رصدناها في كون الدراسة السابقة للباحث "العيفة سمير" تناولت موضوع الدراما عبر وسائط الإعلام الجديدة وهي متغير وإن كان رئيسي إلا أنه بعيد عن اهتمام الدراسة الحالية التي تبحث في طرق تفعيل التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية ومنها الفيسبوك أي ما تتناوله الصفحات من مواضيع مختلفة عبره وكيف يتم استخدام النشر والشباب للتقنيات التي يتوفر عليها الفيسبوك بغية التفاعل مع تلك المنشورات وكيف يكون هذا التفاعل، كما أن الدراسة السابقة تبحث في الجانب التحليلي أي معالجة المادة التي يتضمنها البرنامج المعروض على المنصات الإعلامية الحديثة دون التطرق للدراسة الميدانية، وعلى عكسه الدراسة الحالية توسعت لتشمل معرفة آراء الطلبة والأساتذة المختصين في هذا المجال وهو التربية الإعلامية من خلال الاستعانة بأدوات بحث (استبيان الاستمارة واستبيان المقابلة النصف مقننة) التي هي الأخرى نقطة لا تتشابه فيها مع الدراسة السابقة للباحث "العيفة سمير"، كون عينة الدراسة كانت مواد درامية في حين الدراسة الحالية قامت على إجراء دراسة تحليلية ميدانية لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك وتتبعها برؤية استشرافية لوجهة نظر الخبراء من الأكاديميون الإعلاميون والتربويون لسبل تفعيل التربية الإعلامية بالجزائر وفق عينة متعددة المراحل لإجراء الدراسة وفقها.

وعليه تكون الدراسة السابقة للباحث "العيفة سمير" قد أمدتنا بورقة علمية على قدر من التوجيه والإرشاد نحو بحثنا هذا والاستفادة منها من خلال الخطوات المنهجية التي سارت عليها وكيفية إسقاطها وكذلك الأخذ بالنتائج التي توصلت إليها وجعلها خطوة إضافية للتقدم بالبحث نحو ما هو أفضل.

الدراسة الخامسة:

ثنائية الشبكات الرقمية وإدارة المعرفة في مؤسسات التربية والتعليم دراسة حالة مديرية التربية لولاية المدية، أمال سي موسى، جامعة الجزائر 3، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 02، العدد 8، 2018.¹

1. ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء وتسليطه على واقع استخدام الشبكات الرقمية ودورها في فاعلية إدارة المعرفة وتحسين جودة القرارات الإدارية في مديرية التربية لولاية المدية، في الوقت الذي تشهد فيه المعرفة تطورا وكذا تكنولوجيا الحصول عليها. وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها المزايا التي تقدمها إدارة المعرفة في ممارسة النشاطات الإدارية.

2. التساؤل الرئيسي:

إلى أي مدى تساهم الشبكات الرقمية في تفعيل إدارة المعرفة لتعزيز عملية اتخاذ القرار بمديرية التربية لولاية المدية؟

3. الأسئلة الفرعية:

- ما مدى استخدام مديرية التربية للشبكات الرقمية؟
- كيف تؤثر الشبكات الرقمية على فاعلية إدارة المعرفة؟
- كيف غيرت تكنولوجيا إدارة المعرفة في طبيعة اتخاذ القرارات بالمديرية؟

4. منهج الدراسة:

اعتمدت الباحثة على منهج الوصفي لدراسة الحالة فكانت مديرية التربية هي الحالة التي اختارها لمعرفة دور الشبكات الرقمية في عملية تحسين اتخاذ القرارات الإدارية ومن ثم القيام بدراسة متعمقة، توصلت من خلالها إلى مجموعة من النتائج قد يمكن تعميمها على مؤسسات مشابهة، كما اعتمدت على المنهج الإحصائي كمنهج مساعد في عملية تحليل البيانات المتحصل عليها.

5. أداة الدراسة:

استخدمت الباحثة في هذه الدراسة طريقة توزيع الاستمارة بالمقابلة كأداة أساسية ذلك في محاولة لتجنب إقصاء أية استمارة.

¹ أمال سي موسى، ثنائية الشبكات الرقمية وإدارة المعرفة في مؤسسات التربية والتعليم دراسة حالة مديرية التربية لولاية المدية، جامعة الجزائر 3، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 02، العدد 8، 2018.

6. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع البحث في رؤساء المصالح والمكاتب بمديرية التربية لولاية المدية باعتبارهم متخذي القرارات داخل المؤسسة ونظرا لتشابه وتجانس خصائص مفردات مجتمع البحث فقد اعتمد الباحث على العينة المنتظمة القصدية تمثلت في 25 مفردة.

7. نتائج الدراسة:

- يرى موظفو مديرية التربية لولاية المدية أن تطبيق تكنولوجيا إدارة المعرفة يتم ويتجسد من خلال توفر المتطلبات التكنولوجية، أي عن طريق توفير مختلف وسائل الاتصال الحديثة لنقل المعلومات.
 - لقد ساهمت تكنولوجيا إدارة المعرفة بشكل ضعيف الى متوسط نوعا ما في تحسين أداء الموظفين والمعاملات الإدارية، هذا راجع إلى الصورة الذهنية السيئة التي رسمها الموظفون عن كل ما يتعلق بالآتمة وتكنولوجيا الإتصال، فهم يرون فيها البديل لهم.
 - ان استخدام الشبكات الرقمية في المديرية فعال مما يجعلها تتحكم في سيرورة عملية اتخاذ القرارات.
 - تعتبر المديرية سرعة الوصول إلى المعلومات والملفات وحفظها واستخراجها وتناقلها في وقت قصير لأهم محدد لزيادة فعالية اتخاذ القرار.
 - الشبكات الرقمية المعتمدة في المديرية تساهم في بقدر كبير في زيادة دقة المعلومات وتوفرها في وقت سريع، كما تعطي شكلا أحسن للمعلومات مما يسهل التعامل معها والاستفادة منها.
- ## 8. أوجه الاستفادة من الدراسة:

ما نلاحظه على هذه الدراسة السابقة هو تأكيدها على أهمية إدارة المعرفة عبر الشبكات الرقمية والدور الذي تلعبه هذه الأخيرة في الفاعلية وسرعة التواصل بين مستخدميها وكذا في الكفاءة في حفظ البيانات، واعتمادنا لها كدراسة سابقة ينم عن مكانة وقيمة إدارة المعرفة التي تعتبر وجها للتربية الإعلامية باعتبارها سلوك واعي مدرك ناتج عن التعامل الحسن مع المستخدمين من جهة وفن الإدارة الفعالة للمعلومات والمعطيات التي يتحصل عليها من جهة أخرى خاصة بالقطاع الإداري. وإذا ما نظرنا لدراسة الباحثة " أمال سي موسى " من الناحية العلمية الأكاديمية المنهجية المتناولة لمعالجة هذه الدراسة السابقة، وجدنا نقاط تقاطع واختلاف بين الدراستين ومن بين نقاط التشابه بين الدراستين هو تركيزهما على هدف واحد وهو ترشيد الاستخدام الجيد للمعلومة المتوافرة عبر الشبكات الاجتماعية والتمكن من تقنيات الوسائط الرقمية، كما تتقاطعان في كونهما كانتا على نسق واحد باتخاذهما من الدراسة الميدانية مجال للبحث وجمع البيانات، فقد كان مجتمع البحث بالنسبة للباحثة "أمال سي

موسى" هو مديرية التربية لولاية المدية الذي استخرجت منه عينتها القصدية المنتظمة لتمثيله وقد أعطانا فكرة واستزادة علمية في كيفية استخراج عينة دراسة الحالة من مجتمع بحث مماثل، ضف إلى هذا استخدامها لأداة مشابهة وهي أداة المقابلة مع المبحوثين للتأكيد على حصولها على إجابات لأسئلتها واسترجاعها لجميع الاستمارات 25 بعدد مفردات العينة، هذا الإجراء يوحى بحرص الباحثة على جمع المادة العلمية والتحلي بحس المسؤولية تجاه البحث العلمي، ما بعث فينا الحرص على جمع البيانات بكل صدق وموضوعية، إلا أنّ هذا لا ينفي وجود أوجه اختلاف كان أبرزها اهتمام الباحثة بمتغير إدارة المعرفة بالمؤسسات التربوية عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية وكانت الفئة المستهدفة هي الموظفين بمؤسسة مديرية التربية بالمدية، في حين الدراسة الحالية تركز على طرق تفعيل التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية لدى المستخدمين وعلى رأسهم النشء والشباب، بالإضافة إلى ما سبق ذكره فقد استعانت الباحثة "أمال سي موسى" في دراستها على منهج دراسة الحالة -مؤسسة مديرية التربية- بالبحث والتدقيق في الوقت الذي كان المنهج المستخدم من طرف فريق البحث بالدراسة الحالية هو المنهج الوصفي بحيث تنشط الدراسة الحالية الوصفية الإستكشافية إلى شقين تطبيقي أشرنا له وتحليلي فيما يخص تحليل مضمون صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك لمعرفة مدى تضمين وتفعيل مبادئ وأسس التربية الإعلامية عبرها، بهدف توعية الطلبة ومن ورائهم الشباب مستخدمي الوسائط الرقمية والمتعرضين للمضامين التي تبث من خلالها، وهو الشق الذي لم تتناوله دراسة الباحثة "أمال سي موسى" وإن كان مجال إدارة المعرفة عبر الشبكات الاجتماعية للمؤسسات التربوية أخذ جل اهتمامها، وكتكملة للشق التحليلي بالنسبة لأوجه الاختلاف نرصد الأدوات المستعملة بالدراسة الحالية فقد استعان فريق البحث بأداة تحليل المضمون وكذا الملاحظة بالمشاركة لكل ما يتم نشره على الصفحة المعنية بالدراسة عبر الفيسبوك وكذا استبيان استمارة الخبراء، كما يشمل وجه الاختلاف أيضا في نوع العينة فدراسة الباحثة "أمال سي موسى" هي قصدية منتظمة تتماشى وطبيعة مجتمع الدراسة وتخدم أهداف دراستها، أما بالنسبة لنوع العينة التي يتم اعتمادها من قبلنا فقد كانت العينة متعددة المراحل وهذا راجع لخصوصية الدراسة التي تتطلب عدم الاكتفاء بنوع واحد محدد وإنما التعدد حتى نتوصل للإجابات عن التساؤلات التي انطلقنا منها.

بهذا نكون حاولنا الإشارة إلى مدى الاستفادة من دراسة الباحثة "أمال سي موسى" التي مكنتنا من الاطلاع على إشكالية بحثها وكذا الخطوات المنهجية التي تقيدت بها بغية الحصول على إجابات لتساؤلاتها عن دور إدارة المعرفة عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية، والتي بدورها ساعدتنا من تدوين أهم ما توصلت إليه باعتبار ما للشبكات الاجتماعية من دور كمتغير مهم في دراستنا الحالية وحتى إذا تناولنا متغير إدارة المعرفة فهو إحدى أوجه التربية الإعلامية إذا ما اسقط على الشبكات

الاجتماعية وطرق التعاطي المعلوماتي عبرها باعتباره شكل من أشكال المواطنة الرقمية الذي تدرب عليه التربية الإعلامية وتسعى إليه فالتربية الإعلامية هي وسيلة لتحقيق المواطنة الرقمية ومنه تحدي محو الأمية الرقمية.

3.1- الدراسات الغربية:

الدراسة الأولى:

أليس بي. ل. لي، التربية الإعلامية: التعاريف والمناهج والتنمية عبر العالم، جامعة هونج كونج المعمدانية، آفاق جديدة في التعليم، المجلد 58، العدد 03، ديسمبر 2010.¹

1. ملخص الدراسة:

تري الدراسة أنه في العقود الأربعة الماضية تطورت التربية الإعلامية بسرعة في الأنظمة والمجتمعات المدرسية عبر العالم وفقا لكل بلد ومساره التنموي الخاص به فمع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، سيكون للتربية الإعلامية دورا فعال وتحول نموذج ما سيجعل دراسة وسائل الإعلام تعالج وتدرس حقبة جديدة، لهذا تسعى هذه الدراسة لمعرفة وتقديم الأسس المنطقية للتعريفات الإعلامية والمناهج التعليمية للتربية الإعلامية. كما تقدم لمحة عامة عن التنمية العالمية للتدريب على التربية الإعلامية.

2. التساؤل الرئيسي:

لماذا نحتاج إلى التربية الإعلامية؟

3. منهج الدراسة:

تمثل المنهج المستعمل في هذه الدراسة في المنهج الوصفي بغية رصد وتحليل وتشخيص واقع ممارسة التربية الإعلامية، لذا فالدراسة الحالية تتدرج ضمن الدراسات الوصفية، فهي تسعى لمعرفة أنماط وطرق الاستخدام، وكذا الإشباع المحققة من وراء تطبيق منهج التربية الإعلامية في عديد المدارس من حيث ممارستهم واعتمادهم عليها في المقررات الدراسية وكذا عبر وسائل الإعلام الجديد كشبكات التواصل الاجتماعي.

4. أداة الدراسة:

¹ Alice Y. L. LEE, **Media Education: Definitions, Approaches and Development around the globe**, new horizons in education, Vol.58, No.3, Dec 2010.

استخدمت الباحثة في هذه الدراسة أداة الملاحظة وكذا أداة تحليل المحتوى للبحث في واقع تجسيد مناهج التعليم التربوية لأسس ومبادئ ومنهج التربية الإعلامية في العديد من بلدان العالم على غرار "هون كونغ" وكذا "روسيا" و"الولايات المتحدة الأمريكية".

5. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في البلدان التي تطبق منهج التربية الإعلامية ضمن مقرراتها وبرامجها الدراسية بالمؤسسات التربوية في الولايات المتحدة الأمريكية، كندا وكذا روسيا وهون كونغ، لدراسة ورصد تطور التربية الإعلامية بها، لتكون العينة القصدية هي العينة التي اعتمدتها الباحثة في جمع وتحليل المادة العلمية في هذه البلدان بالضبط كونها تمارس فعلياً منهج التربية الإعلامية.

6. نتائج الدراسة:

- في عصر الويب 2.0 الافتراضات والمناهج الدراسية ومهام التربية الإعلامية سوف تشهد العديد من التغييرات.
- لقد بدأت التربية الإعلامية بالفعل بنموذج جديد مع عمر الويب 3.0 قاب قوسين أو أدنى، بما يستوجب على التربية الإعلامية مواجهة تحديات جديدة.
- الاستجابة التعليمية لتقنيات وسائل الإعلام الجديدة ستصبح مصدر قلق كبير لبرامج محو الأمية الإعلامية في العديد من البلدان، كون البحث المستقبلي عن التربية الإعلامية سيتمحور حول استخدام واستهلاك وسائل الإعلام الجديدة من خلال تدريب المتعلمين على القراءة والكتابة من وسائل الإعلام.
- بما أن كل منطقة لها خصائصها التعليمية الفريدة، يجب أن يتم وضع أبحاث التربية الإعلامية في سياقها.
- تقترح هذه الدراسة أن نضع التربية الإعلامية في سياقات تنظيمية واجتماعية وسياسية واقتصادية وتكنولوجية وإعلامية للتدقيق.
- التربية الإعلامية ذات طبيعة اجتماعية وثقافية محددة للغاية.

7. مجال الاستفادة من الدراسة:

بعد تطرقنا للدراسات السابقة التي تتناول محور التربية الإعلامية باللغة العربية على مستوى إقليمي عربي ثم محلي جزائري، نقوم في هذه الخطوة باستحضار الدراسات السابقة لذات المحور باللغة الأجنبية التي رصدنا فيها دراسة الباحثة "Alice Y. L. LEE" « أليس ي.ل.لي » حول التربية الإعلامية التي ترى بأنها تحتوي على العديد من الوجوه، إذ يجدر الاهتمام بأنواع مختلفة من الاستخدام الاجتماعي للتربية الإعلامية، ففي الولايات المتحدة الأمريكية تهدف إلى استقطاب

مستخدمي وسائل الإعلام الناقدین والمبدعين القادرين على الاستمتاع بوسائل الإعلام وفي كندا ترتبط التربية الإعلامية ببناء الهوية الثقافية الكندية أثناء تواجدهم في مناطق مختلفة، في تايوان يتم استخدام وسائل الإعلام لتثقيف المواطنين الجيدين وتستخدم في البر الرئيسي للصين لتدريب ممارسي الإعلام الأخلاقي في هونغ كونغ. وبغض النظر عن تنمية المواطنة الحرجة تقترح التربية الإعلامية التطبيق الذكي لما يتم تعلمه من وسائل الإعلام إلى الحياة اليومية فإن بعض معلمي وسائل الإعلام في آسيا مثل المعلمين في اليابان يفكرون في الطريقة الآسيوية للتربية الإعلامية، خاصة عند النظر إلى التاريخ يمكن رؤية أن التربية الإعلامية نشأت في البلدان الغربية. بعدها تبنت معظم المناطق الآسيوية نظرية وممارسة تعليم وسائل الإعلام المطورة في أمريكا وبريطانيا وكندا وحسب الباحثة "أليس ي.ل.لي" ربما حان الوقت للعلماء الآسيويين ومدربي التربية الإعلامية أن يتعلموا كيفية تنظير ممارسات تعليمهم الإعلامي بشكل مستقل. إذا كان مختصوا الإعلام من الشرق والغرب قادرين على التواصل والعمل معاً فسوف يساهمون بشكل كبير في نمو هذا المجال الأكاديمي الناشئ للتربية الإعلامية ؛ حيث مما سبق نلمس أن الدراسة السابقة للباحثة "أليس ي.ل.لي" على قدر من التقدم في الطرح العلمي، وأشارت لعدة نقاط جوهرية مكنتنا من بلورة أفكارنا في الدراسة الحالية على الوجه الذي يخدم أهداف الدراسة، وفيما يتعلق بنقاط التشابه والاختلاف بين الدراسة السابقة والدراسة الحالية من الناحية المنهجية الأكاديمية التي يسير وفقها كل بحث علمي، نجد أنهما يشتركان في ضبط مفهوم التربية الإعلامية كمتغير مستقل بالدراسة له مكانة أولية وقيمة بحثية بالتدقيق والتقصي، فقد حاولت الباحثة إبراز واقع ممارسة منهج التربية الإعلامية بالبلدان التي تضمنتها عينة الدراسة ضمن مقرراتها الدراسية ومدى توفيقها في إيصال الأهداف التي يصبو إليها منهج التربية الإعلامية عبر المعلمين المدرسين على تلقينها للطلبة، لما لها من أهمية خاصة في زمن الويب 3.0 الذي يدفعها لأن تتماشى مع التطورات التي يشهدها هذه الجيل من التكنولوجيا المنظمة أفضل من سابقه. وهي النقطة التي أتاحت لنا معرفة ما يجري من مستجدات على المستوى العالمي وبالضبط في الدول المتقدمة التي تشهد قفزة تكنولوجية عالية وإلى أي مدى وصلت إليه في تفعيل منهج التربية الإعلامية، بالإضافة إلى ما سبق نشير إلى أن كلا الدراستين اعتمدتا على المنهج الوصفي التحليلي في تفسير وشرح البيانات المتحصل عليها، كما تلتقي الدراستين في نوع الأداة الموظفة في التقصي والبحث وهي أداة تحليل المحتوى وكذا الملاحظة؛ بحيث قامت الباحثة "أليس ي.ل.لي" بمراجعة النصوص والمواد التي يقوم عليها منهج التربية الإعلامية في كل من البلدان: الولايات المتحدة الأمريكية، كندا، روسيا وهونغكونغ، بهدف الوقوف على كيفية تقديم المواد والوسائل المسخرة لهته العملية من خلال ملاحظتها وتدوينها في الوقت الذي تشتغل فيه الدراسة الحالية على تحليل ما تضمنته صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك من منشورات طيلة ستة أشهر من 02 جويلية وإلى غاية 02 جانفي مستهدفة معرفة ماذا قيل عن التربية الإعلامية من أساسيات ومهارات ووسائل وأيضاً كيف قيل هذا

المنشور سواء نص أو صورة أو فيديو ومن مصدر هذا المنشور وغيرها من الأسئلة. وفيما يتعلق بالملاحظة بالمشاركة بالدراسة الحالية تقوم الباحثة بتفعيلها من خلال الانضمام للصفحة المعنية بالدراسة السالفة الذكر كمنضوية بها ومستخدمة للتقنيات التي يتيحها موقع الفيسبوك كالإعجاب والتعليق على المنشور المتاح وإرسال رسائل على الخاص لمعرفة سير إدارة الصفحة من جهة ومتابعة ردود فعل باقي المستخدمين لكيفية تفاعلهم مع منشوراتها، كذلك كان مجتمع وعينة الدراسة من بين نقاط التشابه بين الدراستين؛ بحيث يتم استخراج مفردات العينة بطريقة مقصودة مستهدفة من خلال الأسئلة التي يتم وضعها وأين يمكن العثور على إجابات لها. هذا بالنسبة لعناصر التقاطع وفيما يتعلق بنقاط الاختلاف فنشير إلى أنّ نوع الدراسة في دراسة الباحثة "أليس ي.ل.لي" هي دراسة وصفية تحليلية أكثر منها استشرافية بحكم وجود مادة ملموسة (مادة التربية الإعلامية) وأرضية فعلية - متضمنة بالمناهج التربوية - تبحث فيها وتعقب على ما عثرت عليها من بيانات بالشرح والتفسير، في حين الدراسة الحالية استشرافية مقارنة بها ومازالت بحاجة لقطع أشواط كبيرة حتى تصل لمستوى البحث الذي على ضوئه وضعت الباحثة "أليس ي.ل.لي" إشكالياتها وأسست فرضياتها ونشير هنا إلى وفرة المادة العلمية المجسدة على أرض الواقع بغض النظر عن مدى نجاعة تطبيقها وكذا مجال تطبيق التربية الإعلامية - نظام التعليم الرسمي - وهي النقطة التي تحيلنا على وجه آخر من أوجه الاختلاف وهي مجال البحث، فدراسة الباحثة "أليس ي.ل.لي" عن منهج التربية الإعلامية من حيث التعاريف والمناهج والتنمية عبر العالم، جاء في إطار النظام الرسمي عبر المؤسسات التربوية الحكومية ومن خلال مستويات تعليمية مختلفة حسب ما أشارت له في دراستها، في حين مجال البحث بالنسبة للدراسة الحالية هو خارج نطاق التعليم الرسمي أي تشخيص واقع وسبل تفعيل التربية الإعلامية عبر المؤسسات الاجتماعية كالمنظمات، الجمعيات... الخ والتي انتقينا منها نادي "التربية على وسائل الإعلام بتستور". وهذا يمكن رده إلى اختلاف آخر راجع لمستوى النطاق الجغرافي الذي يؤثر على المجالات الاجتماعية داخل المجتمع ومن بينها الفجوة المعرفية بين الجزائر والبلدان المتطورة تكنولوجيا وبالضبط التي وقع اختيار الباحثة "أليس ي.ل.لي" وهم الولايات المتحدة الأمريكية، كندا، روسيا وهونكونغ، التي تصنع الفرق عبر العالم في المجال التكنولوجي من حيث ابتكار الوسيلة والقدرة على استخدامها والتمكن منها ومن ثم إحالتها على الدراسات العلمية بالتطرق للدور الذي تلعبه وأثرها على أفراد المجتمع وربطها بمجالات مختلفة ومن بينها المجال التربوي ومن وراءه تضمين التربية الإعلامية كمادة لها منهج يدرس لأسس ومبادئ التعامل مع وسائل الإعلام المتطورة والقدرة على الاستفادة منها، والتي بالفعل حسب دراسة الباحثة "أليس ي.ل.لي" وصلت لهذا مستوى من خلال رصدها للمفاهيم والمناهج التي توصل إليها المختصين بالمجال والتي تشهد تعاطي وجدل في البلدان التي اختارتها بالدراسة من حيث ضبطها وتقنينها في الوقت الذي تعد فيه الجزائر من البلدان السائرة في طريق النمو مما يعني عدم التكافؤ في التعاطي العلمي بالنسبة لضبط مفهوم التربية الإعلامية

الذي يشهد للحين حضور نظري على منابر الملتقيات والمؤتمرات التي تخرج بها كتوصية تنتظر التجسيد الفعلي لها ضمن مقررات مؤسسات التعليم بالجزائر، بالإضافة إلى ما تم ذكره نشير إلى أن الدراسة الحالية امتدت لنتناول موضوع تفعيل التربية الإعلامية لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية من خلال الدراسة الميدانية لها (ما يستدعي تحديد مجتمع دراسة وهم المهتمين بدعم ونشر التربية الإعلامية واختيار عينة الدراسة والمتمثلة في العينة متعددة المراحل وكذا أدوات بحث وهي استبيان الاستمارة الإلكترونية والمقابلة النصف مقننة بالإضافة إلى استبيان الاستمارة) والتي تعتبر نقطة اختلاف مع دراسة الباحثة "أليس ي.ل.لي" التي فضلت تناولت موضوع بحثها من جانب وصفي تحليلي للمفاهيم ومناهج التربية الإعلامية عبر العالم من خلال النصوص والمراسيم.

وعليه نخلص إلى أن دراسة الباحثة "أليس ي.ل.لي" قد رفعت من مستوى البحث وجعلته واقعي بالنزول به من التجريد النظري بالتحليل والنقد وجعله قابلاً للتداول، هذا من حيث التداول الفعلي على أرض الواقع والذي يرجع لجملة النقاط التي أثرتها من جهة ومن جهة أخرى حرص الباحثة على التقصي في واقع تطبيق منهج التربية الإعلامية عبر العالم ما أعطى البحث قيمة علمية موضوعية وجهد إضافي يخدم مجال البحث في التربية الإعلامية ومن ثم الدراسة الحالية التي أضافت لها جانب نظري تأصيلي عمل على إثراءها.

الدراسة الثانية:

Media Education as Theoretical and Practical Paradigm for Digital Literacy: An Interdisciplinary Analysis, José Gómez Galána, a Director of CICODE (Metropolitan University, AGMUS, Puerto Rico-United States & Catholic University of Avila, Spain) .¹

التربية الإعلامية كنموذج نظري وعملي لمحو الأمية الرقمية: تحليل متعدد التخصصات، خوسيه غوميز غالانا، مدير CICODE (جامعة متروبوليتان، AGMUS، بورتوريكو الولايات المتحدة والجامعة الكاثوليكية في أفيل، إسبانيا)، المجلة الأوروبية للعلوم واللاهوت، 11 (3).

1. ملخص الدراسة:

تقدم هذه الدراسة تحليلاً للنموذج النظري والتطبيقي للتربية الإعلامية، كمنهج تربوي أساسي لتطوير الأساليب الحالية لمحو الأمية الرقمية في مجتمع يهيمن عليه تدفق المعلومات والعمليات الاتصالية التي أدى فيها التحول الرقمي إلى تقارب تقني والتوحيد الكامل لمستجدات تكنولوجيا المعلومات

¹ José Gómez Galána, **Media Education as Theoretical and Practical Paradigm for Digital Literacy: An Interdisciplinary Analysis**, a Director of CICODE (Metropolitan University, AGMUS, Puerto Rico-United States & Catholic University of Avila, Spain). Corresponding author: jogomez@suagm.edu, jose.gomez@ucavila.es.

والاتصالات ووسائل الإعلام التقليدية، فخلصت الدراسة إلى ضرورة استخدام جميع الخبرات الواسعة للمبادئ الأساسية والنظريات التربوية الممارسة التي قدمها هذا النموذج التربوي خلال عقود.

2. التساؤل الرئيسي:

- ما هي الإستراتيجيات التعليمية الفعالة لدعم التربية الإعلامية في مجتمع تكنولوجيا وسائل الإعلام؟
- الأسئلة الفرعية:
- ما هي الاستراتيجيات التعليمية والتربوية اللازمة لمحو الأمية الرقمية؟
- ما هي المبادئ التوجيهية الرئيسية التي نحتاج إلى تطويرها اليوم في نطاق معرفة القراءة والكتابة الرقمية؟

3. منهج الدراسة:

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي الذي يستخدم في الدراسات الكيفية بغية الحصول على وصف نظري تحليلي لنموذج التربية الإعلامية محل الدراسة، من خلال جمع البيانات من مصادرها الثانوية والتي تخدم مشكلة الدراسة وتقدم إجابات نظرية عن تساؤلاتها. هذا راجع لكون المساهمات الرئيسية التي تم إنجازها بشكل مباشر كانت من قبل متخصصين في التربية الإعلامية، الذين جمعوا الأساسيات من الدراسات السابقة من أجل إنشاء بنية نظرية محددة ومحددة نوعاً ما للانضباط. لذا يعتبر باحث الدراسة السابقة "José Gómez Galán" "خوسيه غوميز غالانا" أن البحث من [48] [47] [46] Masterman، باكنغهام [49] [50]، ألفاراد و وبويد باريت [51]، أوفريديهايد و فايرستون [52]، كيلنر [53] [54]، Silverblatt [55]، Potter [56] [57]، Hart [58]، Messaris [59] أو [60] [61] Ferguson، على سبيل المثال يصنع نموذجاً نموذجياً له إن المهام التي أنجزها هؤلاء المؤلفون تجمع أفضل الاستنتاجات التي تحصل عليها أغلبية الأخصائيين والتي كانت بطريقة أو بأخرى قريبة من هذه القضية.

4. أداة الدراسة:

استعان الباحث بأداة تحليل المحتوى، الذي يعد أداة من أدوات جمع البيانات، "فهو أسلوب بحث لوضع وصف كمي، منتظم، ظاهر للمضمون أو المحتوى" (1).

¹. أحمد بدر، الاتصال الجماهيري بين الإعلان و الدعاية و التنمية، وكالة المطبوعات، الطبعة الأولى، الكويت،

1982، ص32.

يستخدم لتفكيك مختلف المضامين المتناولة في نموذج التربية الإعلامية ومعرفة مدى إمكانية مساهمته في دعم العملية التربوية التعليمية نظرياً وعملياً والذي يحث الجمهور المستهدف للاطلاع على المضمون المروج إليه لتحقيق تطور في أساليب تعزيز التربية الإعلامية الرقمية.

5. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في مختلف النصوص والمقالات العلمية التي عالجت السياق الذي يتمحور حول ما يقدمه التعليم من استجابات للاحتياجات الجديدة؛ بحيث يحتاج الإنسان في القرن الواحد والعشرين إلى المعرفة والقدرات والتوقعات لمجتمع جديد يكون للعمليات التواصلية فيه الكثير من الأهمية. كالحاجة إلى معرفة القراءة والكتابة الرقمية تماماً كما كان الحال تقليدياً عندما كان أحد الأهداف الأساسية للتعليم هو المعرفة اللغوية والمعرفية - مع اكتساب كفاءات أساسية على سبيل المثال القدرة على القراءة والكتابة - اليوم معرفة القراءة والكتابة في لغات الوسائط المتعددة الجديدة ولغة الوسائط الفائقة بغية الخروج بنموذج نظري تطبيقي للتربية الإعلامية.

6. نتائج الدراسة:

- في المجال التعليمي التربية الإعلامية تهتم بنموذج تعليمي ذو أهمية كاملة وعاجلة وبطبيعة الحال فإن التطوير المستمر لهذا النموذج المتكيف مع الخصائص الاجتماعية المتغيرة مع قاعدتها وأساسها خلال القرن العشرين صالحة تماماً في الوقت الحاضر.
- ضرورة تكوين مهنيي التدريس بحثاً عن تعليم حقيقي لاحتياجات العالم المعاصر ودعمه
- أساسية لمحو الأمية الصحيح لمواطن القرن الواحد والعشرين.
- وسائل الإعلام أحد الأدوات الرئيسية التي ستسمح لنا بتحويل المجتمع الحالي وتحسينه.

7. مجال الاستفادة من الدراسة:

إنّ دراسة الباحث "José Gómez Galán" "خوسيه غوميز غالانا" هي دراسة بحثت في محاولة بناء نموذج نظري تطبيقي انطلاقاً من عدة بحوث سابقة، قام الباحث فيها بإجراء دراسة تحليلية تفصيلية لمضامينها التي عالجت الأسس والمهارات التي تدعو إليها التربية الإعلامية في مقابل تعزيز ودعم محو الأمية الرقمية، تتفق معها الدراسة الحالية في جزئيات عدة منها الأطر المنهجية من حيث المتغير الأساسي الذي بنت عليه اشكاليته من قبل الباحث "خوسيه غوميز غالانا" وهو التربية الإعلامية من زاوية صياغة نموذج نظري تطبيقي يعمل به على مستوى المؤسسات التربوية، كما تتشاركان في توظيفهما لنوع المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي فقد أفادت الدراسة السابقة فريق البحث الحالي في التعرف على كيفية التفصيل والتحليل وتبيان خصائص ما جاء في النصوص والمواد التي تناولت موضوع التربية الإعلامية وأن نلقي نظرة عن كثب عن واقع ممارسة التربية الإعلامية في البلدان الغربية وطريقة توجيهها لمسار محو الأمية الرقمية بدعم من التربية الإعلامية

عبر المؤسسات التعليمية، من خلال توظيفها لأداة تحليل المحتوى وهي نفس الأداة التي استعان بها فريق البحث في التماس مدى تواجد مفاهيم ومضامين التربية الإعلامية عبر العينة التحليلية المختارة وهي "صفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك، لتكون الدراستين على نسق منهجي متقارب وإن كانت تختلفان في نقاط أخرى، ومن بينها شق الدراسة الميداني وكذا نوع عينته وأدواته التي عرضناها بشرح مستفيض في دراسات سابقة لهذه الدراسة ضمن هذا العنصر، فدراسة الباحث "خوسيه غوميز غالانا" عالجت موضوع النموذج النظري التطبيقي على مستوى دراسة تحليلية فقط، دون الغوص بالدراسة في الجانب الميداني، ومن نقاط الاختلاف أيضا هو عدم تحديد النطاق الجغرافي الذي يستهدفه الباحث "خوسيه غوميز غالانا" بالدراسة التحليلية أو الفئة المستهدفة من البحث. إلا أن هذا لا ينقص من قيمتها العلمية فقد استمد منها فريق البحث الأسس النظرية وكذا التأصيلية التي يقوم عليها نموذج التربية الإعلامية وفق رؤية الباحث "خوسيه غوميز غالانا" والتي ننهل منها ما نراه يخدم أهداف الدراسة الحالية.

وعليه وانطلاقاً مما سبق ذكره من أوجه تشابه واختلاف مع دراسة الباحث "خوسيه غوميز غالانا" يمكن القول أنها كانت على مستوى من الجهد والمصادقية في الطرح والتحليل ما يجعلنا كفريق بحث نأخذ بها ونمحس الأفكار التي جاءت بها.

الدراسة الثالثة:

Media Education, Media Literacy and Digital Competence, Alfonso Gutiérrez & Kathleen Tyner, Segovia (Spain) & Austin (USA), Comunicar, n 38, v. XIX, 2012, Scientific Journal of Media Education, pp31-39, ISSN: 1134-347, Accepted: 12-09-2011 / Published: 01-03-2012.¹

التربية الإعلامية، محو الأمية الإعلامية والكفاءة الرقمية، ألفونسو جوتيريز وكاتلين تاينر، سيغوفيا (إسبانيا) وأوستن (الولايات المتحدة الأمريكية) الدكتور ألفونسو غوتيريز مارتين هو أستاذ في كلية التربية بجامعة سيغوفيا، بلد الوليد (إسبانيا)، كاتلين تاينر هي أستاذ مشارك في قسم الإذاعة والتلفزيون-الفيلم التابع للجامعة، تكساس في أوستن (الولايات المتحدة الأمريكية)، Comunicar, n 38, 2012, v. XIX, Scientific Journal of Media Education, ISSN: 1134-347, صفحات 31-39.

1. ملخص الدراسة:

¹Alfonso Gutiérrez & Kathleen Tyner, **Media Education, Media Literacy and Digital Competence**, Segovia (Spain) & Austin (USA) Accepted: 12-09-2011 / Published: 01-03-2012, <http://dx.doi.org/10.3916/C38-2012-02-03>, www.comunicarjournal.com

تتناول هذه الدراسة العلاقة المحتملة بين التعليم والإعلام في المجتمع المعاصر وتكشف عن الدور الذي يلعبه التعليم الرسمي في كل من دمج الإعلام في المناهج التعليمية ومحو الأمية الرقمية والمهارات اللازمة للقرن الحادي والعشرين. وما يناقشه المؤلفون من نظريات ومناهج مختلفة سادت الدراسات الإعلامية الدولية والتربية الإعلامية ومحو الأمية نحو وسائل الإعلام في العقود الأخيرة. بالإضافة لدراسة الارتباك وسوء الفهم المتعلق بالمصطلحات كمحو الأمية المعاصرة في بيئة معقدة، عالمية وثقافية وما قدمه فريق البحث من بعض الفئات الشاملة لمحو الأمية في القرن الحادي والعشرين مثل محو الأمية في وسائل الإعلام الرقمية متعددة الوسائط. كما تطرقوا إلى ما ناقشته تفسيرات محو الأمية عن وسائل الإعلام والكفاءات الرقمية مع التركيز بشكل خاص على الإطار التنظيمي الأوروبي الحالي والتي خلصت إلى أنّ الكفاءات التقنية مع الأجهزة والبرمجيات لديها القدرة على الحد من محو الأمية في وسائل الإعلام. بدلاً من ذلك، يؤكد فريق بحث هذه الدراسة السابقة على المناهج الحاسمة باعتبارها محورية في محو الأمية الإعلامية. بالإضافة إلى الكفاءة التقنية، كما يلقي المؤلفون الضوء على الحاجة إلى تضمين تحليل أوسع وأعمق للاستخدامات الاجتماعية والمواقف والقيم المرتبطة بالأدوات الإعلامية الجديدة والنصوص والممارسات.

2. التساؤل الرئيسي:

ما الدور الذي يجب أن يلعبه التعليم الرسمي في كل من دمج الإعلام في المناهج التعليمية ومحو الأمية الرقمية؟

3. منهج الدراسة:

استخدم فريق البحث المنهج الوصفي التحليلي لرصد أهم المصطلحات ذات العلاقة بالتربية الإعلامية وعلاقتها بمناهج التعليم على مستوى المؤسسات التربوية وكذا على مستوى وسائل الإعلام، مستعينا بالمنهج الاستكشافي لمعرفة واقع ممارسة التربية الإعلامية.

4. أداة الدراسة:

تمثلت أداة الدراسة في الملاحظة وكذا تحليل المحتوى من خلال التدقيق في مختلف الاستخدامات للمضامين الإعلامية عبر وسائل الإعلام وكيفية التعاطي معها بالقراءة والتحليل والتركيز، بهدف تحديد وضبط مصطلح التربية الإعلامية وكذا المفاهيم والمصطلحات المشابهة لها.

5. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

تمثل في مسح لعينة عشوائية من مضامين وسائل الإعلام بإسبانيا للتعرف على مدى ممارستها للتربية الإعلامية وكذا معالجتها لمواضيع محو الأمية الرقمية بغية تحديد الفروقات بين المصطلحات كمحو الأمية الإعلامية، الرقمية، التقليدية.

6. نتائج الدراسة:

التسرع الحالي نحو الحد من موضوع محو الأمية الرقمية عن طريق دمج تعليم محو الأمية الإعلامية في التعليم العام دفع إلى مجموعة ضيقة من المهارات التي:

- تقليل الاهتمام بالتربية الإعلامية في مقابل تطوير الكفاءات الرقمية.
- الحد من الكفاءات الرقمية إلى أبعادها التقنية من خلال التركيز على الخبرة الضيقة اللازمة في التمكن من الأجهزة والبرامج.
- محدودية المناهج التي استخدمت منذ فترة طويلة لتحديد الاستخدامات الاجتماعية وفوائد محو الأمية.
- المتعة اللامتناهية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتعدد الأجهزة الرقمية تقود إلى الاستخدامات ذات السياقات الحرجة.
- تألق وسحر وسائل الإعلام الجديدة تمنعنا من رؤية الهدف النهائي من الشخصية التنموية وهو هدف يتقاسمه التعليم الإعلامي والتعليم العام.
- في المجتمعات النيوليبرالية ستبقى نماذج السوق تركز على توليد رأس المال والاستهلاك وبالتالي ينقسم تعليم محو الأمية الإعلامية، تحت لواء تطبيق التعليم وخطابات السوق الحرة. ونظرا لهذه السيناريوهات يبدو أكثر أهمية من أي وقت مضى التركيز على الأهداف والأهداف الأكثر أهمية وأيديولوجية.

7. مجال الاستفادة من الدراسة:

يكن مجال الاستفادة من دراسة فريق البحث في أصالة الموضوع المتناول بالبحث وعمق الطرح الفكري إذ عملت هذه الدراسة على إمدادنا كفريق بحث بمفاهيم أساسية وأفكار تعمل على تأسيس مخطط عملي للتربية الإعلامية مستمد من واقع استخدام التكنولوجيا الحديثة التي يشهدها العالم في الوقت الراهن وخاصة في البلدان المتقدمة، فمن ناحية التشابه فدراسة فريق البحث تتقاطع في العديد من النقاط سواء من حيث الأهداف على غرار وضع نموذج ومنهجية عمل تكفل التطبيق السليم للتربية الإعلامية وتقلص من محو الأمية الرقمية من خلال تكافل مختلف الجهات الحكومية وفتح المجال للمؤسسات التعليمية للخوض بأكثر جدية في موضوع محو الأمية الرقمية وعدم إهمال التربية الإعلامية في مقابل الحصول على كفاءات تقنية، بالإضافة إلى تشاركهما في تأكيدهما على ضرورة

كسب وعي وإدراك بمهارات التربية الإعلامية بالنسبة للطلبة، كما تلتقيان في نقاط منهجية عدة على غرار نوع المنهج الوصفي المستخدم وكذا أداتي الملاحظة وتحليل المحتوى لجمع المادة العلمية، هذا بالنسبة لنقاط التقاطع وفيما يتعلق بنقاط الاختلاف، تعتبر طرق تفعيل التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية التي اخترنا منها موقع الفيسبوك كعينة للدراسة هي نقطة اختلاف كون الدراسة السابقة لم تعالجها واكتفت بالتعبير العام لوسائل الإعلام الجديدة دون تخصيص لنوع محدد، كما نشير إلى مستوى النطاق الجغرافي الذي شكل هو الآخر فرق فالتحدث عن التكنولوجيات الحديثة في الدول الغربية ليس نفسه بالجزائر ذلك مرده إلى الاستخدام المتفوق ووفرة الوسيلة وجودتها في حد ذاتها على عكسه في الجزائر مما يصعب الأمر أكثر إذا تحدثنا عن محو الأمية الرقمية، ومن بين نقاط الاختلاف أيضا نشير إلى ما يتعلق بعناصر الإجراءات المنهجية فدراسة فريق البحث وظفت العينة العشوائية لتمثيل مجتمع الدراسة الخاصة بها في حين الدراسة الحالية استعانت بالعينة المتعددة المراحل لتمثيل مجتمع دراستها واستخراج مفردات العينة ضف إلى هذا توظيف أدوات جمع بيانات أخرى بالإضافة إلى التي تتشارك فيهما كاستبيان الاستمارة وكذا استبيان المقابلة النصف المقننة، التي فصلنا في كيفية توظيفها سابقا بالإضافة إلى استشراف وجود التربية الإعلامية بالجزائر من خلال وجهة نظر الخبراء من الأكاديميون الإعلاميون والتربويون بالتوجه لهم باستبيان الاستمارة، كذلك بالنسبة للدراسة التحليلية فدراسة فريق البحث اعتمدت على عدة برامج في وسائل الإعلام لكن الدراسة الحالية ركزت على دراسة تحليلية ميدانية لصفحة الفيسبوك "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" كما تطرقت إلى عمل دراسة ميدانية للغوص أكثر في مجال تفعيل التربية الإعلامية لدى مستخدمي الصفحة وهي الفئة التي لم تحددتها دراسة فريق البحث وأبقت المجال مفتوح غير محدد بالنسبة للفئة المستهدفة من الدراسة.

ومما سبق نخلص إلى أنّ الدراسة السابقة لفريق البحث قد وضعت بصمة ونظرة جديدة أخرى في بحثنا هذا وإن كانت تلتقي مع الدراسة الحالية في عدة نقاط إلا أنها تختلف معها في أخرى.

الدراسة الرابعة:

Armanda Pinto da Mota /Matos, Maria Isabel Festas, Ana Maria Seixas, **Digital media and the challenges for media education**, Faculty of Psychology and Educational Sciences University of Coimbra, Portugal, ATI-Applied technologies and Innovations, Volume 12, Issu2, pp42-43 2016.

الإعلام الرقمي والتحديات التي تواجه التربية الإعلامية، أرماندا بينتو دا موتا / ماتوس، ماريا إيزابي فيستاس، آنا ماريا سيكساس، كلية علم النفس والعلوم التربوية، جامعة كويمبرا، البرتغال، ATI، www.ati.pradec.eu، - 43 - الابتكارات التطبيقية والتقنيات، مركز التنمية براغ، مراجعة المدقق

ومجلة الوصول المفتوح، 2016، التقنيات والابتكارات التطبيقية، المجلد 12، العدد 2 ، pp.43-42،
2016.¹

1. ملخص الدراسة:

إن التطور المستمر لوسائل الإعلام الرقمية وإمكانيات التواصل والوصول إلى المعلومات التي يقدمونها يلفت الانتباه بشكل خاص إلى الحاجة إلى تطوير سلوك الجماهير الفعال والمسؤول والنقدي ليس فقط كمستهلكين ولكن أيضاً كجهات اتصال ومنتجي رسائل وسائل الإعلام. لذا تقدم هذه الدراسة تحليلاً للتحديات التي تطرحها وسائل الإعلام الرقمية أمام تعليم الشباب وتسلب الضوء على أهمية التفكير الواسع في مفهوم التربية الإعلامية وتقديم اقتراحات بشأن خطوط العمل الممكنة. وركزت الدراسة على التغييرات التي أحدثتها وسائل الإعلام الجديدة على الاتصالات والعلاقات الاجتماعية وكذلك على دور الشباب كمستهلكين وفي نفس الوقت منتجي رسائل الوسائط والنصوص.

2. التساؤل الرئيسي:

ما هي التحديات التي تواجه التربية الإعلامية في ظل الإعلام الرقمي؟

3. الأسئلة الفرعية:

ما هي التغييرات التي أحدثتها وسائل الإعلام الجديدة على الاتصالات والعلاقات الاجتماعية ؟

ما هو دور الشباب كمستهلكين ومنتجين لرسائل الوسائط والنصوص لوسائل الإعلام الجديدة؟

4. منهج الدراسة:

استخدم المنهج الاستكشافي الوصفي في هذه الدراسة بغية تحليل وتقييم المواقف التي تم رصدها من طرف مستخدمي الوسائط التقنية وكيفية تعاظم الجمهور مع المعلومات والرسائل التي يتم تداولها بواسطة تقنيات فاعلة في شق آخر استعان بمنهج تحليل المحتوى لدراسة الخطة التكنولوجية البرتغالية للتعليم.

5. أداة الدراسة:

¹ Armanda Pinto da Mota /Matos, Maria Isabel Festas, Ana Maria Seixas, **Digital media and the challenges for media education**, Faculty of Psychology and Educational Sciences University of Coimbra, Portugal, ATI-Applied technologies and Innovations, Volume12, Issu2,pp42-43 2016.DOI: <http://dx.doi.org/10.15208/ati.2016.04> ،ISSN: 1804-4999 | ATI - www.academicpublishingplatforms.com.

تم توظيف مجموعة من الأدوات أهمها أداة تحليل المحتوى لدراسة دور وأهمية الوسائط الرقمية في دعم التربية الإعلامية، من خلال تحليل لمختلف الوسائط الجديدة التفاعلية ذات التواصل الفوري، والمساحات الجديدة وأشكال التفاعل الاجتماعي (رسائل البريد الإلكتروني والألعاب عبر الإنترنت، ومواقع الشبكات الاجتماعية الفيسبوك) وأدوات للإنتاج والمشاركة في الوسائط (مواقع مشاركة الفيديو والمدونات).

كما تم توظيف الاستمارة الموجهة للعاملين بقطاع التعليم بالعديد من مؤسسات التعليم البرتغالية، بالتركيز على دور الوسائط التكنولوجية كالهواتف الذكية واللوحات الرقمية عند توظيفها بالعملية التعليمية على دعم ورفع من كفاءات التلاميذ في القراءة والكتابة والفهم والتحليل والإبداع في التعاطي مع المحتوى الموجود ومدى التمكن من الوسيلة في حد ذاتها. بالتالي فإن الأسئلة تمحورت حول الاتصالات والمهارات الاجتماعية والمعايير الاجتماعية والأخلاقية للسلوك التي تحتاج إلى المعالجة في هذه السياقات الجديدة للتفاعل الاجتماعي. بالإضافة لمحوor كيفية نقل مشاكل التواصل وسوء الفهم والنزاعات المحتملة وانقطاع العلاقات، التي يمكن أن تحدث في علاقات الشباب إلى التواصل عبر الإنترنت والاستفادة من ميزات جديدة وكيفية القدرة على التعبير عن أنفسهم في سياقات أوسع وأثر طويل الأمد.

6. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع البحث في الشباب المتدرسين بالأطوار التعليمية والمستخدمين للوسائط الرقمية بالبرتغال، بالاعتماد على العينة القصدية في استخراج مفردات الدراسة. وكذا تمثل مجتمع الدراسة في الشبكات الاجتماعية اختير منها الفيسبوك كونه الأكثر شعبية من قبل المستخدمين الشباب، في نفس الوقت البحث عن المنشورات ذات العلاقة من حيث المحتوى بالتربية الإعلامية. ودعمها لمحو الأمية الرقمية.

7. نتائج الدراسة:

- تمثل المفاهيم الأربع الأساسية التالية محور توجيه العمل في مجال التربية الإعلامية وهي: الوعي واللغة والإنتاج والجمهور.
- تعد تنمية مهارات التحليل والتفكير النقدي اللازم لفهم الرسائل وتأثير وسائل الإعلام من أولويات التربية الإعلامية.
- تمكن الوسائط الرقمية المستخدمين من أن يكونوا أكثر نشاطاً وتشاركياً مع التواصل، كما أن زيادة فرص المشاركة تجلب معهم مسؤوليات متزايدة كمشاركين في ثقافة وسائل الإعلام، مما يعني القدرة على التواصل بطريقة فعالة وناقدة ومسؤولة اجتماعياً. ويشكل هذا من وجهة

نظرنا، تحديًا هائلًا يواجهه المعلمون بشكل عام، وخاصة من يعملون ويختارون الاستثمار في تعزيز محو الأمية في أوساط الشباب.

- مدى الصعوبة والدور ذو الصلة للغاية الذي يلعبه المعلمون بشكل عام وبشكل خاص من قبل معلمي وسائل الإعلام في عالم الاتصالات المتغير دائمًا، مع الاستخدام المتزايد للأجهزة المحمولة.
 - يحتاج اختصاصيو التربية والتعليم إلى إعادة التفكير في استراتيجيات الوسائط التقليدية وتكييفها مع "المتعاملين مع الترحال"، بحيث تزايد استخدام الأجهزة المحمولة للوصول إلى الإنترنت وفي جيوب الشباب العديد من إمكانيات الاتصال.
 - الإشراف أصبح أكثر صعوبة وكذلك تنفيذ استراتيجيات وساطة أكثر نشاطًا، تهدف إلى تعزيز مهارات التقييم والتفكير النقدي للتربية الإعلامية.
- 8. مجال الاستفادة من الدراسة:**

إنّ الدراسة التي قام بها فريق البحث (Armanda Pinto da Mota /Matos, Maria Isabel Festas, Ana Maria Seixas) (أرماندا بينتو دا موتا، ماتوس، ماريا إيزابي فيستاس، آنا ماريا سيكساس)، تقوم على أساس استشرافي للتحديات التي تواجهها استراتيجيات تطبيق منهج التربية الإعلامية على عدة جهات ومنها التطور الفائق والمتسارع للوسائل الإعلامية والوسائط الرقمية المتنوعة التي تخول التواصل الفوري عبر مختلف الشبكات الاجتماعية والمنصات الرقمية وتحدي القدرة على التمكن منها والتكيف مع تقنياتها وحسن توظيفها من قبل المستخدمين الذين يقومون بعملية التواصل وخاصة منهم النشء والشباب الذين يعدون جهة ثانية تمثل تحديًا أمام نجاعة تطبيق استراتيجيات التربية الإعلامية عبر المؤسسات التربوية من قبل الأساتذة الذين يعملون على تلقين وتحسين معارف ومدارك هؤلاء الطلبة وبخاصة تمكينهم من مهارتي التفكير والنقد البناء عند التعاطي مع المضامين الإعلامية، هؤلاء الأساتذة هم بدورهم يشكلون الجهة الثالثة التي تلقى التربية الإعلامية تحديًا أمامها فليس كلهم مدربون بكفاءة أو قادرين على مواصلة التدريب على استراتيجيات التربية الإعلامية. وانطلاقًا مما توصل إليه فريق البحث تشكلت لنا نظرة مقربة فتحت المجال على الوقوف على الصعوبات والعراقيل التي تواجه واقع تفعيل التربية الإعلامية، بهذا تكون دراسة فريق البحث ونحن في إطار الاطلاع عليها والتعمق في قراءة اشكالياتها وأهم الخطوات التي سارت عليها منهجيا وكيفية تطبيقها وإلى غاية الوصول إلى نتائجها، قد أمدتنا بعدد النقاط الجوهرية منها ما يتشابه مع الدراسة الحالية ومنها وإن كان لا يتقاطع معها فقد عمل على زيادة رصيدنا العلمي وخبرتنا بخصوص تفاصيلها خاصة كونها دراسة أجنبية استشرافية، وفيما يلي عرض لنقاط التشارك بين الدراستين التي من أهمها نوع الدراسة الإستشرافي الوصفي ومجتمع البحث وعينة الدراسة بشقيها التحليلي والميداني

والذي يتشابه مع نوع الأدوات الموظفة لجمع البيانات وهي أداة تحليل المضمون التي تطبق على النصوص والبرامج المقدمة عبر الوسائط الجديدة (رسائل البريد الإلكتروني والألعاب عبر الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية الفيسبوك) وأدوات للإنتاج والمشاركة في الوسائط (مواقع مشاركة الفيديو والمدونات). وكذا أداة استبيان الاستمارة التي وزعت على المبحوثين من عمال قطاع التربية بدولة البرتغال وهي ذات الأدوات المستخدمة في الدراسة الحالية؛ بحيث يتم الاعتماد على أداة تحليل المضمون في الكشف عن طريقة التعامل مع المنشورات وكذا كيفية استخدام التقنيات المتوفرة من قبل مستخدمي صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك، كما كان اختيار مبحوثي العينة بالدراسة السابقة من موظفي قطاع التعليم وأخذ البيانات منهم عن طريق الاستمارة هي خطوة مشابهة قام بها فريق الدراسة الحالية الذي عمل استبيان استمارة موجه لخبراء أكاديميون من علوم الإعلام والاتصال وكذا علوم التربية وبالإضافة إلى توزيع استمارات تقيس وعي وإدراك الطلبة بمهارات التربية الإعلامية لديهم من خلال توظيفها أثناء التعرض للشبكات الاجتماعية والتفاعل مع مضامينها والتواصل مع مستخدميها (الفيسبوك)، ومن بين نقاط الاختلاف المهمة هو أن دراسة الباحثين السابقة تحاول معرفة التحديات التي تواجه استراتيجيات التربية الإعلامية الممارسة بدولة البرتغال وتعمل على استشراف التحديات التي يمكن أن تواجهها أثناء العمل بها في إطار التعليم الرسمي في حين الدراسة الحالية قائمة على معرفة طرق تفعيل التربية الإعلامية في كل من نظام التعليم الرسمي غير الرسمي وكذلك ليس لها استراتيجيات موضوعية من قبل يمكن بناء دراسة علمية عليها كما قام فريق بحث الدراسة السابقة كما أن الدراسة الحالية تستعين بخبرة القائم بالاتصال في مجال توظيف التربية الإعلامية لخدمة المواطنة الرقمية وكذا دعم محو الأمية الرقمية بالتوجه له بأداة المقابلة النصف مقننة.

لنختم في الأخير بالقول أن هذه الدراسة السابقة كان لها وقع بارز بين الدراسات السابقة التي تناولناها سابقا من حيث إتاحة المجال لمعرفة ماذا بعد وجود مادة ومنهج ممارس في إطار التعليم الرسمي تخضع له التربية الإعلامية ومن ورائها المنظومة التربوية والمجتمع ككل.

الدراسة الخامسة:

Alberto Parola, Maria Ranieri, **The Practice of Media Education: International Research on Six European Countries**, Faculty of Education, University of Turin, Turin, ITALY, Faculty of Education, University of Florence, Florence, ITALY, The National Association for Media Literacy Education's, Journal of Media Literacy Education 3:2 (2011) 90 – 100.¹

¹ Alberto Parola, Maria Ranieri, **The Practice of Media Education: International Research on Six European Countries**, Faculty of Education, University of Turin, Turin, ITALY, Faculty of Education,

ممارسة التربية الإعلامية: البحوث الدولية في ست دول أوروبية، ألبرتو بارولا، كلية التربية ، جامعة تورين ، تورين ، إيطاليا، ماريا رانييري، كلية التربية ، جامعة فلورنسا ، فلورنسا ، إيطاليا، الرابطة الوطنية لتعليم محو الأمية الإعلامية، 100 – 90 2: 3 Journal of Media Literacy Education، 2011، نسخة إلكترونية: www.jmle.org.

1. ملخص الدراسة:

هي دراسة أوروبية عن التربية الإعلامية، بتمويل من المفوضية الأوروبية، تهدف هذه الدراسة التي استغرقت عامين إلى جمع وتوثيق وتطوير ممارسات التربية الإعلامية في جميع أنحاء أوروبا وخاصة في بلجيكا وبلغاريا وإيطاليا وليتوانيا وبولندا ورومانيا. على وجه الخصوص، تركز الدراسة على دور الوثائق في تحسين المعارف العملية للمعلمين وتسليط الضوء على الجوانب الصعبة في هذه العملية. ومن خلال تحليل البيانات التي تم جمعها تكشف الدراسة أن وثائق ممارسات التربية الإعلامية ضعيفة في كثير من الأحيان من حيث المعلومات حول الممارسات التعليمية و على المعلمين التفكير في أعمالهم.

2. أسئلة الدراسة:

- هل المعلمين قادرين على تحسين عملهم بفعالية في علم التربية عن وسائل الإعلام؟
- كيف يمكن معالجة هذه المواقف الصعبة؟
- كيف يمكن دعم المعلمين في نشاطهم لتوثيق ممارسات التربية الإعلامية ؟

1. منهج الدراسة:

استخدم المنهج الوصفي وكذا المنهجي التجريبي في الدراسة بغرض التعرف على كيفية تصميم وتطوير أساليب وحدات التربية الإعلامية بهدف التوعية وتوجيه الشباب عبر الإنترنت من خلال الوسائط الرقمية، مقسمين الدراسة على ثلاث مراحل، المرحلة الأولى تم إنشاء ثماني وحدات بخصوص مجالات اختصاص وسائل الإعلام المختلفة بقطاع التعليم وتستند على مبادئ التربية الإعلامية المستمدة من تجربة دورة التعلم (Pfeiffer & Jones 1985) كل وحدة تضم وصفا للتعليم، عمليات التعلم وأدوات ومواد التدريس وعرض فيديو قصير؛ حيث يعرض المعلمين المشاركين في المشروع هيكل النشاطات. المرحلة الثانية تقوم على تحليل الممارسات التي تم جمعها في السابق، باختبار مواد التدريس والممارسات في كل بلد، قامت مجموعة تجريبية من المدرسين باختبار المواد التعليمية التي تم إنشاؤها في المرحلة الأولى من أجل تقييم جودة النظرية وفعاليتها.

كان التجريب مدعوماً من قبل فريق من الباحثين، الذين قدموا منهجية الأدوات (على سبيل المثال، الاستبيانات والإرشادات للمقابلات ومجموعات التركيز وأشكال التقييم والملاحظة والأشكال التوضيحية، وغيرها) والمبادئ التوجيهية. كان الغرض لتحديد المعايير الممكنة للتقييم والتحقق منها لممارسة التربية الإعلامية وكذلك لتوفير المبادئ التوجيهية لتطوير إجراءات تربية إعلامية فعالة. وكانت الخطوة الثالثة في هذه العملية هي تعريف الصراحة معايير لاختيار الممارسات المراد توثيقها. كانت المعايير التي أخذت في الاعتبار هي الصلة إلى السياق (أي المدرسة والتعليم الرسمي) ؛ أخيراً وضع الأولوية للتجارب ومشاريع مع وثائق جيدة للتخطيط والتنمية والمواد المستخدمة. بعد مشاركة المفاهيم والأدوات والاختيار معايير، كما حدد الشركاء استراتيجية البحث عن ممارسات التربية الإعلامية التي من المحتمل أن يتم تضمينها في المجموعة كل شريك لديه مهمة.

2. أداة الدراسة:

كانت الخطوة الأولى إنشاء أداة منهجية لجمع معلومات عن ممارسات التدريس وتوثيق العمليات الأساسية هذه الأداة تسمى دراسة الحالة-نموذج-، تم تطويره من قبل المختصين في التربية الإعلامية ثم بعد ذلك تمت مشاركتها ومناقشتها مع القائمين على الدراسة، تم تقسيم النموذج في قسم عام يتضمن العنوان، الملخص، الموضوع ومناطق الاختصاص والوسائط المستخدمة؛ وقسم تحليلي يتضمن وصفاً للأهداف والأغراض وطرق التدريس والتوثيق واستراتيجيات التقييم والنتائج والتحديات والدروس، تعلم قابلية التفاعل، التنمية المستقبلية وسياق التجربة. بشكل عشوائي تم اختيار عينة من المدارس ومطالبة الطلبة بملى استمارة نموذج دراسة الحالة. فالتربية الإعلامية كممارسة في المدارس الأوروبية ليست واسعة النطاق، لذلك كان البحث عن معلمين ذوي خبرة في المجال بحيث لكل مجموعة شريك مختص للتشاور ليس فقط في المدارس ولكن أيضاً على نطاق وطني لتنسيق قواعد البيانات والتأكيد على اختبار ما إذا كان برنامج التربية الإعلامية متسق مع المعايير المذكورة في الأعلى. فيما تمثلت الخطوة التالية في إظهار المعلمين كيفية إكمال نموذج دراسة الحالة لتوثيق عملهم ولبدء جمع المعلومات، إذ تم تنسيق العملية من قبل القائمين على الدراسة داخل الدول الفردية. وقد طلب من المعلمين ملء الاستمارة من خلال تقديمها أكبر قدر ممكن من المعلومات وتسجيل خواطر. علاوة على ذلك، كان مطلوباً منهم أن ينتجوا "أدلة" حول دوراتهم الدراسية مثل الطلاب منتجات أو سجلات أو صور أو توثيق فيديو حالات ذات معنى (على سبيل المثال، التفاعل بين الطلاب خلال مجموعة مناقشة أو ردود فعل الطلاب على الخارجية المدخلات الواردة من المعلمين أو الخبراء).

وجد المعلمون مهمة توثيق عملهم باستخدام النموذج على الانترنت نوع من الصعوبة، كونه شمل عدد من العناصر التي تتطلب كمية كبيرة من المعلومات ونتيجة لذلك، فإن ممارسة الوثائق كان يأخذ وقتاً

طويلاً والوقت ثمين ونادر للمعلمين. علاوة على ذلك، لا يتم استخدام المعلمين لتدوين ملاحظات دقيقة حول عملهم، فتدوين الملاحظات عن ممارسات التدريس، يبدو أنها تتعلق بالباحثين أكثر منها بالمعلمين أنفسهم. لكل هذه الأسباب لعب المعلمون أدواراً بديلة عن الباحثين والمخبرين، كباحثين قام المعلمون بتوثيق شهاداتهم الخاصة بالممارسات المهنية عند ملء النموذج. والمعلمون الذين لم يتمكنوا من إكمال ملأ النموذج هم بمثابة مخبرين، مثل تقديمهم المعلومات للباحثين وإرسال البيانات في الإنترنت. في نهاية هذه العملية تم جمع أكثر من 300 نموذج في الدول الستة المعنية بالدراسة.

وتم نشر هذه المواد باللغة الإنجليزية على الإنترنت، على الرابط <http://www.onair.it> [OnAir].

<http://medmediaeducation.it/> والتي يمكن الوصول إليها بسهولة.

يعرض لإدخال قاعدة البيانات المكتملة. وشملت حقول قاعدة البيانات: اسم المؤلف (ق) ، والتدريس الأساليب، المهارات الإعلامية، وسائل الإعلام، قضايا الإعلام، المناهج / منطقة الموضوع ، الشريك الذي حمل الملف، ملخص، كامل الوصف ومساحة التعليقات من الأشخاص الخارجيين. لقطة شاشة لسجل قاعدة بيانات¹

وخضعت الممارسات التي تم جمعها بهذه الطريقة لتحليل دقيق من خلال عملية التشفير الطويلة ومعقدة الإجراء، كما تم تحليلها ومناقشتها وتقييمها من قبل المعلمين الخبراء على أساس مشترك مجموعة من المؤشرات (للحصول على تحليل كامل للنتائج انظر بارولا ورانييري 2011).

3. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في ستة دول، هم: (بلجيكا)، Zine تقنيات الفن (بلغاريا) ، Pixel (إيطاليا) ، التكنولوجيا السهلة (إيطاليا) ، جامعة كاواناس للتكنولوجيا (ليتوانيا) ، WSinf (بولندا)، مراقبة ActiveWatch-Media الوكالة (رومانيا). أخذين من كل دولة عينة للدراسة تم استخراج مفرداتها عن طريق العينة العشوائية الطباقية للطلاب الذين تتراوح أعمارهم بين 6-16 سنة والذين يدرسون الاختصاصات الإعلامية ضمن المقرر الدراسي والتي يتم النظر فيها في الدراسة (تدريب على قراءة وفهم وكتابة رسائل وسائل الإعلام، نقد وتقييم بشكل واعي عند استهلاك مضامين وسائل الإعلام).

كان اختيار مجتمع الدراسة من قبل الباحثين الإيطاليين وبدعم من المعلمين وطلاب المدارس المشاركين. تم تقسيم الدراسة إلى ثلاث مراحل رئيسية ولكل مرحلة أدوات محددة وتم تطوير المواد لتفعيل ممارسات واتجاهات التربية الإعلامية، تضمنت المرحلة الأولى من هذا المشروع مجموعة من

¹ OnAir. <http://www.onair.medmediaeducation.it/casestudies.aspx>

ممارسات التربية الإعلامية الحالية، تشارك جميع الشركاء (باستثناء الشركة التي تعاملت بشكل عام مع إدارة المشروع) ، ويحتاج إلى مشترك قادر على فهم النظرية والمنهجية والخلفية وإجراءات محددة.

بالإضافة إلى مختصين ذوو كفاءات إعلامية بممارسات التربية الإعلامية. حددو أربعة مجالات رئيسية كانت (1) قراءة وسائل الإعلام: القدرة على قراءة وسائل الإعلام وفك رموز لغات الوسائط (2) كتابة وسائل الإعلام: القدرة على إنتاج النصوص الإعلامية واستخدامها الأدوات الرقمية للأغراض الإبداعية. (3) الفهم النقدي وتقييم وسائل الإعلام: مراقبة محتويات الوسائط والأشياء (4) الوعي بكيفية استخدام وسائل الإعلام: القدرة على خلق الوعي بخيارات الاستهلاك من وسائل الإعلام فهم صريح وضمني برسائل الوسائط في مواقف مختلفة.

4. نتائج الدراسة:

- ضرورة التعاون الفعلي والجاد بين المعلمين والباحثين لدعم هذا النوع من البرامج التي تؤدي إلى ممارسة فعالة لنموذج التربية الإعلامية.
- تطوير الأدوات المناسبة التي يمكن للمعلمين استخدامها بسهولة أثناء الأنشطة الخاصة بهم قد ييسر أيضاً تحسين مستويات المضامين.
- أظهرت بعض الاتجاهات الكمية التحليلية. في بداية الدراسة مجموعة من الكفاءات التي تم تحديدها في معظم الأحيان. بين نموذجية أهداف ممارسات التربية الإعلامية وأكثرها ترتبط وبصيغة متكررة بمهارات القراءة والكتابة لوسائل الإعلام، في حين أن المهارات المتعلقة باستهلاك وسائل الإعلام هي أقلها تكراراً، بصرف النظر عن النوع المحدد للسياقات الوطنية.

5. مجال الاستفادة من الدراسة:

تمثلت أوجه الاستفادة من دراسة الباحثين "Alberto Parola" و "Maria Ranieri" (ألبرتو بارولا، ماريا رانييري)، في كونها وضعت بين أيدي فريق البحث الحالي خبرة دراسة لعدد من الدول الغربية مع تقديم نموذج تجريبي عملي مختص بتفعيل التربية الإعلامية داخل المؤسسات التربوية من جهة ومتابعة نجاحته عبر الوسائط الرقمية ما يدل على حرص الباحثين على الهدف المهم الذي تريدان الوصول إليه وهو الكشف عن مدى نجاح كل من مبادئ ومهارات التربية الإعلامية في تمكن الأساتذة من إكسابها للطلبة من جهة وقدرة الطلبة على تفعيلها على مستواهم من جهة أخرى، مقدمتين لنا حصيلة عملهما في النتائج التي توصلنا إليها في ستة دول أوروبية والتي أشرنا لها سابقاً، لذا وعليه استوقفنا هذه الدراسة السابقة لما لمسنا فيها من تقارب مع دراستنا الحالية ؛ بحيث رصدنا عديد نقاط التشابه والاختلاف بينهما ومنها في التقاطع نذكر، استخدام المنهج الوصفي في الدراسة بغرض التعرف على كيفية تصميم وتطوير أساليب وحدات التربية الإعلامية بغية توجيه الشباب عبر الإنترنت

من خلال الوسائط الرقمية، مستعنيين في هذا بنموذج تم تطويره من قبل المختصين في التربية الإعلامية وبأدوات منهجية كالاستبيانات والإرشادات للمقابلات، ومن بين نقاط التشابه أيضا الفئة العمرية والنطاق التعليمي الذي تبحث فيه كلا الدراستين وهما الطلبة والأساتذة، ومن بين نقاط الاختلاف فإن دراسة الباحثين قامت على المنهج التجريبي الذي يعتمد في تطبيقه بالدراسة السابقة للباحثين على مجموعات التركيز وأشكال التقييم والملاحظة والأشكال التوضيحية، بالإضافة إلى ما سبق نشير إلى أنّ النطاق الجغرافي الذي أخذت منه الباحثين مجالا لاختبار تساؤلاتهما هو أوسع واشمل من نطاق الدراسة الحالية (سنة دول أوروبية)، فقد ضم العديد من الدول الأجنبية التي تمت الإشارة إليها في حين الدراسة الحالية فحدودها تبقى محلية.

وانطلاقا مما سبق يمكن القول أن دراسة الباحثين (ألبرتو بارولا، ماريا رانييري) التي فصلنا فيها بالتدقيق والتمحيص تدل على ما قدمته كإضافة علمية، منحت بها للدراسة الحالية دفعة جديدة في مسار مواصلة البحث في تحقيق أهداف الدراسة.

الدراسة السادسة:

REPORT ON FORMAL MEDIA EDUCATION IN EUROPE (WP3), László Hartai, **Contributors:** József Andóczy, Zsuzsanna Horváth, György Jakab, Imre Szijártó, NATIONAL EXPERTS, CONTRIBUTORS: Christine Wijnen, Suzanne Krucsay, Marketa Zezulkova, Jan Jirak, Kadri Ugur, Pirjo Sinko, Evelyn Bevort, Reinhad Middel, Irene Andriopoulou, Silvia Mendes, Alberto Parola, Albert Bitonti, Alicia McGivern, Brian O’Nail, Inese Priedite, Georges Fautsch, Regina Jaskelevičiene, Christine Gauci, Mary Berkhout, Florine Wiebenga, Piotr Drzewiecki, Dorota Górecka, Sara Pereira, Nicoleta Fotiade, Andrej Skolkay, Zala Volcic, José Manuel Pérez Tornero, Barbro Oxstrand, Andrew Burn, Scott Donaldson EMEDUS, **European Media Literacy Education Study**, Research leader: OFI, (Hungarian Institute for Education Research and Development, Hungary), February 2014.¹

التربية الإعلامية في أوروبا WP3، László Hartai المساهمون: József Andóczy، Zsuzsanna Horváth، György Jakab، Imre Szijártó، الخبراء الوطنيون والمساهمون: كريستين ويجنين، سوزان كروكساي، ماركتا زيزولكوفا، جان جيراك، قادري أوغور، بيرجو سينكو وآخرون، المعهد الهنغاري للبحث والتطوير في مجال التعليم، هنغاريا، مركز EMEDUS (دراسة التربية الإعلامية ومحو الأمية في وسائل الإعلام الأوروبية)، 2014.

¹ László Hartai, **Contributors:** József Andóczy, Zsuzsanna Horváth, György Jakab, Imre Szijártó, **REPORT ON FORMAL MEDIA EDUCATION IN EUROPE (WP3)**, NATIONAL EXPERTS, CONTRIBUTORS: Christine Wijnen, Suzanne Krucsay, Marketa Zezulkova, Jan Jirak, Kadri Ugur, Pirjo Sinko, Evelyn Bevort, Reinhad Middel, Irene Andriopoulou, Silvia Mendes, Alberto Parola, Albert Bitonti, Alicia McGivern, Brian O’Nail, Inese Priedite, Georges Fautsch, Regina Jaskelevičiene, Christine Gauci, Mary Berkhout, Florine Wiebenga, Piotr Drzewiecki, Dorota Górecka, Sara Pereira, Nicoleta Fotiade, Andrej Skolkay, Zala Volcic, José Manuel Pérez Tornero, Barbro Oxstrand, Andrew Burn, Scott Donaldson EMEDUS, **European Media Literacy Education Study**, Research leader: OFI, (Hungarian Institute for Education Research and Development, Hungary), February 2014.

1. ملخص الدراسة:

هذه الدراسة جزء من مشروع أوروبي يدعى (EMEDUS: European Media Literacy Education Study) and is financed under the Lifelong Learning Programme of the European Commission).

(الدراسات الأوروبية لمحو الأمية الرقمية والتربية الإعلامية) ويتم تمويلها في إطار برنامج التعلم مدى الحياة في أوروبا. تهدف هذه الدراسة إلى إعداد تقرير شامل ومحدث حول التربية الإعلامية في التعليم الرسمي للاتحاد الأوروبي 27، الذي يعكس الوضع المدرسي الفعلي. بغية تنظيم وتنسيق عمل الدول الأعضاء مع الخصائص المماثلة في مجموعات بناءً على نتائج الدراسة؛ من خلال جمع وتفسير ومقارنة المبادئ التوجيهية وخاصة المناهج الدراسية، التي تحكم تطوير المعرفة المتعلقة بالإعلام (التربية الإعلامية) في إطار رسمي، وفي ضوء نتائج البحث، تقوم بفحص الضوابط التعليمية لتوفير إطار قانوني ومحتوى يتماشى وفق لمبادئ التربية الإعلامية التي تدار (أو ينبغي أن تدار) في البيئات التعليمية المختلفة إلى حد ما من الدول الأوروبية؛ لهذه الغاية ركزت الدراسة على المعنى الضيق الذي يتعامل مع الظاهرة وأعمالها ونصوصها- وسائل الإعلام-. والبحث في ما هو أعمق أي الأبعاد الحقيقية والخصائص فضلا عن العوامل الملموسة للتربية الإعلامية، كما تدار في المدارس. بدقة على أساس ما هو مدرج في المناهج الدراسية، مُستدلين بالنموذج البريطاني أو المفهوم الألماني 11 أو الاسكندنافية-الإيبيرية لممارستها للنموذج، مع تركيزها على وسائل الإعلام الجديدة وكفاءة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تعمل في الأنظمة التعليمية أو ما إذا كانت هذه التجمعات لا يمكن بالضرورة تطبيقها على المناهج الرسمية الدراسية. بالاعتماد على مسح السياق الثقافي والاجتماعي والتعليمي لمجتمع الدراسة فيما يتعلق بالتربية الإعلامية، بالإضافة لتقديم وصف لموقع التربية الإعلامية على طول المناهج الدراسية (المستويات المختلفة للتعليم الرسمي حتى مستويات التعليم العالي)، كذا وصف للأطر المفاهيمية وأهداف ومقاصد مناهج التربية الإعلامية في دول الاتحاد الأوروبي من خلال وصف لنقاط المخرجات: إجراءات وأدوات التقييم لمدى توفيق التربية الإعلامية في التعليم الرسمي في البلدان التي ينطبق عليها ذلك، كما تم تدريب المعلمين على المناهج الدراسية ذات الصلة في البلدان التي ينطبق عليها ذلك.

2. تساؤلات الدراسة:

- كيف يتم تضمين التربية الإعلامية حاليًا في المناهج الوطنية لدعم محو الأمية لوسائل الإعلام من خلال الاتحاد الأوروبي 27 ؟
- ما هي المتطلبات في نقاط الإخراج والتي تقيس مستوى الكفاءات المكتسبة نتيجة لعملية التعليم بمساعدة الاختبار وطرق التقييم؟
- كيف يتم تكوين أساتذة التربية الإعلامية في الوقت الحاضر عبر الدول الأعضاء؟

- ما الذي يمكن اعتباره إعلامًا يدرس في قطاع التعليم؟
- ما هي مجالات المعرفة والمهارات المكتسبة التي تنطوي على التربية الإعلامية؟
- هل التعليم المدعوم بوسائل الإعلام هو "التربية الإعلامية"؟

3. منهج الدراسة:

استخدم المنهج الوصفي المقارن في هذه الدراسة، بحيث تمت مقارنة بيانات كل دولة بنظيرتها في مختلف ملفات التعريف للدول التي شملتها الدراسة والتي تم تجميعها في الأصل لدعم التربية الإعلامية في إطار التعليم الرسمي، إذ تعتبر ألمانيا إلى حد ما استثناء بسبب طبيعتها الفريدة والمعقدة كونها تعمل تحت نظام الدول الفيدرالية. وحاول الخبير الألماني Reinhard Middel " راينهارد ميدل" صياغة إجاباته على هذا الأساس في كلماته الخاصة.

4. أداة الدراسة:

كانت أداة البحث الرئيسية عبارة عن استبيان الاستمارة، الذي تم تصميمه وتوزيعه على أفراد العينة وعاد من قبل الخبراء وتم الجمع بين الردود مع منشورات ووثائق إضافية. أساس المقارنة بين المناهج الوطنية على الإجابات للأسئلة التي يتم تقييمها وفقًا لمقياس ليكارت. ويتكون الاستبيان من ثلاثة محاور رئيسية (المناهج كوثيقة تنظيمية، تنظيم المحتوى في المناهج الدراسي، بعض الميزات الأخرى للمنهج الدراسي الرئيسي / المستوى الأعلى)، أي أن محاور الاستمارة ركزت على الاهتمام بخلفية المناهج الدراسية المتعلقة بالتربية الإعلامية في التعليم الرسمي على مستوى كل دولة والتركيز على النصوص الموجهة للطلبة والتي كانت مكتوبة أصلاً بالعديد من اللغات المختلفة ما يثير بعداً آخر للدراسة من حيث ترجمة اللغات وحجم التكلفة المادية لذلك والتي تفوق ميزانية المشروع ما يرمي إلى غياب لغة انجليزية موحدة في كل المناهج. كان العمل بتوزيع وإدراج الاستبيان على كل الدول السبع والعشرين في الدول الأعضاء. وواجه استعمال هذه الأداة صعوبة في جمعها إلا بعد مرور عشرة أشهر من المحاولات المستمرة ومع هذا لم يتم من الحصول على البيانات الكافية أو القابلة للاستخدام أو الموثوقة الكافية من بعض البلدان كـ (قبرص وبلغاريا وبلجيكا). ففي المرحلة الأولى من البحث، تلقى فريق البحث ردوداً من النمسا وجمهورية التشيك وإستونيا وألمانيا واليونان المجر وإيطاليا وبولندا ورومانيا ولاتفيا وسلوفاكيا وإسبانيا والمملكة المتحدة. بعدها بدأ من الضروري إجراء مسح مجاني يقارن المناهج الوطنية. وتم الحصول على ما يقرب من نصف البيانات ذات الصلة من وحدات "Eurydice" من الدول الأعضاء. وكان 29 ونصف من الخبراء الذين يتعاملون مع المناهج الدراسية في الشبكة الدولية من OFI.

5. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

تمثل في خبراء التربية الإعلامية من ذوي الخبرة، لتكون بذلك العينة قصدية ممثلة لمجتمع الدراسة. تم توظيفهم في مجال التعليم الإعلامي لمدة 18 سنة في المتوسط ونشاطهم المهني أكثر من مقنع. أكثر من 45 ٪ من الخبراء هم ممثلون من جامعات مختلفة (جامعة تورينو، الجامعة ماريبور، وما إلى ذلك)، 25 ٪ من مؤسسات الدولة مثل الوزارات والمناهج الدراسية مراكز التطوير (على سبيل المثال: المجلس الوطني الفنلندي للتعليم، وزارة ثقافة ليتوانيا) و 30 ٪ من منظمات الشبكات المشتركة بين القطاعين العام والخاص، المنظمات المهنية ومعاهد البحوث (على سبيل المثال: Vision Kino - Germany ؛ غرفة رابطة الأحلام الوفاء - لاتفيا. EyeFilm ، Mediawijzer.net - هولندا).

6. نتائج الدراسة:

توصل الخبراء ومنهم Florine Wiebenga (فلورين فيبينجا) و Georges Fautsch (جورج فوتش) من لوكسمبورغ إلى أن:

- في هولندا تتمتع المدارس بقدر كبير من الحرية لتخصيص مناهجهم الدراسية. إمكانية التعرف على أهمية التربية الإعلامية ولكن يحتوي المنهج فقط على التلميحات الضمنية التي قد تكون مرتبطة بمحو الأمية الإعلامية.
- يجب على المدارس في جميع مستويات التعليم (من المرحلة الابتدائية إلى مرحلة ما بعد الثانوية). استخدام المساحة الخالية الخاصة بها لاختيار ما إذا كانوا يقدمون تعليم محو الأمية وسائل الإعلام. لا توجد إرشادات رسمية محددة فيما يتعلق بالمحتوى أو الإطار الزمني أو حالة الموضوع، على الرغم من وجود الكثير من المنظمات التي تساعد المدارس للتدريس حول وسائل الإعلام.
- الاهتمام بالعوامل التي تحدد ممارسات الفصول في وثائق أخرى للتربية الإعلامية، مثلاً: في متطلبات الامتحان أو المناهج المحلية. ببعض الدول يجب فحصها على أساس هذه الوثائق. وهذا ليس واضحاً طريقة كما هو الحال في هولندا.
- لا يوجد فحص نهائي كبير ولا قياسات رسمية في محو الأمية الإعلامية.
- لا توجد طرق رسمية لتصبح مدرسا في التربية الإعلامية، إلا في ألمانيا بسبب نظام الدولة الفيدرالية. هذا هو بالضبط السبب في إعلان "التربية الإعلامية لمحو الأمية في المدرسة"، الذي صدر عن اتحاد وزارات التربية والتعليم والشؤون الثقافية في FRG في عام 2012.
- للتربية الإعلامية دور متزايد وأهمية في المجتمع الإعلامي.

مجال الاستفادة من الدراسة:

تعتبر الدراسة السابقة لفريق البحث الأوربي وعلى رأسهم "László Hartai"، المعنونة بـ"التربية الإعلامية في أوروبا WP3" على قدر كبير من الأهمية العلمية يعود هذا إلى استفادتنا منها أكاديميا؛ حيث التمسنا هذا طيلة أطوار تناولنا التحليلي المعمق لهذه الدراسة وحجم ذلك التقارب النوعي بين الدراستين ، فالدراسة السابقة تتقاطع وإيانا علميا في تناولها بشكل رئيسي لأبرز متغير علمي معتمد عليه عبر دراستنا الأكاديمية هذه ألا وهو متغير التربية الإعلامية والذي يعتبر نقطة جوهرية في طرحنا العلمي، ومنه فقد أتاحت لنا هذه الدراسة العلمية والمعتمدة من طرفنا كدراسة سابقة من إثراء منطلقاتنا الأكاديمية وتكوين رؤية أوسع وأكثر وضوحا وعمقا من حيث التقصي في موضوع تفعيل التربية الإعلامية عبر المؤسسات التعليمية للدول الأوروبية 27 وخاصة أنها تطرقت للجانب الميداني وأخذ رأي ووجهات نظر مختصين في هذا المجال وعمل مقارنات بين مناهج التربية الإعلامية بين الدول المعنية بالدراسة بالإضافة إلى القيام بتوزيع استمارات على مستوى كل دولة على حدى وفقا لمنهجها ولغتها الخاصة حتى يتم الحصول على المعلومات والخروج بنتيجة لما استعصى جمع الاستمارات الموجهة للأساتذة في 27 دولة من جهة للبعد الزماني والمكاني ومن جهة أخرى كل دولة لها نظامها التعليمي الخاص ومن جهة اختلاف اللغة المستعملة داخل كل دولة لتشكل بذلك هذه الدراسة نقطة بحثية ذات قيمة علمية لا يمكن تجاهلها وبمثابة بداية عملية علمية ضرورية مكنتنا من تقريب موضوعنا العلمي أكثر فأكثر بأرض الواقع وبالتالي التعمق أكاديميا في تناول مختلف أطر تناولنا المفاهيمية، المعرفية والبحثية وإحاطتنا وعن قرب بما يتضمنه ميدان البحث الفعلي الذي توجد عليه الممارسة البيداغوجية للتربية الإعلامية عبر الدول الأوروبية التي تضمنتها الدراسة، ضف إلى ما سبق فقد تقاطعت الدراستين في تناولهما تقريبا نفس مجتمع الدراسة وعند توظيف العينة القصدية الممثلة له من أساتذة بالتعليم الإعلامي في كل الأطوار الدراسية، كما تلتقيان في نقطة أخرى باختيارهما لأداة استبيان الاستمارة لجمع البيانات من عينة الدراسة، لتكون على نسق علمي متقارب مع الدراسة الحالية، كما أن هذا التشابه لا يعني التطابق فالدراسة السابقة قامت على مستوى دولي شملت به كل دول الاتحاد الأوربي ما يعني أنها دراسة تتطلب الجهد والوقت والمال وحتى القائمين عليها والمتتبعين لها، في حين الدراسة الحالية هي ذات مستوى محلي محدود المجال مقارنة بها والذي ساعدنا على أخذ صورة عن واقع ممارسة التربية الإعلامية بالدول الأوروبية وما صادف فريق البحث أثناء إجراء هذه الدراسة والوقوف على أهم النتائج المتوصل إليها والمشار إليها سابقا والتي نسعى للاستفادة منها على المستوى المحلي مستقبلا، ومن بين نقاط الاختلاف أيضا اعتماد دراسة فريق البحث لـ "László Hartai" (لازلو هارتاي) وآخرون على المنهج المقارن القائم على مقارنة المناهج الدراسية للتربية الإعلامية عبر 27 دولة أوروبية من حيث مضمونها وإستراتيجية تطبيقها وكيفية إيصال الأساتذة لها للطلبة وقد توصلت الدراسة للعديد من الاستنتاجات في هذا الشطر من الدراسة تمت الإشارة إليها في النتائج، كما يعتبر متغير الشبكات الاجتماعية الذي أولته الدراسة الحالية

اهتماما في شق الدراسة التحليلي والميداني من خلال أداة تحليل المضمون لشرح وقراءة تفاعل المستخدمين مع المضامين والمنشورات وكذلك دعمها بأداة الملاحظة بالمشاركة التي تهدف إلى جمع أكبر قدر ممكن من البيانات والمساعدة على التفكير الجيد والفهم المعمق لكافة المضامين لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك من النقاط التي لم نتطرق لها الدراسة السابقة واكتفت بالمعالجة على مستوى المضامين للمناهج الدراسية للتربية الإعلامية وهذا راجع إلى وجود فعلي لمناهج التربية الإعلامية بها لذلك فالإطار الذي تشغل به هو التعليم الرسمي، وكما سبق وأشرنا فإن بحثنا العلمي هذا قد سلك مسلكا منهجيا وصفيا تحليلي ميداني على عكس المنهج المقارن الذي اختاره فريق بحث الدراسة السابقة للنقضي وجمع بيانات الدراسة عن المناهج التربوية للتربية الإعلامية في 27 دولة أوروبية بالاستعانة بأداة الاستمارة، كما قمنا منهجيا على وجه الاختلاف وبالإضافة إلى ما سبق بإدراج أداة الاستمارة الالكترونية والمقابلة النصف مقننة معدة خصيصا لذلك الغرض الأكاديمي والملاحظة بالمشاركة وكذا استبيان استمارة الخبراء الأكاديميون في علوم الإعلام والاتصال وعلوم التربية بالجامعات الجزائرية.

ومنه تكون بذلك هذه الدراسة السابقة ذات انعكاسات تحفيزية من شأنها أن تساعدنا كفريق بحث علمي للاستفادة من إيجابياتها المتعلقة بتحسين أطر العمل على منهج التربية الإعلامية، كما لا يمكن أن نهمل وموازة مع كل ما سبق ذكره، وجود عدة بؤر حالية و مبشرة لمحاولة التأطير للتربية الإعلامية ببيئة دراستنا المحلية، وعليه كانت لنا كفريق بحث بمثابة القوة المحفزة و زادت من قابلية اعتمادنا الغوص في تناول "التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية" كموضوع جدير بالاهتمام العلمي الجدي.

الدراسة السابعة:

Media Education in the Swedish Compulsory School - a comparison of the Swedish school curriculum documents with the leading countries, Rosemarie Manalili and Johann Rehnberg, Sweden, 2009.¹

التربية الإعلامية في المدرسة الحكومية السويدية - مقارنة بين وثائق المناهج الدراسية السويدية والبلدان الرائدة، روزماري ماناليلي ويوهان ريهنبرغ، السويد، 2009.

1. ملخص الدراسة:

دراسة حول انعكاس التربية الإعلامية في المناهج الدراسية بالسويد بالمقارنة مع الدول الرائدة، وهي كندا والمملكة المتحدة (...) وتماشيا مع هدف الدراسة.

¹ Rosemarie Manalili and Johann Rehnberg , **Media Education in the Swedish Compulsory School - a comparison of the Swedish school curriculum documents with the leading countries**, Sweden, 2009.

2. التساؤل الرئيسي:

ما هي انعكاسات التربية الإعلامية على المناهج الدراسية بالسويد مقارنة بالدول الرائدة؟

3. منهج الدراسة:

تم استخدام المنهج المقارن لإبراز نقاط التشابه والاختلاف في المقررات الدراسية بالنسبة للدول المعنية بالدراسة والتي لها علاقة بمدى توظيف أسس ومبادئ التربية الإعلامية في مناهجها. بين السويد ودول أخرى بالاعتماد على الوثائق والنصوص المستعملة في التدريس الرسمي الحكومي.

4. أداة الدراسة:

تم استخدام طريقة تحليل المحتوى الإثنوغرافي (ECA) لدراسة وثائق المناهج الدراسية في السويد، كندا والمملكة المتحدة، مع التركيز على الموضوعات في المستوى الإلزامي -الحكومي-.

5. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في استعمال مادة المناهج الدراسية بالتحليل للتلاميذ الذين تتراوح أعمارهم بين 5 و 11 سنة - أي من السنة الأولى إلى السنة الخامسة ابتدائي في السويد ومن السنة الأولى إلى السنة السادسة ابتدائي في أونتاريو بكندا والمرحلة الرئيسية من السنة الأولى إلى السنة الثانية في المملكة المتحدة. "

6. نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- الحياد وعدم اليقين حول ما إذا كانت التربية الإعلامية، يجب اعتبارها مادة مستقلة وموضوعاً دراسياً منفصلاً أو مدمجاً فيه الموضوعات الموجودة.
- في أغلب الأحيان التربية الإعلامية توظف في الغالب بالمنهج التعليمي للمواد الأساسية أو الدراسات الاجتماعية (أو ما يعادلها).
- التربية الإعلامية غالباً ما تكون غير ممنهجة ومحددة ونادراً ما يتم تقييمها وفي بعض الأحيان، يتم الخلط بين التربية الإعلامية والإعلام التربوي، مع استخدام تكنولوجيا الوسائط للأغراض التعليمية.

7. مجال الاستفادة من الدراسة:

على غرار الدراسات السابقة وما حملته من إضافة للدراسة الحالية جاءت دراسة الباحثين Rosemarie and Johann Rehnberg (Manalili) ("روزماري ماناليلي" و"يوهان ريهنبرغ"، المعنونة بـ«التربية الإعلامية في المدرسة الحكومية السويدية - مقارنة بين وثائق المناهج الدراسية السويدية والبلدان الرائدة»، لتعمل على تقريب الصورة وتوضيحها عن التربية الإعلامية ضمن المنهج التربوي السويدي ومقارنته بالمنهج التربوي الذي تقوم عليه التربية الإعلامية في كل من كندا والمملكة المتحدة، لتخلص لعدم وجود قالب وإطار واحد تعمل عليه التربية الإعلامية ومن الناحية العلمية المنهجية التي قامت عليها الدراسة فهي تتشابه وتختلف مع الدراسة الحالية، فمن حيث نقاط التقاطع نجد أن كلا منهما يعتبر من الدراسات الوصفية المهمة بالمتغير الأساسي في الدراسة وهو التربية الإعلامية التي تستهدف كلا الدراستين بالتقصي والبحث، كما تتقاطعان في شق الدراسة التحليلي باعتماد كلا الدراستين على أداة تحليل المضمون فقد وصفته دراسة الباحثين "روزماري ماناليلي" و"يوهان ريهنبرغ" في تحليل وتشخيص مضامين المناهج التربوية للبلدان الثلاثة المذكورة سابقا بالطور الابتدائي، وقد وظفته الدراسة الحالية في الكشف عن أشكال التفاعل وكيفية التفاعل عبر الشبكات الاجتماعية، كشكل من أشكال الممارسة العملية للتربية الإعلامية وتدوين كل البيانات المتحصل عليها من صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك وكتكملة لاستنباط أوجه الشبه والاختلاف نقف على أوجه الاختلاف التي نشير فيها إلى شق الدراسة الميداني الذي لم تستعن به دراسة الباحثين "روزماري ماناليلي" و"يوهان ريهنبرغ" في دراستيهما، بينما وظفته الدراسة الحالية وعملت على استخراج عينة ممثلة له من مجتمعها الأصلي والتي تشكل فرقا آخر فدراسة الباحثين هي عينة قصدية بينها نوع العينة في الدراسة الحالية هو عينة متعددة المراحل، كما أن الأدوات المستعملة في كلا الدراستين تختلفان فالدراسة السابقة استعانت في جمع مادتها العلمية على أداة تحليل المضمون في حين الدراسة الحالية استخدمت استبيان الاستمارة الالكترونية وكذا استبيان المقابلة النصف المقننة وكذا الملاحظة بالمشاركة بالإضافة إلى استبيان الاستمارة لتحصيل البيانات من عينة الدراسة.

ومما سبق نخلص إلى أن دراسة الباحثين كانت على مستوى علمي منهجي مدعم للدراسة الحالية كونها تطرقت لأهمية التربية الإعلامية من خلال لوقوف على المناهج التربوية الحاملة لأسسها ومهاراتها ومن ثم لها دور في نجاح إيصال إستراتيجيتها من عدمه فوضوح المنهج التربوي للتربية الإعلامية يعمل على تحسين إدراك الطلبة لها ومن ثم تطبيقها على الوجه الحسن.

الدراسة الثامنة:

Where Are We Going and How Can We Get There?, David Buckingham's and Kate Domaille's, General findings from the UNESCO Youth Media Education as an essential antecedent of the EMEDUS WP3 research, England, 2001.¹

أين نحن ذاهبون وكيف يمكننا الوصول إلى هناك؟، "ديفيد باكنجهام" و"كيت دومايل"، النتائج العامة لمسح من تعليم الإعلام الشبابي لليونسكو، المدرسة التقليدية، رابطة محو الأمية الإعلامية في كندا ومعهد في انجلترا (EMEDUS WP3)، 2001.

1. ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى إعطاء استجابة واقعية جزئية على الأقل، في الوقت الذي تشهد فيه ندرة علمية معرفية منهجية والتي تمس واقع ممارسة وحدود التربية الإعلامية في المدارس؛ من حيث المدى والأهداف والأسس المفاهيمية للنص الحالي وطبيعة التقدير ودور الإنتاج من قبل الطلاب، خاصة إذا تم وضع احتمال ظهور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي قد تؤدي إلى إعادة تشكيل العلاقة بين النظرية وممارسة التربية الإعلامية وأنه قد تؤدي إلى إعادة تعريف أوسع للموضوع كمجال مستقل من ناحية أخرى، اهتمت الدراسة بالتربية الإعلامية من منظور مساهمة التفكير التربوي النقدي بتطوير مجال التعليم فيما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

2. التساؤل الرئيسي:

هل بإمكان البحث في واقع التربية الإعلامية في إطار التعليم الرسمي أن يكشف عن أي تغيير ؟

3. الأسئلة الفرعية:

ما هي العلاقة بين المناهج الدراسية اليوم ومدى ممارسة مضامينها بالفصول الدراسية؟

إلى أي مدى تبقى التربية الإعلامية مرتبطة بتدريس اللغة الأم والدراسات الاجتماعية؟

4. منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي لتبيان أبرز نقاط المناهج المختلفة في العديد من الدول وربطها بالفصول الدراسية لمعرفة ووصف العلاقة بها من جهة ومدى ممارسة التربية الإعلامية على مستواها من جهة أخرى، بالإضافة لتحليل وتفسير الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات كوسائط ووسائل لدعم التربية الإعلامية، من خلال وصف وتحليل البيانات المجمعة من عينة الدراسة.

¹ David Buckingham's and Kate Domaille's study, **Where Are We Going and How Can We Get There?**, General findings from the UNESCO Youth Media Education as an essential antecedent of the EMEDUS WP3 research, England, 2001.

5. أداة الدراسة:

استخدمت الدراسة أداة استبيان الاستمارة لجمع البيانات من عينة الدراسة-معلمي الأطوار الابتدائية- مقسمة على ثلاث محاور تقيس في المحور الأول العلاقة بين المناهج الدراسية ومدى ممارسة مضامينها بالفصول الدراسية مركزة على مهارات التربية الإعلامية وإمكانية تطبيقها في المنهاج العام على التلاميذ، وتناول المحور الثاني قياس قابلية استقلال التربية الإعلامية كمادة منفصلة غيرها من المواد الدراسية أو إلى أي مدى تبقى التربية الإعلامية مرتبطة بتدريس اللغة الأم والدراسات .

6. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في الأساتذة والمعلمين بالأطوار الابتدائية الذين يمتازون بخبرة في مجال التعليم كون الدراسة تحتاج لعينة تتمتع بالخبرة من أجل الإجابة الموضوعية والعلمية على أسئلة الدراسة، بذلك تكون عينة قصدية متاحة في العديد من الدول.

7. نتائج الدراسة:

تظهر نتائج فريق البحث بقيادة "باكنجهام" على ما يلي:

- من الصعب الحصول على لمحة كاملة كون نظم التعليم في كثير من الدول متنوعة ومجزأة.
- التربية الإعلامية تميل إلى الظهور في المناهج المختلفة في دول مختلفة.
- إن هناك حدودا في نسبة الاعتماد على المصادر المنشورة والوثائق الرسمية وأوراق السياسة وما إلى ذلك كونها توفر توصيات لممارسة الفصول الدراسية أو تمثيلات لها ؛ لكنها ليست بالضرورة تتوافق مع ما يحدث "على الأرض".
- هناك ندرة غير عادية من البحوث المنهجية والموثوق بها في هذا المجال وعلى هذا النحو فإن الردود والمواد التي جمعت هي جزئية وانطباعية.
- حيثما توجد التربية الإعلامية كمجال دراسي محدد، فإنها تميل إلى أخذ شكل مجال اختياري لمنهج المدرسة أو الثانوية بدلاً من كونها مادة إلزامية.
- هناك القليل جدا من الأدلة على الصعيد الدولي لتوفير التعليم المنظم منهجيا أو موسعا والمرتبط بالتربية الإعلامية الموجه للأطفال الأصغر سناً (أقل من 11 عاماً). في العديد من البلدان.
- إن التنمية في التربية الإعلامية تعتمد في كثير من الأحيان على مبادرة المعلمين الملتزمين، الذين يعملون في كثير من الأحيان بقلة الإمكانيات.

- الحاجة الأكثر إلحاحًا هي تدريب المعلمين المستمر والمتعمق، على المستويين (الأولي وأثناء الخدمة) حتى في الدول التي تكون فيها التربية الإعلامية وصلت لمستوى مقنع نسبياً، إلا أن هناك فرص قليلة جداً للتدريب فقط أقلية من المعلمين وصلت به.

8. مجال الاستفادة من الدراسة:

تمثل دراسة فريق البحث بقيادة "باكينغهام" إحدى الخطوات الأولى في مجال البحث عن وضع أسس ومفاهيم ومنهج للتربية الإعلامية يمكن تطبيقه على مستوى التعليم الرسمي بالمؤسسات التربوية، فقد أجريت هذه الدراسة والمعنونة بـ "أين نحن ذاهبون وكيف يمكننا الوصول إلى هناك؟"، بغية الحصول على نتائج عبر مسح أجرته منظمة "التربية الإعلامية الشبانية لليونسكو"، كان أهمها ندرة الوثائق والنصوص الرسمية التي تشرف على تطبيق التربية الإعلامية بالإضافة إلى اختلاف المناهج الدراسية بين الدول وقلة كفاءة المعلمين المدربين على تقديم مادة التربية الإعلامية التي في كثير من الأحيان تدمج مع المواد الأساسية كذلك قلة البحوث العلمية في هذا المجال وهي تقريبا نفس العراقيل التي نواجهها كفريق بحث قائم على الدراسة الحالية بحيث تتشابه مع الدراسة السابقة في قلة المراجع والوثائق التي يبنى عليها منهج التربية الإعلامية خاصة في ظل غيابها من إطار التعليم الرسمي، ما دفع بنا للبحث أيضاً في طرق تفعيلها في إطار مؤسسات اجتماعية داعمة وناشطة لها ومن جهة قلة البحوث الأكاديمية وإن وجدت فهي أجنبية وطريقة تناولها جعلها كان في إطار التعليم الرسمي الغربي ومناهجه، هذا من ناحية ومن جهة أخرى فقد تقاطعت الدراستين في اعتمادهما على نفس المنهج وهو المنهج الوصفي لشرح وتفسير خصائص الظاهرة محل الدراسة، وكلتا الدراستين تشتركان في متغير التربية الإعلامية كمتغير أساسي يجب الوقوف على مفاهيمه ومؤشراته التي تدل عليه، وفي إطار البحث عنه فكل من الدراستين استعملتا أداة استبيان الاستمارة لجمع المعلومات من عينة الدراسة والممثلة لمجتمع الدراسة الذي يتقاطع فيه وهو مجتمع الأساتذة والخبراء الأكاديميون، وفي تفصيل أكثر لمجتمع الدراسة فإننا نخرج على نقاط الاختلاف فدراسة فريق بحث "ديفيد باكنجهام" و"كيت دوميل"، قامت على اختيار العينة القصدية لاستخراج مفردات الدراسة من مجتمع البحث الأصلي لمعلمين وأساتذة بالطور الابتدائي، في حين الدراسة الحالية مبنية على العينة متعددة المراحل وهذا راجع لخصوصية البحث في طرق تفعيل التربية الإعلامية، من خلال إجراء استبيان استمارة الكترونية واستبيان مقابلة نصف مقننة للحصول على المعلومات التي تقيس وجود التربية الإعلامية وتطبيقها عبر الشبكات الاجتماعية من خلال صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيس بوك للبحث في واقع وكيفية دعم التربية الإعلامية. وكذا باستبيان استمارة لخبراء أكاديميون من الإعلاميين والتربويين بهدف استكشاف وإثراء البحث وتقديم وجهات نظر معمقة في التحديات التي تواجه تجسيد التربية الإعلامية وتمكين الطلبة من مهاراتها الأساسية وكيفية تضمينها مستقبلاً بالمناهج

الدراسية.وهي نقاط لم تتطرق لها الدراسة السابقة واكتفت بالمعالجة على مستوى الجمهور الداخلي من أساتذة الطور الابتدائي بالاعتماد على أداة استبيان الاستمارة كما نشير لوجه الاختلاف المتعلق بالمستوى الجغرافي فالدراسة التي قامت بها وأشرفت عليها منظمة اليونسكو عن طريق فريق بحث متمكن ومختار بعناية وله خبرة ومعرفة بالمجال ليست كنفس الدراسة التي تكون على مستوى محلي ينقصها الخبرة وكذا المادة التي يبحث عنها.

انطلاقاً مما ذكر سابقاً نستنتج أن التربية الإعلامية في بداياتها كانت تواجه نفس العراقيل التي تواجهها الدراسة الحالية لكن اختيارنا لها ليس من باب عرض العراقيل وإنما من باب إيضاح فكرة كيفية التأسيس للتربية الإعلامية وتفعيلها على الوجه السليم حتى نتدارك الأخطاء التي مرت بها الدراسة السابقة ونستفيد منها في دعم التربية الإعلامية على المستوى المحلي في إطار التعليم الرسمي وغير الرسمي لتصب في نهاية المطاف للتوظيف عبر مختلف المنصات الرقمية والتي انتقينا منها الشبكات الاجتماعية لدعم وتعزيز المواطنة الرقمية وكذا تحدي محو الأمية الرقمية من خلال تمكين الطلبة منها.

الدراسة التاسعة:

Mass media education in Commonwealth of Independent States (CIS), Alexander Fedorov, Anastasia Levitskaya, Rostov State University of Economics, Russia, Taganrog Institute of Management and Economics, Russia, N 1 (Volume 56) Journal of history, theory and practice of media education, № 1, 2018.¹

جمهور التربية الإعلامية في دول الكومنولث المستقلة (CIS)، ألكسندر فيدوروف، جامعة روستوف الحكومية للاقتصاد، أناستاسيا ليفيتسكايا، معهد تاغونروغ للإدارة والاقتصاد، مجلة التاريخ والنظرية والممارسة للتربية الإعلامية، المجلد 56، التربية الإعلامية-1، روسيا، 2018.

1. ملخص الدراسة:

يتناول المؤلفان أهداف وغايات ومفاهيم التربية الإعلامية في دول الكومنولث المستقلة (CIS)، بهدف تحليل ومقارنة تطور التربية الإعلامية في رابطة الدول المستقلة على مدى السنوات الخمس والعشرين الماضية (1992-2020)، في كل مرحلة بالتطرق إلى المفاهيم النظرية والأهداف، الاتجاهات، الدور، المكان والوظائف والأشكال والمحتويات والتقنيات التنظيمية للتربية الإعلامية في التعليم العام من خلال صياغة وتبرير مجموعة من المواقف النظرية التي تشكل الأساس المنهجي للبحث في تاريخ

¹Alexander Fedorov, Anastasia Levitskaya, **Mass media education in Commonwealth of Independent States (CIS)**, Rostov State University of Economics, Russia, Taganrog Institute of Management and Economics, Russia, N 1 (Volume 56) Journal of history, theory and practice of media education, № 1, 2018.

التربية الإعلامية والمراحل الرئيسية لتطورها التاريخي، لتحديد الميزات والصفات والخصائص الأساسية لها، بتحليل المصادر النظرية والخبرة العملية للشخصيات الرائدة في مجال التربية الإعلامية في بلدان رابطة الدول المستقلة، لإجراء تحليل مقارن وتنظيم منهجي للمادة، لتحديد النظرية الرئيسية والمفاهيم المنهجية للتربية الإعلامية والتي قد تكون أساساً واعدة لمزيد من التنمية الناجحة في السياقات الروسية.

2. التساؤل الرئيسي:

هل من الممكن تجميع النماذج الرائدة في التربية الإعلامية على أساس تعميم الخبرة المتراكمة في بلدان رابطة الدول المستقلة (1992-2020) وتحليل اتجاهاتها الرئيسية والأكثر ملائمة لتنفيذها في الجامعات والمدارس الروسية؟

• فرضية الدراسة:

لا يمكن تطوير التربية الإعلامية بنجاح وبشكل فعال دون تنظيم وتعميم الاتجاهات والعمليات الحالية الرائدة في بلدان رابطة الدول المستقلة ومن دون "حوار الثقافات".

3. منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج المقارن في دراسة تطور التربية الإعلامية في بلدان رابطة الدول المستقلة، بوضع تحليل وتفسير مفصل لخصائص النظريات الأساسية للتربية الإعلامية (الجمالي، الاجتماعي والثقافي، التفكير النقدي، السيميائي وما إلى ذلك)، كما تم التحليل المقارن في طرق تنظيم الأبحاث الرئيسية في مجال جماهير التربية الإعلامية، الذي نفذ من قبل المدارس العلمية الرائدة والعلماء الأفراد في سياق المشاكل الاجتماعية والثقافية لتنمية المجتمع، وكذا العولمة ووضع الدولة والشركات فيما يتعلق بتنمية التربية الإعلامية.

4. أداة الدراسة:

استخدم الباحثان أداة تحليل المحتوى في تحليل وتفسير الأدبيات الأكاديمية والمراسيم الحكومية، التعليمات الوزارية والتوثيق التربوي ومواد المناهج والدوريات، الوثائق الحكومية والقرارات وإجراءات المؤتمرات حول قضايا التربية الإعلامية في بلدان رابطة الدول المستقلة وتحليل المفاهيم النظرية والنماذج والتكنولوجيات والأشكال التنظيمية للتربية الإعلامية.

5. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع البحث في دول رابطة الدول المستقلة بين 1992-2020 (روسيا وأوكرانيا وروسيا البيضاء، كازاخستان وأوزبكستان وغيرها) وكذا اختصاصي رابطة الدول المستقلة في مجال الإعلام الجماهيري الذي لم يكن سبق تقديمها في العلوم العالمية وتم اختيار العينة القصدية كأساس لإستخراج مفردات الدراسة المتمثلين في مؤسسات التعليم العالي، أقسام العلوم الاجتماعية، الكليات والمدارس. وشمل نطاق المستخدمين بالجامعة أساتذة وطلاب الدراسات العليا ومعلمي المدارس الثانوية. كما تمثل في مختلف الوثائق من كتابات أكاديمية عن التربية الإعلامية ومحو الأمية الإعلامية، الكفاءة الإعلامية المنشورة في مجموعة متنوعة من البلدان وبلدان رابطة الدول المستقلة كأولوية، مواقع الإنترنت، الدليل على التطبيق العملي للتربية الإعلامية في بلدان رابطة الدول المستقلة، المتراكمة من عام 1992 حتى يومنا هذا. ونظرية حوار الثقافات بواسطة M. Bakhtin - V Bibler.

مع الأخذ بعين الاعتبار المفاهيم النظرية التي طورها علماء الاجتماع المشهورين الباحثون في الدراسات الثقافية مثل Luhmann ، M. Weber ، J. Gerbner ، A. Mole ، V. Yadov ، م. فوكو ، واي. لوتمان ، يو. ايكو ، م. مكلوهان ، ب. سوروكين

6. نتائج الدراسة:

- في الثمانينيات والتسعينيات وبداية القرن الواحد والعشرين، تم نشر العديد من الكتب والمقالات والدراسات المكرسة لمشاكل التعليم كانت على أساس أنواع مختلفة من استخدام وسائل الإعلام ونشرت في روسيا.
- ازداد تدفق البحوث التربوية الإعلامية وخاصة منذ التغيير الجذري في الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية في روسيا (منذ أوائل 1990). ومع ذلك، ما يزال العمل على تطوير تعليم التربية الإعلامية في بلدان رابطة الدول المستقلة نادرًا نسبيًا ومع ذلك فإن نظرية التربية الإعلامية في أوروبا تحد دائمًا من دراستها كتجربة لأوروبا الغربية، باستثناء بلدان رابطة الدول المستقلة.
- إن معلمي التربية الإعلامية من سكان بلدان رابطة الدول المستقلة أمثال: (L. S. ، V. Ivanov ، T. Zhilinskaya ، N. Gabor ، Akhmetova Beknazarova S ، الخ)، B. Potyatnik ، G. Onkovich ، Zh. Meiramkhan ، O. Nechay ، Kolbysheva عموما لم يتوصلوا إلى مستوى تحليل مقارن في تطوير التربية الإعلامية في دول رابطة الدول المستقلة المجاورة (باستثناء الإشارات إلى تطوير التربية الإعلامية في روسيا).
- كانت أوكرانيا بحكم كونها جزءًا من اتحاد الجمهوريات الاشتراكية السوفياتي، حتى عام 1992 تتماشى مع الخط العام لها في سياسة التربية الإعلامية النظرية والمفاهيم في ذلك الوقت ما بين 1960 - 1980 ففي الأول في منتصف التسعينات، كانت أوكرانيا في

مرحلة صعبة في تشكيل الدولة الجديدة، بما في ذلك السياق التربوي، الذي لا يمكن إلا أن يؤثر على تطوير التربية الإعلامية لم يعترف بها في المستوى الرسمي. فاعتمد اختصاصيو وسائل الإعلام الأوكرانية بشكل كبير في مناهجهم النظرية على الخبرة الأجنبية، في المقام الأول الغربية والروسية. وبالتالي ليس من المستغرب أن "القاموس التربوي الأوكراني" [Goncharenko، 1997]، الذي نشر في هذه الفترة وتحديده لمفهوم "التربية الإعلامية"، في الواقع هو استنساخ لنفس التعريف من "الروسية الموسوعة التربوية" [Media Education، 1993، p. 555]. ومع ذلك توصلت سنة 1990 إلى تكوين وجلب على الأقل ثلاثة منظرين أوكرانيين من الاتصالات والإعلام.

- تم تطوير مقاربات لتطوير التربية الإعلامية حول مادة الصحافة من قبل المواطن كييفان ج. [Onkovich، 2011]، الذي كان قد اقترح مصطلح "تعليم الصحافة" واعتبرت التربية الإعلامية جانب مكمل في سياق تعلم اللغة.
- يُظهر الاستعراض الأولي لدراسات التربية الإعلامية أنه في بلدان رابطة الدول المستقلة كان نهجها وتركيزها على الجانب الإرشادي التوعوي تجاه استخدام وسائل الإعلام (أي تعلم مقاومة تأثيرات الوسائط الضارة)، أما الآن فخطها الحالي هو جمالي يهدف إلى تطوير الذوق الجمالي للجمهور نهج يقوم على استبدال "الدراسات الثقافية" و "التفكير النقدي" نحو وسائل الإعلام الجماهيري بتلقي الدعم المتزايد من وزارات التعليم في بلدان رابطة الدول المستقلة (وخاصة في أوكرانيا). من نواح كثيرة، استيراد واعتماد الخبرة الروسية في مجال التربية الإعلامية والتي شهدت تطور في بيلاروسيا وأوزبكستان.
- بعد تحليل كمية كبيرة من المنشورات الأكاديمية تم التوصل بشكل عام إلى أنّ تحليل مقارن أساسي للمراحل التاريخية والمفاهيم النظرية المطلوب للتربية الإعلامية في بلدان رابطة الدول المستقلة. بالإضافة إلى ذلك هناك درجة كبيرة من التفاوت في البحث في مجال التربية الإعلامية. فبعض الباحثين لا يبرهن على فهم الأفكار الرئيسية والنتائج الموجودة المتعلقة بمجال التربية الإعلامية.
- في المرحلة الحالية من البحث والفترات التالية من تطور وسائل الإعلام و التربية الإعلامية يمكن تمييز في بلدان رابطة الدول المستقلة مرحلتين، هي:
- المرحلة الأولى من المرحلة الحالية لتنمية وسائل الإعلام الجماهيرية في رابطة الدول المستقلة، البلدان (1992-1999): الإصلاحات السياسية التي تهدف إلى الانتقال من نظام الدولة الاشتراكية إلى أنظام الدولة الرأسمالية، يرتبط حتما مع الإصلاحات التعليمية والتغييرات الجذرية في مناهج التربية الإعلامية. نعتقد أنه في هذه المرحلة كان هناك إعادة توجيه مكثف للمعلمين من الهيمنة على "الجمالية"، "الوقائية"، "الأيديولوجية"،

"المفاهيم" العملية للتربية الإعلامية المستمدة من أوروبا الغربية (L. Masterman ، C. Bazalgette ، وغيرها) وأمريكا الشمالية (B. Duncan ، J. Pangente ، C. Worsnop ، K. Tyner ، إلخ.) التفكير النقدي، الثقافي، النظريات السيميائية والاجتماعية. كانت هذه التغييرات تجري جنباً إلى جنب مع التطور المتسارع في تكنولوجيات المعلومات والإنترنت الجديدة في التسعينيات؛ ومع الدخول التدريجي لمجتمع المعلومات الذي يتطلب أيضاً تعديلات كبيرة في عملية التربية الإعلامية - في المدارس والجامعات والمؤسسات الأخرى. المرحلة الثانية الحالية لتطوير التربية الإعلامية في بلدان رابطة الدول المستقلة (2000-2020) ترتبط بعصر الإعلام الجديد والتطور الكبير لتقنيات الوسائط (بيئة الإنترنت، التكنولوجيا السمعية البصرية الرقمية، وسائل الإعلام التفاعلية وغيرها). ومن ناحية أخرى ومع مبادرات اليونسكو في دفع التربية الإعلامية، كذا مجلس أوروبا تشكل بداية تدريجية للإدخال الشامل للتربية الإعلامية في العملية التعليمية للمدارس (وهذا ينطبق بشكل خاص على أوكرانيا ، حيث منذ عام 2011 ل largescale خاضت تجربة وطنية لإدراج شامل للتربية الإعلامية في العشرات من الثانويات والمدارس والجامعات). فأوكرانيا التي هي الأقوى في هذا الاتجاه، بعد قيادة كندا وأستراليا والمجر وجمهورية التشيك، تجعل من التربية الإعلامية عنصراً إلزامياً للتعليم المدرسي في القرن الواحد والعشرين مئة عام.

- تحديات تقديم دورات تعليمية لوسائل الإعلام في العملية التعليمية بالمدارس والجامعات في بلدان رابطة الدول المستقلة، بما في ذلك انخفاض مستوى محو الأمية الإعلامية المستهدفة تدريب المعلمين أثناء العمل والمعلمين قبل الدوام والاختلافات بين النظري والعمل في أساليب التربية الإعلامية، كالمقاربات المسييسة التي ظهرت في أوكرانيا منذ عام 2014.

- آفاق تطبيق تجربة بلدان رابطة الدول المستقلة في وسائل الإعلام والتعليم قد ينظر في إدخال دورات تدريبية إلزامية للتربية الإعلامية إلى الجامعات والمدارس (ونتيجة لذلك - هناك مقدمة واسعة من التربية الإعلامية في المدارس)، كما تصبح التربية الإعلامية المتكاملة الفعالة القائمة على التحليل وتنمية التفكير والنهج الثقافية والاجتماعية-الثقافية في التدريب على مضامين ووسائل الإعلام.

7. مجال الاستفادة من الدراسة:

تقدم دراسة الباحثين "Alexander Fedorov" "Anastasia Levitskaya" (ألكسندر فيدوروف ، أناستاسيا ليفيتسكايا)، صورة شاملة عن ما مرت به التربية الإعلامية منذ البدايات الأولى في عقد

الثمانينات والتسعينات وإلى غاية القرن الواحد والعشرين وللحين، لتكون قد وضعتنا أمام جهد يستدعي القراءة والتعمق في مضمونه خاصة وأنها مست دول الكومنولث التي أصبحت دولة "أوكرانيا" فيها من الدول الرائدة في مجال التربية الإعلامية حسبما توصلت إليه دراسة "Alexander Fedorov" "Anastasia Levitskaya" ؛ بحيث حاولت الدراسة استعراض أهم المراحل التاريخية بمراسيمها ومقرراتها وكذا موثيقها ومناهجها بالنسبة لدول الكومنولث المعنية بالدراسة، ما سمح لنا من التقرب أكثر على ما عايشه القائمين على مجال التربية الإعلامية في الوقت الذي كان تتماشى فيه مع التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال من جهة ومن جهة أخرى الدراسات والبحوث الأوروبية التي كانت تقارن بها طريقة عملها ومنهجها الذي كان يفتقر لنقص المؤشرين والمدرسين إلا بعد اكتسابهم للخبرة الأوروبية ومنها أوكرانيا التي قطعت أشواط عديدة في هذا المجال، فهذه تعتبر فرصة وعمل جاهز لنا كفريق بحث يساعدنا على التمرس والتمرن أكثر في مجال طرق تفعيل التربية الإعلامية، فكلا الدراستين كانتا على نسق علمي واحد من حيث الهدف وهو التشجيع ودعم التربية الإعلامية لكن لكل منها ميزتها وطابعها الخاص الأمر الذي يستوقفنا أمام نقاط التقاطع والاختلاف بين الدراستين ومنها في أوجه التشابه نجد، أنّ الدراسة المعدة من فريق البحث "Alexander Fedorov" "Levitskaya Anastasia" تلتقي مع الدراسة الحالية في اعتماد كلا الدراستين على تحليل الوثائق والمضامين من خلال توظيف أداة تحليل المضمون وإن اختلفت مجالات التحليل من حيث اهتمام الدراسة السابقة بتحليل المضامين والنصوص التي عالجت موضوع التربية الإعلامية في إطار المناهج الدراسية وحتى القوانين والمراسيم بدول الكومنولث بينما ركزت الدراسة الحالية في شق دراستها التحليلي على مواد التربية الإعلامية بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك، إلا أنه من الناحية العلمية المنهجية تكونان اعتمدتا نفس النوع من الدراسة وهي الدراسة التحليلية بالإضافة إلى هذا تركيزهما على نفس الإشكالية باختيارهما لمتغير التربية الإعلامية كأساس لتساؤلات الدراسة وبناء سبل البحث فيها، فقد اعتبرت دراسة الباحثين "Alexander Fedorov" "Anastasia Levitskaya" التربية الإعلامية كحاجة وضرورة مصاحبة للتطور الحاصل في المجتمع والذي يتأثر بكل مجالاته ويؤثر فيها خاصة الاجتماعية والثقافية والإيديولوجية ومدى تمكن كل من الأساتذة والطلبة على حد سواء من التكيف مع منهج التربية الإعلامية وقد أفادنا هذا في التأكيد والحرص على الدور الذي تلعبه التربية الإعلامية في المجتمع ككل وليس فقط في قطاع الإعلام والتعليم، وهي بهذا على نفس الوتيرة التي تبحت فيها الدراسة الحالية لفريق البحث فهي تحاول معرفة آراء الفاعلين بالمؤسسات الاجتماعية وكذا الجمعيات في موضوع التربية الإعلامية وكيفية دعمهم لها بالنسبة للمستخدمين عبر الشبكات الاجتماعية (الفيسبوك) لمختلف المضامين الإعلامية، كما تتقارب الدراستين في نوع مجتمع الدراسة المختار وهم الأساتذة الجامعيين المهتمين بالتربية الإعلامية والتي مكنتنا من الاستفادة من كيفية التعاطي معهم والحصول على خبرتهم في المجال، كما

للدراستين أوجه اختلاف نشير إليها في كون دراسة الباحثين "Alexander Fedorov" "Anastasia Levitskaya" اعتمدت على المنهج المقارن طيلة أطوار البحث من أجل معرفة أوجه الشبه والاختلاف بين الوثائق والنصوص التي تتضمنها مناهج التربية الإعلامية عبر دول الكومنولث وهذا ساعدنا على معرفة كيفية إسقاط هذا المنهج خاصة وأنه يعالج نفس متغير الدراسة الأساسي -التربية الإعلامية- من الفترة 1992 إلى غاية 2020 ما يعني استفادتنا منها من خلال الحصول على كل جديد في مناهج التربية الإعلامية بدول الكومنولث طيلة هذه الفترة في حين اعتمد فريق الدراسة الحالية على المنهج الوصفي بغية شرح وتشخيص ما تقوم عليه التربية الإعلامية في مجتمع الدراسة المحلي عند استخدامه لمضامين الفيسبوك وكيفية تفاعله معها من جهة وكيف يدعم المجتمع الجزائري لهذا المستخدم (الطلبة والشباب بصفة عامة) بإرشاده وتوجيهه وهذا ما دعانا لعمل دراسة ميدانية تشكل نقطة اختلاف لم تقم عليها الدراسة السابقة بالدراسة والتقصي فقد عمدت الدراسة الحالية لاختيار جمهور عام داخلي وخارجي ممن ترى فيهم العلاقة والقرب بمجال التربية الإعلامية من خلال الدعم والتوجيه عبر نشاطاتهم، وجاء انتقاء مجتمع الدراسة من خلال توظيف العينة المتعددة المراحل لاستخراج مفردات الدراسة والتي استعانت بمجموعة من الأدوات جاءت هي الأخرى كنقطة لم تعتمد عليها الدراسة السابقة ونشير إلى الملاحظة بالمشاركة والمقابلة النصف المقننة واستبيان الاستمارة الالكترونية الموجه لعينة الدراسة من خلال توزيع الاستمارات على المنضوين بصفحة الفيسبوك "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" وكذا إجراء استبيان استمارة مع خبراء الأكاديميون من علوم الإعلام والاتصال وكذا علوم التربية. ليشكل كل هذا عمل مساعد على الوصول إلى نتائج الدراسة التي ساعدتنا في توضيح مساراتها وخطوطها المنهجية وكذا المعرفية والنوعية دراسة كل من "Alexander Fedorov" "Anastasia Levitskaya" عبر ما قمنا بالإشارة إليه من الناحية المنهجية وكذا النتائج التي توصلنا إليها، لتكون هذه الدراسة السابقة قد منحت فريق الدراسة الحالي دفعة أخرى نحو الأمام بالتقصي والبحث عن سبل تفعيل التربية الإعلامية وفق ما تراه مناسب خاصة وأن أوكرانيا تعتبر مثال يقتدي به في الجد والاجتهاد بدول الكومنولث إلى أن أصبحت رائدة على غرار كندا وأستراليا في مجال التربية الإعلامية ووفق ما يناسب بلدها ومناهجها وأساليبها وطاقتها فقد استطاعت أن تخلق لها نموذج يحتذى به يمكن أن يساعد على التمكن من مهارات وأساسيات التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية.

2. الدراسات السابقة التي تناولت محور الشبكات الاجتماعية:

2.1 الدراسات العربية:

الدراسة الأولى:

أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب تجربة مجلس شبابي عرار أنموذجاً، حسني عوض، برنامج التنمية الاجتماعية والأسرية، جامعة القدس، 2011.¹

1. ملخص الدراسة:

تعد المسؤولية الاجتماعية من القضايا المهمة لأنها ترتبط بالكائن الإنساني دون غيره من المخلوقات وتحمل أمانة المسؤولية يترتب عليه أفعال وممارسات إيجابية أو سلبية داخل المجتمع، من أجل ذلك يمكن أن تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في تنمية المسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال قيام المجموعات الشبابية بإنشاء صفحات بهم على هذه المواقع يتبنون بها قضية اجتماعية تقع في صلب اهتماماتهم فيعملوا على نشرها والدفاع عنها باستخدام مهارات التواصل والمناصرة والضغط. لذا يتم التركيز على مرحلة الشباب باعتبارها المرحلة الحاسمة في تقدم المجتمع أو تأخره، عليه هدفت الدراسة إلى فحص مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب، ذلك من خلال تطبيق برنامج تدريبي على مجموعة من شباب مجلس شبابي عرار، من أجل تحقيق أغراض الدراسة.

2. التساؤل الرئيسي :

ما أثر استخدام موقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى فئة الشباب "مجموعة شباب مجلس عرار أنموذجاً"؟

• الأسئلة الفرعية:

- 1- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية الاجتماعية قبل تطبيق البرنامج وبعده ؟
- 2- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات الذكور والإناث في المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية الاجتماعية قبل تطبيق البرنامج وبعده ؟

• فرضيات الدراسة:

سعت الدراسة لاختبار صحة الفرضيات الصفرية الآتية:

¹ حسني عوض، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب تجربة مجلس شبابي عرار أنموذجاً، برنامج التنمية الاجتماعية والأسرية، جامعة القدس، 2011.

1- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد المجموعة التجريبية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في مستوى المسؤولية الاجتماعية قبل تطبيق البرنامج وبعده .

2- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسط درجات الذكور والإناث في المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية الاجتماعية بعد تطبيق البرنامج.

3. منهج الدراسة:

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج شبه التجريبي (وهي الطريقة التي لا يتم فيها الاختيار لأفراد المجموعات التجريبية والضابطة عشوائياً ولا يتم ضبط المتغيرات الخارجية كما هو الحال في التصميمات التجريبية ويعني تعريض المجموعة التجريبية لعدد من الاختبارات القبلية يتم إخضاع المجموعة للمتغير المستقل (أي للبرنامج التدريبي) ثم تتعرض المجموعة التجريبية بعد نهاية البرنامج لاختبار بعدي بهدف التعرف على فعالية البرنامج التدريبي وأثره في تنمية المسؤولية الاجتماعية.

4. أدوات الدراسة:

كما حددت آليات التنفيذ والإجراءات المستعملة من قبل الباحث "حسني عوض" الفنيات وأساليب التدريب المختلفة منها التعارف، التوضيح، تشكيل المجموعات، التدريب العملي، التساؤل والاستفسار، الإنهاء والتقييم، المحاضرة والمناقشة الجماعية والألعاب التنشيطية، كما استخدم الباحث وسائل متعددة في إنجاح البرنامج منها أقلام والعرض التقديمي (L.C.D) تسجيلية، ورق مقوى، لوح قلاب، جهاز العرض البروجيكتور باستخدام برنامج البور بوينت، وقد وضع الباحث بعد تطبيق البرنامج الخطوات التي اتبعها في عملية التطبيق وصولاً إلى نهاية البرنامج التدريبي.

5. مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة هم جميع الشباب من المرحلة العمرية (15 - 20) سنة المنتمين لمجلس شبابي عرار، وهي مؤسسة شبابية غير حكومية مدعومة من وزارة الحكم المحلي الفلسطينية تهدف إلى تنمية قدرات الشباب، ويبلغ عدد الشباب المنضمين للمجلس (250) شاباً ذكوراً وإناثاً.

6. عينة الدراسة:

من خلال ملاحظات الباحث واتفاق المشرفين على البرنامج التدريبي قام الباحث بتطبيق البرنامج التدريبي على أفراد المجموعة التجريبية التي تم اختيارها بشكل مقصود من شباب مجلس شبابي عرار بلغ عددهم 18 شاباً وفتاة (9) ذكور و (9) إناث، ثم طبق عليهم مقياس المسؤولية الاجتماعية القياس القبلي، الذي قام الباحث بتطويره، وتم التأكد من صدقه وثباته، أما محتوى البرنامج فقد تكون من هدف رئيس وعدد من الأهداف السلوكية التي انبثقت عنه، و تكون البرنامج من (5) لقاءات نفذت خلال خمسة أيام بمعدل (4) ساعات لكل لقاء. وقد حدد الباحث عدة أهداف لكل لقاء وكانوا ملتزمين بالحضور طيلة فترة تطبيق البرنامج ثم قام بتقسيمهم إلى ثلاث مجموعات متكافئة عدد كل منها (6) حيث قامت كل مجموعة باختيار موضوع خاص بها تتبنى من خلاله قضية مجتمعية

وتنشئ لها موقعا على الفايسبوك باستخدام أدوات كالتشبيك والمناصرة والضغط؛ حيث تلقوا تدريبا على استخدامها على يد الباحث، تقوم كل مجموعة بالعمل على نشر الفكرة التي تبنتها وحشد المناصرين والمؤيدين لها ومن ثم التأثير على صناع القرار لأحداث التغيير المطلوب والموضوعات التي تبنتها من قبل المجموعات هي : معا لمحاربة ظاهرة تسول الأطفال، عالمي نظيف وصحي، نور الإسلام.

7. نتائج الدراسة:

وقد أظهرت الدراسة النتائج التالية:

1. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد المجموعة التجريبية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في مستوى المسؤولية الاجتماعية قبل تطبيق البرنامج وبعده لصالح بعد تطبيق البرنامج التدريبي.

2. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسط درجات الذكور والإناث في المجموعة التجريبية في مستوى المسؤولية الاجتماعية بعد تطبيق البرنامج.

8. مجال الاستفادة من الدراسة:

تمثل مجال الاستفادة من الدراسة السابقة بعنوان «أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب تجربة مجلس شبابي عرار أنموذجا»، للباحث "حسني عوض" في كونها تطرقت للمتغير الثاني من الدراسة ألا وهو الشبكات الاجتماعية، فقد أثار الباحث "حسني عوض" من خلال ربط الشبكات الاجتماعية بالمسؤولية الاجتماعية إلى لفت أنظارنا على المستوى والحس الاجتماعي للشباب في التعاطي مع الشبكات الاجتماعية بالتواصل مع مستخدميها أو التفاعل مع ما يتم نشره عبرها، وهذا يخدم أهداف الدراسة من زاوية بناء ونكوين المواطنة الرقمية ولإثراء الدراسة بالمفاهيم والمبادئ التي تم التوصل إليها عبر تتبعنا لكل خطوات البحث التي قامت عليها الدراسة السابقة وأهمها النتائج المتوصل إليها على غرار أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد المجموعة التجريبية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في مستوى المسؤولية الاجتماعية قبل تطبيق البرنامج وبعده لصالح بعد تطبيق البرنامج التدريبي، وهذا بعد اتفاق المشرفين على البرنامج التدريبي في تطبيق مقياس المسؤولية الاجتماعية على هؤلاء الشباب (قياس قبلي وبعدي) يتبنى قضايا اجتماعية يعمل على تتبعها ومراقبة الفريق التجريبي المدرب على تقنيات وأدوات الشبكات الاجتماعية في دعم ونشر أهداف هذه القضايا وبالنظر إلى هذه النقطة وانطلاقا من النتيجة التي توصل إليها فريق الدراسة نجد أن للشبكات الاجتماعية دور لكن يتطلب مهارة التمكن من الوسيلة التي نتحاور وننشط عبرها، وهذا ما تخوله كامتداد ثاني للنتيجة المتحصل عليها فالتربية الإعلامية تدعم تمكين الطلبة والمستخدمين بشكل عام للشبكات الاجتماعية والفضاءات الرقمية نحو توجيههم للاستخدام الفعال لهذه الأخيرة وهو ما يخدم هدف الدراسة فس تحدي محو الأمية الرقمية من خلال

تفعيل التربية الإعلامية، ونظرا لهذا التقارب النوعي الذي تسير فيه كلتا الدراستين فإننا نلتمس أوجه التشابه والاختلاف بينهما، نتطرق لنقاط التقاطع ومنها كلاهما يعالج إشكالية تهم أفراد المجتمع وتخدم الشباب وهي موضوع الشبكات الاجتماعية من حيث التعرض والاستخدام، كذلك اعتمادهما على العينة الإلكترونية من الشباب مستخدمي الشبكات الاجتماعية هذه الفئة العمرية التي تسعى إلى استكشاف الفضاء الرقمي وتسعى لمتابعة التكنولوجيات الحديثة لما تتيحه من تطبيقات وكذا تقنيات متطورة في عملية التواصل والتفاعل مع الآخرين، ومن بين نقاط الاختلاف نجد أن الباحث "حسني عوض" اعتمد على توظيف المنهج التجريبي للحصول على بيانات الدراسة والاستعانة بأدوات تدريب وتدریس للفرق المعنية بالتجربة على نموذج المسؤولية الاجتماعية وكيفية تطبيقه عبر الاستخدام الفعال على مستوى الشبكات الاجتماعية، في حين استعانت الدراسة الحالية بالمنهج الوصفي القائم على تشخيص ورصد خصائص الظاهرة محل التقصي من خلال متابعة كيفية توعية الشباب من مستخدمي صفحة "التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك نحو التعامل مع المضامين الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية وخاصة الفيسبوك كنموذج من خلال مدى توجيههم وإرشادهم وفق ما تنص عليه أساسيات التربية الإعلامية والمقدمة على شكل منشورات تختلف في شكلها لكن مضمونها يسير في محور عام مشترك وهو التعامل الواعي مع وسائل الإعلام وبتوظيف أدوات دراسة بواسطتها نجمع البيانات اللازمة بغرض الإجابة عن التساؤلات المطروحة بالإشكالية، والتي تعتبر هي الأخرى نقطة اختلاف من حيث النوع وكذا طرق توظيفها وهذا راجع لكون كل منهج وأدواته المناسبة لجمع البيانات منه وكذا ما تمليه طبيعة كل دراسة، ففي دراسة الباحث "حسني عوض" الذي وظف بها المنهج التجريبي، كانت أدواته متجسدة في لوحات العرض وأدوات الشرح المستلزمة لتفسير النموذج المتعلق بالمسؤولية الاجتماعية في توظيفه عبر الشبكات الاجتماعية. أما بالنسبة للدراسة الحالية الوصفية الاستكشافية، فيتم الاعتماد فيها على شاكلة مغايرة من الأدوات التي يستدعيها المنهج الوصفي كأداة تحليل المضمون بالإضافة إلى الاستعانة بأداة الملاحظة بالمشاركة للوقوف على ممارسات وردود أفعال المستخدمين لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" وكذا استبيان الاستمارة الإلكترونية الموجه لمستخدمي صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" واستبيان المقابلة النصف مقننة لإثراء مجال النقاش مع مسيرة الصفحة واستبيان استمارة خبراء من الأكاديميون الإعلاميون والتربويون المنتقون كعينة لهذه الدراسة. وهذا الاختلاف راجع لتنوع الطرح والهدف البحثي الذي يريد كل باحث الوصول إليه عبر إتباع جل هذه الخطوات، فكل دراسة لها طابعها ومتغيراتها التي تتحكم فيها. وبالوصول إلى نتائجها نجدها تخدم دراسة أخرى تكون نقطة بداية لها أو تكملة لأحد متغيراتها، وعليه فقد كانت دراسة الباحث "حسني عوض" على قدر من الأهمية العلمية للدراسة الحالية مكنت فريق البحث من الوقوف على مفاهيم ومؤشرات جديدة ذات العلاقة بالدراسة من حيث بعدي المواطنة الرقمية وكذا محو الأمية الرقمية.

الدراسة الثانية:

دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي-دراسة وصفية تحليلية-، زهير عابد، قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة الأقصى، غزة، فلسطين، مجلة جامعة النجاح للأبحاث(العلوم الإنسانية)، مجلد 26(2)، 2012.¹

1. ملخص الدراسة:

جاءت هذه الدراسة لمعرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي ومتابعة تطور الدور الذي تقوم به هذه الأخيرة في تشكيل الرأي العام لدى الشعوب عامة والشعب الفلسطيني خاصة وطرح قضاياها الاجتماعية والسياسية، من خلال تناولها للأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها لمعرفة تأثيرها على الرأي العام الفلسطيني ومدى قدرتها على إحداث تغيير اجتماعي وسياسي، ذلك بغرض الوصول إلى استنتاجات تفيد الواقع إما بتصحيحه أو تحديثه أو استكمالها أو تطويره. وقد استخدم الباحث المنهج المسحي لعينة مكونة من (500) طالب وطالبة من طلاب الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة وهم من أكثر فئات المجتمع الفلسطيني استخداماً للإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي.

2. التساؤل الرئيسي:

ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي؟

3. الأسئلة الفرعية:

- ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى جمهور طلبة الجامعات الفلسطينية نحو التغيير السياسي والاجتماعي؟
- ما القضايا السياسية والاجتماعية التي يتناولها الطلبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما أسباب ارتياد طلبة الجامعات الفلسطينية لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما مدى الاستفادة التي يحققها طلبة الجامعات الفلسطينية من مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما أهم سلبيات وإيجابيات شبكات التواصل في التأثير على الرأي العام لدى طلبة الجامعات الفلسطينية؟

¹ زهير عابد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي-دراسة وصفية تحليلية-، قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة الأقصى، غزة، فلسطين، مجلة جامعة النجاح للأبحاث(العلوم الإنسانية)، مجلد 26(2)، 2012.

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($a=0.00$) لدور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام لطلبة الجامعات الفلسطينية نحو التغيير السياسي والاجتماعي في قطاع غزة تعزى لمتغيرات (الجنس، التخصص العلمي، الجامعة، السكن والدخل).

4. منهج الدراسة:

تتتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة واقع شبكات التواصل الاجتماعي وتناولها للأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها، لمعرفة تأثيرها على الرأي العام الفلسطيني وتأثيرها على التغيير الاجتماعي والسياسي بغرض الوصول إلى استنتاجات، من خلال استخدام المنهج المسحي لعينة من طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، الذي يساعد على وصف الظاهرة والحصول على بيانات ومعلومات عنها وتقديم صورة واقعية أو قريبة من واقع الظاهرة.

5. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في طلبة الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة (جامعة الأقصى - جامعة الأزهر - الجامعة الإسلامية - جامعة فلسطين - جامعة القدس - المفتوحة - جامعة الأمة - جامعة غزة). وتم حصر عدد الطلاب والطالبات في الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، ثم تم سحب عينة عشوائية طبقية متناسبة مع حجم مجتمع الدراسة لكي تمثله أفضل تمثيل وتعمل على تحقيق أهداف الدراسة حيث بلغت مفردات العينة (500) مفردة حسب تواجدهم في المجتمع الأصلي، من الذين يستخدمون بالفعل مواقع التواصل الاجتماعي وصغر حجم العينة يرجع إلى كون مجتمع الدراسة متجانساً في بعض الصفات الديمغرافية كالجنس والمستوى التعليمي والعمر.

6. أداة الدراسة:

استخدم الباحث أداة الإستبيان لقياس دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة التغيير الاجتماعي والسياسي في فلسطين، معتمدا خطوات بناء المقياس من مراجعة للأدبيات والدراسات السابقة ذات العلاقة بالموضوع من ثم عرضها على محكمين من ذوي الاختصاص، بعدها وضعها في شكلها النهائي مقسما الاستمارة الى خمسة محاور، المحور الأول متعلق بالسمات العامة لأفراد العينة، المحور الثاني يدرس دوافع شبكات التواصل الاجتماعي واستخداماتها ومكون من (13) فقرة، المحور الثالث يتعلق بدور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام ويشمل (14) فقرة، المحور الرابع يتضمن القضايا الاجتماعية والسياسية التي تناقش عبر شبكات التواصل الاجتماعي، واشتمل على (13) فقرة، المحور الخامس تناول إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي وسلبياتها وتكون من (13) فقرة.

7. نتائج الدراسة:

تمثلت نتائج الدراسة في:

- من دواعي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الأساسية بناء علاقات اجتماعية والتواصل مع الأشخاص.
- لشبكات التواصل الاجتماعي دور في تعبئة التغيير الاجتماعي والسياسي في فلسطين.
- لشبكات التواصل الاجتماعي دور ايجابي في توجيه القضايا ودعمها وتحقيق انتشارها خاصة السياسية منها.
- لشبكات التواصل الاجتماعي دور سلبي في تأليب الرأي العام والخروج عن القضايا الجوهرية والالتفاف تجاه مصالح مجموعات أو منظمات خاصة الاجتماعية منها.

8. مجال الاستفادة من الدراسة:

تعتبر دراسة الباحث "زهير عابد"، والمعنونة بـ"دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي-دراسة وصفية تحليلية-"، من بين الدراسات السابقة التي عملت على تقديم إضافة معرفية وعلمية منهجية لبحثنا الحالي. إذ تمثلت الاستزادة المعرفية في الوقوف على آراء واتجاهات الشباب الفلسطيني نحو القضايا السياسية والاجتماعية من خلال تناولها لأهم الأطر التي تقوم عليها وكيف تعرض لها وأبدى رأيه فيها عبر الشبكات الاجتماعية للخروج برأي عام عنها، هذا الطرح المبني على أساس دوافع تواصل المستخدمين من خلال المضامين الإعلامية التي تعالج قضايا اجتماعية وسياسية عبر استخدام تقنيات الوسائط الرقمية ونتائج ذاك التواصل. ومنها التوصل إلى أن الجمهور على وعي ودراية بدور وأهمية الوسيلة في إيصال أصواتهم واستيعابهم للدور المنوط بهم من جهة ومن جهة أخرى ما أثار بمحنى سلبي عند توظيف المضمون الإعلامي لخدمة مصالح أطراف معينة، ما يجعل من هذين البعدين امتداد لما تؤسس له التربية الإعلامية للتمكن من التعامل على نحو عقلاني مع مضامين وسائل الإعلام من خلال التدريب على التفكير النقدي الذي يتأتى بقراءة مختلف المواضيع الإعلامية وأخذة فكرة عامة من عدة مصادر والتحري عن المعلومة ومحاولة المشاركة بالرأي الشخصي وجعل الوسيلة الإعلامية أداة متمكن منها تقنيا لتوظيف الأفكار الهادفة خدمة للقضايا الاجتماعية باختلافها وفي صالح تكوين أفراد المجتمع، هذا ما دفعنا للاهتمام والتمعن في الطرح الأكاديمي لدراسة الباحث "زهير عابد" كدراسة سابقة وما أسفرت عنه من نتائج وكذا الأخذ بمتغير الشبكات الاجتماعية كمتغير أساسي تم توظيفه بالدراسة السابقة واستنباط أبعاده على النحو الذي يخدم الدراسة الحالية من خلال تشخيص أوجه الشبه والاختلاف بين الدراستين والاستفادة منها. ومما التمسناه من نقاط تقاطع هو اعتمادهما على تناول نفس مجال البحث وهو

الفضاء الرقمي المتمثل في الشبكات الاجتماعية لما له من انتشار وشعبية بين الأوساط الشبابية، ما يعزز اهتمامنا به والتقصي عنه من جانب الدور الذي يمكن أن يسهم به هذا المجال البحثي في تفعيل ونشر معايير وسبل ممارسات التربية الإعلامية التي تتيحها خصائص الشبكات الاجتماعية التي انقينا منها موقع الفيسبوك "بصفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور". ضف إلى هذا ما أشرنا له سابقا من استفادتنا العلمية المنهجية ونعني بها الوقوف على كيفية توظيف الباحث "زهير عابد" لأدوات الدراسة وكيفية السير وفق المنهج الذي اختاره للسير على خطى علمية موضوعية، لتعزز من الوصول لنتائج ذات مصداقية للدراسة الحالية؛ بحيث تشابهت الدراستين في كون كل منهما اعتمدت على توظيف المنهج الوصفي بغرض الوصف والتفسير وفقا لما تستدعيه أبعاد ومؤشرات الدراسة، مستخدمين في هذا الصدد أداة استبيان الاستمارة لجمع البيانات من مجتمع الدراسة والتي قسمها الباحث لثلاث محاور معالجا دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز أو عرقلة تشكيل الآراء والاتجاهات حول القضايا السياسية والاجتماعية بالنسبة لمستخدميها خاصة الشباب وهي ذات النقطة التي تنطرق لها الدراسة الحالية عبر أداة استبيان الإستمارة الإلكترونية الموجهة لمستخدمي صفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور بالفيسبوك، لكن من زاوية الاهتمام والتركيز على التربية الإعلامية من خلال ما يمكن أن تتيحه الشبكات الاجتماعية من تقنيات معززة لتدريب النشء والشباب وتوجيههم نحو الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام ومضامينها عبر هذا الفضاء الرقمي متعمقة في مدى معالجة منشورات الصفحة للمفاهيم الأساسية للتربية الإعلامية وكذا أساسياتها كسبل تحرير المعلومة ومصادرها وكيفية الكتابة للأشكال الصحفية والتصميم سواء للصور أو الفيديوهات وكيفية تعاملهم مع الأشخاص في حوارات تفاعلية ذات مستويات معرفية مختلفة، للحصول على إجاباتهم حول التساؤلات المطروحة بالدراسة الحالية، أما بالنسبة لنقاط الاختلاف فدراسة الباحث "زهير عابد" فنشير إلى تركيزها على محور دور الشبكات الاجتماعية في تشكيل رأي عام حول القضايا السياسية والاجتماعية فهدفها من التقصي هو كيف تشكل رأي عام للطلبة عبر الشبكات الاجتماعية في حين هدف الدراسة الحالية هو سبل توجيه وإرشاد الشباب للتعامل مع الوسائل والتمكن من ماهيتها وكيفية تفعيلها على الوجه الصحيح ومن ثم يأتي مناقشة ومعالجة القضايا المطروحة عبرها. فالهدف هو حسن التعامل مع التقنيات والأدوات المعروضة عبر الشبكة حتى نتمكن من التعاطي مع مضامينها مهما كان نوعها من خلال تأسيس أرضية للتربية الإعلامية لدى المستخدمين ومن ورائهم النشء والشباب. كما تختلفان في نوع العينة المختارة للدراسة فالباحث "زهير عابد" فضل استخدام العينة العشوائية الطبقية، في حين فريق بحث الدراسة الحالية اعتمد على العينة المتعددة المراحل وكان لتناولها شقين ميداني وآخر تحليلي.

ومما يتأتى من هذه الدراسة السابقة هي كونها عملت على شرح وتوضيح الصورة لنا على متغيرات أخرى ذات صلة بالدراسة الحالية، كانت على مستوى علمي استطعنا به تحليل وتفكيك مؤشرات الدراسة الحالية بأكثر عمق وحرص على توخي المسار الذي تسعى الدراسة البحث فيه.

الدراسة الثالثة:

دور الشبكات الاجتماعية في دعم المقررات الجامعية: من وجهة نظر طلاب وطالبات كلية علوم الحاسب والمعلومات بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، عصام محمد عبيد، بحث مقدم إلى مؤتمر المحتوى العربي على الأنترنت: التحديات والطموحات الذي تعقده كلية علوم الحاسب والمعلومات بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 3-5 . 10 . 2011¹

1. ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور الشبكات الاجتماعية المعتمدة على تقنيات الويب والمتاحة على شبكة الانترنت في دعم المقررات الجامعية من وجهة نظر الطلاب والطالبات بكلية علوم الحاسب والمعلومات بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية نموذجاً، بالإضافة إلى محاولة الكشف عن طبيعة هذا الدور ومساندته في التعلم الإلكتروني الجامعي، مع الأخذ في عين الاعتبار طبيعة بيئة الجامعات العربية، وإمكانية توفير سبل الوسائط المتعددة والتكنولوجيا الحديثة التي تساعد على نجاح التعلم الإلكتروني مع إحداث ثقافة تقنيات المعلومات في العنصر البشري القادر على تحمل مسؤولية المحتوى الرقمي للمقررات الإلكترونية جنباً إلى جنب مع المقررات التقليدية.

2. التساؤل الرئيسي:

ما هي اتجاهات طلاب وطالبات كلية علوم الحاسب والمعلومات بالجامعة نحو الشبكات الاجتماعية فيما يخص المقررات الدراسية الخاصة بهم؟

الأسئلة الفرعية:

- ما مدى إلمام الطلاب والطالبات بكلية علوم الحاسب والمعلومات باستخدام البرمجيات الاجتماعية بصفة عامة؟

¹ عصام محمد عبيد، دور الشبكات الاجتماعية في دعم المقررات الجامعية: من وجهة نظر طلاب وطالبات كلية علوم الحاسب والمعلومات بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، بحث مقدم إلى مؤتمر المحتوى العربي على الأنترنت: التحديات والطموحات الذي تعقده كلية علوم الحاسب والمعلومات بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 3-5 . 10 . 2011.

- ما هي درجة أهمية الشبكات الاجتماعية التي يشارك فيها الطلاب فيما يخص المقررات الدراسية؟
- ما هي أهم الشبكات الاجتماعية التي يستخدمها الطلاب في مساندة المقررات الدراسية؟
- ما هي اتجاهات الطلاب بكلية علوم الحاسب والمعلومات في جامعة محمد بن سعود الإسلامية في مجال الدراسة؟
- ما هي المشاكل التي تواجه استخدام الشبكات الاجتماعية في المقررات الدراسية أو مجال الدراسة؟
- ما اتجاهات الطلاب في طرق تفعيل وتأطير استخدام الشبكات الاجتماعية في دعم ومساندة المقررات الجامعية؟

3. منهج الدراسة:

اعتمد الباحث المنهج الوصفي لانسجامه مع طبيعة الدراسة التي تهدف لدراسة واقع استخدام الشبكات الاجتماعية في تفعيل التعلم الإلكتروني عبرها .

4. أداة الدراسة:

تم جمع بيانات الدراسة بواسطة استبانة مطورة أعدها الباحث وتم التأكد من صدقها وثباتها وانسجامها مع أهداف الدراسة الحالية والتحقق من صدق استبانة الدراسة وثباتها، كانت الاستبانة مقسمة على خمس محاور تضمن المحور الأول درجة استخدام الطلاب للبرمجيات الاجتماعية (social software) بصفة عامة، فيما تضمن المحور الثاني درجة أهمية الشبكات الاجتماعية (social networking) التي يشارك فيها الطلاب بصفة عامة، والمحور الثالث تعلق بالغرض من استخدام الشبكات الاجتماعية في مجال الدراسة، وجاء المحور الرابع ليهتم بالمشاكل والتحديات التي تواجه استخدام الشبكات الاجتماعية في المقررات الدراسية أو مجال الدراسة، آخر محور تضمن طرق تفعيل وتطوير استخدام الشبكات الاجتماعية في دعم ومساندة المقررات الدراسية.

5. عينة الدراسة:

تألفت عينة الدراسة بطريقة العينة العشوائية البسيطة من طلاب وطالبات كلية علوم الحاسب والمعلومات بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية وقد بلغ عدد أفراد العينة الذين تم إرسال الاستبانات إليهم بالبريد الإلكتروني أو التسليم المباشر 465 طالب وطالبة، غير أن عدد الذين أجابوا عنها بالبريد الإلكتروني بلغ 122 طالب، عدد الذين أجابوا عنها بالتسليم المباشر بلغ 184

طالب وطالبة وهو ما جعل عدد الاستبيانات الواردة فعليا 306 استبيان صالح للتحليل الإحصائي واستقرت نسبة الردود عند 65,8 بالمئة.

وقد اهتمت الدراسة بجمع معلومات شخصية عن هؤلاء الطلاب والطالبات تمثلت في المستوى الدراسي والقسم والاتصال الدائم بشبكة الانترنت وأكثر المواقع استخداما.

6. نتائج الدراسة:

- رتب المشاركون المواقع التي يزورونها حسب الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية بالنسبة لهم وكانت مواقع الشبكة الاجتماعية مثل الفيسبوك في المرتبة الأولى، المواقع التعليمية في المركز الثاني، محركات البحث في المركز الثالث أما المواقع الترفيهية في الرابع وأخيراً المواقع الإخبارية.
- ضعف المحتوى العربي للشبكات الاجتماعية على الانترنت، مقارنة بمواقع الشبكات الاجتماعية باللغات الأجنبية الأخرى على مستوى الأقسام والكليات والجامعات.
- يحظى الطلاب بقدر كبير من التواصل مع الشبكات الاجتماعية ولكنها لا تتعدى على كونها ذات علاقات اجتماعية ولا تتعدى مرحلة ارتباطها بالمقررات الجامعية والتواصل الأكاديمي على المستوى العملي.
- عدم ثقة الطلاب بأهمية الشبكات الاجتماعية في دعم المقررات الجامعية.
- لا يميل الطلاب والطالبات إلى تقبل أسلوب المشاركة الفعلية في الشبكات الاجتماعية في دعم المقررات الجامعية.
- عدم إقبال الأساتذة على ربط مواقعهم الشخصية أو مواقع أقسامهم الدراسية على الويب بالشبكات الاجتماعية.

7. مجال الاستفادة من الدراسة:

من خلال الدراسة التي قام بها "عصام محمد عبيد" عن دور الشبكات الاجتماعية بالمحيط الجامعي، نلتمس نقاط مهمة ذات العلاقة بتحسين أداء عمل المؤسسات الجامعية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبخاصة ما تعلق بالشق الذي يخول للطلبة التفاعل مع الوسائط التي تعرض فيها المؤسسة الجامعية منشوراتها ومنها عبر الشبكات الاجتماعية، فمن خلال هذه الدراسة استطعنا الوصول إلى واقع استخدام الطلبة السعوديين لتقنيات الوسائط المتعددة وكيفية تفاعلهم مع مضامين الرسائل الموجهة لهم من قبل إدارة الجامعة عبر تلك المنصات الإلكترونية بمختلف أوجه الاستفادة منها سواء بهدف التعارف أو أخذ معلومات من قسم الإدارة أو الترفيه، وتبيان اتجاه وموقف الأساتذة المحابي لهذه التكنولوجيات في التواصل مع الطلبة، كل هذا زاد من تأكيدنا على أهمية وجود التربية الإعلامية

بالفضاء الجامعي. لنقص الوعي بكيفية استخدام التقنيات وترشيدهم لسبل التعاطي مع المنشورات عبر هذه الشبكات الاجتماعية من خلال ما توصلت إليه نتائج الدراسة التي قام بها "عصام محمد عبيد"، على الطلبة السعوديين حول واقع ممارسة وتضمين الشبكات الاجتماعية كوسيلة لتقريب الطالب منها، لنقف بهذا على أوجه الشبه والاختلاف بين الدراستين. فقد كانت الدراستين على نسق متشابه عند استهدافها لكل من عينة الدراسة المستهدفة وكذا موضوع البحث من خلال اختيار فئة الطلبة الجامعيين كعينة ممثلة لمجتمع الدراسة والتي تشهد إقبال واسع على الشبكات الاجتماعية وكذا كونها الأقرب من التواصل والتفاعل مع ما تبثه الجامعة عبر تلك المنصات الالكترونية التي تتقاطع فيها من حيث اعتماد كل من الدراستين على الشبكات الاجتماعية وبخاصة من خلال موقع الفيسبوك كأهم وسيلة لإجراء الدراسة عبرها، هذا ما مكنا من الاستفادة من الطرح الذي اعتمدته الباحث "عصام محمد عبيد" من خلال الأخذ بتلك النتائج المتوصل إليها وتدعيمها بما يخدم الدراسة الحالية، ضف إلى هذا استعمال كلا الدراستين لأداة استبيان الاستمارة لجمع البيانات من عينة الدراسة وقد قام فريق البحث بتتبع إجراءات إعدادها والاطلاع على محاورها ذات العلاقة بالدراسة لأخذ نظرة فاحصة بغية بلورة أفضل وصياغة أحسن للاستمارة الالكترونية بالدراسة الحالية. إلا أن هذا التشابه لا يعني وجود اختلاف فقد كان لنوع العينة العشوائية البسيطة الممثلة لمجتمع الدراسة بالنسبة للدراسة السابقة الوجه الذي لا تشابه فيه مع ما اعتمدته الدراسة الحالية من عينة متعددة المراحل، وهذا لحاجة كل بحث وما يتطلبه من مفردات تسمح بجعل ما يتم اعتماده منها ممثل للدراسة ويحولها المصادقية في النتائج التي تتوصل إليها عن طريق ما تختاره من حجم ونوع للعينة. ومن نقاط الاختلاف نجد أن الدراسة الحالية تبعا لطبيعة الإشكالية والتساؤلات المطروحة قد وظفت أداة تحليل المضمون في شق الدراسة التحليلية لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور"، بالإضافة إلى أداة إستبيان المقابلة النصف مقننة للقائم بالاتصال على الصفحة والاستعانة بأداة الملاحظة بالمشاركة بشق الدراسة الميداني وكذا استبيان الاستمارة للخبراء في علوم الإعلام والاتصال وكذا علوم التربية لتعميق الفكر وتوسيع الرؤى حول موضوع التربية الإعلامية وكيفية تفعيله عبر الشبكات الاجتماعية. وعليه ومما سبق فقد كانت الحاجة العلمية لتناول دراسة الباحث "عصام محمد عبيد" مبررة انطلاقا مما عرضناه سابقا وكانت لنا كدعامة علمية يمكن الاستفادة منها في الدراسة الحالية.

الدراسة الرابعة:

فاعلية استخدام الشبكات الاجتماعية في تحقيق التنمية المهنية المستدامة، محمد عبد الرحمن خليل السعدني، هشام بركات بشر حسين، دراسة حالة على معلمي الرياضيات ببعض المدارس

الإبتدائية بمدينة الرياض، مجلة جامعة طيبة، العلوم التربوية، مجلة محكمة نصف سنوية السنة الثالثة، المجلد 6، العدد السادس.¹

1. ملخص الدراسة:

تسعى الدراسة إلى معرفة كيفية تفعيل نظم التدريب والتعلم التعاوني في زيادة معدلات ودافع الانجاز للتدريب وتكوين علاقات ايجابية بين أطراف العملية التدريبية واتخاذهم مواقف أكثر ايجابية نحو الانضباط التدريبي، لتحقيق التنمية المهنية المستدامة لمعلمي مادة الرياضيات بالمدارس الابتدائية بمدينة الرياض، من خلال تعزيز عمليات التفاعل الاجتماعي الداعمة للتدريب التعاوني بينهم عبر استخدام الشبكات الاجتماعية.

2. التساؤل الرئيسي:

ما فاعلية استخدام الشبكات الاجتماعية في تحقيق التنمية المهنية المستدامة لمعلمي الرياضيات ببعض المدارس الابتدائية بمدينة الرياض؟

التساؤلات الفرعية:

- ما واقع التنمية المهنية المستدامة لمعلمي الرياضيات؟
- ما الاحتياجات المهنية لمعلمي الرياضيات بالمدارس الابتدائية التي تحقق التنمية المهنية المستدامة؟
- ما الملامح الرئيسية لبرنامج قائم على استخدام الشبكات الاجتماعية لتحقيق التنمية المهنية المستدامة لمعلمي الرياضيات؟
- ما فاعلية استخدام البرنامج المقترح في تطوير الأداء التدريسي للمعلم؟

3. منهج الدراسة:

نظراً لأن هدف الدراسة هو بحث علاقة التأثير والسببية، فإنّ المنهج الملائم هو المنهج شبه التجريبي، معتمداً على متغيرين هما الشبكات الاجتماعية والتنمية المهنية المستدامة.

4. مجتمع وعينة الدراسة:

¹ محمد عبد الرحمان خليل السعدني، هشام بركات بشر حسين، فاعلية استخدام الشبكات الاجتماعية في تحقيق التنمية المهنية المستدامة، دراسة حالة على معلمي الرياضيات ببعض المدارس الإبتدائية بمدينة الرياض، مجلة جامعة طيبة، العلوم التربوية، مجلة محكمة نصف سنوية السنة الثالثة، المجلد 6، العدد السادس.

تمثل مجتمع الدراسة في معلمي مادة الرياضيات بمدارس التعليم العام الابتدائية بمدينة الرياض، وتم استخراج مفردات العينة بالاعتماد على العينة القصدية وهم معلمو مادة الرياضيات المتطوعين ببعض المدارس الابتدائية بمدينة الرياض، قوامها عشرون معلماً.

5. أدوات الدراسة:

تمثلت في تصميم استبيان إلكتروني موجه لمعلمي الرياضيات في مجال تعليمهم بالمدارس الابتدائية للتعرف على واقع التنمية المهنية، اشتملت الاستمارة على ثلاثة محاور تناول المحور الأول الخطاب الموجه لمعلمي مادة الرياضيات عينة الدراسة عرض فيه أهمية الدراسة وكيفية الإجابة على الأسئلة وملاً خانة البيانات الشخصية للمبحوثين، فيما تضمن المحور الثاني البيانات الديمغرافية لأفراد العينة والجزء الأخير تناول العبارات المعبرة عن واقع التنمية المهنية لمعلمي مادة الرياضيات وفق سلم ثلاثي (كبيرة، متوسطة، قليلة) للتعبير عن مدى الأهمية ودرجة التعليق؛ حيث اشتملت الأداة على خمس عشرة فقرة، بالإضافة لوضع قائمة بالاحتياجات المهنية لمعلمي مادة الرياضيات بالمدارس الابتدائية وبناء برنامج للتنمية المهنية المستدامة لمعلمي الرياضيات قائم على استخدام الشبكات الاجتماعية، كذلك اختبار الأداء التدريسي لقياس مدى تمكن معلمي مادة الرياضيات بالمدارس الابتدائية بمدينة الرياض من الجانب المعرفي والأدائي لمهارات التدريس بعد خضوعهم لبرنامج التنمية المهنية القائم على استخدام الشبكات الاجتماعية.

6. نتائج الدراسة:

- وجود فاعلية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي كأحد تطبيقات الويب 2.0؛ في تنمية الأداءات التدريسية للمعلمين مجموعة الدراسة، مما يشير لفاعليتها في تحقيق التنمية المهنية للمعلم.
- وجود فروق بين درجات المعلمين في التطبيق البعدي الدالة على تطور مستوى الأداء التدريسي للمعلمين يرجع إلى الأثر الأساسي لبرنامج التنمية المهنية القائم على الشبكات الاجتماعية.
- تشير النتائج لوجود فروق دالة إحصائية بين درجات التطبيق القبلي والبعدي في اختبار الأداءات التدريسية لدى معلمي الرياضيات بالمدارس الابتدائية عينة الدراسة لصالح التطبيق البعدي مما يشير لفاعلية البرنامج.

7. مجال الاستفادة من الدراسة:

تعود الفائدة العلمية من تناول دراسة الباحثين "محمد عبد الرحمان خليل السعدني" و"هشام بركات بشر حسين" من خلال أخذ فريق البحث الخبرة منها في مجال الاستفادة من كيفية تفعيل برامج التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية خاصة وأن الطلبة بحاجة للتوجيه نحو الاستخدام الواعي لها عبر

التمكن من مهارات القراءة الناقدة والتحليل للمضامين الإعلامية وإعادة النشر والإبداع بالأفكار والمعلومات كأساسيات يحتاجها المعلم هو الآخر لتحسين مستواه بغية توضيحها وإيصالها للطلبة لو أجريت دراسات مماثلة لهذه الدراسة وفي الوقت الحالي فوجه الاستفادة منها يكمن في إبراز ما للشبكات الاجتماعية من دور يمكن أن تقدمه لما تكون في المكان المناسب ويسعى المدربون المتمكنون من شق المناهج الدراسية وكذا من الشق التقني من الوسيلة إيصاله للطلبة، من خلال الدراية بكل تقنياتها وكيفية التعامل مع ما ينشر فيها على نحو ايجابي. لذا كان تبيان أوجه الاستفادة منها على قدر من الأهمية ومن أوجه التشابه فقد التقت الدراستين في تناولهما لنفس المتغير وهو الشبكات الاجتماعية بالدراسة والتحليل الذي استعانا فيه بنوع الأداة المشابه وهي استبيان الاستمارة التي وضفت في خدمة ما تستدعيه الحاجة البحثية لكل دراسة أما بالنسبة لنقاط الاختلاف فلمسناه في نوع المنهج المطبق على عينة الدراسة لتحقيق معرفة معلمي مادة الرياضيات من التنمية المهنية المستدامة عبر الشبكات الاجتماعية في الوقت الذي تبحث فيه الدراسة الحالية عن طرق تفعيل التربية الإعلامية لدى مستخدمي الشبكات وليس تعليم تقنيات مادة دراسية ما عبر الشبكات الاجتماعية، ووجه الاختلاف الثاني فهو ما تطرق إليه الدراسة الحالية دون دراسة الباحثين "محمد عبد الرحمان خليل السعدني، هشام بركات بشر حسين" ونقصد شق الدراسة التحليلي الذي تناولناه بتفصيل أكثر في عرضنا لأوجه استفادة سابقة، كما نشير إلى أن العينة التي اعتمدتها الدراسة السابقة هي العينة القصدية. أما بالنسبة للعينة التي انتقتها الدراسة الحالية لتمثيل مجتمع الدراسة فهي العينة المتعددة المراحل، كون الدراسة الحالية من الدراسات التي تحتاج للبحث أكثر والتعمق في تفكيك مجتمع الدراسة وانتقاء العينات الممثلة له لتحليل المعطيات وفق أكثر من مستوى كما سبقت الإشارة إليها حتى نتمكن من الحصول على إجابات للتساؤلات المطروحة على شقين تحليلي وميداني وبخاصة أن التربية الإعلامية في الجزائر والتي تشهد قلة دراسات ومراجع حولها كما أن تجسيدها يفتقر للتطبيق الفعال المقنن. وعلى العموم عملت هذه الدراسة السابقة على دفع الدراسة الحالية للبحث أكثر في مجال الشبكات الاجتماعية وربطه بالتربية الإعلامية على الوجه الذي يخولها أخذ كل ما هو علمي وذو منفعة منها.

الدراسة الخامسة:

الممارسة المهنية في الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية، شيرين محمد كدواني، شريهان محمد توفيق، قسم الإعلام، كلية الأدب، جامعة أسيوط/ مصر، بحث للمؤتمر السنوي الثاني والعشرون للجمعية العربية الأمريكية لأساتذة الاتصال، 2017¹

1. ملخص الدراسة:

تسعى الدراسة إلى البحث في طبيعة الممارسة المهنية عبر تلك الصفحات باختلاف أنماطها (صحف ورقية-صحافة مواطن)، بالتطبيق على الصفحات الخاصة بأخبار محافظة أسيوط بجمهورية مصر العربية -محل إقامة الباحثين- على موقع الفيسبوك، باستخدام تحليل المضمون الكيفي لكل من سياسات وضوابط النشر على تلك الصفحات والمنشورات التي تنشرها وتعليقات القراء عليها من جانب، وإجراء دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال على تلك الصفحات من جانب آخر.

2. التساؤل الرئيسي:

ما طبيعة الممارسة المهنية في الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية؟

الأسئلة الفرعية:

- ما أبرز سمات القائمين بالاتصال على صفحات الصحافة الإقليمية على موقع الفيسبوك؟ وما مدى وعيهم بالمسؤولية الأخلاقية والمهنية للعمل الصحفي؟
- ما مدى اهتمام القائمين على الصفحات عينة الدراسة بوضع قواعد وضوابط مهنية وأخلاقية للنشر على الصفحة؟
- ما مدى اهتمام القائمين على الصفحات عينة الدراسة بتطبيق تلك الضوابط المهنية والأخلاقية على الجانب العملي؟
- ما أوجه الشبه والاختلاف في طبيعة الممارسة المهنية بين الصفحات عينة الدراسة (الصحف الورقية-صحافة المواطن)؟

3. منهج الدراسة:

تتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تسعى إلى وصف وتحليل طبيعة الممارسة المهنية في الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية، ذلك بهدف

¹ شيرين محمد كدواني، شريهان محمد توفيق، الممارسة المهنية في الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية، قسم الإعلام، كلية الأدب، جامعة أسيوط/ مصر، بحث للمؤتمر السنوي الثاني والعشرون للجمعية العربية الأمريكية لأساتذة الاتصال، 2017.

الوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح في شقه التحليلي في إطار دراسة وتحليل الضوابط والمعايير المهنية والأخلاقية المعلنة على الصفحات الخاصة بالعمل الصحفي الإقليمي على شبكة التواصل الاجتماعي (فيسبوك) محل الدراسة، كذلك دراسة المضامين الصحفية المنشورة على تلك الصفحات والتعليقات الواردة عليها تحليلاً كميّاً وفقاً لمجموعة من المؤشرات؛ بهدف التأكد من مدى التزام تلك الصفحات بها من عدمه وحدود هذا الالتزام. فضلاً عن المسح الميداني للقائمين بالاتصال على تلك الصفحات. كما استخدم أسلوب المقارنة بين الصفحات الإقليمية محل الدراسة (الصحف الورقية - صحافة المواطن)، من حيث طبيعة الممارسة المهنية.

4. أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الباحثتان على أداة تحليل المحتوى، باعتباره الأسلوب البحثي الملائم لدراسة الضوابط المهنية والأخلاقية للنشر عبر الصفحات عينة الدراسة ومدى تطبيق تلك الضوابط على الجانب العملي في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية. كما اعتمدت الباحثتان على أداتي استبيان المقابلة والاستمارة لجمع بيانات الدراسة الميدانية الخاصة بالقائمين بالاتصال. فقد تم إجراء مقابلة مع القائمين بالاتصال على صفحة (الأساية)، فيما تم استخدام استبيان إلكتروني لجمع البيانات من القائمين بالاتصال على صفحة (Assiut Street)، لرفضهم إجراء المقابلات. وقد تضمن محتوى استبيان المقابلة والاستمارة بشكل عام المحاور التالية: السمات الشخصية والمهنية للقائمين بالاتصال عينة الدراسة، دوافع إنشائهم للصفحة، الإطار المهني والأخلاقي الذي يعملون في إطاره، المشاكل التي تواجههم.

5. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الصفحات المهتمة بأخبار محافظة أسيوط على موقع الفيسبوك، باعتباره الأكثر شعبية ونظراً لإمكانات النشر المتعددة التي يوفرها مقارنة بباقي الشبكات الاجتماعية، قامت الباحثتان بإجراء دراسة استطلاعية على صفحات موقع الفيسبوك لاختيار العينة المناسبة ارتباطاً بأهداف الدراسة، وفقاً للمعايير التالية:

- أن تعني الصفحة بتناول أخبار وقضايا محافظة أسيوط.
- أن تتمتع الصفحة بمعدلات إقبال كثيفة وتفاعل القراء معها بالتعليق.
- أن تهتم الصفحة بمعدلات إقبال كثيفة وتفاعل القراء معها بالتعليق.
- أن تهتم الصفحة بتحديث منشوراتها أولاً بأول.

وطبقاً لهذه المعايير تم اختيار الصفحات التالية:

1. صفحة الأسايطة: أسستها جريدة (الأسايطة) الورقية الإقليمية التي تصدر عن مؤسسة (ولاد البلد) في ديسمبر 2013، وعدد أعضائها (76538).
2. صفحة (Assiut Street): أسسها مواطنون عاديون عام 2011 (صحافة مواطن Citizen Journalism)، عدد أعضائها (146365).
5. نتائج الدراسة:

- على مستوى الصحف الإقليمية ذات الإصدار الورقي والتي تمثلها في هذه الدراسة "صحيفة الأسايطة"، يتضح أنها وجدت في الشبكات الاجتماعية منفذاً جديداً لها، حررها من قيود وضغوط الصحيفة الإقليمية المطبوعة إذ وجدت لنفسها مكاناً تؤدي من خلاله وظائفها الاجتماعية بنجاح وتميز، فاستطاعت أن تصل إلى المواطن الأسيوطي وتحظى باهتمامه وتفاعله، وهو ما ظهر من كم التعليقات والمشاركات على منشوراتها. فبالرغم من توقف نسختها الورقية نتيجة لأزمات التمويل، إلا أن الشبكة الاجتماعية سمحت للصحيفة بالاستمرارية والبقاء على الساحة، ما يمكن معه التأكيد على أن الصحيفة في صورتها الجديدة على الشبكة الاجتماعية نجحت إلى حد بعيد في أداء وظائفها وفقاً لفروض نظرية المسؤولية الاجتماعية.
- وفيما يخص صحافة المواطن الإقليمية على الشبكات الاجتماعية يمكن القول أن فروض نظرية المسؤولية الاجتماعية قد تحققت في هذا النمط الصحفي الجديد إلى حد كبير، وهو ما ظهر بدايةً من إقرار المواطنين الصحفيين بصفحة Assuit Street بأن الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية تجاه أفراد المجتمع المحلي كان الدافع الرئيسي لممارستهم العمل الصحفي، وهو ما تجسد في حرصهم على وضع إطار مهني وأخلاقي ينظم النشر على الصفحة.
- 6. مجال الاستفادة من الدراسة:

تمثل فيما أتاحتها من مجال للتعرف على واقع ممارسة الصحافة الإقليمية بشكليها التقليدي والالكتروني (صحافة المواطن) عبر الشبكات الاجتماعية من منظور نظرية المسؤولية الاجتماعية، والتي جاءت نتائجها داعمة ومشجعة للدور الذي تلعبه خاصة عبر الفيسبوك، وهذا هو المجال الذي اعتبره فريق الدراسة الحالية كمنطلق لاعتمادها بأخذ الخبرة منها في مجال تدوين كيفية البحث والتقصي المنهجي عبر الشبكات الاجتماعية ومن ناحية التكوين والاستزادة المعرفية بأخذ الخبرة من النتائج المتوصل إليها وأخذ ما يتوافق منها والذي يكون على نفس الخط والهدف مع ما تصبو الدراسة الحالية الوصول إليه من خلال البحث في طرق تفعيل التربية الإعلامية عبر الفيسبوك، وعلى هذا الأساس بدت عدة نقاط تشابه بين الدراستين نذكر منها تركيزهما على البحث في الشبكات الاجتماعية كأرضية مجسدة للمتغير الأساسي للبحث كما تتفقان في نوع الدراسة بشقيه الميداني التحليلي الذي جاء متوافق أيضاً مع نوع المنهج الوصفي المستعمل في كليهما وكذا الأدوات المستعملة على غرار

استبيان الاستمارة الالكترونية واستبيان المقابلة النصف مقننة وكذا أداة تحليل المحتوى. لتكون هذه الدراسة متوافقة منهجيا ولحد بعيد مع الدراسة الحالية، لكن فيما يخص المتغيرات الأساسية فدراسة الباحثين "شيرين محمد كدواني، شريهان محمد توفيق"، تبحث في مجال نشاط الصحافة بين الورقي والالكتروني (عبر الشبكات الاجتماعية) ووفق ما تتحلى به من مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية ومدى تطبيقها لها، في حين الدراسة المعتمدة من قبلنا تقوم على أساس البحث في طرق تفعيل التربية الإعلامية لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية، وعليه فهذه الدراسة هي الأخرى جاءت كإضافة لمؤشر وبعد آخر من أبعاد التربية الإعلامية، لتكون لنا بمثابة دراسة سابقة نقف عندها بالقراءة المعمقة.

2.2- الدراسات الجزائرية:

الدراسة الأولى:

الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر-دراسة في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفايسبوك-، بضياف سهيلة، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2018.¹

1. ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة إلى معرفة العلاقة بين الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري من خلال معرفة تمثلاته واستخداماته عبر الفايسبوك؛ بحيث توصلت إلى أن الفايسبوك بالنسبة للشباب يمثل وسيلة تواصل اجتماعي وترفيه بالدرجة الأولى، وفقا لاختلاف الخصائص السوسيوديمغرافية.

2. التساؤل الرئيسي:

ما هي العلاقة بين شبكة الفايسبوك وتشكيل الرأي العام لدى الشباب الجزائري؟

الأسئلة الفرعية:

- ما هي تمثلات الشباب الجزائري لشبكة الفايسبوك؟

¹ بضياف سهيلة، الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر-دراسة في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفايسبوك-، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2018.

- كيف يستخدم الشباب الجزائري شبكة الفايسبوك؟

3. منهج الدراسة:

قامت الدراسة على الجانب الكيفي أكثر من الكمي فيما تعلق بالتمثلات الاجتماعية ما دفع الباحثة إلى اعتماد منهجين في دراستها هما المنهج الوصفي ومنهج تحليل المحتوى، فالمنهج الوصفي وظف في الدراسة عند استعمال أداة الشبكة الترابطية الدلالية للكشف عن العناصر المشكلة لتمثلات الشباب على الفايسبوك إذ انطلق المنهج الوصفي من البعد الكمي؛ حيث يركز على الواقع كما يراه فالمعاني من هذه الزاوية مستقلة عن ما نراه من حولنا من أشياء وسياق، أي وصف العناصر كمياً، كما هي في التخطيط الذهني للشباب. أما منهج تحليل المحتوى استخدم من خلال تحليل المقابلات نصف الموجهة والمقابلات الجماعية حيث اعتبرت الحوارات مع الشباب وإجاباتهم عبارة عن خطابات تعبر عن وجهات نظرهم في موضوع الدراسة.

4. أدوات جمع البيانات:

استعملت أداة الملاحظة في جميع مراحل جمع البيانات عن طريق المقابلات نصف الموجهة والمقابلة الجماعية؛ بحيث تم تسجيل الملاحظات من خلال ردود الأفعال أثناء طرح الأسئلة على المستجوبين وبالتالي ساعدت الأداة على التحليل.

"الشبكة الترابطية" صممت هذه التقنية من طرف الباحثة أنا ماريا روسا 1995، تهدف إلى معرفة بنية التمثلات الاجتماعية ومضامينها الدلالية؛ بحيث قامت الباحثة في المرحلة الأولى بكتابة كلمة شبكة فايسبوك بسرعة وبحرية بدون خوف أو ضغط وإعطائها رقماً وفقاً لترتيبها في عملية التداعي الحر، ثم طلبت من كل مستجوب أن يضيف كلمات أخرى إن كان لذلك داع، ثم طلب منهم في المرحلة الثالثة إعادة النظر إلى الكلمات وترتيبها وفقاً لأهميتها بالنسبة لهم بإعطاء رقم واحد في الترتيب إلى الأكثر أهمية ثم رقم اثنان إلى الأقل أهمية.

المقابلة النصف موجهة فقد استخدمت بهدف تحديد محتوى التمثلات وتفسيرها وفقاً للسياق العام، بوضع مجموعة من المحاور، فالأول يتعلق بالتمثلات، الثاني بالاستخدامات، الثالث بمكانة الفايسبوك كمصدر للأخبار، الرابع يتعلق برأي الشباب في الفايسبوك كفضاء عام لنقاش القضايا السياسية، المحور الخامس يجسد تملك الفايسبوك كوسيلة لإنتاج المضامين السياسية وتشكيل الرأي العام، ثم قامت الباحثة بعرض المقابلة ومناقشتها على محكمين في اختصاص علوم الإعلام والاتصال، ثم قامت بتطبيق المقابلة بشكل تجريبي على مجموعة من الشباب؛ حيث عدلت بعض الأسئلة ووضعتها في شكلها النهائي وقامت بتطبيقها على المبحوثين فردياً، استغرقت كل مقابلة حوالي الساعة والنصف.

الأداة الثانية هي المقابلة الجماعية التي دعمت التحليل إلى جانب المقابلة نصف الموجهة والشبكة الترابطية وقد قامت الباحثة بتشكيل مجموعة منتقاة بطريقة قصدية من الخمسين مفردة نفسها التي طبقت عليها المقابلة نصف الموجهة والشبكة الترابطية؛ بحيث اختارت منها سبعة أفراد ممثلين للعينة، واجتمعت بهم لمدة ساعتين طرحت عليهم مجموعة من الأسئلة وقامت بإدارة النقاش دون التدخل أو توجيه الأجوبة في شكل حلقة نقاش وكانت الأسئلة لديها علاقة بالمقابلة نصف الموجهة ودام اللقاء مدة ساعتين؛ حيث قامت بتسجيل كل تفصيلة في النقاش بشكل مكتوب وصوتي.

5. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع البحث في فئة الشباب الجزائري المستخدم لشبكة الفايسبوك حيث تراوح سنهم بين 18 سنة و 29 سنة، من مختلف المستويات الدراسية ذكورا وإناثا، انتقت منهم عينة صغيرة مقارنة بالدراسات الكمية خاصة وأن الأدوات التي استخدمتها لا يمكن تطبيقها على عينات كبيرة، فالشبكة الترابطية ينصح الباحثون أن تتوقف كلما أصبحت الإجابات متماثلة ولذا يجب أن تعتمد على عينة صغيرة. وبالنسبة للعينة التي أجرت معها المقابلة نصف الموجهة فهي تأخذ وقتا كبيرا لذا من المستحسن أن تكون العينة صغيرة ولقد اعتمد في هذه الدراسة على العينة القصدية، لأن الباحثة ترى بأنه لا يمكن أن تحصر العدد الحقيقي لمستخدمي الفايسبوك بالإضافة إلى أن الدراسة بطابعها الكيفي تعتمد على التفسير أكثر من الكم، وبذلك فقد بلغ حجم العينة 50 مفردة منها 25 ذكرا و 25 أنثى تتراوح أعمارهم بين 18 و 29 سنة ويتراوح مستواهم التعليمي بين ثانوي فما أقل، جامعي ودراسات عليا.

6. نتائج الدراسة:

- إن تمثلات الشباب لشبكة الفايسبوك تظهر بأنها تنحصر بالأساس في المجال اللهوي والاتصالي، أي أن الشباب يرى في الفايسبوك وسيلة للترفيه والتواصل الاجتماعي بعيدا عن مجال السياسة.
- يختلف استخدام الشباب للفايسبوك وفقا للمتغيرات السوسيوديمغرافية ويظهر الشباب بعض التغييرات في عادات وأنماط التعامل مع الفايسبوك ترتبط بالخصائص الوظيفية التقنية للفايسبوك من جهة وتمثلاته له من جهة أخرى.
- ظهور ثلاث خطابات تعبر عن مكانة الفايسبوك مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية وهي الفايسبوك كمصدر رئيسي للمعلومات، كمنافس لوسائل الإعلام التقليدية والفايسبوك كمصدر مكمل.
- ظهرت ثلاث ملامح لخطابات الشباب حول الفايسبوك كفضاء عام لنقاش القضايا السياسية، فهناك من يؤيد بتحفظ أن يكون فضاء ناجعا لذلك وهناك من يرفض بأن يكون كفضاء عام

لنقاش القضايا السياسية وخطاب آخر وبنسبة قليلة يؤيد ذلك بشكل مطلق وفي نفس الوقت قيم الشباب الجزائري النقاشات السياسية عبر شبكة الفيسبوك بالسلبية في الجزائر .

- يقتصر تملك الشباب للفيسبوك كوسيلة لإنتاج المضامين السياسية بهدف تشكيل الرأي العام على الفئة النشطة في الأصل سياسيا في الواقع فقط، حيث نجدها أنها هي الأكثر تفاعلا في هذا المجال على الفيسبوك.

7. مجال الاستفادة من الدراسة:

لقد أتاحت دراسة الباحثة "بضياف سهيلة" الموسومة بـ«الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر-دراسة في تمثيلات واستخدامات الشباب لشبكة الفيسبوك-»، لنا كفريق بحث زاوية إضافية للقراءة وللتطرق لمتغيرات جديدة وتكوين نظرة فاحصة على أهم أبعادها عند ربطها بالمتغير الذي له علاقة بالدراسة الحالية وهو الشبكات الاجتماعية ومن ورائها الفيسبوك وكيفية توظيفها ومجال الاستفادة منها، خاصة بالحديث عن المجال الذي ينشط فيه الشباب بكثرة حسب الدراسة وهو ميدان الاتصال وتكوين صداقات والبحث عن التسلية بالفيسبوك الذي يوفر كذلك خدمات أخرى غير التي تشد الشباب إليها كنشر الأخبار ومتابعة آخر المستجدات في جميع الميادين، بالإضافة إلى الصفحات التثقيفية التربوية التعليمية وهذا ما فسرتة النتيجة التي تعقبها ؛ بحيث يختلف استخدام الشباب للفيسبوك وفقا للمتغيرات السوسيوديمغرافية ويظهر الشباب بعض التغيرات في عادات وأنماط التعامل نحو الفيسبوك ترتبط بالخصائص الوظيفية التقنية للفيسبوك من جهة وتمثلاته له من جهة أخرى هذا الشطر يحيلنا لأهم متغير في دراستنا من وجهة أن المستوى التعليمي والثقافي يلعب دور فإذا كان الشاب متمكن من التقنية ويدرك كيف يتعامل مع مضامينها لكان استخدامه لهذه التقنية ليس هو نفسه الذي توصلت إليه النتيجة الأولى ما يعني أن الشباب ومن ورائهم الطلبة باعتبارهم الفئة التي تتلقى التعليم والتوجيه والقابلة للاستيعاب والفهم السريع بحاجة لتربية إعلامية قائمة على توعيتهم وإرشادهم. وهي الحاجة التي نبحت عنها كمتغير أساسي في هذه الدراسة وكيف يمكن تفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية وعليه وحسب الدراسة التي توصلت لظهور ثلاث ملامح لخطابات الشباب حول الفيسبوك كفضاء عام لنقاش القضايا السياسية، بين مؤيد ومعارض فقد قيم الشباب الجزائري النقاشات السياسية عبر شبكة الفيسبوك بالسلبية في الجزائر، ما أعطانا فكرة أخرى أن الشباب الجزائري قادر على التمييز والإدراك بين فحوى القضايا السياسية ومضامينها المنشورة عبر صفحات الفيسبوك ما يوحي بأن هؤلاء الشباب المستخدمين للفيسبوك هم متابعين ونقاد في نفس الوقت وهو مؤشر على تحقق مهارة القراءة والتحليل والنقد هذه النتيجة التي نعيد بلورتها وفق الطرح الحالي عن تفعيل التربية الإعلامية لدى مستخدمي الفيسبوك تكون مهمتها هي الإرشاد والتوجيه على الاستخدام الواعي للتقنية والتي تدعم محو الأمية الرقمية وتكرس معايير المواطنة الرقمية من جهة والتأكيد على أهمية وجود منهج ومادة للتربية الإعلامية يتلقاه المستخدم والشباب (الطلبة) طالما أن الأصل موجود وهو وعي

الشباب وإدراكه بالتوجه السياسي لتلك القضايا وتمييزه لها، إذ كانت في خدمة الصالح العام أو العكس. وهذا ما دفعنا لاعتمادها كدراسة سابقة كونها تحمل دلالات على نفس التوجه البحثي لأهداف الدراسة الحالية وهي الاهتمام بفئة الشباب الذي يستخدم الفيسبوك ويتفاعل عبره. وبالنظر إلى الدراسة التي قامت بها الباحثة "بضياف سهيلة" من زاوية مدى التشابه والاختلاف مع الدراسة الحالية نجد أنها تتقاطع معها في استعمال المنهج الوصفي لشرح تمثيلات الشباب نحو القضايا السياسية عبر الفيسبوك وهو نفس النهج الذي من أجله استعملت الدراسة الحالية هذا النوع من المناهج فهدفها تبسيط الرؤى عن تقنيات وطرف تفعيل التربية الإعلامية وكذا تشخيص مدى اهتمام المؤسسات المجتمعية والفئات الناشطة بمجال الإعلام والاتصال عن تضمين مفاهيمها بنقاشاتها على أرض الواقع، كما نجد أن مجتمع البحث بين الدراستين متجانس فكلتا الدراستين عنيت بدراسة فئة الشباب ومنها انتقت عينتها الممثلة للدراسة، كما يكمن وجه التشابه أيضا في نوع الأدوات المستعملة على غرار أداة الملاحظة وكذا أداة المقابلة مع المستجوبين من أفراد عينة الدراسة التي تحيلنا لتمييز أوجه الاختلاف بين الدراستين فقد اعتمدت الباحثة "بضياف سهيلة" على العينة القصدية والتي تتناسب وما اختارته من أدوات دراسة لجمع البيانات كالشبكة الترابطية، أما بالنسبة للدراسة الحالية فقد كان نوع العينة لتمثيل مجتمع الدراسة العينة المتعددة المراحل تمت الإشارة لها سابقا. بالإضافة إلى ما سبق يعتبر قيام الدراسة الحالية بإجراء تحليل مضمون لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" وجها من أوجه الاختلاف مع دراسة الباحثة "بضياف سهيلة" التي لم تتطرق له في دراستها لقياس مضامين المنشورات ذات الاتجاه السياسي عبر الفيسبوك. لنكون بهذا قد خلصنا لنتيجة تقضي عن أهمية هذه الدراسة السابقة بالنسبة للبحث الحالي انطلاقا مما وجدناه فيها من عناصر مهمة.

الدراسة الثانية:

شبكات التواصل الاجتماعي وخدمة علوم القرآن الكريم، قراءة تحليلية لعينة من صفحات الفيسبوك، ليندة ضيف، مجلة دراسات وأبحاث، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد 10 عدد4، السنة العاشرة، 2018¹

1. ملخص الدراسة:

تهتم هذه الدراسة بالبحث في توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة علوم القرآن الكريم من خلال تقديم قراءة تحليلية للفيسبوك كأحد أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي تلقى اهتماما واسعا من طرف المستخدمين، حيث تم توظيفه في مجالات تعليمية في علوم متنوعة، هذا ما برز من خلال توظيفه في تعليم أحكام تلاوة القرآن الكريم كأحد أهم علومه، وتوصلت الدراسة إلى أن دروس أحكام

¹ ليندة ضيف، شبكات التواصل الاجتماعي وخدمة علوم القرآن الكريم، قراءة تحليلية لعينة من صفحات الفيسبوك، مجلة دراسات وأبحاث، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد 10 عدد4، السنة العاشرة، 2018.

التلاوة التي نشرت عبر صفحات الفايسبوك تتميز بالتنوع والشمول ويمكن لأي مستخدم الاستفادة منها واستيعاب مضمونها، فهي غيرت من الوظيفة التقليدية لمعلم القرآن، لتصبح عملية التعليم عملية تشاركية يساهم فيها كل المستخدمين ويتبادلون المعلومات بغية الوصول للفهم المشترك لما تم نشره.

2. التساؤل الرئيسي:

ماذا يمكن أن تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي كأحد تطبيقات الاعلام الجديد للقرآن الكريم وعلومه وتقييم دورها في المساهمة في تعليم أحكام التلاوة؟
الأسئلة الفرعية:

- ما هي أهمية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تعليم أحكام تلاوة القرآن الكريم؟
- ماهي خصائص صفحات الفايسبوك المخصصة لتعليم أحكام تلاوة القرآن الكريم؟
- ما هي أهم المواضيع التي تركز عليها صفحات الفايسبوك المخصصة لتعلم أحكام القرآن الكريم؟
- ما هي أهم الأشكال الإعلامية التي ترد عليها دروس تلاوة أحكام القرآن الكريم؟
- ما هي طبيعة الشخصيات التي تنشئ صفحات مخصصة لتعلم أحكام تلاوة القرآن الكريم؟
- ما هو حجم التفاعل عبر صفحات الفايسبوك المخصصة لتعلم أحكام تلاوة القرآن الكريم؟

3. منهج الدراسة:

تتتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تعنى برصد الظواهر كما هي في الواقع وتقديم بيانات ومعلومات حولها، لأنها تهتم بوصف استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في تعلم أحكام تلاوة القرآن الكريم، بالتطبيق على الفيسبوك كأحد أهم هذه الشبكات من خلال وصف المادة التعليمية المخصصة لتعلم أحكام التلاوة الصحيحة عبر صفحات الفيسبوك التي خصصت لهذا الغرض، حيث يساعد الوصف على الوصول إلى البيانات والمعلومات التي تفييد في وضع نموذج عملي ممنهج لتوظيف تطبيقات الاعلام الجديد في تعلم أحكام التلاوة الصحيحة وخدمة علوم القرآن.

ويعد المسح المنهج المناسب للدراسات الوصفية، حيث اعتمدت الباحثة على المسح بالعينة من خلال إجراء مسح لعينة من صفحات الفيسبوك التي خصصت لتعليم أحكام التلاوة، إضافة إلى إمكانية تقديم نموذج عملي للمدارس القرآنية والمعلمين ومختلف الهيئات المختصة في تعليم القرآن الكريم لاستخدام تطبيقات الاعلام الجديد في تعلم أحكام التلاوة.

4. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يعد مجتمع البحث في هذه الدراسة جميع صفحات الفيسبوك المخصصة لتعليم أحكام تلاوة القرآن الكريم، التي تكون في شكل صفحات فردية أو في شكل مجموعات ونظراً للعدد الكبير من صفحات الفايسبوك التي خصصت لتعلم أحكام تلاوة القرآن الكريم اختارت الباحثة عينة قصدية من هذه الصفحات على أساس عدد المشتركين في المجموعة وعدد المعجبين، حيث تعد العينة القصدية

مناسبة لهذا النوع من الدراسات التي يجهل فيها الباحث العدد الحقيقي لمفردات مجتمع البحث، فيختار وحدات بشكل قصدي يعتقد أنها تفيده في الإجابة عن التساؤلات المطروحة والحصول على البيانات التي يريدها، وقد اختارت الباحثة عينة شملت أربع صفحات تتمثل فيما يلي:

صفحة: تعليم أحكام التجويد برواية ورش عن نافع فضلا المجموعة للأحكام فقط.

صفحة: تعلم أحكام التجويد برواية ورش عن نافع عن طريق الأزرق.

صفحة: تعلم أحكام التجويد برواية ورش عن نافع للمبتدئين.

صفحة: أحكام التجويد برواية ورش عن نافع.

5. أدوات جمع البيانات:

اعتمدت هذه الدراسة على مجموعة من أدوات جمع البيانات، تمثلت فيما يلي:

الملاحظة: اعتمدت الباحثة الملاحظة العلمية من خلال تتبع دروس أحكام تلاوة القرآن الكريم التي تنشر عبر صفحات الفيسبوك إضافة إلى ملاحظة حجم التفاعل معها.

المقابلة المقننة: تعد المقابلة أداة أساسية اعتمدت عليها الباحثة لتوجه من خلالها أسئلة لمعلمي القرآن الكريم والمشرفين على صفحات الفيسبوك المخصصة لتعلم أحكام التلاوة بهدف التعرف على تصورهم حول الاستفادة من خصائص الإعلام الجديد لا سيما شبكات التواصل الاجتماعي في تعليم أحكام تلاوة القرآن الكريم و خدمة علوم القرآن بشكل عام.

6. نتائج الدراسة:

من خلال القراءة التحليلية لصفحات الفيسبوك التي تمثل عينة الدراسة والمتخصصة في تعلم أحكام تلاوة القرآن الكريم تم التوصل إلى النتائج الآتية:

- تختلف هوية الأفراد المشرفون على صفحات الفيسبوك المخصصة لتعلم أحكام تلاوة القرآن الكريم، حيث يوجد منهم معلمو القرآن وآخرون درسوا في كليات الشريعة ويتقنون أحكام التلاوة، الأمر الذي دفعهم إلى إنشاء هذه الصفحات ونشر دروس أحكام تلاوة القرآن.
- تنشر دروس أحكام تلاوة القرآن الكريم عبر العديد من صفحات الفيسبوك التي خصصت فقط لتعلم أحكام التلاوة وتعد هذه الدروس شاملة للمقرر الخاص بأحكام التلاوة ومتنوعة من حيث المضمون.
- يتم نشر بعض المواضيع بهدف الإجابة على أسئلة الأعضاء المشتركين في الصفحة والتي ترتبط عادة بطرح أسئلة عن قراءة بعض الكلمات، التي يجهلون كيفية قراءتها.
- تتخذ دروس أحكام تلاوة القرآن الكريم التي تنشر عبر الفيسبوك أشكال متعددة، إلا أن شكل الصورة التي تحمل مخططات توضح أحكام التلاوة هو الشكل الغالب بهدف التبسيط.
- يعتبر الفيسبوك مصدر أساسي للحصول على المعلومات والمعارف المرتبطة بتعلم أحكام تلاوة القرآن الكريم.

- إن التتبع لحجم التفاعل مع ما يتم نشره من دروس أحكام تلاوة القرآن الكريم عبر صفحات الفيسبوك التي تم تحليلها، يلاحظ محدودية التفاعل بين المشتركين، على الرغم من أهميته في إيصال الفهم للمستخدم والإجابة عن استفساراته.
- تأخذ دروس أحكام القرآن الكريم طابع التشاركية، فعملية نشر الدروس وتوضيحها في الغالب ليست مسؤولية مشرف الصفحة فقط وإنما هي مسؤولية جميع الأعضاء في الصفحة فهي على شكل مجموعات، الذين يشاركون بإسهاماتهم بنشر الدروس والمعارف المرتبطة بها.
- تتنوع مصادر دروس أحكام تلاوة القرآن الكريم، حيث ينشر المشرفون على الصفحات مواضيع خاصة بأحكام التلاوة يقومون هم بإعدادها وفي بعض الحالات ينشرون دروس لمعلمين آخرين.
- ما يلاحظ على صفحات الفيسبوك المخصصة لتعلم أحكام التلاوة هو عدم وجود خطة منهجية علمية لطريقة نشر الدروس تضاهي ما يتلقاه المتعلم في النظام الدراسي العادي.
- إن المشرفون على صفحات الفيسبوك المخصصة لتعلم أحكام تلاوة القرآن الكريم يجهلون في الغالب طبيعة الأفراد الذين يخاطبونهم من خلال دروسهم.
- لا يوجد استمرارية في نشر دروس أحكام تلاوة القرآن الكريم.

7. مجال الاستفادة من الدراسة:

ساهمت الباحثة "ليندة ضيف" في تقديم دراسة تحليلية لمنهجية تحليل المضامين المنشورة عبر صفحات الفيسبوك والتي اختارت منها الصفحات الدينية عن طريق العينة القصدية بغية شرحها ومعرفة كيفية تجاوب المنضوين بها مع ما يتم نشره، لتمثل نقطة تشابه مع الدراسة الحالية فيما يخص اختيار الفيسبوك كأحد أهم الشبكات الاجتماعية استخداماً بالجزائر بالإضافة إلى اعتماد العينة القصدية لتمثيل مجتمع الدراسة وبكشف الباحثة "ليندة ضيف" عن طريقة عملها المنهجية على هذا الشق التحليلي من الدراسة تكون قد قدمت لنا خبرة منهجية علمية من جهة وكذا الاستفادة مما توصلت إليه من جهة أخرى خاصة في مدى تجاوب واستخدام المنضوين بالصفحات المعنية بالدراسة مع تقنيات الفيسبوك التي تتوفر عليها من جهة وتفاعلهم مع مسيري الصفحة من جهة ثانية. وبعرض أوجه الاختلاف فنحن نشير إلى اعتماد الدراسة الحالية على الشق الميداني لتدعيم الشق التحليلي والخروج بنتائج أثر واقعية ومصادقية للدراسة، في الوقت الذي ركزت فيه الباحثة على الدراسة التحليلية دون سواها وفقاً لطبيعة الدراسة وكذا الأهداف التي تريد أن تشتغل عليها وعليه فقد قدمت هذه الدراسة السابقة هي الأخرى إضافة جديدة لمجال بحثنا الحالي.

الدراسة الثالثة:

شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الشباب الجزائري-دراسة وصفية تحليلية لعينة من صفحات مستخدمي موقع الفيسبوك، خيري محمدي، جامعة مستغانم.¹

1. ملخص الدراسة:

تتناول الدراسة واقع الهوية الثقافية العربية لدى الشباب الجزائري في ضوء استخدامه مواقع التواصل الاجتماعي لا سيما الفيسبوك ذلك من خلال التعرف على أهم الأنماط الثقافية التي يتفاعل معها الشباب عبر صفحات الفيسبوك وكذا تحديد مكانة الدين الإسلامي واللغة العربية والتراث الثقافي كمقومات الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري وكذلك الوقوف على مستقبل الهوية الثقافية لدى فئة الشباب في خضم تعرضه لهذا النوع من المواقع الاجتماعية، معتمدة على منهج المسح الوصفي وعلى أداة الملاحظة المباشرة من خلال تتبع ما يتم نشره عبر الفيسبوك من مواضيع ثقافية واجتماعية، كما استخدم تحليل المحتوى كأداة بحثية لجمع بيانات الدراسة التي تهدف إلى وصف صفحات شخصية لمستخدمي موقع الفيسبوك وذلك لمدة أسبوع.

2. أسئلة الدراسة :

- ما هي الأنماط الثقافية التي يتفاعل معها الشباب الجزائري من خلال موقع الفيسبوك الاجتماعي؟
- ما هي مكانة الدين الإسلامي واللغة العربية والتراث الثقافي باعتبارها من عناصر الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري من خلال صفحات موقع الفيسبوك؟
- إلى أي درجة يساهم موقع الفيسبوك في تعزيز عناصر الهوية الثقافية لدى الشباب الجزائري؟

3. منهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية لأنها تهتم في الأساس بوصف محتوى عينة من صفحات الفيسبوك بما فيها التعليقات والفيديوهات والمقالات والصور، فطبيعة الدراسات الوصفية وأهدافها تقتضي " التعرف على المشكلة عن طريق وصف ظواهرها وخصائصها وطبيعتها ومعرفة أسبابها وسبل التحكم فيها، معتمداً على تجميع البيانات وتحليلها وبالتالي استخلاص النتائج بغرض معالجة المشكلة ثم تعميم هذه النتائج".²

¹خيري محمدي، شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الشباب الجزائري-دراسة وصفية تحليلية لعينة من صفحات مستخدمي موقع الفيسبوك، مقال منشور بمجلة جامعة مستغانم عبر البوابة.

² العايدي محمد عوض، إعداد وكتابة البحوث والرسائل الجامعية مع دراسة عن مناهج البحث، (ط1)، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، 2005، ص69.

4. أدوات الدراسة:

الملاحظة: اعتمد في هذه الدراسة على أداة الملاحظة المباشرة من خلال تتبع ما يتم نشره عبر موقع الفيسبوك من مواضيع ثقافية واجتماعية سواء في شكل صور أو نصوص أو فيديوهات، بالإضافة إلى أداة تحليل المضمون كأداة بحثية لجمع بيانات الدراسة التي تهدف إلى وصف محتوى صفحات الفيسبوك وأهم المواضيع والأنماط الثقافية المتداولة داخل هذا الموقع، لذلك أداة تحليل المضمون تعتبر أداة أساسية ومناسبة لجمع معطيات الدراسة. معرجين بذلك على **فئات الشكل** التي تتضمن (فئة اللغة المستخدمة وهذا لمعرفة مكانة اللغة العربية باعتبارهما من مقومات الهوية الثقافية لدى الجزائريين، كذلك فئة طبيعة المادة المستعملة: تهدف إلى معرفة أشكال المحتوى المنشور عبر صفحات الفيسبوك، حيث يمكن أن يكون هذا المحتوى شكل نص أو صور أو مقاطع فيديو)، بالإضافة إلى **فئات المحتوى** التي تنطوي على فئة الموضوع وتهدف إلى معرفة أهم المواضيع التي تشغل اهتمام فئة الشباب من خلال صفحة الفيسبوك ويمكن أن تكون مواضيع ثقافية تشمل التجميل، اللباس، الطبخ وغيرها وتم اختيار المواضيع الثقافية لأنها تتلائم مع إشكالية الدراسة، كذلك فئة القيم بمعنى القيم التي تتضمنها الصفحات الشخصية للشباب عبر موقع الفيسبوك وكذا ثقافة الاستهلاك وطريقة اللباس وغيرها.

5. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يشمل مجتمع البحث الصفحات الشخصية لفئة الشباب الجزائري عبر موقع الفيسبوك ونظرا للكم الهائل لهذه الصفحات، اعتمدنا على العينة القصدية في اختيار أربعة صفحات لموقع الفيسبوك، لمدة أسبوع أي دراسة ما ينشر عبر الموقع لمدة أسبوع بغرض الخروج بنتائج من شأنها أن تجيب على أسئلة الدراسة.

6. نتائج الدراسة:

- من خلال تحليل مجموعة من الصفحات الشخصية عبر موقع الفيسبوك توصلت الدراسة إلى:
- اللغات المتداولة هي اللغة العربية بنسبة 67 بالمئة كأعلى نسبة واللغة الانجليزية بنسبة 3.94 بالمئة كأدنى نسبة، بالإضافة إلى لغات أخرى تعتمد على استخدام الرموز أو ما يعرف بـ chat smileys وكذا لغة أخرى تتصف بالمفردات السريعة ظهرت مع التقنيات الجديدة، تقتصر على استخدام الأرقام في عملية المحادثة كحرف "الحاء" يرمز له برقم "7" وحرف "ق" بـ "9".
- يختلف شكل المضامين عبر صفحات الفيسبوك فوجد، فئة الشباب تهتم باستخدام الصور في عملية التعبير والتواصل؛ حيث قدرت نسبتها بـ 64.07 بالمئة إضافة إلى استخدام التعليقات بنسبة 24.55 بالمئة والفيديوهات بنسبة 4.19 بالمئة ونشر المقالات بنسبة 7.19 بالمئة.

- تهتم فئة الشباب الجزائري من خلال ما تنتشره على حساباتها الشخصية على الفيسبوك بمواضيع التسلية والترفيه بنسبة 52.38 بالمئة وتليها المواضيع الثقافية بنسبة 25 بالمئة، أما المواضيع الإسلامية فجاءت في المرتبة الأخيرة من حيث معدل الاهتمام.
- تساهم شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في نشر بعض القيم والصفات الايجابية كالدعوى إلى احترام الغير بنسبة 51.61 بالمئة، كذلك الالتزام بتعاليم الدين الإسلامي بنسبة 41.94 بالمئة، المحافظة على الإرث الثقافي بـ 6.45 بالمئة وهذا يتجاوز النظرة السلبية للفيسبوك.

7. مجال الاستفادة من الدراسة:

حملت دراسة الباحث "خيرى محمدي" والمعنونة بـ«شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الشباب الجزائري»، العديد من النقاط المهمة لفريق الدراسة الحالية من خلال سعيها للكشف عن أنماط الهوية الثقافية السائدة عبر الفيسبوك والتي من ورائها تبرز مدى تمسك الشباب الجزائري، بقيم وطنه ودور الفيسبوك كوسيلة رقمية في دعم القيم التي يعمل المنشغلون عليها بنشرها لتعزيزها من أجل الحفاظ عليها واستقرار وحدة أفراد المجتمع، من خلال التقنيات التي يوفرها الموقع كإمكانية نشر النصوص والصور والفيديوهات وإبداء الإعجاب بها أو مشاركتها مع الآخرين ولما لهذين البعدين من الأهمية جاء توظيفنا لها من منطلق أهمية الحفاظ على القيم من باب المسؤولية لما ينشر بممارسة المواطنة الرقمية وكذا دور الفيسبوك كوسيلة تدعم هذا الطرح بالدراسة الحالية. من خلال إبراز نقاط التقاطع والاختلاف بينهما والتي لمسنا منها في وجه التشابه عنصر المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي الذي يساعد على التحليل والتفسير، بالإضافة إلى هذا نشير إلى أن كلا الدراستين وظفتا أداة الملاحظة طيلة مسار البحث لرصد ما تم من ردود أفعال عبر الصفحة من قبل المستخدمين وتحليل المحتوى للمضامين التي نشرت وكيف كان التفاعل معها من طرف المستخدمين. وفيما يتعلق بأوجه الاختلاف فيتمثل في استبعاد دراسة الباحث "خيرى محمدي" شق الدراسة الميداني ومعالجة موضوع اشكاليته المتعلق بالهوية الثقافية عبر الفيسبوك عن طريق الدراسة التحليلية فقط.

وعلى العموم تعتبر هذه الدراسة السابقة ذات بعد معرفي أمدنا بالخبرة في الجانب المنهجي الأكاديمي وخاصة أن الدراسة الحالية تشترك معها في مجال البحث التحليلي (الفيسبوك) لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور". الذي أفادتنا فيه دراسة الباحث "خيرى محمدي" في أخذ تجربة وخبرة عن كيفية القيام بتحليل مضمون عبر الشبكات الاجتماعية.

الدراسة الرابعة:

الشبكات الاجتماعية وأثرها على العلاقات الاجتماعية لدى الطلبة-الفايسبوك والتويتر نموذجا-، مفيدة بوسحلة، نبيل طهوري، جامعة تبسة، المجالات الاجتماعية التقليدية وإنتاج الهوية الفردية والجماعية في المجتمع الجزائري، قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، جامعة قاصدي مرباح.¹

1. ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأسباب التي تدفع الطلبة إلى الاشتراك في موقعي الفاييسبوك وتويتر والتعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع، والكشف عن الآثار الإيجابية والسلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع لديهم. ومن أجل تحقيق هذه الأهداف اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المعتمد على التحليل واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات حيث تم تطبيق البحث بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تبسة على عينة مكونة من (75) طالب تم اختيارهم بطريقة عشوائية قصدية.

2. التساؤل الرئيسي:

ما هو واقع استخدام موقعي الفاييسبوك وتويتر لدى طلبة طور الماستر بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تبسة؟ وما هي مختلف تأثيراتهم على العلاقات الاجتماعية بينهم؟

الأسئلة الفرعية:

- ما الأسباب التي تدفع طلبة طور الماستر بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تبسة إلى الاشتراك في موقعي الفاييسبوك وتويتر؟
- ما طبيعة العلاقات الاجتماعية بينهم عبر موقعي الفيس بوك وتويتر ؟
- ما الآثار الإيجابية الناتجة عن استخدام طلبة طور الماستر بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تبسة لموقعي الفاييسبوك وتويتر؟
- ما الآثار السلبية الناتجة عن استخدام طلبة طور الماستر بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تبسة لموقعي الفاييسبوك وتويتر؟

3. منهج الدراسة:

اعتمد الباحثان في دراستهما على المنهج الوصفي المعتمد على التحليل باعتباره أكثر مناهج البحث العلمي ملائمة للواقع الاجتماعي وخصائصه وهو الخطوة نحو تحقيق الفهم الصحيح لهذا الواقع.

4. أدوات الدراسة:

¹ مفيدة بوسحلة، نبيل طهوري، الشبكات الاجتماعية وأثرها على العلاقات الاجتماعية لدى الطلبة-الفايسبوك والتويتر نموذجا-، جامعة تبسة، المجالات الاجتماعية التقليدية وإنتاج الهوية الفردية والجماعية في المجتمع الجزائري، قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، جامعة قاصدي مرباح.

لتحقيق أهداف الدراسة وجمع البيانات اللازمة لها، اعتمد الباحثان في دراستهما على استبيان الإستمارة كأداة لجمع البيانات وتضمنت الاستمارة عددا من الأسئلة المغلقة تعالج خمسة محاور أساسية كما يلي:

المحور الأول: تناول البيانات الأولية المتعلقة بأفراد عينة الدراسة.

المحور الثاني: تناول الأسباب التي تدفع طلبة طور الماستر بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تبسة إلى الاشتراك في موقعي الفيسبوك وتويتر.

المحور الثالث: طبيعة العلاقات الاجتماعية بين طلبة طور الماستر بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تبسة عبر موقعي الفيسبوك وتويتر.

المحور الرابع: الآثار الإيجابية الناتجة عن استخدام طلبة طور الماستر بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تبسة لهذين الموقعين.

المحور الخامس: الآثار السلبية الناتجة عن استخدام طلبة طور الماستر بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تبسة لهذين الموقعين.

5. مجتمع الدراسة:

تم تطبيق البحث بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة تبسة على طلبة الماستر وبعد تحديد المجتمع الأصلي للدراسة، تأتي مرحلة تحديد العينة التي ستجرى عليها الدراسة الميدانية، والتي يجب أن تكون ممثلة لمجتمعها الأصلي مع تحديد نوعها، وحجمها بطريقة متناسبة مع طبيعة موضوع الدراسة، لكي نصل إلى نتائج موضوعية يمكن تعميمها فيما بعد على مجتمع الدراسة. أما عن نوع العينة التي اختيرت لتمثيل مجتمع الدراسة فهي طبقية عرضية وشملت 10 % من المجتمع الأصلي للدراسة بمعدل 76 طالب.

6. نتائج الدراسة:

- بينت نتائج الدراسة أن موقعي الفيسبوك وتويتر فرصة مناسبة للتعبير عن الآراء والتوجهات الفكرية التي لا يمكن التعبير عنها بصراحة في المجتمع.
- لا يستخدم المبحوثين موقعي الفيسبوك وتويتر للتواصل مع القطاعات الخدمية.
- لم يكن الافتقاد إلى الأصدقاء والشعور بالوحدة سببا قويا لاشتراك المستجوبين.
- أظهرت نتائج الدراسة أن استخدام موقعي الفيسبوك والتويتر كان له أثر سلبي على أغلب المستجوبين من ناحية شكوى وتذمر أسرهم من هذا الاستخدام.

7. مجال الاستفادة من الدراسة:

ساهمت دراسة الباحثين "مفيدة بوسيلة" و"تبيل طهوري"، في تمكيننا من معرفة أقوى الأسباب التي تدفع الطلبة لاستخدام الفيسبوك وتويتر ومنها سهولة التعبير عن آرائهم واتجاهاتهم الفكرية التي لا يستطيعون التعبير عنها صراحة في المجتمع وأشارت النتائج كذلك أن الطلبة استفادوا من هذين

الموقعين في تعزيز صداقاتهم القديمة والبحث عن صداقات جديدة والتواصل مع أقاربهم البعيدين مكانيا. كما تبين أيضا أن لاستخدام الفيسبوك وتويتر العديد من الآثار الإيجابية أهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي فيما جاء قلة التفاعل الأسري أحد أهم الآثار السلبية ومن حيث مجال التشابه والاختلاف بين الدراستين فنشير إلى أن دراسة الباحثين "مفيدة بوسحلة" و"نبيل طهوري" تتقاطع مع الدراسة الحالية في نوع المنهج الوصفي المستعمل لتحليل وتفسير مميزات الظاهرة وكشف سماتها في الوقت الذي تختلفان في نوع العينة المختارة وهي العينة الطبقية العرضية التي تتماشى وفق طبيعة الدراسة وأهداف البحث الميداني بالنسبة لدراسة الباحثين، أما الدراسة الحالية فتعتمد على العينة المتعددة المراحل لتمثيل مجتمع الدراسة وبالنسبة لأدوات الدراسة فقد استعمل الباحثين "مفيدة بوسحلة" و"نبيل طهوري" أداة استبيان الاستمارة الموزع على الطلبة المعنيين بالدراسة، أما بالنسبة للدراسة الحالية على أداة تحليل المحتوى في شق الدراسة التحليلي وكذا أداة استبيان الاستمارة الإلكترونية الموجهة للمنضوين بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" كذا على أداة المقابلة النصف مقننة الموجهة للقائم بالاتصال على الصفحة . لتكون هذه الدراسة السابقة ذات فائدة علمية وإضافة قيمة للبحث العلمي من خلال ما تم تناوله بالشرح والتفصيل.

الدراسة الخامسة:

منتديات الحوار الإلكترونية الجزائرية، دراسة تحليلية ميدانية - منتديات الجلفة أنموذجا -، وداد سميشي، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: صحافة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 03، 2015.¹

1. ملخص الدراسة:

تندرج الدراسة ضمن البحوث التي تعنى بتحليل الظاهر الاتصالية الإلكترونية والتقرب من الفاعلين فيها بشكل معمق، إذ تسعى الدراسة للتعرف على الخدمات التي تقدمها المنتديات الإلكترونية الجزائرية لجمهورها ونوع هذه الخدمات، وكذا الكشف عن أهم الخصائص الشكلية والموضوعاتية التي تنطوي عليها هذه المواقع ومدى تماشيها مع المعايير التقنية من جهة وقيم المجتمع وعاداته من جهة أخرى، بالإضافة إلى معرفة سماته وحاجاته وأذواقه وسبب ارتباطه بهته الأخيرة وفي حال وجود نقائص ملاحظة كيف يمكن تخطيها وأمكانيتها في اشباع حاجاته المختلفة. وكذا الوقوف على وجهة نظر القائم بالاتصال فيها ودوره نحوها.

¹ وداد سميشي، **منتديات الحوار الإلكترونية الجزائرية، دراسة تحليلية ميدانية - منتديات الجلفة أنموذجا -**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: صحافة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 03، 2015.

2. التساؤل الرئيسي:

ما مميزات منتديات الحوار الإلكترونية الجزائرية وخصائص الفاعلين فيها (جمهور وقائم بالإتصال)؟
الأسئلة الفرعية:

- ما استخدامات الجمهور لمنتديات الحوار الإلكترونية الجزائرية وما الإشباعات المتحققة منها؟
- ما شكل منتديات الجلفة الجزئية ومضمونها؟
- ما قواعد التسيير التي يعتمد عليها القائم بالإتصال في منتديات الجلفة؟ وما هي الأهداف التي يصبو لتحقيقها؟

3. منهج الدراسة:

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي بالتحديد منهج المسح بالعينة، القائم على وصف ظاهرة منتديات الحوار الإلكترونية بكامل عناصرها من ناحية وتجاوز هذا الوصف من ناحية أخرى للوصول إلى دراستها رقمياً وكمياً.

4. أدوات الدراسة:

- **الملاحظة بالمشاركة:** اعتمدت الباحثة على أداة الملاحظة بالمشاركة للتعرف أكثر إلى جمهور منتديات الحوار الإلكترونية الجزائرية وهي ستة منتديات المصنفة كأكثر المنتديات التي يقبل عليها الجزائريون وعلى طريقة تفاعلهم عبر المواقع، من خلال خطوات متبعة كالإنضمام للموقع والتفاعل نحو مضامينه وتدوين ما تم ملاحظته.
- **المقابلة المقننة:** استخدمتها الباحثة من خلال إعداد وتحديد جملة من الأسئلة الخاصة مسبقاً والتي لها علاقة مباشرة بأهداف البحث إذ استعانت بالبريد الإلكتروني، لتمريره لعينة الدراسة.
- **استمارة الجمهور:** اعتمدت الباحثة على ما يسمى استبيان الإلكتروني للتقرب من جمهور منتديات الحوار الإلكترونية الجزائرية وفق خطوات منهجية متبعة كالصياغة الملائمة وتجريبها ثم تعديلها وتوزيعها.
- **تحليل المضمون:** حللت الباحثة مضمون منتديات الجلفة -موقع إلكتروني- من حيث جمع المعلومات وقواعد النشر وعرض أشكال التسيير وسبل الاستخدام والإسترجاع من قبل المستخدمين بالإضافة إلى سبل التخزين أو التسجيل والتحميل وغيرها وفقاً لوحدة التحليل كوحدة الفقرة وكذا فئات الشكل وفئات المضمون المختارة من قبل الباحثة .

5. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في منتديات الحوار الإلكترونية الجزائرية التي تم تصنيفها في دراسة أجريت في جانفي 2012 والمكونة من ستة منتديات تم من خلالها اختيار عينة تمثيلية لمجتمع البحث من أجل دراسة خصائصها شكلاً ومضموناً وكذا القائمين بالاتصال فيها وخصائص جمهور كل المنتديات

الجزائرية المصنفة : Algérie-dz.com ،Ennaharonline.com، Djelfa.info Echoroukonline.com ،Forum-algérie.com ،Forumed.sante-dz.org

وفقا لهذا ففي الدراسة التحليلية تم التوجه قصديا لمنتديات الجلفة ومحتواها لأخذ عينة التحليل والسبب الرئيس هو أن هذا الموقع يحتل المرتبة الأولى من بين كل المنتديات الإلكترونية الجزائرية من حيث اقبال الجُمُور الجزائري عليه وهو ما يبرز أهميته للتعرف على خصائصه الشكلية والموضوعاتية، أما للموضوعات والرسائل التي حثلتها الباحثة فتم الإعتماد على العينة الدائرية المنتظمة من 2014/01/04 إلى 2014/07/11.

وبالدراسة الميدانية المتعلقة بالجمهور فقد اعتمدت الباحثة على العينة المتاحة أو العرضية التي تؤخذ من الأفراد الموجودين في المجتمع دون تحديد أو ترتيب عشوائي وقد استخدمتها الباحثة لاتساع جمهور منتديات الحوار الإلكترونية الجزائرية وتشتتهم وصعوبة الوصول إليهم. بالاضافة إلى دراستها للقائم بالاتصال على الموقع.

6. نتائج الدراسة:

- إن الجمهور يستخدم منتديات الحوار الإلكترونية الجزائرية بصفة غير دائمة ويخضع استخدامه لهذه المواقع لأنماط متعددة أهمها: الإقبال في المساء والليل، جمهور نفعي يفضل اللغة العربية، والموضوعات العلمية لدوافع معرفية.
- تتميز منتديات الجلفة باستخدام أنماط الحروف العادية غير المسطرة والألوان الغالب عليها الأزرق، المدرج للصور اللافتة للجمهور مع محتويات تتميز بالتنوع والشمولية لولايات الوطن.
- اعتمد القائم بالاتصال في منتديات الجلفة على أساليب محددة لتسيير الموقع خاصة منها محاولة خلق التفاعل بين الإدارة والأعضاء وبين الأعضاء فيما بينهم، عبر البريد الإلكتروني والرسائل الخاصة.

7. مجال الاستفادة من الدراسة:

ساعدت دراسة "وداد سميشي"، في تعزيز الجانب المنهجي للدراسة الحالية من حيث منحها تسهيلات لتوظيف المنهج وكذا أدوات الدراسة باعتبارها نقطة تشارك بين الدراستين وهذا يرجع لكونها يتناولان نفس المجال الرقمي وكذا المجتمع من حيث عاداته وأنماطه وأن اختلف محتوى كل منهما وهذا راجع لطبيعة وخصائص كل دراسة.

فمن حيث أوجه الشبه نجد كلا الدراستين تتناولان استخدامات واشباكات المحتوى الرقمي للمنضوين بالموقع، وعلى نحو متسق توظف كلا الدراستين كل من أداة استبيان المقابلة واستبيان استمارة الجمهور وكذا الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون لتقدم للدراسة لمحة وقراءة مسبقة للاستفادة من إجابيات التوظيف وكذا تجاوز النقائص التي يمكن الوقوع فيها، بالإضافة إلى طرق توظيف كل من أداتي الملاحظة بالمشاركة وكذا تحليل المضمون وكيفية السير وفق خطوات منهجية.

ومن نقاط الاختلاف نسجل تناول الدراسة السابقة للمحتوى والاشباعات المحققة منه بغض النظر عن نوع محدد أو مجال محدد في حين الدراسة الحالية تبحث في زاوية محددة وهي دوافع استخدام مواد التربية الإعلامية والاشباعات المحققة منها، بالإضافة إلى اعتماد الدراسة السابقة على منتديات الحوار الإلكترونية لأكثر من موقع وما جابها من صعاب في قبول مشرفي المنتديات إجراء دراسة حولها، في حين الدراسة الحالية اعتمدت على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر موقع الفيسبوك وتعمقت في تناول محتوى الصفحة شكلا ومضمونا. لتكن بذلك هته دراسة "وداد سميثي" قد قدمت للدراسة الحالية دفعة جديدة من حيث تناول المحتوى الرقمي من ناحية علمية منهجية.

3.2- الدراسات الغربية:

الدراسة الأولى:

Réseaux Sociaux numériques: essai de catégorisation et cartographie des controverses, Nisrine Zammar, Thèse soutenue le (6 janvier 2012), HAL Id: Submitted on 16 Apr 2012.^{1c}

1. ملخص الدراسة:

في هذا البحث لم يكن الهدف مراقبة وقياس الاستخدامات من طرف (المستخدمين في الموقف، تحليل البيانات المتبادلة بين الأعضاء أو نوع المعلومات التي يتم نشرها أو غير ذلك) ولكن لرسم الاختلافات التي تنشأ من حجم استخدام الشبكات الاجتماعية الرقمية ورصدها في شكل خرائط جغرافية، الهدف منها أن تكون هذه الخرائط قادرة على تصنيف الاختلافات وفهم الأبعاد المتعددة والعلاقات المتبادلة ضمنها وحصر البيانات على شبكة الإنترنت وبناء الشخصيات ورسم الخرائط كأدوات توليف.

2. التساؤل الرئيسي:

هل نحن قادرون على بناء الأدوات أو الخرائط الجغرافية التي يمكن أن تحدد في أسرع وقت ممكن المواقف المختلفة للجدل؟

الأسئلة الفرعية:

¹ Nisrine Zammar, **Réseaux Sociaux numériques : essai de catégorisation et cartographie des controverses**, Thèse soutenue le (6 janvier 2012), HAL Id: tel-00687906, <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00687906>, Submitted on 16 Apr 2012.

- هل من الممكن القيام بعملية التصنيفات للشبكات الاجتماعية الرقمية عبر تصميم خرائط جغرافية؟
- إذا كان الأمر كذلك كيف سيتم؟
- هل يمكننا إعطاء الأولوية للفئات المستخدمة للشبكات الاجتماعية الرقمية في التصنيف الجغرافي (استخدام مهني- اجتماعي...) ؟ إذا كان الأمر كذلك ، كيف؟

فرضيات الدراسة:

- التطور الدائم للشبكات الاجتماعية الرقمية (نشأتها، عدم تجانسها تنوعها والتعدد وشخصيتها الجماعية) كلها ميزات مكونة من Web 2.0.
- بناءً على بنية تحتية مفتوحة وغير متجانسة أصبحت الشبكات الاجتماعية الرقمية ما هي عليه اليوم.

3. منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال تحديد وتصنيف لمختلف أنواع وفئات الشبكات الاجتماعية الرقمية، بالإضافة إلى القيام بتدوين مختلف الفروقات التي تمت ملاحظتها أثناء عملية رسم الخرائط المتعلقة بالشبكات الاجتماعية الرقمية، وفق معيار التسلسل الزمني عن طريق عرض الخرائط وفق التطور الزمني للشبكات الاجتماعية وعلى النحو المفصل قدر الإمكان. لتحديد الشبكات الاجتماعية الرقمية المتعددة، تصميمها، ميزاتها... إلخ. وهكذا تم إنشاء قائمة أولى طويلة جدا وغير متجانسة، مما ساعد في وقت لاحق الباحثة على تحديد تصنيف وفئات هذه الشبكات. بالإضافة إلى ذلك قامت الباحثة بتطوير "شبكات الوصف" لجمع البيانات سواء كانت متطابقة أو مختلفة بين الشبكات المختلفة التي تم فحصها وتشمل أوراق الوصف بعض المعايير بعضها مشترك بين جميع الشبكات الموصوفة، مثلا: التعبئة، البيانات الشخصية، الجدار يرسل رسائل... إلخ.

4. أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج تحليل المحتوى كونه يسمح للمستندات المكتوبة أو الصور ومقاطع الفيديو بالتواجد عدديًا للحصول على هوية مناسبة، فالكلام هو أداة للتعبير تسعى من خلالها للوصول إلى الآخرين من خلال التواصل مع جمهور الاستماع، لتطمح في النهاية إلى الاعتراف بالآخرين في الفضاء الخطابي المشترك. لذا كان العمل على تكييف المنهج الذي يتكون من (الملاحظة، الجمع / التحديد، الاختيار والمعالجة). بالإضافة إلى تحديد وقت ومكان الخلاف (مبدأ تجميع صفحات الويب والمواقع الويب (الفرنسية والإنجليزية)، الموقع المواضيعي الذي يمكن وصفه وتحليله وتوثيقه وأرشفته.

5. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في الشبكات الاجتماعية الرقمية من خلال مقارنة جغرافية برسم وتصميم خرائط على أساس انتشار واستخدام هذه الشبكات في كل أنحاء العالم راصدة الباحثة لها من موقع قوئل وفق معيار التسلسل الزمني والتطور التاريخي (2009 إلى غاية 2011) لمختلف الشبكات الاجتماعية الرقمية، موزعة على خارطة العالم وتمثلت في (Facebook, Twitter, Linkedln, MySpace, Badoo, Odnoklassniki, V Kontakte, Tuenti, LiveJournal, Cloob, Drauglem, Hi5, Hyves, Iwiw, Maktoob, Mixi, Nasza.Klasa, Orkut, QQ...) وغيرها من المواقع في بلدان كاستراليا، كندا، فرنسا، ألمانيا، إيطاليا روسيا، اسبانيا، بريطانيا، وم.أ... وغيرها من بلدان العالم) التي تستعمل الشبكات الاجتماعية الرقمية. بهذا تكون العينة الممثلة لمجتمع الدراسة والتي اعتمدتها الباحثة هي العينة القصدية حتى تستطيع رصد الخرائط الممثلة لاستخدام بلدان العالم لمختلف الشبكات الاجتماعية الرقمية. بإضافة ممارسة متعلقة بترتيب الشبكات -المخططات أو الرسوم البيانية -، تقدم بانتظام على شبكة الإنترنت والتي تتكون في القياس عن طريق جلسة الاستماع. إذ تتلقى استبيانا تصوت عليه على الشبكة التي تستخدمها أكثر من غيرها كم مرة، كما تم تصميم أنظمة التصويت هذه لتصنيف الشبكات وفقاً لنظامها الشعبي وتأثيرها المشكوك فيه للغاية خاصة فيما يتعلق بصحة Viadeo والأرقام المتعلقة به.

6. نتائج الدراسة:

- المستخدمين يستتبون من قبل بعضهم البعض حرية التعبير لوجود مساحة مشتركة بينهم للتعبير فيها عن أنفسهم وإفساح المجال أمام مخاوفهم، أفكارهم، انتقاداتهم ودعمهم لبعضهم... إلخ؛ دفع هذا إلى اختبار محتوى جديد مغاير عن المجال الاجتماعي المعمول به عادة.
- عدم التجانس المتزايد من الممارسين وأنواع الشبكات التي تنتسج تدريجيا أدخلت أشكال جديدة من التواصل الاجتماعي.
- اتخذ رسامو الخرائط خطوة اندفاعية بتقديم البلدان الرئيسية فقط في استخداماتها الاجتماعية للشبكات الاجتماعية الرقمية.
- تحديد خمس فئات من المستخدمين للحساب: الذين ينشرون الصور والذين ينشرون مقاطع الفيديو والذين لديهم ملف شخصي عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمدونين والمدونين الصغار.
- يتم تمثيل هذه الأنشطة برمز ولون حول حلقة تسمح لكليهما لتصور أهمية كل نشاط ومقارنتها مع بعضها البعض.

- وجود مجموعة واسعة من الأنشطة الاجتماعية للشبكة وأهمية المدونات الصغيرة. وأن هذه الأخيرة لا تقل أهمية عن كونها النشاط الاجتماعي المهيمن على الويب ... في 2009.
- يقدم العالم الافتراضي الخدمة المهيمنة حسب البلد باستخدام الألوان المسطحة ولكن بطريقة ما يختلف عن السابق.
- تطبيق قوي جدا للفايسبوك في أوروبا الغربية وبالقارة الأمريكية وكذلك في أستراليا.
- مقارنة بخريطة ديسمبر 2009 اكتسب Facebook موقعاً ثابتاً، حيث أصبح يغطي الأغلبية من الدول فهو متواجد في 131 دولة مقابل 111 دولة في ديسمبر 2009.
- على شبكة الإنترنت رسم خرائط يُظهر ديناميكيات الشبكات منذ جوان 2009 حتى جوان 2011 (كل 6 أشهر) حسب البلد.
- أهم 3 شبكات اجتماعية (جوان 2010): Facebook, Twitter, My Space.
- أهم 3 شبكات اجتماعية (جوان 2011): Facebook, Twitter, Lnikedin.
- التوصل إلى أن "تويتر" قد ارتفع بشكل كبير، خاصة في فرنسا ألمانيا والولايات المتحدة، بالإضافة إلى ذلك، النمو البطيء والمطرّد لـ LinkedIn.
- تم وضع علامة على البيانات الجديدة منذ ديسمبر 2011.
- يستمر Facebook في الانتشار في جميع أنحاء العالم حوالي 600 مليون مستخدم. منذ جوان 2010، فاكسب Facebook موقعاً مهم لشبكات التواصل الاجتماعي الوطنية وخاصة في أوروبا. بالخصوص من Iwiw بالمجر، من Nasza-Klasa ببولندا، من Hi5 بمنغوليا أوركت: باراجواي والهند، Orkut لا يزال الأول في البرازيل، باليابان مازالت Mixi الشبكة الأكثر استخداماً، في أرمينيا، جورجيا، هولندا لا يزال الوضع غامضاً منذ موقع Alexa.com.
- نجد أن أهم الميزات المشتركة للشبكات الاجتماعية الرقمية هي ملفات التعريف وقوائم الأصدقاء.
- وظيفة "تعليقات" مهمة جداً، فهي الميزة التي تسمح لأعضاء الموقع بإرسال التعليقات.
- تصنيف الفئات الفاعلة على النحو التالي: الجهات الأكاديمية، الشركات، المواطنون، الجهات الفاعلة العامة، الجهات الفاعلة السياسية.

7. مجال الاستفادة من الدراسة:

تعتبر دراسة الباحثة "Nasrine Zammar" "نسرين زمار" المعنونة بـ « الشبكات الاجتماعية الرقمية: اختبار التصنيف ورسم الخرائط»، بمثابة إضافة جديدة على مستوى الدراسة الحالية خاصة في شقها التحليلي الذي سنحت لنا من خلاله أن نقف على التطور التاريخي للشبكات الاجتماعية والاستفادة من التحليلات التي قدمتها بخصوص توزيع أهم الشبكات على مستوى العالم من 2009 وإلى غاية

2011 استنادا إلى خرائط جغرافية قامت بتجميعها من مصادرها الرسمية والتي تتضمن استخدام الشبكات الاجتماعية وانتشارها وفقا للدول المتقدمة عبر العالم، وأهم ما استفيد من هذه الدراسة هو كشفها عن ترتيب هذه الشبكات وتموقعها حسب البلد الذي أظهر تأثير خصائص أفراد المجتمع وحاجاتهم نحوها، ما دل على غاية وحاجة وليس اندفاع فقط نحو الوسيلة الرقمية. وفيما يتعلق بالإضافة التي قدمتها الشبكات الاجتماعية للمستخدمين جاء أهمها منح متسع من الحرية للتعبير عن الآراء والأفكار وكذا تدعيمها بالإختيارات سواء عن طريق تسجيل صوتي أو فيديو أو صورة أو نص حسب الموضوع والتي تحتاج من المستخدم دراية بها. هذه النتيجة تخدم الدراسة الحالية في أن تؤكد تعزيز البحث في منافذ تجسيد مهارات التربية الإعلامية انطلاقا من التقنيات المتوفرة على هذه الشبكات ومنها موقع الفيسبوك محل الدراسة الحالية، الذي وحسب الدراسة السابقة احتل المرتبة الأولى من حيث الاستخدام والانتشار. والذي يعتبر وجه شبه من حيث كونه متغير أساسي في الدراسة الحالية، بالإضافة إلى اعتماد كلا الدراستين على المنهج الوصفي التحليلي الذي وظفته دراسة الباحثة في تفصيل وشرح كيفية توزيع الشبكات الاجتماعية على الخرائط كما قامت بتحليل طرق توظيف التقنيات المتوفرة عبرها من قبل المستخدمين كالتعليق على المنشورات والمشاركة بالفيديوهات والصور بين الأصدقاء على صفحات الفيسبوك خاصة والتي وظفتها الدراسة الحالية في أخذ فكرة وخبرة في كيفية التحليل المنهجي من جهة والاستفادة من النتائج المتوصل إليها من خلال الشرح والتعقيب في الجانب التطبيقي للدراسة الحالية، كذلك تتشارك الدراستين في مجتمع الدراسة المختار لانتقاء مفردات العينة والمتمثل في الأفراد المستخدمين للشبكات الاجتماعية. وبالنسبة لنقاط الاختلاف بين الدراستين نشير إلى أن الدراسة الحالية وظفت الجانب الميداني، لما تستدعيه الحاجة البحثية المرتبطة بطبيعة الإشكالية والتساؤلات المطروحة التي تتطلب البحث عن إجابات للأسئلة ميدانيا، إذ اعتمدت على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك حول التربية الإعلامية في الوقت الذي اكتفت فيه الدراسة السابقة بالجانب التحليلي كونها بحثت في رسم الخرائط للشبكات الاجتماعية عبر العالم وطريقة توزيعها والمتحكم فيها، مثلتها في ذلك العينة القصدية المستهدفة للبلدان المتقدمة المعنية باستعمال الشبكات الاجتماعية وحجم استخدامها التي تُرجمت بألوان ورموز على الخرائط الجغرافية في دراسة الباحثة "نسرين زمار". وبالنسبة للدراسة الحالية وفي شقها الميداني لاستخراج مفردات الدراسة اعتمدنا على العينة المتعددة المراحل، أولها العينة الالكترونية التي يتم توظيفها وفق ما تستدعيه طبيعة الإشكالية وأهداف الدراسة التي تبحث في سبل تفعيل التربية الإعلامية لتوجيه الاستعمال والتفاعل الواعي نحو المضامين الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية بالفضاء الرقمي، لتشكل العينة الالكترونية الدعامة الأولى للوصول للعينة الفعلية الممثلة لمجتمع الدراسة والتي تحيلنا على الخطوة الثانية في استخراج مفردات عينة الدراسة التي وظفنا لضبطها العينة العشوائية البسيطة كعينة ممثلة تمنح المنضوين بالصفحة عبر موقع الفيسبوك فرص متساوية للظهور. ليتم بعدها توزيع

استبيان الاستمارة الالكترونية عليهم، للتمكن من معرفة طبيعة الاستخدام وكيفية توظيف المعلومات التي تحصلوا عليها جراء متابعتهم للمضامين الإعلامية عن التربية الإعلامية بالصفحة ومستوى تحسن التعامل الواعي مع وسائل الإعلام. انطلاقاً من منشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك. ولإثراء الشق الميداني وجعله أكثر موضوعية ومصداقية يتم توظيف أداة استبيان المقابلة النصف مقننة الموجهة لسير الصفحة وكذا استبيان استمارة لعينة الخبراء من الأكاديميون الإعلاميون والتربويون المنتقون على أساس طبيعة التخصص الذي له علاقة مباشرة بموضوع الدراسة، فبذلك فهم لهم نظرة ومعرفة بمجال التكنولوجيا الجديدة والوسائط الرقمية ويكتسبون خلفية مفاهيمية عن سيرورة العملية الاتصالية التي يثرون بها الدراسة الحالية من خلال ربطهم بمضامين منشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" لإبداء آرائهم حول سبل تفعيل التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية وخاصة عبر الفيسبوك وفيما يتعلق بشق الدراسة التحليلي تتم الاستعانة بالعينة الزمكانية لتحليل المضامين الواردة عبر المنشورات وطبيعتها وتوضيح كيفية متابعة وتفاعل المنضويين بها مع هذه المضامين الإعلامية بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور"، وعليه نخلص إلى نقطة مهمة وهي القيمة العلمية التي دعمت بها الدراسة السابقة منطلقاتنا الفكرية في مجال الشبكات الاجتماعية وإعطاء صورة تقريبية لها من خلال الخرائط التي عملت على تجميعها والتعقيب عليها من طرف الباحثة "تسرين زمار". التي لها أهمية في دعم الحاجة لوجود تربية إعلامية تعمل على توجيهه وإرشاد هذا الاستخدام من قبل الشباب نظير الاستخدام الواسع لهذه الشبكات وعلى رأسها الفيسبوك خاصة من منطلق ما توصلت إليه الباحثة من تقسيم فئات المستخدمين الى فئات البحث العلمي والمهنيين وفئات المتصفحين العاديين ما ينم عنه وجود مهارات يستعين بها هؤلاء المستخدمين كل في مجاله وحسب احتياجاته من هذه الشبكات حتى يحسن التعامل معها ويستفيد منها.

الدراسة الثانية:

Le rôle des réseaux sociaux et des TIC dans les révolutions, Younès BOUGHZALA, Docteur – Chercheur associé – Consultant, IAE Savoie Mont-Blanc - Le Sphinx Développement. Inès BOUZID, Docteur – Chercheur associé, M-Lab, Université Paris-Dauphine, Jean MOSCAROLA, Professeur, IREG – IAE Savoie Mont-Blanc – Université de Savoie¹

1. ملخص الدراسة:

¹ Younès BOUGHZALA, Docteur – Chercheur associé – Consultant, IAE Savoie Mont-Blanc - Le Sphinx Développement. Inès BOUZID, Docteur – Chercheur associé, M-Lab, Université Paris-Dauphine, Jean MOSCAROLA, Professeur, IREG – IAE Savoie Mont-Blanc – Université de Savoie **Le rôle des réseaux sociaux et des TIC dans les révolutions arabes : les résultats d'une enquête**, 2011.

يتفق جميع المراقبين على أن النجاح السريع للانتفاضة الشعبية في دول جنوب البحر الأبيض المتوسط لم يكن ممكناً دون تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) والشبكات الاجتماعية، فقد أتاحت وسائل الاتصال الجديدة لهؤلاء الناس مساحة جديدة من التنظيم الذاتي لقيادة ثوراتهم، بناءً عليه سعت الدراسة إلى إجراء مسح كجزء من مشروع بحث معمق حول بلدان البحر الأبيض المتوسط؛ بحيث قامت الخطوة الأولى على معرفة درجة إشراك مختلف الجهات الفاعلة وفقاً للمستجوبين في عينة الدراسة والخطوة الثانية الوقوف على تصورات المبحوثين فيما يتعلق باستخدام وسائط التواصل خلال الربيع العربي.

2. التساؤل الرئيسي:

ما هو أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والويب 2.0؟

الأسئلة الفرعية:

- ما هو الويب 2.0 والشبكات الاجتماعية؟
- من هم الفاعلون في ثورة الربيع العربي؟
- ما فائدة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والويب 2.0؟

3. منهج الدراسة:

وظف في هذه الدراسة المنهج الوصفي، الذي يساعد على تحليل البيانات المجمعة من عينة الدراسة.

4. أداة الدراسة:

تمثلت أداة الدراسة في استبيان الاستمارة بغرض معرفة رأي المبحوثين. وفي النهاية أجاب 826 شخصاً على الاستبيان. بحيث تمثل المحور الأول في معرفة درجة إشراك مختلف الجهات الفاعلة حسب رأي المبحوثين من عينة الدراسة بشواطئ البحر المتوسط. والمحور الثاني يتعلق بمدى استخدام وسائط التواصل خلال الربيع العربي وما هي وسائل الإعلام والتقنيات التي ساهمت أكثر في هذه الثورات، تم إطلاق الدراسة الاستقصائية في 4 أبريل 2011، بأربع لغات (الإنجليزية، العربية، الإسبانية والفرنسية)، عبر الشبكة (رسائل البريد الإلكتروني، Twitter، Facebook، Viadeo...) بشكل مختلف في دول حول البحر المتوسط (الجزائر، المغرب، تونس، فرنسا، إسبانيا...)، جاءت أسئلة الاستمارة (مغلقة ومفتوحة) واستخدام من الصور المعبرة التي تمثل الثورات الجارية (36 صورة قدمت في جدارين) للمستفتين. طريقة جدار الصورة هي الطريقة التي تعمل على تطوير المزيد والمزيد في استطلاعات Quali / Quanti. وتم اختيار هذه الصور بالتراضي من قبل مجموعة من الباحثين، جمعت على شبكة الإنترنت وتمثل أحداث الربيع العربي والأبعاد المختلفة المعترف بها بصفة عامة

(حرية الصحافة وحرية التعبير وحق التصويت وما إلى ذلك) أو غير ذلك بطريقة ضارة بتأسيس الديمقراطية (الفساد، عدم المساواة...). ففي الاستبيان تظهر الصور على حائطين بطريقة عشوائية، تمت دعوة المبحوثين لاختيار ثلاثة صور منها وشرح خياراتهم من أجل توليد المحتوى.

5. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

تم الاعتماد في جمع البيانات من الاستطلاع الذي أجري في جزء من مشروع بحث تأملات البحر المتوسط، على مجموعة من الباحثين من الجامعات الفرنسية والتونسية والذي يهدف إلى دراسة التمثيل الاجتماعي للديمقراطية، على جانبي البحر المتوسط كجزء أول ولتحديد الجهات الفاعلة ووسائل الإعلام المشاركة في هذه الثورات كجزء ثاني؛ بحيث بدأ في أبريل 2011 العمل على إجراء المسح عبر الشبكة في مختلف دول منطقة البحر المتوسط. في النهاية، أجاب 826 شخصاً على الاستبيان 6 أغليتهم التونسيون والفرنسيون (40.2% و 40.8%). أكثر من 54 % من المستطلعين هم من جنوب البحر الأبيض المتوسط (45.4 % من أفراد العينة من شمال البحر الأبيض المتوسط). و répondeants هم من الشباب الذين يبلغ متوسط أعمارهم 32.74 عاماً (متوسط = 30 عاماً). مما منح هذه العينة تمثيلاً معيناً للأشخاص الذين تظاهروا في شوارع هذه البلدان. وبالمثل 55.8 % من النساء. بالنسبة للرجال 87.8 % عاشوا في مدينة متوسطة أو كبيرة و 84.3 % أعلنوا أنفسهم الطبقة الوسطى. وبالنسبة لمستوى تعليم المجيبين فقد كان مرتفع إلى حد ما وأن 96 % لديهم شهادة التعليم العالي (0.5 % فقط لمستوى التعليم الإلزامي و 3.5 % لديهم درجة البكالوريوس).

6. نتائج الدراسة:

لقد أوضحت نتائج الدراسة أن:

- لعب الأفراد دوراً حاسماً في استخدام تقنيات الشبكات الاجتماعية.
- لعبت الشبكات الاجتماعية دوراً أساسياً في هذه الانتفاضات كوسيلة لتعبئة الشباب بشكل خاص.
- تحديد الاختلافات في التصور وفقاً لأراضي إقامتهم (مراقبي الحدث أو الجهات الفاعلة للأحداث).
- على الرغم من أن النتائج تظهر شبه توافق بين المجيبين من كلا الشاطئين فيما يتعلق بالأسباب الرئيسية للربيع العربي، إلا أن تمثيل الأحداث (الصور الرئيسية) ودور وسائل الإعلام في هذه الأحداث واستخدامها لوسائل الإعلام ليست هي نفسها.

- فضل المجبيون من الساحل الجنوبي للبحر المتوسط وسائل الإعلام الجديدة (رسائل البريد الإلكتروني، الإنترنت والشبكات الاجتماعية)، بينما تلك الموجودة على الشاطئ الشمالي (المراقبون) تستخدم وسائل الإعلام التقليدية إلى حد ما، مثل الراديو أو التلفزيون لإبلاغ نفسها عن أحداث الربيع العربي.
 - عدم اعتبار الربيع العربي كثرة رقمية أو كالويب 2.0.
7. مجال الاستفادة من الدراسة:

قامت هذه الدراسة السابقة على إشكالية ثورات الربيع ببلدان المغرب العربي التي اتخذت من الفضاء الرقمي والشبكات الاجتماعية مسرح موازي للأحداث الحاصلة على أرض الواقع، فحسب الدراسة عملت الشبكات الاجتماعية دور هام في تعبئة الجماهير وتوحيد الرؤى على الوجه الذي يخدم هذه الثورات العربية، هذا التفاعل الذي يوحى بوعي وإدراك لأهمية هذه الوسائل وما يمكن أن تحققه من دعم في قضايا الرأي العام، والتي عبر فيها الشباب على قدرتهم في استعمال وتوظيف تقنيات هذه الوسائل على نحو ايجابي يخدم تحقيق غاياته من خلالها، من هذا الطرح جاء اهتمامنا باعتماد هذه الدراسة التي تعتبر كامتداد لتجسيد مهارات التربية الإعلامية والتي تعتبر محور مهم في الدراسة الحالية، لنلتمس أوجه الشبه بينهما في المتغير المعتمد بكلا الدراستين وهو الشبكات الاجتماعية وأبعاده في كل دراسة وكذا المنهج الوصفي المستعمل لشرح وتفسير البيانات المتحصل عليها وإبراز خصائص الظاهرة محل الدراسة وكيفية توظيفه والاستفادة منه في الدراسة الحالية، كذلك التشابه في توظيف نفس الأداة وهي الاستمارة في كلتا الدراستين لاستجواب المبحوثين ومعرفة آرائهم ما يساعدنا على أخذ فكرة عنها وتقادي الأخطاء عند تصميمها بالدراسة الحالية. وبالنسبة لنقاط الاختلاف فتكمن في نوع العينة المختارة وتتمثل في العينة العرضية في الدراسة السابقة في حين استعملت الدراسة الحالية العينة المتعددة المراحل بالإضافة إلى العينة الزمنية لتحليل صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك.

الدراسة الثالثة:

Social media in undergraduate learning: categories and characteristics, Erika E. Smi , International Journal of Educational Technology in Higher Education, universitat Oberta de Catalunya, Universidad de Los Andes, 2017, 14:12, DOI 10.1186/s41239-017-0049-y, <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0> .¹

¹ Erika E. Smi, **Social media in undergraduate learning: categories and characteristics**, International Journal of Educational Technology in Higher Education, universitat Oberta de Catalunya, Universidad de Los Andes, 2017, 14:12, DOI 10.1186/s41239-017-0049-y, <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0> .

وسائل التواصل الاجتماعي في التعليم الجامعي: الفئات والخصائص، إريكا سميث، مستشار تطوير الكلية، مركز التطوير الأكاديمي، جامعة جبل رويال، الغرفة T110G، 4825 Mount Royal Gate، SW، كالجاري، AB T3E 6K6، كندا، مجلة سميث الدولية للتكنولوجيا التعليمية، التعليم العالي DOI 10.1186 / s41239-017-0049-y، 14:12 (2017).

1. ملخص الدراسة:

تبحث هذه الدراسة في الفئات والخصائص التقنية الأساسية لوسائل التواصل الاجتماعي، التي يختار طلاب المرحلة الجامعية استخدامها في التعلم الخاص بهم خارج التعليم الرسمي وبغية معرفة السبب الذي يجعل الطلاب الجامعيين عبر التخصصات، يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي جزء من التعلم الجامعي الخاص بهم، وفي هذا الصدد تم توظيف أداة المقابلة لجمع البيانات (30 مقابلة شبه منظمة) ومسح عبر الإنترنت (N = 679) وتوصلت النتائج النوعية والكمية إلى إثبات وجود العديد من العلاقات السياقية، بما في ذلك العلاقات المهمة كالعلاقة بين الطرق الخاصة (بمعنى تحديد الطلاب وتقنيات الإعلام الاجتماعي المحددة التي يستخدمونها للتعلم الجامعي). بينما لم تتمكن الدراسة من تحديد الاختلافات الناجمة عن الاستخدام العام للطلبة الجامعيين لوسائل الإعلام الاجتماعية وأنّ هناك علاقة كبيرة بين طرق معينة لصنع معنى واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إشارة إلى أهمية معرفة السياق بها.

2. التساؤل الرئيسي:

لماذا وكيف ينظر طلبة الجامعة إلى تقنيات وسائل التواصل الاجتماعي على أنها جزء ذو معنى من التعليم الجامعي؟

3. منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، كما تم استخدام طرق البحث المختلط (MMR)، حيث يتم دمج الأساليب عن قصد من أجل معالجة أفضل لأسئلة البحث باستخدام تصميم MMR الاستكشافي.

4. أدوات الدراسة:

وظفت الباحثة أداة المقابلة شبه المنظمة لجمع البيانات، حول مواضيع وأنماط تصورات الطلاب الجامعيين والاستخدامات المبلغ عنها ذاتياً SMTS في التعليم الجامعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع 30 مبحوث؛ بحيث تم استخدام دليل المقابلة شبه منظمة ومقابلة الملفات الصوتية في وقت لاحق، ثم إجراء التحليل عبر تطبيق برنامج NVivo وكجزء من إخفاء هوية البيانات وقد استخدمت

أسماء مستعارة لحماية هويات جميع المشاركين في المقابلة، تليها المرحلة الثانية لمواصلة التقصي في موضوعات بناء وإدراك المعنى وكذا مواضيع اجتماعية عند استخدام وسائل الإعلام من قبل الطلبة في هذه المرحلة ؛ حيث قامت الباحثة بمسح عبر الإنترنت (N = 679) للطلاب الجامعيين لعدد التخصصات في البحوث المؤسسية بعد الحصول على موافقة مجلس الأخلاقيات (REB). إذ يمكن اختيار الدخول في السحب لإحدى بطاقات هدايا iTunes الأربعة التي تبلغ تكلفتها 25 دولارًا، بمعدل (مجموعة واحدة من المبحوثين للمقابلة مقابل اثنان لمجموعة المسح) وهذا تقديراً لوقتهم. بالإضافة إلى طرق المقارنة المستمرة (على سبيل المثال: مقارنة البيانات في كل مرحلة من مراحل التحليل) وتقنيات الترميز (على سبيل المثال: حادث الحادث، التركيز والترميز المواضيعي) وكتابة الملاحظات عند مقابلة المشاركين. ثم تحليل الردود باستخدام الإجراءات الإحصائية عبر برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) من خلال دراسة شاملة لمرحلة المقابلة لتحليل الأدب البحثي، بما في ذلك تعديل وتحديث مكونات فئات البرامج الاجتماعية لتطوير أداة عالية الجودة، ثم تحليل مسحين تجريبيين قبل المسح النهائي. مسح تجريبي أولي (N = 22، Cronbach، 0.88) مع مشاركين متطوعين بعد مقابلتهم، مع دراسة استقصائية تجريبية ثانية (N = 15 ، ألفا كرونباخ 0.90) لصعوبة إجراء مقابلة مع المتطوعين من الطلاب الجامعيين خارج تحدي النوعية. وقد أظهر المسح النهائي (العدد = 679 ، ألفا كرونباخ 0.92)، كما كانت الأسئلة مصاغة وفق مقياس "ليكارت" وتراوحت درجات التقييم من 1 (أوافق بشدة) إلى 5 (أعارض بشدة). بالاعتماد على التحليل الوصفي للردود المغلقة، ثم تحليل الاستجابات النصية باستخدام النوعية المتوازنة وتقنيات CGT (مثل الترميز والمخاطر المستمرة) للبيانات، بحيث ركز التحليل على أوصاف المشاركين فيما تعلق بالفئات والخصائص، مما يعني صنع وسائل الإعلام الاجتماعية في تعلمهم وكذلك أي اختلافات ملحوظة في العلاقات أو الأنماط.

5. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في طلاب الجامعة بجامعة "ألبارتا" وكانت العينة المختارة على أساس دعم تشبع الطلاب المشاركين، فقد كانت العينة صعبة النوعية هادفة ومتجانسة، تؤثر على 30 من الطلاب الجامعيين بجامعة "ألبارتا"، الذين تتراوح أعمارهم بين 18-25 سنة تمت مقابلة عشرة طلاب من كل من التخصصات التالية، المجموعات: (1) العلوم الاجتماعية والإنسانية ، (2) العلوم الصحية ، (3) العلوم الطبيعية والهندسة. تم توزيع الاستطلاع عبر الإنترنت من خلال قائمة بريد الجامعة. كانت طرق أخذ العينات بيانات المقابلة للمرحلة الأولى وجمع عدد قوي من الردود على المسح للمرحلة الثانية.

6. نتائج الدراسة:

- أظهرت نتائج المقابلات شبه المنظمة والمسح بالعينة العلاقة المهمة بين الطرق الخاصة في التعلم لطلبة جامعة "ألبارتا" التي تم تحديدها وتقنيات وسائل الإعلام الاجتماعية المحددة التي يستخدمونها في التعلم بجامعةهم.
- لم يتم العثور على اختلافات لاستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية العامة.
- تقنيات الوسائط الاجتماعية التي تدرج ضمن تقنيات الويب الناشئة يتم اعتمادها بشكل متزايد في إعدادات التعليم العالي.
- أشار غالبية الطلاب إلى أنهم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بمفردهم في التعلم وتطوير معارفهم ومهاراتهم فيما يتعلق بالمجال الرقمي.
- تعزز مهارات القراءة والكتابة قدراتهم على دمج الجوانب المفيدة لوسائل التواصل الاجتماعي، التي يمكن أن تساعد في تعلمهم مع التخفيف من العيوب التي يمكن أن تعيق ذلك.
- أكد الطلاب الجامعيين أنه يمكن أن تستخدم تقنيات وسائل الإعلام الاجتماعية بشكل أكثر فعالية، لمعرفة ما إذا كانوا أكثر مهارة في تطبيقهم واستخدامهم لها.
- أسباب اختيار الطلبة لاستخدام (أو عدم استخدام) هذه التقنيات في تعلمهم هو معرفة ما يتم توفيره ضمن فئات وخصائص وسائل التواصل الاجتماعي وبالتالي لماذا قد يتم تقييم بعض التقنيات من قبل الطلاب، ما يعطي صورة أكمل للغرض ووظيفة وسائل التواصل الاجتماعي للتعليم الجامعي من منظور الطلاب.

7. مجال الاستفادة من الدراسة:

تعتبر دراسة الباحثة « Erika E. Smi » « إريكا سميث » الموسومة بـ " وسائل التواصل الاجتماعي في التعليم الجامعي: الفئات والخصائص"، من الدراسات التي تهتم بالتقصي في شبكات التواصل الاجتماعي في إطار ما تقدمه من خدمات بفضل التقنيات التي تتوفر عليها لتسهيل تقريب الإدارة الجامعية من الطالب أو من حيث مساعدته على رفع مستواه الأكاديمي والمهني من خلال الانضمام للصفحات العلمية ومجموعات البحث التي تضم ناشطين الكترونيين أكاديميين ومهنيين، ذوو مستوى معرفي يستفاد منه فتختصر عملية البحث عليه وكذا من حيث إمكانية التواصل والتفاعل مع اختصاصيين في المجال حتى يستفيد المستخدمين من الطلبة على النحو الصحيح من خلال ما تقدمه وسائل التواصل الاجتماعي من مضامين سواء كانت نصا، صورة أو فيديو، لتكون الباحثة "إريكا سميث" بهذا الطرح قد خصصت دراستها للبحث في الفئات والخصائص التي تتميز بها الشبكات الاجتماعية من وجهة نظر طلاب جامعة ألبارتا بكل تخصصاتها، ونظرا للنتائج التي توصلت إليها والتي يكمن أهمها في وجود علاقة بين الطلاب ومستواهم العلمي وفقا لحجم استفادتهم

المعرفية مما تقدمه شبكات التواصل الاجتماعي من خدمات بفضل التقنيات التي تتوفر عليها. دفعنا لاعتمادها كدراسة سابقة كون إشكالية الدراسة الحالية تبحث في سبل تمكين الشباب عامة والطلبة خاصة من مهارات التربية الإعلامية وتفعيلها عبر الشبكات الاجتماعية وبالتالي تمكنهم من الوسيلة الإعلامية والتي تشكل محور اهتمام في الدراسة الحالية أيضا وانطلاقا مما سبق ذكره كان اعتمادنا لها كدراسة سابقة، شكله ذاك التقارب في الطرح العلمي بينهما والذي نستشفه في أوجه الشبه التي تتقاطع في نوع المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي الذي يتماشى وخصائص موضوع الدراستين الذي يسعى للتحليل والتفسير لمعرفة الخصائص التي تتميز بها الشبكات الاجتماعية وتفسير دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لها من جامعة "ألبارتا" لها كداعم لتحصيلهم العلمي في نطاق خارج التعليم الرسمي وهي نقطة تشابه أخرى بين الدراستين، فكلتاها تعمل على تبيان مواطن استفادة الطلبة خارج التعليم الرسمي سواء مؤسسات أو جمعيات عبر وسائل متاحة تسعى لتكوين شباب واعي تصقل معارفه عبر توظيفها من خلال الاستعانة بنشاطات نادي " التربية على وسائل الإعلام بتستور" الذي ينقل أعماله عبر صفحته الشخصية بالفيسبوك "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" التي نعمل على شرح وتحليل أوج الاستفادة منها ومدى تمكن المنضوين بها من تكوين خبرة وممارسة فعلية في التعامل الواعي مع المضامين الإعلامية جراء متابعتها، هذا البعد عنيت به الدراسة الحالية من خلال آليات واستراتيجيات تفعيل التربية الإعلامية وكذا تشابه الدراستين في نوع الأداة الموظفة وهي المقابلة النصف مقننة لجمع البيانات من عينة الدراسة التي جاءت هي الأخرى على قدر من التشابه خاصة في فئة الطلبة وهي عينة قصدية تستهدف طلبة جامعة "ألبارتا" بالنسبة للدراسة السابقة والعينة العشوائية البسيطة لاستخراج مفردات الدراسة وهم المنضوون بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" " عبر الفيسبوك بالنسبة للدراسة الحالية، كما ونشير إلى أن هذا الاتفاق لا يعني التطابق بين دراسة "إريكا سميث" والدراسة الحالية فهما تختلفان من حيث كون الدراسة السابقة تناولت محاور الشبكات الاجتماعية من باب أنها وسائل تعليمية في حين تنظر الدراسة الحالية لها من باب كيف يتعامل الطالب مع هذه المعلومات من خلال تفعيل مهارات القراءة والتحليل والنقد والقدرة على المشاركة بمضامين ينتجها هو وليس استقبال ما تتضمنه فقط من محتويات، هذا من جهة ومن جهة أخرى الدراسة السابقة توقفت في مسعاها البحثي عند الشق الميداني وعمدت إلى استجواب المبحوثين ومعرفة دوافع استخدامهم للشبكات الاجتماعية وهل توجد فروقات بين الطلبة في هذا من خلال المقابلة في الوقت الذي تطرقت فيه الدراسة الحالية في البحث على مستويين الميداني والتحليلي تمثل الميداني في إجراء استبيان لاستمارة مع أخصائيين لهم خبرة بمجال الإعلام والاتصال والتربية بالإضافة إلى تصميم أداة استبيان لاستمارة الكترونية تقيس وجهة نظر المستخدمين لصفحة المعنية بالدراسة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور". وتمثل الشق التحليلي من الدراسة الحالية في العينة الزمكانية لـ "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك والتي تمكننا من الإحاطة

بدراسة التقنيات التي يوظفها مستخدموها والكيفية التي يتفاعلون بها مع مسير الصفحة وكذا المنشورات والتي وكما أشرنا تعتبر نقطة لم تعرج عليها الدراسة السابقة بالتحليل وهذا راجع بطبيعة الحال لأهداف وخصوصيات كل دراسة بحثية.

لنخلص في الأخير إلى أن دراسة الباحثة "إريكا سميث" حول الفئات والخصائص التي تعنى بها الشبكات الاجتماعية من زاوية اعتبارها وسائل تعليمية داعمة للطلبة في نطاق التعليم الغير الرسمي، بمثابة إضافة علمية أخرى على قدر من الأهمية استقينا منها عدد النقاط الجوهرية خاصة في نتائج العلاقة بين المستخدمين والشبكات الاجتماعية.

الفصل الثالث

التربية الإعلامية:

- 1-نشأة التربية الإعلامية.
- 2-مسلّمات التربية الإعلامية.
- 3-مهارات التربية الإعلامية.
- 4-أهمية التربية الإعلامية.
- 5-أهداف التربية الإعلامية.
- 6- التربية الإعلامية في ظل النظام التعليمي الرسمي.
- 7- وسائل الإعلام المدرسية.
- 8- دراسات تأثير وسائل الإعلام.

الفصل الثالث

التربية الإعلامية

1- نشأة التربية الإعلامية:

ظهر مفهوم التربية الإعلامية بشكل غير مباشر في أواخر الستينيات من القرن الماضي، وقدر ركز الباحثون والدارسون على الدور التربوي والتعليمي لوسائل الإعلام، لتتنوع بعدها المفاهيم التي أعطيت للتربية الإعلامية، فقد أسهمت عدة معطيات في تشكيل المفهوم، وبلورته بما يتوافق والمعنى الحقيقي الذي يرتبط أساسا باستخدامات وسائل الإعلام وكيفية التعامل معها، وقد كانت لجهود منظمة اليونسكو الدور الأساسي في إرساء قواعد التربية الإعلامية ومبادئها من خلال العديد من المؤتمرات واللقاءات التي كانت تقام في العديد من الدول بوصاية المنظمة وقد كان كتاب التربية Media Education الذي أصدرته المنظمة سنة 1984 من أوائل الإصدارات الإعلامية في هذا المجال، على الرغم من أن هذا المفهوم وبعض من تطبيقاته كانت قد سبقت الكتاب في دول عديدة، مثل إنجلترا، وأستراليا، ودول شمال أوروبا، كما نظمت عدة مؤتمرات وصدرت بيانات عديدة بشأن التربية الإعلامية أهمها إعلان جرنوالد الخاص بالتربية الإعلامية في ألمانيا سنة 1982، وذلك بحضور ممثلي 19 Granwald دولة خلال الندوة العالمية لليونسكو؛ حيث أكد المشاركون على تزايد تأثيرات الإعلام بشكل غير مشكوك فيه.¹

وانطلاقا من التطور التاريخي لمفهوم التربية الإعلامية يمكن القول أن هذا المفهوم يعد حديثا نسبيا مقارنة باستخدام وسائل الإعلام وتطورها عبر العصور ولم يكن دقيقا بل كان واسعا ولم يضبط المبادئ الأساسية التي تقوم عليها التربية الإعلامية، الأمر الذي أدى إلى بروز العديد من الصعوبات المرتبطة بآليات تفعيلها، وجعلها أمرا واقعا ملموسا، ويمكن القول أن عدم اتضاح المبادئ التي تقوم عليها التربية الإعلامية هو الذي أدى إلى بروز العديد من المحاولات التي سعت إلى إعطاء مفهوم للتربية الإعلامية يكون شاملا ودقيقا في الوقت نفسه، فهناك من الباحثين من يرى: أن التربية الإعلامية تعطينا القدرة على اتخاذ القرار بين ما نعتقد وما لا نعتقد، ويمكن أن نمارس التربية الإعلامية من خلال سؤال أنفسنا بهدف الفهم الجيد للإعلام، فحينما تعطينا وسائل الإعلام المعلومات يجب فحصها لمعرفة ما إن كانت تتمتع بمصداقية أم لا، كما يجب أن نكون حذرين بشأن من يرسل الرسالة، وما طبيعة القيم التي تتضمنها الرسالة الموجهة للاستهلاك؟ ولماذا يتم إرسال الرسالة؟ وكيف نراها نحن؟ وكيف يراها الآخرون؟²

ومن بين أهم المعاني التي ركزت عليها التربية الإعلامية هي: الجهود التخطيطية للمؤسسات التربوية والتعليمية الرسمية وغير الرسمية والتي تهدف إلى تمكين الأفراد من وسائل الإعلام ومنتجاتها، وممارسة حقوقهم الاتصالية عليها من خلال تنمية المعارف والمهارات الخاصة باختيار الوسائل، والتحليل الناقد

¹ ليندة ضيف، مرجع سابق، ص 451.

² المرجع نفسه، ص 451.

للسائل، والمشاركة الإبداعية في إنتاج الرموز والمعاني؛ لبناء المواطن الصالح الذي يسهم في نمو المجتمع واستقراره، وثبات النظام الاجتماعية، ودعم المعايير الثقافية والمشاركة الديمقراطية.¹ وهناك معايير تحدد التربية الإعلامية، وهي تنقسم إلى ما يلي:

- المناهج.

- تدريب المعلمين.

- أنشطة التربية الإعلامية ومصادرها.²

وتشمل التربية الإعلامية مجموعة من المجالات تتحدد في الآتي:

- القدرات والعمليات العقلية من خلال المعرفة والفهم والتذكر، والتحليل والتقييم والتركيب؛ لمساعدة المتعلم على فهم البيئة الإعلامية، وتحليل المضامين والحكم عليها.

- المجال الوجداني والمشاعر والاتجاهات والذوق والقيم، وذلك بإثارة فضول المتعلم وجذب انتباهه لهذا الموضوع المهم في حياته، ومساعدته في تكوين الاتجاه الايجابي للتعامل بفاعلية مع الإعلام.

- أما المجال الثالث فيتمثل في المجال السلوكي من خلال الممارسة والإتقان والإبداع، وذلك لمساعدة المتعلم على المشاركة العملية في الإعلام عن طريق الحوار والتعبير عن الذات، وإنتاج المضامين الإعلامية وبثها تجمع بين مجالين أساسيين هما: وإذا ما تمعنا في التربية الإعلامية فإننا نجد أذنيه من أجل التكيف مع المحيط، بينما تركز التربية على تقويم السلوك والمجال الثاني على الإعلام الذي أصبح أحد أهم نظم الحياة؛ إذ لا يمكن تصور أي نظام اجتماعي دون وسائل الإعلام على اختلاف أشكالها؛ حيث يتفاعل أغلب الأفراد مع مضامين هذه الوسائل ويتقنون فيها مهما كانت طبيعتها، الأمر الذي يفرض وضع مبادئ لهذا التفاعل من خلال الاعتماد على التربية كعملية أساسية تقي الفرد من الانعكاسات الخطيرة للإعلام ومحتوياته.³

مسلمات التربية الإعلامية:

طرح إعلان جرنوالد (1982) بألمانيا بشأن التربية الإعلامية، عدداً من مسلمات التربية الإعلامية، هي:

- أن عدداً كثيراً ومتزايداً من الناس يقضون وقتاً كبيراً في مشاهدة التلفاز وقراءة الصحف والمجلات وسماع المذياع وأجهزة التسجيل ويقضي الأطفال أوقاتاً في مشاهدة التلفاز أكثر من تلك التي يقضونها في المدارس.

- لا ينبغي الاستهانة بدور الإعلام كعنصر من عناصر الثقافة وتأثيره في الهوية ودوره في

مشاركة المواطنين بفعالية في المجتمع.

¹ محمد عبد الحميد، التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2012، ص 118.

² فهد عبد الرحمن الشميري، التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام؟، مرجع سابق، ص 49.

³ المرجع نفسه، ص 26.

- التربية الإعلامية تصبح أكثر تأثيراً عندما تتكامل أدوار الآباء والمعلمون والمختصون في الإعلام وصناع القرار، لخلق وعي نقدي أكبر بين الأفراد.
- تقع على عاتق الأسرة والمدرسة مسؤولية تعايش الأفراد مع عالم به صور وانطباعات ذهنية سمعية وبصرية شديدة القوة لوسائل الإعلام وهذا يحتاج إلى شئ من إعادة التقييم لأولويات التعليم ومما يتطلب منهجاً وأسلوباً متكاملاً لتدريس اللغة والاتصالات.
- على الأنظمة التعليمية والسياسية تشجيع المواطنين على الفهم النقدي للمضامين الإعلامية.
- وأكد مؤتمر فيينا (1999) عدداً من مسلمات التربية الإعلامية ومن أهمها:¹
 - التربية الإعلامية تختص بالتعامل مع كل وسائل الإعلام التي يتم تقديمها عن طريق أي نوع من أنواع التقنيات، ليتمكن أفراد المجتمع من فهم وسائل الإعلام واكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين.
 - إن التربية الإعلامية جزء من حق كل مواطن لضمان حرية التعبير والوصول للمعلومات وإرساء قواعد الديمقراطية المستقرة.
- اعتبارات بيان مدريد 9 فيفري: 2005²

ويمكن أن نضيف إلى مسلمات التربية الإعلامية الاعتبارات الآتية التي وردت في بيان مدريد والذي يحمل عنوان "الباهية ذات الرياح الخمسة":

- إن وسائل الاتصال، تعتبر أداة أولية لوقت الفراغ والتسلية وبصيغة أخرى تعد أداة التعلم بالنسبة للأطفال الأسباب فتيات وذكور ومازالت التلفزة تمثل الوسيلة الأكثر تتبعاً بالنسبة للمشاهد الصغير. فلقد أصبحت الطفولة تعيش في حالة عجز سواء أمام وسائل الاتصال التقليدية أم أمام أنظمة الإعلام والاتصال الجديدة التي قامت خلال السنوات الأخيرة بتطوير التقنية الديجيتالية، لقد أصبح الأمر سهلاً بالنسبة للأطفال الولوج إلى مضامين غير مناسبة لهم، طالما هناك انعدام في عرض البرامج الطفولية المشوقة ذات الجودة والتنوع في الأصناف وذات القيم والمبادئ التربوية، كالتى نص عليها مؤتمر حقوق الطفل لسنة 1989 وخاصة البند المتعلق بحق الطفل في النفاذ إلى وسائل الاتصال (بند17) وبند حق حرية التعبير (بند13).
- حدث تقهقر عميق خلال السنوات الأخيرة، في تنمية التربية الإعلامية (مكافة الأمية الإعلامية) بالرغم من الأهمية العظيمة التي تملكها وسائل الإعلام في تحصيل المعرفة والقيم

¹ مؤتمر فيينا (1999)، التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية الرقمية، توصيات موجهة إلى منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو)، فيينا.

² ماجدة لطفي السيد، تقنيات الإعلام التربوي والتعليمي، دار أسامة، ط1، الأردن، 2011، ص270-272.

والعادات والسلوك وكذا تكوين أشخاص أكثر نشاطاً وأكثر نقداً وكفاءة من الناحية الاتصالية وبالتالي أكثر تحرراً.

- إن هذا العجز وانعدام التكوين للذات تم وصفهما من قبل، قد يصبحا أكثر خطراً في هذه المرحلة الحالية (مرحلة الديجيتال والتقارب التقني)، فغياب التربية الملائمة في استعمال وسائل الاتصال وتقنيات الإعلام قد يعرضنا إلى خطر حقيقي قد ينجم عنه خسارة عائلية وبالتالي خسارة اجتماعية، ذلك الذي يسبب الثغرة الرقمية التي اشتكى منها الإعلاميون الأغنياء منهم والفقراء، كما قد يوجد أيضاً خطر التدهور المتزايد في النظام الديمقراطي الذي يخضع في كل مرة إلى التأثير بالمؤسسات الكبيرة وبالتالي خطورة ارتفاع مناورة المواطنين سواء من حيث الجانب السياسي أو من حيث الجانب الاقتصادي.
- ينبغي الوصول بشكل أساسي إلى النموذج الجديد في مجال الاتصال الاجتماعي الذي يضمن مشاركة كل العملاء إدارات، شركات، أخصائيو الإعلام، خبراء، أمهات، آباء وكل المستعملين بصفة عامة في أخذ القرارات العامة.
- إن الطفولة بدورها ينبغي أن تمثل المجموعة المشاركة ذات الدور الأولي الخاص بالتربية داخل مجال الاتصال، ينبغي لكل من الآباء والأمهات والمربين بشكل عام أن يعتمدوا على المساندات التربوية اللازمة التي تمدهم بعدة من أجل تربية الطفولة، هذه المساندات تتمثل في الاستغلال الإيجابي للشاشات الجديدة ووسائل الاتصال وأنظمة الإعلام وبالتالي قد يمكنها إحداث التكوين النقدي للمواطن نفسه.¹

3- مهارات التربية الإعلامية:

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

1.3- مهارة حسن الاختيار:

وتتمثل في:²

- من المتفق عليه أن لا أحد يجبر أحد على متابعة وسيلة إعلامية بعينها، مقروءة أو مسموعة أو مرئية.
- إن المتلقي هو الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية وليست الوسيلة هي التي تستخدم المتلقي.

¹المرجع السابق، ص273.

² مصطفى يوسف كافي، وسائل الإعلام والطفل، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2018، ص51.

- إن المتلقي هو الذي يختار ماذا يقرأ؟ وماذا يسمع؟ وماذا يشاهد؟
- إن الوعي الإعلامي بجوانبه المختلفة وأدبياته المتعددة يبني لدى المتلقي مهارة حسن الاختيار ويساعده على اتخاذ قرار التعرض الانتقائي الناجح للمضمون الإعلامي الذي يناسبه وللوسيلة الإعلامية التي يتابعها ويتأثر بها ويتفاعل معها.

2.3- مهارة التواصل ورجع الصدى:

- رجع الصدى أو التغذية الراجعة هي أحد عناصر عملية الاتصال وهي المعلومات التي تعود من المتلقي إلى المرسل.
- قد يكون رجع الصدى إيجابياً ويشجع المرسل على الاستمرار في تقديم رسائل مشابهة ويقوي ويدعم سلوك المرسل بشكل مطرد. وقد يكون رجع الصدى سلبياً، وهو لا يشجع المرسل على توجيه رسائل مشابهة ويتطلب منه بل ويفرض عليه تعديل شكل أو محتوى الرسائل التالية التي يقوم بإرسالها.
- من هذا المنطلق تأتي أهمية رجع الصدى في عملية الاتصال والدور الكبير المنوط بالمتلقي، لتعزيز الرسالة الإعلامية ودعمها أو كبحها وإيقافها.
- (عبر عن رأيك) هكذا بكل اختصار يكون تجسيد سلوك المتلقي الواعي إعلامياً لكي تجعل القائمين على وسائل الإعلام والمعلنين أيضاً يعرفون مشاعرك حول الرسائل الإعلامية والمضمون والمحتوى الذي يقومون بإنتاجه وتوزيعه وبثه.
- أخبرهم بما ترغبه وما لا ترغبه، شجع من حولك على هذا السلوك ودع الأطفال يقومون أيضاً بذلك.
- تواصل مع ملاك وسائل الإعلام وقياديينها، عبر اتصال هاتفي أو رسالة إلكترونية أو رسالة جوال أو رسالة عبر الفاكس أو رسالة بريدية... إلخ، فرسالة واحدة أو اتصال هاتفي واحد يمكن أن يغير الوضع إلى الأفضل.
- عندما لا يدعم محتوى الإعلام والإعلانات القيم التي تؤمن بها عبر صوتك بامتناعك عن اقتناء السلع والخدمات المعلن عنها وأخيرا الملاك والشركات لماذا تفعل ذلك؟

3.3- مهارة المشاركة التفاعلية في الحوار:

- إن عامل المنافسة والتطور المتسارع لوسائل الإعلام يتيح أنماطاً مختلفة من تشجيع الحوار والمشاركة بالرأي بين وسائل الإعلام والجمهور.¹
- من وسائل المشاركة بالرأي والحوار:

¹ مصطفى يوسف كافي، وسائل الإعلام والطفل، مرجع سابق، ص 52.

- التعقيب على ما ينشر في الصحف والمجلات من مقالات ومواد تحريرية، بإرسال مادة تحريرية للصحيفة أو المجلة، تعقيباً بالموافقة أو المخالفة حول ما نشر فيها، لكي ينشر في الصحيفة ذاتها.
- المداخلة الصوتية عبر الهاتف أو المداخلة المكتوبة عبر وسائل الاتصال في البرامج التلفزيونية والإذاعية المباشرة.
- السؤال عبر الهاتف أو وسائل الاتصال المخصصة للبرامج التلفزيونية والإذاعية.
- التعليق المكتوب على الأخبار والمقالات والمحتوى في وسائل الإعلام الجديد، وهو من أوسع أنواع المشاركة وأكثرها انتشاراً.
- إنَّ المشاركة بالرأي والسؤال والحوار والتعليق والتعقيب والمداخلة دليل على الوعي المتقدم، خصوصاً في القضايا التي تمثل أهمية بالنسبة إليك.
- من وسائل نجاح المشاركة التفاعلية الالتزام بالموضوع نفسه، التخلي عن المقدمات، تحديد الهدف، وضوح الفكرة، بساطة التعبير والإيجاز والاختصار.

4.3- مهارة إنتاج المضامين الإعلامية (المدونات نموذجاً):¹

إن تكنولوجيا الإعلام الجديد جعلت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها وأصبح بإمكان أي شخص لديه ارتباط بالانترنت أن يصبح ناشراً و صانعاً للمحتوى الإعلامي وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تكاد تذكر.

ونظراً لتداخل الوسائل الإعلامية بنية الإعلام الجديد والامتزاج الذي جرى بين النص المكتوب والصورة والصوت والفيديو ، فقد أصبح لإنتاج المضمون الإعلامي في الإعلام الجديد خصوصية فريدة، تتجاوز الهياكل السابقة في وسائل الإعلام التقليدية، ويمكننا أن نلمس هذه الروح الجديدة لإنتاج المضمون الإعلامي من قبل الافراد وامتزاج الأدوات والوسائل، من خلال بعض التوجهات التي قدمها(ستيفن فرانكلين) من المركز الدولي للصحفيين، كدليل مختصر للمدونين والصحفيين الالكترونيين، نختار منها(بتصرف) ما يأتي:

- لدينا جميعاً أخبار وقصص لنرويها والانترنت يتيح لنا فرصة أن نروي قصصنا للعالم.
- أنا مدون، لا يريد جميع الناس أن يصبحوا صحفيين شعبيين، ولكن البعض يريد ذلك.
- فكر أنك صوت لمجتمعك واجعل ما هو هام بالنسبة لك هام بالنسبة للآخرين أيضاً.
- اجعل الأخبار التي تريد كتابتها واضحة وشرح سبب أهميتها.
- يجب تقديم أكثر ما تستطيع من التفاصيل وإن أمكن أضف صوراً وفيديو لإظهار الحقيقة في تقريرك.

¹ المرجع السابق، ص 53-55.

- إذا استطعت قم بنسخ الوثائق ثم تحميلها لتأكيد دقة ما تقول ، وإن أمكن تحميل تسجيلات صوتية رقمية، قم بذلك، فكلما رأينا وسمعنا نصدق أكثر.
- قد يكون لديك وجهة نظر أو رأي، ولكن إذا أردت أن يلتفت إليك الناس فيجب أن تعطيتهم فرصتهم لاتخاذ وجهة نظر خاصة بهم.
- يمكنك تقديم المعلومات التي ترى أنها هامة، ثم اشرح وجهة فعندما يشعر الناس بمصداقيتك سيعاودون الدخول على موقعك.
- تعلم كيفية استخدام الكاميرا بشكل جيد حيث تلتقط صوراً تعبر عن الحدث، ونفس الشيء إذا استطعت تسجيل الأصوات على المسجل الرقمي أو على كاميرات الهواتف المحمولة أيضاً لدعم قصتك.
- إذا استخدمت كلمات لتصوير مشهد أو وصف الأشخاص الذين تتحدث عنهم ستجعلها أكثر تشويقاً وتقرب الناس أكثر من الأحداث التي شاهدها.
- اعتمد على الكلمات القوية لجذب الناس أكثر من الأحداث التي شاهدها.
- إذا كنت تورد قصة استخدم الدراما والتشويق.
- أخبر القراء في البداية ما أردتهم أن يعرفوه، فإذا كانوا غير مهتمين بالأمر يمكنهم الذهاب إلى مكان آخر في ثوان.
- استخدم القوائم والعناوين الفرعية لإبقائهم مهتمين واستخدم الوصلات التي تؤدي إلى أماكن بها المزيد من المعلومات.
- استخدم العديد من أساليب الكتابة مثل أسلوب السؤال والجواب أو تحرير الأخبار بأسلوب الصفحة الأولى بالجريدة أو الكتابة بصيغة المتكلم المستخدمة في كتابة اليوميات أو أن تبدأ بمشهد أو قصة شخصية ثم تنتقل إلى القصة الأكبر.
- ابن قصتك كالبناى مستخدماً مجموعة متنوعة من العناصر: قصص، أسئلة وأجوبة، الصور، الفيديو والتسجيلات الصوتية، فكلما استخدمت أشكال مختلفة من وسائل الإعلام لرواية قصة صحفية أو معلومة أو رأي ستكون أقوى.
- عندما يشعر آخرون أنك تقدم الصورة كاملة سيعتمدون عليك كمصدر للمعلومات.
- كن صريحاً وعادلاً وقدم وجهة نظر الآخرين ووضح أن هناك عدم اتفاق فيما تكتبه.
- لا تقل أكثر مما تعرفه واعترف بأن لديك هذا القدر فقط من المعلومات واستعن بالآخرين عندما يكون هناك معلومات لا تستطيع الحصول عليها.
- في المقابلات ابحث عن معلومات في خلفية الموضوع واطرح الأسئلة التي ستقدم تفاصيل وتحليل واستعملها كحجارة البناء ولكن اجعل عقلك متفتحاً ومرناً لتغيير البناء الذي تبنيه.

- احذر أن تسئ لنفسك بين زملائك بنشر معلومات غير دقيقة ولا تقل أشياء يمكن أن يكون لها تأثير قوي على الآخرين إلا وأنت على ثقة من أن هذه المعلومات صحيحة، انتظر وفكر فيما كتبته قبل أن ترسله .
- يمكنك الاعتماد على الآخرين لمساعدتك وعندما يأتونك بالمعلومات استخدم كلماتهم وعدد المصادر التي ذكروها وتأكد منها، ثم عليك أن تحرر وتجمع الكلمات والصور والتسجيلات الصوتية التي قدموها إليك.
- إعطاء الآخرين دور في عملك معم جداً ، فهذا يشجعهم وينقل لهم اهتمامك كما أنه يفتح الباب أمام آراء مختلفة وطرق مختلفة للكلام، فمن الجيد السعي وراء خلق محادثات حقيقية مستتيرة.
- في النهاية ضع خاتمة معتمدة على ما تعتقد أنه حقيقي، فهذا يؤكد للقراء أنك تريد أن يصنعوا قرارهم بأنفسهم.
- لماذا نحتاج إلى صوتك؟ عندما نعيش في صمت نعاني أيضاً في صمت، وعندما نعيش بمفردنا ولكن عندما نتكلم نكسر حاجز الصمت ولا نصبح بمفردنا هذا هو عملك.

4- أهمية التربية الإعلامية:

يعيش الناس اليوم في عالم تأتيهم فيه المعلومات على مدار الساعة بجميع الصيغ التي يمكن أن نفكر بها مسموعة ومقروءة وصور أو رسوم ثابتة أو متحركة أو فيديو . وهي معلومات تحمل قيم واتجاهات أولئك الذين أعدوها أو نقلوها من مصادر أخرى لتحقيق أهداف معينة وليست الخطورة في وجود هذا الكم الهائل من المعلومات، وإنما إمكانية الوصول إليها من قبل الأفراد من جميع الأعمار. لذا لم يعد للخصوصية مكان في عالم المعلومات المفتوح، فلا الجهات الرسمية تستطيع التحكم بها ولا الكبار يمكنهم توجيهها زماناً أو مكاناً، كماً أو كيفاً للأطفال أو اليافعين.. ما جعل التربية الإعلامية ضرورة ملحة للتعامل مع هذه الواقع للأسباب التالية:

- الرسائل الإعلامية تبني واقعا، فهي مسؤولة عن أغلب الخبرات التي على أساسها نقوم ببناء فهمنا الشخصي للعالم، وهي التي تعطينا على نحو كبير إحساسنا بالواقع والكثير من وجهات نظرنا مبنية على أساس تلك الرسائل التي تم بناءها مسبقاً وتحمل اتجاهات ووجهات نظر قررت مسبقاً.
- جميع الرسائل الإعلامية مبنية بوساطة فرد أو هيئة والمتلقي لا يشاهد أو يسمع ما تم رفضه من صور أو كلمات أثناء بناء الرسالة الإعلامية وإنما يسمع أو يشاهد ما تم قبوله.
- المتلقي يناقش المعنى في الرسالة الإعلامية طبقاً لعوامل فردية وحاجات شخصية وخلفية ثقافية ومنظومة القيم التي توجه سلوكه. هذا يعني أن أفراداً مختلفين يتكون لديهم خبرات وانطباعات مختلفة من الرسالة الإعلامية الواحدة.

- تحتوي الرسائل الإعلامية على مضامين تجارية وثقافية واجتماعية وسياسية وتحمل قيماً ورسائل ايديولوجية ووجهات نظر.¹
- ويضيف "جنكينز وآخرون Jenkins, et al 2006 أن أهمية التربية الإعلامية تكمن في تيسير وصول الأفراد إلى المهارات والخبرات التي يحتاجونها لفهم الكيفية التي يشكل الإعلام إدراكهم وتهيئتهم للمشاركة كصانعي إعلام ومشاركين في مجتمعات افتراضية ضمن أخلاقيات المجتمع وضوابط حرية الكلمة.²
- ومن بين المبررات الأخرى نجد النسبة المتزايدة للاستهلاك الإعلامي، ونمو صناعة الإعلام وأهمية المعلومات في العصر الحاضر، والأهمية المتزايدة للاتصال المرئي والمعلومات المرئية، ويضيف ديفز (Davis,1992) مبررات أخرى هي أن التربية الإعلامية تشجع على التأمل بالقيم الشخصية وتتضمن دمج التقنيات الحديثة في التعليم وتشجع حركة الإصلاح التربوي: كما تشجع الحوار في قاعات الدراسة الذي بدوره يشجع الحوار خارجها.³
- ومن بين المبررات أيضاً Considine,2003 أن التربية الإعلامية تشجع على تنشئة المواطن المسؤولة والعمل الجماعي وربط المنهج الدراسي بالحياة الواقعية وهي متسقة مع التوجه لتنمية مهارات التفكير العليا. إلى جانب ذلك تشمل التربية الإعلامية عدداً من الفوائد (CML,2003) أهمها تمكين الطالب ليصبح مستهلكاً حكيماً للرسائل الإعلامية وزيادة قدراته على الاتصال والتعبير وتمكينه من التعامل مع ثقافة مشبعة بالرسائل الإعلامية وتوفير فرصة لدمج المناهج الدراسية وبناء مهارات المواطن المطلوبة للمشاركة في الحوار العام.⁴
- تتمثل أهمية التربية الإعلامية في تيسير وصول الأفراد إلى المهارات والخبرات التي يحتاجونها لفهم الكيفية التي يشكل الإعلام إدراكهم لها وتهيئتهم للمشاركة في صناعة الإعلام ضمن أخلاقيات المجتمع وضوابط حرية الكلمة.
- تبرز أهمية التربية الإعلامية أكثر بفضل التغيرات التي أحدثها الإعلام الجديد في المجال الاتصالي، إذ تتيح للأفراد المستخدمين القدرة على إنتاج مضامين إعلامية وبثها، بما يعبر عن وطنيتهم وثقافتهم وحضارتهم.

¹ رمزي أحمد عبد الحي، الإعلام التربوي في ظل ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مؤسسة الورق للنشر والتوزيع، عمان -الأردن، 2010، ص224.

² Jenkins, H.,Clinton,K,Purshotma,R .&Weigel,M,Confronting The Challenges of Participatory Culture: Media Literacy for the 21st Century, 2006,

https://www.macfound.org/media/article_pdfs/JENKINS_WHITE_PAPER.PDF

³ Davis, Francis .from Activism to Exploration. Aspen Institute, 1992

http://www.medialit.org/reading_room/pdf357Aspenbkgnd_Davis.pdf

⁴ رمزي أحمد عبد الحي، مرجع سابق، ص225.

- إن الوعي الإعلامي مهارة ترافق أبنائنا .طوال حياتهم وليست مادة دراسية ينساها الطالب بمجرد انتهاء الامتحان أو عندما يختار تخصصا علميا في مجال بعيد عنها.
- على المستوى المحلي تعد التربية الإعلامية عاملا فعالا في نشر ثقافة الحوار في المجتمع، وتساعد المتعلم أن يكون ايجابيا يشارك بفعالية في تنمية مجتمعه وتقدمه وبنائه (1).

5- أهداف التربية الإعلامية:

حدد مؤتمر فيينا " التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية "أهداف التربية الإعلامية على النحو التالي:

- التعريف بمصادر النصوص الإعلامية و مقاصدها.
- فهم مضامين الرسالة الإعلامية وتفسيرها وتحديد القيم التي تحملها.
- تحليل ونقد المحتوى الإعلامي.
- اختيار وسائل الإعلام المناسبة للتعبير عن الرأي، وتوصيل الرسائل للجمهور المستهدف.
- التواصل مع الإعلام أو المطالبة بذلك بهدف التلقي والإنتاج.

وعلى الرغم من تنوع الأهداف التي تسعى التربية الإعلامية إلى تحقيقها إلا أنه يمكن القول انها تشترك في بعدين أساسيين :يتمثل الأول في علاقة الفرد بالمضامين الإعلامية اختيارا، واستهلاكا ومشاركة وتقييما؛ إذ يعد هذا البعد من أهم الأسس التي تقوم عليها التربية الإعلامية في تحقيق أهدافها (2). أما البعد الثاني في فيتمثل في تفعيل العلاقة بين النظام الإعلامي والنظام التربوي؛ من أجل إشراك الإعلام في العملية التربوية هذا من جهة ومن جهة أخرى استغلال تقنيات الإعلام في العملية التربوية.

6- التربية الإعلامية في ظل النظام التعليمي الرسمي:

1.6- العناصر الداعمة لتفعيل التربية الإعلامية:

1.1.6- تأهيل طاقم الإعلاميين:

إنّ الإعلاميين الذين يتطرقون إلى قضايا الطفولة واحتياجاتها في مراحلها المبكرة يحتاجون إلى التأهيل ونعني به تنمية المصادر التي تعين الإعلاميين على قبول التحدي بالكتابة وإعداد مواد للطلبة وعندهم، في ظل انعدام معظم المعلومات الإحصائية، التي تتحدث احتياجات الأطفال الغير تقليدية. وتكون المشاركة الفاعلة للإعلامي باهتمامه تخصيص مساحة للأطفال في وسائل الإعلام لعكس قضاياهم إما عن طريق الاستجواب وسؤالهم عن الكيفية التي يريدون بها تناول قضاياهم أو بتتوير الكبار

¹ ليندة ضيف، مرجع سابق، ص 453.

² فهد بن عبد الرحمان الشميمري، مرجع سابق، ص 25.

إلى حقوق الأطفال بالتغيير والاطلاع المعلوماتي ولكي يصير الإعلام فعالاً في عكس قضايا الطلبة لا بد من توفر الآتي:¹

2.1.6- المصادر المادية والمعلوماتية:

على المجتمع أن يفهم أن الصحفي ليس سياسياً في يده القرار لحل الإشكاليات، لكنه صياد معلومات. ولذلك يتوجب على المؤسسات التربوية منح الإعلامي حق الإطلاع والمعلومات. فالإعلامي من خلال وسائل الإعلام يستطيع أن يؤثر في الرأي العام ولا يختلف اثنان في أن وسائل الاتصال والإعلام تلعب دوراً حاسماً في اتجاه رأي عام وطني وبزوغه وبالأخص إذا كانت هذه الوسائل تتمتع بحرية تامة لإبداء الرأي.

3.1.6- التدريب:

لا يقتصر التدريب في تصورنا على الإعلامي بل يمتد ليشمل الآباء، الأطفال ومعلمي المدارس. ويكون ذلك عن طريق تنمية المصادر والارتقاء بالتدريب لمساعدة الصحفيين لمواجهة الكتابة عن هذا الموضوع ومساعدة العاملين في الصحافة المرئية والمسموعة على إنتاج برامج هادفة. إذ لا بد من الارتقاء بالأداء الإعلامي وإنزاله إلى أرض الواقع بعيداً عن التنظير أو السطحية، ولا بد من عكس المشاكل التي تمس عوامل الطلبة وتترك لمسائرها على طرائق التنمية الاجتماعية والاقتصادية. ويمكن للمختصين سواء كانوا أفراد أو مؤسسات أن يقدموا تعاوناً مع الإعلاميين عن طريق:

- دعم الصحف التي تعمل قضايا الأطفال أو تلك التي تخصص صفحات أعمق من نشر صور الأطفال وتعليقات الصحفي عليها وذلك من خلال الملاحق وغيرها ماديًا ومعنويًا.
- تزويد الإعلاميين بمستجدات ما يطرح في حقوق الطفل والآليات التي تتخذها الدولة حيال تحقيق متطلبات الطفولة والطلبة خاصة.
- مد جسور التعاون واللقاءات من خلال
- منتديات تجمع بين المختصين والإعلاميين غير أن الإعلامي لا يمكن أن يحقق توجهاته التنويرية دون وعي المؤسسة الكامل وهذا ما أقره المؤتمر الدولي للصحافة عام 2000 تم فيه تحديد خطوط إرشادية.²

4.1.6- تأهيل طاقم المدرسة:

معلوم أن التربية تبدأ من البيت وعن طريق الأسرة ولكن ظروف الحياة قد تغيرت ومتطلباتها قد تعددت وتنوعت وأعمال الأسرة قد تشعبت واتسعت، فأصبحت غير قادة على القيام بدورها في تربية الطفل دون مساعدة فأوجب ذلك وجود مؤسسة أخرى تساعد على نقل التراث الثقافي ومساعدة الطالب على حسن

¹ مصطفى يوسف كافي، وسائل الاعلام والطفل، مرجع سابق، ص 70-72.

² مصطفى يوسف كافي، وسائل الاعلام والطفل، مرجع سابق، ص 72.

التكيف مع الحياة وتعليمه العادات والتقاليد والقيم والنظم والمعتقدات والسلوك الإنساني، الذي يرضى عنه المجتمع. ومن هنا جاءت المدرسة كمؤسسة اجتماعية تربوية تقوم بمهمة التربية، جنباً إلى جنب مع الأسرة، وهذا يحتم على كلتا المؤسستين الأسرة والمدرسة أن يتعاونتا حتى يصلتا بتربية الطالب إلى الهدف المنشود وحتى لا يحدث بينهما تناقض يترتب عليه تفكيك في شخصية الطفل وفقدان الثقة بالأسرة أو المدرسة أو بكليهما.

5.1.6-أخصائي التربية الإعلامية:

- أن يكون قارئاً ومتابعاً ومشاهداً ومستمعاً جيداً لكل وسيلة إعلامية مفيدة ويكون فاهم لسياسة التعليم وجوانب العملية التربوية، كالمناهج والمعلمين والطلاب والنشاط المدرسي.¹
- يقوم بمساعدة الطلاب في الكشف عن اهتماماتهم ومواهبهم الإعلامية والعمل على تنمية هذه المواهب من خلال البرامج الإعلامية المناسبة.
- التعاون مع رواد جماعات النشاط التربوي ورواد الفصول في تخطيط وتنظيم أنشطتها الإعلامية والتربوية للإعلان عن مواعيد الاجتماعات لهذه الجماعات والتنسيق معها والاستفادة منها.
- توثيق العلاقات مع أجهزة الإعلام المحلية والعلاقات العامة بالمصالح والمؤسسات الحكومية للاستفادة من خبراتها وتبادل المعلومات وتوحيد الجهود الإعلامية لخدمة المجتمع.
- يقدم الخدمات الإعلامية والتربوية لأفراد المجتمع المحلي حتى تكون المدرسة مركز إشعاع حضاري وتوحيدي لنشر الوعي لديهم وتوعيدهم على مواجهة مواقف الحياة المختلفة.
- إعداد وبناء أرشيف عن أهم الأعمال الإعلامية من كتيبات ومطويات وصور فوتوغرافية للمجتمع عامة والمجتمع المدرسي خاصة.
- التعاون مع مدير المدرسة تزويد الجهات المحلية بما تطلبه من مطبوعات ونشرات إعلامية وتربوية.
- المشاركة في حملات التوعية داخل المجتمع عن مشكلات البيئة المحلية وكيفية التعامل معها أو تجنبها بالتعاون والتنسيق مع الجهات الأخرى داخل المدرسة كالأخصائي الاجتماعي والنفسي والأجهزة المحلية الموجودة في المجتمع المحلي.²
- الإعداد لإقامة المعارض والندوات والحفلات داخل المجتمع المدرسي بالتعاون مع زملائه وتخطيط البرامج والأنشطة الإعلامية والإشراف على تنفيذها من جانب الطلاب داخل المجتمع المدرسي وتقويمها والعمل على تطويرها بصفة مستمرة كالإذاعة المدرسية وبرامجها

¹ ماجدة لطفي السيد، مرجع سابق، ص 113.

² عقيل محمود رفاعي، الإعلام التربوي (دراسات مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، 2008، ص 53.

الصباحية أثناء الطابور وما يقدم بها من فقرات والصحافة المدرسية والندوات الثقافية والأعمال المسرحية، بالإضافة إلى التوعية الجادة بأهداف الصحافة المدرسية وبدورها داخل المدرسة وخارجها.¹

- تشجيع الطلاب على إجراء البحوث والدراسات في مجال الإعلام ووسائله المختلفة.
- تنظيم المسابقات والمباريات والمهرجانات الثقافية داخل المدرسة أو بالتعاون مع أخصائي الإعلام بالمدارس الأخرى.
- القيام بدوره التدريسي والتعليمي مستقبلاً، فمع تزايد الآراء المطالبة بإدخال الدراسة الإعلامية في شكل مقرر دراسي ضمن برامج الدراسة بمدارسها وخاصة في مرحلة التعليم الثانوي لتحقيق التربية الإعلامية لطلابنا ويمكن لأخصائي التربية الإعلامية تدريس هذا المقرر بالمدرسة.
- الإطلاع على وسائل الإعلام عامة وتحليل مضمونها وتوعية الطلاب بما يتضمنه من أخبار ومعلومات قد تضر بأمن البلاد أو تؤثر على الرأي العام داخل المجتمع والتعليق على هذه الأخبار وتوضيحها وتحليلها أو استضافة أحد المسؤولين للقيام بذلك في الإذاعة المدرسية.²
- المشاركة والتعاون مع توجيه الصحافة المدرسية بالإدارة التعليمية في تخطيط الأعمال والبرامج والأنشطة الفنية والإعلامية على مستوى الإدارة التعليمية.
- التنسيق مع زملائه من المعلمين داخل المجتمع المدرسي عند إعداد وتخطيط البرامج الإعلامية داخل المجتمع المدرسي.
- المتابعة والتقييم للبرامج الإعلامية داخل المدرسة والمجتمع المحلي في ضوء معايير واضحة ومحددة وتشجيع طلابه على ممارسة التقييم الذاتي للأعمال الفنية والإعلامية التي يقومون بها داخل المدرسة.
- التعاون مع أقسام العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية بالمجتمع المحلي في إقامة المعارض الإعلامية وإصدار الصحف والمجلات بها.

6.1.6- المؤسسات المجتمعية: وعلى الرغم من أن المدرسة تمثل المؤسسة الاجتماعية الرئيسية المختصة بشؤون التربية والتعليم، إلا أنها ليست الوحيدة، إذ بالإضافة إلى الأسرة هناك مؤسسات أخرى كالجُمُعيات العلمية والهيئات المهنية والدينية والأدبية والرياضية وغيرها من الهيئات التي تشاطر المدرسة مهمتها التربوية.³

¹ ماجدة لطفي السيد، مرجع سابق، ص 114.

² ماجدة لطفي السيد، مرجع سابق، ص 110.

³ راتب السعود، الإنسان والبيئة (دراسة في التربية البيئية)، دار الحامد، عمان، 2004.

وإزاء هذه المؤسسات الاجتماعية التي تسهم في عملية تربية النشأ يبرز للمدرسة ثلاث وظائف أساسية:

الوظيفة التكميلية والوظيفة التصحيحية والوظيفة التنسيقية وذلك على النحو التالي:

• المدرسة أداة استكمال : إذ تقوم المدرسة باستكمال ما بدأت المؤسسات الاجتماعية الأخرى وفي مقدمتها الأسرة، من أعمال وتوجيهات تربية.

• المدرسة أداة تصحيح: إذ تقوم المدرسة بتصحيح الأخطاء التربوية التي قد ترتكبها المؤسسات والهيئات الاجتماعية الأخرى، فإن هناك نقص تلافته وإن كان هناك فراغ.

المدرسة أداة تنسيق: إذ تقوم المدرسة بتنسيق الجهود التي تبذلها سائر المؤسسات والهيئات الاجتماعية في سبيل تربية النشء وتظل على اتصال دائم بها لترشدها إلى أفضل الأساليب التربوية. ومما لا شك فيه أن المدرسة هي المرجع الأساسي في كل ما يتعلق بعملية التربية.¹

2.6- معايير التربية الإعلامية للتعليم المدرسي:

حددت قوة المعلومات (Information Power,1998) تسعة معايير للثقافة المعلوماتية للتعليم المدرسي: منظمة في ثلاثة محاور هي:

أولا الثقافة المعلوماتية:

معيار (1): الطالب المثقف معلوماتياً يصل إلى المعلومات بكفاءة وفاعلية.

معيار (2): الطالب المثقف معلوماتياً يقوم المعلومات تقوياً ناقداً ومتمكناً.

معيار (3): الطالب المثقف معلوماتياً يستخدم المعلومات بدقة وإبداع.

ثانياً: استقلالية المتعلم:

معيار (4): الطالب الذي يعد متعلماً مستقلاً، هو الطالب المثقف معلوماتياً والذي يتابع المعلومات المتعلقة بالاهتمامات الشخصية.

معيار (5): الطالب الذي يعد متعلماً مستقلاً، هو الطالب المثقف معلوماتياً والذي يقدر الأدبيات التعليمية والصور الابتكارية الأخرى من المعلومات.

معيار (6): الطالب الذي يعد متعلماً مستقلاً، هو الطالب المثقف معلوماتياً والذي يجاهد للتميز في الحصول على المعلومات وتوليد المعرفة.

ثالثاً: المسؤولية الاجتماعية:

معيار (7): الطالب الذي يساهم إيجابياً للتعلم المدرسي وللمجتمع هو الطالب المثقف معلوماتياً الذي يقر بأهمية المعلومات للمجتمع المعاصر.

معيار (8): الطالب الذي يساهم إيجابياً للتعلم المدرسي وللمجتمع هو الطالب المثقف معلوماتياً الذي يمارس سلوكاً أخلاقياً بالنسبة للمعلومات وتقنية المعلومات.

¹ المرجع السابق.

معيار(9): الطالب الذي يساهم ايجابياً للتعلم المدرسي وللمجتمع هو الطالب المثقف معلوماتياً الذي يشارك بفاعلية في العمل الجماعي لمتابعة المعلومات وتوليدها.

مهارات الألفية الثالثة: طور "ترلنج وهود" (Trilling & Hood, 1998) ما أسماه مهارات البقاء للحياة في الألفية الثالثة وهي:¹

- مهارات التفكير والعمل الناقد.
- المهارات الإبداعية.
- مهارات العمل التعاوني.
- مهارات الاتصال.
- مهارات فهم الثقافات الأخرى.
- مهارات التكيف والتفكير المستقل واتخاذ القرار.
- مهارات الحوسبة.
- مهارات التعلم الموجه ذاتياً.

المهارات الست الكبيرة: اقترح "أيزنبرج" و "دوج" (Eisenberg, Michael & Johnson, Doug, 1996) مهارات للثقافة المعلوماتية أسماها المهارات الست الكبيرة (The Big Six Skills) ، وهي:²

- تعريف المشكلة المعلوماتية.
- تطوير استراتيجيات البحث عن المعلومات.
- تحديد مصادر المعلومات والوصول إليها.
- استخدام المعلومات.
- دمج وبناء الحل المعلوماتي.
- تقويم الحل المعلوماتي.

مهارات القرن الحادي والعشرين: من ناحية أخرى صنف المختبر التربوي للإقليم الشمالي المركزي(NCREL, 2003) مهارات القرن الحادي والعشرين في أربع فئات رئيسية هي:³

- مهارات العصر الرقمي (Digital Age Literacy): المقدرة على استخدام التقنية الرقمية وأدوات الاتصال والشبكات للوصول إلى المعلومات وإدارتها وتقييمها وإنتاجها للعمل في مجتمع

¹ Trilling, Bernie&hood, Hood, Paul, Learning, Technology, and Educational Reform in the Knowldge Age, Educational Technology, Vol.39, (3), 1999, pp.5-17. <file:///C:/Users/toshiba/Downloads/MIL-Curricula-Analysis-EN.pdf>.

² رمزي أحمد عبد الحي، مرجع سابق، ص232.

³ NCREL, North Central Regional Educational Laboratory, **21 st Centry skills**, 2003, <http://www.ncrel.org/engauge/skills.htm>). Retrieved: 29/9/2006.

المعرفة وتشمل مهارات الثقافة الأساسية والعلمية والاقتصادية والتقنية والبصرية والمعلوماتية وفهم الثقافات المتعددة والوعي الوكي.

- مهارات التفكير الإبداعي (Inventive Thinking): تشمل مهارات التكيف والتوجيه الذاتي والابتكار ومهارات التفكير العليا.
- مهارات الاتصال الفعال (Effective Communication): تشمل مهارات العمل في فريق والمهارات بين شخصية والمسؤولية الشخصية والاجتماعية والاتصال التفاعلي.
- مهارات الإنتاجية العالية (High Productivity): تشمل مهارات التخطيط والادارة والتنظيم و الاستخدام الفعال للأدوات التقنية في العالم الواقعي.

3.6- تحديات التربية الإعلامية في ظل النظام التعليمي الرسمي:

1.3.6- علاقة التربية بوسائل الإعلام:

تشير علاقة التربية بوسائل الإعلام عدة مقاربات، الأولى نفعية قائمة على قاعدة توظيف تقنيات الاتصال والإعلام (تلفزيون، كومبيوتر) ... في العملية التعليمية، والثانية تنقيفية تعود إلى ضرورة تربية المجتمع ابتداء من الجيل الأول على فهم وسائل الإعلام (كتاب، مسرح، سينما، إذاعة، تلفزيون صحيفة).... وكيف تطورت هذه الوسائط تاريخيا لتصبح محددة في تشكيل الآراء والسياسات وتلقي الأخبار والمعارف. برز التفكير في علاقة وسائل الإعلام بالتربية منذ ستينات القرن الماضي، وذلك من خلال التعاون بين منظمة اليونسكو والإتحاد الأوروبي وكان الهدف من التقارب نفعيا في المقام الأول، أي كيف يمكن توظيف وسائل الإعلام في عملية التلقين والتدريس أو ما يمكن أن نصلح على تسميته بالتربية بوسائل الإعلام-التربية الإعلامية-.

إن الاهتمام بظهور منافسة جدية لوسائل الإعلام للمؤسسة التعليمية في تشكيل مخيال المتعلم والقيام بدور التنشئة الاجتماعية هو الذي دفع بالتحول الإبتيمولوجي من التفكير في التربية بوسائل الإعلام، إلى البحث في إشكالية جديدة محورها التربية على وسائل الإعلام. لقد كان لبروز نظريات التأثير والجمهور والرأي العام عند دراسة رسائل وسائل الإعلام الأثر الكبير في تبني مقولة التربية على وسائل الإعلام بوصفها مقولة فكرية أشمل وأنجع تساعدنا على ردم الهوة القائمة بين وسائل الإعلام والمدرسة. هكذا علينا عند الحديث عن علاقة المدرسة بالإعلام استدعاء المقاربات الفكرية الخاصة بالتعلم والتدريس من جهة وكل الإرث الفكري لنظريات الاتصال والإعلام ضمن أفق تأليفي بينهما. فقد كانت المدرسة مبحثا لكل المقاربات التي تعرضت لسوسيولوجيا الميديا والاتصال، كالنظرية الوظيفية التي خصصت لوسائل الإعلام وظيفة تربوية لا يمكن تجاهلها.

أما أطروحات النظرية النقدية مجسدة في مدرسة فرنكفورت فقد اعتبرت أن وسائل الاتصال الجماهيري ما هي إلا صناعة ثقافية وكيف تحولت الثقافة معها إلى سلعة، وهو ما سيؤثر في الوعي والعلاقات الطبقية

في المجتمع. كما برز اتجاه بحثي له صلة بنظرية الإستخدامات والإشباع في نظريات الإتصال واعتبار أن تعامل الأطفال والشباب مع وسائل الإعلام ليس محدثاً فقط لتأثير، بل إن وراء الاستخدام حالة من التناقض والإشباع لجملة من الإحتياجات النفسية والمعرفية والتعليمية. ويمكننا أيضاً الوقوف عند جل المقاربات اللسانية والإبستمولوجية التي تعتبر أن رسائل وسائل الإعلام لغة وخطاباً مشفراً في حاجة إلى التأويل والتحليل، لمعرفة علاقة الدال بالمدلول، وما هي خصائص الاتصال، وكيف على كل مثلق وخاصة رواد المدرسة الآن يدركوا أنّ وراء البث رسالة ما.

ويمكن تلخيص أسس التربية الإعلامية في:¹

- تمكين المتعلم من الاطلاع الجيد بمكونات المشهد الإعلامي (تلفزيون، صحيفة، إنترنت، وتشفير لغة رسائل وسائل الإعلام.
- دفع المتعلم إلى تبني سلوك مسؤول ومستقل تجاه وسائل الإعلام ومضامينها وتحفيزه على القيام باختيار ذاتي واع ومبرر لكل مخرجات وسائل الإعلام.
- بيان أن التعامل الفعال مع وسائل الإعلام لا يتم بشكل انفعالي وعاطفي (خوف، رغبة)... بل هذه السلوكيات تضعف مقدرته على الفهم الجيد للرسالة الإعلامية.
- تمكين المتعلم من فهم دور البيئة الخارجية والداخلية المنتجة للرسالة الإعلامية، وكيف أنه لا وجود لرسالة إعلامية بمعزل عن فعل السياق الإقتصادي والسياسي والسوسيوقافي وتأثيراته.
- توسيع شبكة الفهم الواعي للتمثيلات التي تسعى وسائل الإعلام إلى غرسها.

يبدو أن من أعقد ما يواجهه علاقة وسائل الإعلام بالمؤسسة التعليمية هي محاولة إيجاد تعريف أو عدة مفاهيم خاصة بهذا الحقل المعرفي الصاعد. وربما تعود هذه الصعوبة إلى تعدد مستويات الدراسة (رياض الأطفال، المدرسة، المدرسة الإعدادية والثانوية والجامعة والتكوين المستمر والدورات التدريبية...) وكذلك تعدد مستويات مخرجات وسائل الإعلام (وسائل الإتصال الجماهيري، الصحافة والكتب، وشبكات الإنترنت...) وربما يكمن الحل في البحث عن كل حالت التلاقي بين مستويات الدراسة وطبيعة الوسيط لبناء الإشكالية علاقة وسائل الإعلام بالمدرسة، وذلك للوصول إلى تعريف لماهية مقارنة التربية على وسائل الإعلام بشقها التحليلي الفكري والتطبيقي التسييري.

لمعالجة إشكالية محو الأمية الرقمية في العالم وخاصة في الدول النامية، وإيجاد حالة من التوازن بين من يستخدم ومن لا يستخدم تكنولوجيات الإتصال والإعلام في العملية التربوية. ويتجاوز مفهوم التربية على وسائل الإعلام المقاربات التطبيقية لعلاقة وسائل الإعلام بالتربية، مثل التعلم عن بعد، والمدرسة أو الجامعة الافتراضية ومقولات التربية على الإعلام، وهي الترجمة الحرفية للمصطلح الأنجلوسكسوني ،

¹ جمال الزرن، من التربية بوسائل الإعلام إلى التربية على وسائل الإعلام: نهاية الإعلاموفوبيا، مجلة الإذاعات

العربية، العدد 2، 2012، ص9.

Medias Literacy ولكن التربية على وسائل الإعلام هي كل ما ذكر، بالإضافة إلى مقارنة متجددة في بيداغوجيا التدريس قائمة على حتمية توظيف تكنولوجيات الإتصال والإعلام. كما أن التربية على وسائل الإعلام هي مادة تدريس للتلاميذ ومنذ سنوات في العديد من الدول المتقدمة.

هنا نستحضر مقولة ريجيس دوبريه عندما قال بأن «المكتوب نقدي، أما الصورة فترجسية»¹ يبدو إذن أن طبيعة الصورة الذاتية -في محاولة لتفسير مصطلح ريجيس دوبريه «الترجسية» هو الذي دفع بالمؤسسة التربوية إلى أن تكون حذرة في تعاملها مع وسائل الإعلام الباثة للصورة : فيديو، سينما، تلفزيون. وهنا علينا بالتساؤل لماذا لم تكن العلاقة بين وسائل الإعلام المكتوبة والمدرسة مثلاً علاقة متشنجة ؟ لقد طوعت المدرسة ظاهرة الإتصال المكتوب لتأمين تطورها واستقلاليتها الفكرية والبيداغوجية، بل يذهب البعض إلى اعتبار المدرسة وتعميمها وجماهيرية التعليم هي ظاهرة وليدة اكتشاف الطباعة الميكانيكية منذ جوتنبرغ.

2.3.6- تأثيرات الإعلام الرقمي على التربية:

منذ تشكلها كمؤسسة للتربية والتعليم والتنشئة الاجتماعية، لم تشهد المدرسة زعزعة في دورها وتشكيكا في هيبتها مثل ما قامت به شبكة الإنترنت. إن الإعلام الجديد من خلال شبكة الإنترنت يعتبر فعلاً جهازاً لعصر ما بعد-الميديا أو ما وراء-الميديا Meta-média بحكم اندماج كل من النص والصورة والصوت ضمن بروتوكول رياضية معقدة تبعثها بروتوكولات استخدامات سوسيولوجية أكثر تعقيداً. ويتمثل كل هذا الإحراج في تداخل دور شبكة الإنترنت مع وظائف المدرسة. فقد أصبحت الشبكة بحراً من المعارف ووسيطاً بيداغوجياً يمنح لمناهج التدريس سبلاً غير مسبوق في طرق تبليغ المعارف والمهارات واختبارها. ويمكن لبيان كل هذا العودة إلى الأرقام القول بأنه في بلد مثل فرنسا يستعمل تلاميذ المدارس بنسبة 74% شبكة الإنترنت كفضاء للبحث. عن المعلومة، و 91% لمشاهدة أفلام الفيديو، وأن نسبة 33% منهم لهم أكثر من حاسوبين في المنزل²، فحمل الطالب للهاتف الجوال والكمبيوتر المحمول وحضوره المكثف في شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر عند دعاة أصولي المدرسة المحافظة هدراً للوقت. إن شيطنة الطالب من شيطنة تكنولوجيات الإتصال والإعلام، التي باتت تبعده عن أستاذه وعن مدرسته. إنها علاقة مرتبكة يسرع الأستاذ في اتهام وسائل الإعلام والإتصال بتعميق هذه الفجوة، ويستبسط الطالب القول بأن أستاذه رجعي لم يستطع أن يواكب العصر والتكنولوجيا: حوار صم في فضاء تعليمي اسمه المدرسة، دوره أن يحفز، مثله مثل وسائل الإعلام، على تفعيل البعد النقدي والتربية على الحوار والتأقاف.³

¹ Régis Depray : **Vie et mort de l'image** ،Folio Essais ،Paris, 2000.

² Élodie KREDENS et Barbara FONTAR , Les **jeunes et Internet : De quoi avons-nous peur ? étude réalisée , auprès de 1000 enfants et adolescents**, Un projet mené par Fréquence écoles ,avec le soutien de la Fondation pour l'Enfance , www.frequence-ecoles.org. Mars 2010, <http://veille-et-analyses.ens-lyon.fr/Rapports/DetailRapport.php?parent=liste&id=1226>

³ Francis Balle, **L'école et la télévision**،In **Communication et langages**،N°100-101،2ème-3ème trimestre, 1994, pp. 79-88 , accessible: https://www.persee.fr/issue/colan_0336-1500_1994_num_100_1

تفاعلا مع هذا السياق التواصلي الجديد وعطفا على جملة المحددات التي ذكرت، يمكن القول اليوم بوجود تداخل مذهل بين مكونات العملية التربوية والثقافة والتسلية والإعلام. ويعود أصل هذا الاندماج إلى عدة عوامل أهمها: ¹

- اندماج تكنولوجي: بين كل من الحاسوب والرقمنة وبروتوكولات الإنترنت والبث الفضائي.
- اندماج مالي وصناعي: أدى الاندماج التقني إلى اندماج الصناعات الإعلامية والترفيه بالبورصة والمال وهو ما خلق شركات وأقطاب إعلامية عابرة للقارات هدفها الربح ضمن سياق اقتصاد معلوم، مستهدفة الشباب التلميذ كقوة مستهلكة صاعدة.
- اندماج المضامين وصناعة المعنى: إن محددات علاقة التربية بتكنولوجيات الإتصال والإعلام يمكن أن تؤسس على عدة ركائز، تتمثل في حالة غير مسبقة من التداخل بين كل من التربية والثقافة والإتصال والإعلام. وإن مرجعيات هذه المقاربة يمكن تلخيصها في ما يلي:
- إطار نظري فكري: يتمثل هذا الجزء في توفر تقاطع مقاربتين:
- مقارنة وسائطية تعتمد على أهمية الوسيط في العملية التعليمية سواء أكان هذا الوسيط ماديا/رمزيا/تقنيا.
- مقارنة تواصلية: تعتمد على العقل التواصلي كبديل عن العقل الأداتي في فهم المجال الخاص والعام.
- إطار تكنولوجي فني يتمظهر في:
- الإعتماد على تكنولوجيات الإتصال والإعلام في العملية التربوية، بوصفها ثقافة لا مجرد محامل تقنية وخاصة منها الويب التشاركي 2.0.
- الإعتماد على مقارنة أفقية في فهم طبيعة العلاقة بين كل مكونات العملية التربوية والمنظومة التواصلية، أي أن تكون علاقة وسائل الإعلام والمدرسة إشكالية حاضرة تدرس في كل مستويات التعليم (ابتدائي، إعدادي، ثانوي، جامعي...).

انطلاقا من جملة هذه القواعد، فإن الاندماج بين التربية والتسلية والإعلام وتكنولوجيات الإتصال الحديثة مسألة لها أيضا علاقة جدلية بتجليات حتمية التعامل مع التقنية في المجال التربوي. ويستدعي هذا ضرورة، مراجعة ماهية العلاقة الجديدة التي وجب على كل مشروع تربوي أن يحددها، خاصة إذا ما تعلق الأمر بإشكالية التربية لدى المجتمعات التي يغيب فيها نموذج تربوي أصيل لعل المجتمع العربي على قائمة هذه الأمم.

3.3.7- من بيداغوجيا المدرس إلى بيداغوجيا التواصل:

¹ جمال الزرن، مرجع سابق، ص9.

إن أفضل مدخل لتبرير الحديث عن طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والاتصال يكمن، ربما وبكل بساطة فكرية، في الإستشهاد بحقيقة مفادها أن الوقت الذي يقضيه الأطفال في العديد من الدول أمام التلفزيون أكثر مما يقضيه في المدرسة، إن كل عملية تعليمية هي في جوهرها تواصلية أو لا تكون. وتحتوي كل علاقة بين المدرس أو من يقوم مقامه وبين التلاميذ أو حتى بين التلاميذ أنفسهم نمطا من الإرسال اللفظي وغير اللفظي، وذلك من أجل تبليغ رسالة قد تكون فكرة، معلومة أو خبرا ضمن سياق زمني ومكاني مدرسي محدد.

وإذا ما أردنا أن نقسم أشكال التواصل داخل المنظومة البيداغوجية لوجدنا شكلين من التواصل:

- **تواصل بين ذاتي:** وهو كل أشكال التواصل المباشر بين المدرس وطلّبه، بعيدا عن أي وسيط مادي.
- **تواصل عبر وسيط:** قد يكون هذا الوسيط قرصا ليزريا، فيديو، شبكة الإنترنت والتلفزيون التعليمي.

لقد كان النموذج التواصلية في العملية التعليمية في المنظومة العربية خاضعا للتأطير الأيديولوجي واعتبار العملية التعليمية على أنها علاقة مباشرة بين الطالب والمدرس لا أكثر، وذلك ربما للحفاظ على عنصر الهيمنة وعدم ترك مجال آخر للطالب قصد التفاعل مع المعارف من خارج المدرسة، لعل وسائل الإعلام أهمها. إن الحفاظ على نموذج تواصلية تقليدية في المنظومة التربوية العربية يعني الحفاظ على المؤسسة التعليمية كجهاز لإعادة إنتاج القيم السائدة. هكذا تعيش المدرسة وبشكل تدريجي حالات من التسرب الأيديولوجي عبر مناهج التدريس، الكتب الدراسية وأشكال التواصل البيداغوجي في مواد كالتربية الوطنية والفلسفة والتاريخ.

وتبرز نتائج ذلك في ما يلف الأنظمة التربوية في العالم العربي من عجز عن تحقيق أهدافها حتى أصبحت المؤسسة التعليمية توصف بكونها:

- مؤسسة لإنتاج العنف الرمزي.
- مؤسسة لتدريس مناهج غريبة عن بيئة المجتمع الثقافية واللغوية والسوسولوجية.
- مؤسسة لتفريخ العاطلين عن العمل.
- ظهور تعليم خاص رفيع الجودة وتعليم عمومي متخلف، وهو ما يساهم في تقسيم المجتمع وعدم توفير الفرص لكل المواطنين بشكل عادل للارتقاء في السلم الاجتماعي.
- مؤسسة لا تستجيب لكل ما له صلة بالتنمية ومتطلبات الحياة والعصر.

فعربيا تبدو المؤسسة التربوية، بالنظر إلى نوعية مخرجاتها على أنها مؤسسة لم تستطع ومنذ ظهور دولة ما بعد الإستقلال الوصول بالمتعلم إلى درجة ما من الإستقلالية في التفكير، وهو ما يدفعنا إلى ضرورة مراجعة كل من مضامين المعارف المتحصل عليها ومناهج تبليغها وطبيعة المحامل المناسبة لها. قد

تعود أسباب تخلف مخرجات المؤسسة التعليمية في العالم العربي في جانب كبير إلى طرق توظيف وسائل الإعلام والاتصال في المجتمع أول ثم إلى مرجعيات الحقل التعليمي المأزوم ثانيا بوصفها أدوات تساهم في البرهنة والحجاج ووعاء لا يناسب من المعارف والمهارات. إن المشروع الحداثي الذي ينشده العرب منذ حركة الإصلاح لا يمكنه أن يشع مجتمعا إذا لم يتأصل في فضاء المدرسة وعبر قاعدة تعلمية اسمها الاتصال والإعلام.

فأية مقارنة تربوية متميزة في عالم معولم وفي عصر يتسم بكونه مجتمع المعرفة والمعلومات في حاجة إلى رؤية متجددة تقطع مع السائد في تراث المؤسسة التربوية العربية القائمة في جزء كبير منها على الارتجال المعرفي والنسخ والإقصاء.

7- وسائل الإعلام المدرسية

1.7- مفهوم الأنشطة المدرسية وأهميتها:

يشير مفهوم النشاط عند "علي راشد وآخرون" إلى أنه «ممارسة من جانب التلميذ على المستوى العقلي والنفسي الحركي بفاعلية داخل المدرسة وخارجها».¹

وعرف "د. رسمي علي عابد" الأنشطة المدرسية بأنها: «تلك البرامج التي تضعها أو تتضمنها الأجهزة التربوية لتكون متكاملة مع البرنامج التعليمي والتي يقبل عليها التلاميذ وفق قدراتهم وميولهم مع توفر التوضيح وإيجاد الحوافز والدوافع بحيث تحقق أهداف تربوية سواء ارتبطت هذه الأهداف بتعليم المواد الدراسية أو اكتساب المعارف والمهارات أو البحث العلمي أو نشاطات علمية داخل الفصل أو خارجه أثناء اليوم الدراسي أو في العطل المدرسية على أن يؤدي ذلك كله إلى بناء القاعدة الفكرية الصحيحة والثقافة الواعية واستيعاب ما يلزم من مفاهيم وأفكار تربطه بأتمته وحضارته ونمو في خبرات الطلبة ومهاراتهم ضمن الخطوط العامة لفلسفة التربية والنشاطات المدرسية».²

وتتظر التربية الحديثة اليوم إلى هذه الأنشطة على أنها تمثل جانبا من المكونات الأساسية للمنهج المدرسي بعد أن أصبح يعرف بأنه يتكون من جميع الخبرات التربوية التي تهيئها المدرسة لطلابها داخل المدرسة وخارجها. وعندما نقارن بين نظرتنا إلى الأنشطة المدرسية قديما وحديثا نجد أن هذه النظرة قد تغيرت اسما ومضمونا مع تغير نظرتنا إلى المنهج المدرسي وتغيير مفهومه في التربية الحديثة.³

1.1.7- وظائف الإعلام المدرسي (تبعاً للأطراف المشاركة في العملية):

- وظائف يؤديها تجاه التلاميذ: تتمثل في

¹ علي راشد وآخرون، طرق وأساليب واستراتيجيات في تدريس العلوم، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2003، ص256.

² حسن شحاتة، النشاط المدرسي (مفهومه ومجالاته)، الدار المصرية اللبنانية)، طبعة مزيده ومنقحة، ص23.

³ عبد الفتاح أبو معال، أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتنقيفهم، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط2006، 1، 44.

تعريف الطلبة بالمحيط المدرسي ووظيفة المدرسة وأهدافها، بالإضافة إلى تزويدهم بالمعارف والمعلومات عن المقررات الدراسية والأنشطة الإعلامية.

وتتمثل أهم وظيفة في كيفية إكسابهم طريقة سليمة للتعامل مع وسائل الإعلام والغزو الثقافي، بحيث تكون لديهم القدرة على الفرز والغريزة لكل ما يتساقط عليهم من هذه البرامج وغيرها.¹

• وظائف يؤديها تجاه إدارة المدرسة:

يعمل على تشجيع الاتصال بين الإدارة وفئات الجمهور وتنسيق وجهات النظر، إعلام الإدارة المدرسية برد فعل سياسات المدرسة بين فئاتها.²

• وظائف يؤديها تجاه المجتمع المحيط:

تعريف المجتمع بقضايا تهم المدرسة ولها علاقة بهم حتى يتعاونوا من أجل حلها. كذلك الكشف عن كفايات حلها عن طريق اعتماد وسائل الإعلام المدرسي وجعل الطلبة فاعلين وقائمين عليها.³

2.1.7- أهداف الأنشطة المدرسية (الأنشطة الإعلامية: صحافة مدرسية- إذاعة تلفزيون- مسرح- معارض):⁴

• تكوين رأي عام طلابي واعي إعلامياً: تهدف إلى القضاء على سلبية الطالب وتحويله من

عنصر سلبي إلى عنصر ايجابي متميز الفكر يسهم بشكل واضح في حل مشكلات المجتمع.

• التفاعل مع البيئة المحلية: استخدام الوسائل كالتقرير الصحفي والتحقيق والمقال واللقاءات

والتدريب عليها عن طريق حسن استخدام وسائل المعلومات في إنتاج الصحف المدرسية.⁵

• تنمية المواهب والقدرات: من خلال التعامل المستمر خاصة في مجال تصفح ومتابعة ما

يدور من أحداث عبر وسائل الإعلام والتعمق في مضامينها.

• التوعية في مختلف المجالات: من خلال الشرح والتفسير وليس فقط سرد للأخبار بالإضافة

إلى التوجيه والإرشاد والذي يعتبر امتداد للوظيفة السابقة حيث أن الصحيفة بعد أن تفسر

وتشرح فالضرورة المنطقية أن توجه وترشد الطلبة للعمل لصالحهم.¹

¹ لويس رامير وبلتران، اليزابيث فوكس دي كاردوتتا، وسائل الاتصال الجماهيري والهيمنة الثقافية (ترجمة محمود عبد

الحמיד السيد)، القاهرة، مستقبل العرب، ع1، مركز مطبوعات اليونسكو، 1981، ص 92.

² رشاد أحمد عبط اللطيف، تنمية المجتمع وقضايا الإعلام التربوي، الإسكندرية دار المعرفة الجامعية، 1995، ص 155

³ محمد حسن علي الجندي، الإعلام المدرسي في ضوء ثورة المعلوماتية في الحلقة الثانية من التعليم الأساسي (دراسة

تقويمية)، دار الجامعة الجديدة، الأزايطة، 2008، ص 161.

⁴ ماجدة لطفي خالسد، تقنيات الإعلام التربوي والتعليمي، مرجع سابق، ص 93-94.

⁵ محمد حسن علي الجندي، الإعلام المدرسي في ضوء ثورة المعلوماتية في الحلقة الثانية من التعليم الأساسي (دراسة

تقويمية)، دار الجامعة الجديدة، الأزايطة، 2008، ص 277.

3.1.7- واقع أنشطة الإعلام في المدارس:

تعتبر الأنشطة الإعلامية بالحقل التعليمي من أهم الممارسات التربوية التي يجب تعميمها والاهتمام بها والتأكيد عليها لما لها من دور مؤثر في زيادة فاعلية الصف الدراسي وتحسين العملية التعليمية عامة. ولقد واجهت هذه الأنشطة الإعلامية معوقات كثيرة أثرت على فعاليتها وممارستها في الحقل التعليمي من جانب الطلاب والمعلمين وسيطرة الدراسة النظرية على نظامنا التعليمي والاعتماد على الحفظ والتلقين وتخريج عقول يسهل برمجتها، غير قادرة على أن تتقبل الرأي والرأي الآخر وغير قادرة على التفكير المبدع بصفة عامة. وأن الأوان للاهتمام بالأنشطة الإعلامية في مدارسنا لتمكين أبنائنا من استيعاب حقائق العصر التي نعدم لمواجهته خاصة فيما تعلق بتكنولوجيا الإعلام الجديد.²

لكن واقع ممارسة الأنشطة الإعلامية في مدارسنا يتم بعيداً عن الخطة الدراسية والجدول المدرسي، لذلك تعتمد على جانب كبير من الشكلية والمظهرية ويحدث هذا في المعارض المدرسية التي تقام عند الانتهاء من العام الدراسي وقيام المدرسة بعرض الإنتاج الصحفي أو تسجيلات للبرامج الإذاعية كالتلفزيون والمناظرات والحوارات المختلفة وهدفها من هذا إظهار المدرسة بمظهر المدرسة المعاصرة والتي تأخذ بالاتجاهات التربوية الحديثة وممارسة الأنشطة للتخفيف من حالة الملل الناتج عن طول الجلوس داخل الصفوف الدراسية.

إضافة إلى أن ممارسة النشاط الإعلامي قد يضيف أعباء أخرى على الطلاب فعندما يطلب من التلميذ عمل لوحة إخبارية أو صحفية قد تحتاج قدرات ومهارات لا تتوافر لديه وهذا يدفع الطالب إلى تنفيذ العمل عند أحد المحترفين نظير مقابل مادي قد يشكل عبئاً عليه وعلى أسرته. ويؤدي ذلك إلى غياب الممارسة والمشاركة الحقيقية في هذا النشاط والهدف منه، بل ويعتبر ذلك تزيفاً وإهمالاً لقيم الصدق والأمانة ويقضي على المهارات الفنية والإبداعية الكامنة لديهم التي يمكن تنميتها من خلال ممارسة الأنشطة الإعلامية.³

إن الاهتمام بأنشطة التربية الإعلامية يعود إلى اعتبار المدرسة مؤسسة إنتاجية تعمل على تصنيع منتج متكامل من ناحية الجودة والفعالية وتنمية القدرة على التفكير وحل مشكلاته الحياتية، ولقد تعايشنا طويلاً مع فكرة أن المدرسة مسؤولة فقط عن تعليم أطفالنا وماتت الأنشطة التربوية بما فيها الإعلامية ولعله قد آن الأوان لنعيدها.⁴

4.1.7- مشكلات المجتمع المدرسي وتأثيرها على الأنشطة الإعلامية:

¹ محمد حسن علي الجندي، الإعلام المدرسي في ضوء ثورة المعلوماتية في الحلقة الثانية من التعليم الأساسي (دراسة تقويمية)، دار الجامعة الجديدة، الأزايطة، 2008، ص 276.

² عقيل محمود رفاعي، مرجع سابق، ص 163.

³ المرجع نفسه، ص 164.

⁴ المرجع السابق، ص 165.

1. مشكلة الزيادة الطلابية:

لقد أدت الزيادة السكانية الكبيرة على زيادة الطلب والضغط على التعليم وازدحام الصفوف الدراسية وقصور الوسائل والأدوات وخاصة في التعليم الابتدائي الذي يمثل قاعدة التعليم وأدى ذلك إلى ظهور مشكلة المباني المدرسية والتي تمثل جانباً هاماً من التحديات التعليمية.¹

2. مشكلة الدروس الخصوصية:

الظروف الاقتصادية الاجتماعية الصعبة التي يعيشها العاملون في الحقل التعليمي أثرت على أنفسهم وتؤثر على جهودهم وأعمالهم وانصرف جميعهم إلى البحث عن عمل حر آخر، بل قل أعمالاً لكسب العيش وأصبحت هذه الأعمال تحتل المكانة الأساسية لأولوياته وتقهرت وظيفته حتى الرغبة في ممارسة أي أنشطة تربوية أو إعلامية داخل الحقل التعليمي. كما أن ظاهرة الدروس الخصوصية أصبحت مسؤولية عن التأكيد على سياسة الحفظ والتلقين والتركيز على الجانب المعرفي في عملية التعلم، على حساب الجوانب السلوكية الأخرى من اتجاهات وقيم وميول ومهارات وهذه الجوانب التي يمكن تحقيقها من خلال ممارسة النشاط الإعلامي داخل المدرسة. وقد ساعد على انتشار هذه الظاهرة تكديس الأعداد الضخمة من الطلبة وما يترتب عليها من نقص الاستيعاب لدى الطلاب وقلة اهتمام الأستاذ بهم لزيادة عددهم على المعدلات المعقولة وكذلك نمط العملية التعليمية؛ حيث أصبحت مشكلة إلى حد كبير، بفعل عوامل متعددة وإعطاء الأستاذ دروساً، بل وبدرجة وصلت إلى احترافها ومن ثم أصبحت الصورة التي تحولت إليها هذه المسألة ومن أهم معوقاته التي تهدد الكيان التعليمي وليس ممارسة أنشطة التربية الإعلامية.²

3. المعلم المتخصص إعلامياً:

حتى يمكن تفعيل الأنشطة التربوية والإعلامية (التربية الإعلامية) لابد من وجود أستاذ متخصص بها.. حتى يمكن ممارسة هذه الأنشطة تخطيطاً وتنفيذاً ومتابعة وتقويماً، وعدم توفر الهياكل الإدارية والتنظيمية وعدم توفر الكفاءات من أعضاء هيئات التدريس لأداء المهمة، مما يدفع إلى الاستعانة من غير المتخصصين في علوم الصحافة والإعلام أو الاعتماد على عدد من الممارسين للصحافة، ممن لا يستندون إلى أية خبرة أكاديمية. أضف إلى هذه المعوقات عدم وجود المعامل أو الأجهزة الحديثة اللازمة للتدريب العملي³ ومن شأن ذلك إضعاف مستوى الخريجين وهو ما ينعكس على مستوى أداء أنشطة التربية الإعلامية.

4. نظرة أولياء الأمور لأنشطة وسائل الإعلام المدرسية:

¹ المرجع نفسه، ص 166.

² المرجع السابق، ص 168.

³ عصام توفيق قمر، أسباب عزوف الطلاب عن المشاركة في الأنشطة التربوية الحرة وسبل علاجها، مجلة عالم التربية، رابطة التربية الحديثة، 2001.

على الرغم من النظرة التقليدية للنشاط المدرسي لدى أولياء الأمور وأنه مضيعة للوقت، وإهدار لجهد أبنائهم وعدم إيمانهم بأهمية النشاط الإعلامي داخل المدرسة وتدني الوعي لدى أولياء الأمور والطالب بأهمية النشاط وفوائده. وفي ظل التنافس والتصارع على الدرجات، يحرص أولياء الأمور على توجيه أبنائهم من الطلاب إلى المذاكرة والتحصيل المعرفي وعدم ممارسة الأنشطة المدرسية بما فيها من أنشطة إعلامية، إلا أنه لا يمكن توجيه اللوم لأولياء الأمور أو نلقي عليهم بالمسؤولية كاملة، بل القصور في تنفيذ النشاط من جانب النشاط المؤسسة التربوية يرجع إلى إغفال العملية الامتحانية للأنشطة وعدم الوعي بأهمية الأنشطة عامة والإعلامية خاصة.¹

5. قصور الإمكانيات المادية والتكنولوجية:

لا شك ان مدارسنا تعاني ظروفًا تعليمية صعبة، وهي أنها تفتقر إلى المبادئ المدرسية الكافية والمناسبة وبعضها لا يتوفر فيها المواصفات الهندسية التي تتفق مع طبيعة ومتطلبات العملية التربوية واحتياجاتها الإعلامية وبها قصوراً في المرافق لممارسة الأنشطة المختلفة، كذلك التجهيزات والمعامل الصوتية وأماكن مزاولة الأنشطة الإعلامية كالمسرح المدرسي والقاعات المجهزة وحجرات الإذاعة.

وتكنولوجيا التربية الإعلامية تعني تطبيق الأساليب العلمية والتقنية في برامج الإعلام المدرسي مما يوفر فرصاً تعليمية ومواقف عملية للطلاب، يحصلون من خلالها أشكال متنوعة من الثقافة العلمية والاتجاهات والقيم واكتساب المهارات في فنون العمل الصحفي والإذاعي والبرامج الإعلامية الأخرى.

إن قوة التكنولوجيا في إدارتها وتصنيعها وامتلاكها، معنى ذلك أن التكنولوجيا فكر وأداء وحلول للمشكلات قبل أن تكون مجرد اقتناء معدات وإبهار ومظهري، ولكي يتحقق التطور التكنولوجي لا بد أن يبدأ من الصغر ويفعل ويفعل أساليب التعلم؛ بحيث يصبح تجربة يتعايش معها الطالب ويتعلم خلالها كيف يفكر ويحل المشكلات من خلال اكتساب الخبرات ويتعلم آلية البحث عن المعلومة من المصادر المختلفة والتفاعل معها.² وقد حاول الباحث أن يؤكد على أن الثقافة الإلكترونية وجه من أوجه الثقافة العلمية التي ولدت من قبل أدب الخيال العلمي (science fiction). الذي امتد تياره من القرن العشرين مع تجلي طغيان النزعة المادية، فالصحافة هي صناعة الخبر بالكلمة والصورة لغايات الإعلام والتعليم والتنقيب والترفيه والدعابة.³ وللأسف فإن الأطفال في مجتمعاتنا لا يزالون يعانون نقصاً هائلاً فيما يجب أن يحصلوا عليه من مجلاتهم، ولا تزال أفئدتهم متعطشة إلى موادها والاستمتاع بألعابها وعيونهم إلى تصفحها وقراءة، فمن خلال إحصائية للكاتب "عبد التواب يوسف" عن هذا الواقع يقول: إن نصيب الطفل العربي من المجلات الصادرة له قد لا يتجاوز جانب من صورة وكلمة بينما نصيب الطفل من المجلات

¹ عقيل محمود رفاعي، مرجع سابق، ص 170.

² المرجع نفسه، ص 173.

³ عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والطفل، دار المسيرة للطباعة والنشر، عمان، ص 215.

الصادرة في أمريكا مثلاً يبلغ 12 مجلة أو أكثر أسبوعياً ويكاد يكون تعداد الأطفال لدى الطرفين متقارب. ويبلغ توزيع إحدى كبرى المجلات الأمريكية -والتي يتجاوز عددها 400 مجلة- وهي «هاي ليتس» إلى أكثر من ثلاثة ملايين نسخة شهرياً.¹

- نظام الامتحانات والتقييم:

تعتبر الأنشطة التربوية الإعلامية في الحقل التعليمي هي ضحية نظام التقييم المتبع في المدارس للحكم على أداء المتعلم في نهاية العام، فما زالت عمليات التقييم تتجاهل الأنشطة التربوية الإعلامية وكل هم التقييم هو قياس الجوانب المعرفية فقط وتكريس عمليات الحفظ والتخزين للمعرفة والمعلومات، بغرض الانتهاء من الهم الكبير وهو الامتحان والحصول على الدرجات في ظل الصراع الرهيب في هذا السباق. ففي المرحلة الثانوية لا يمارس غالبية الطلاب الأنشطة عامة والإعلامية خاصة فأصبح كل همهم في اجتياز الامتحان والحصول على أعلى الدرجات وإهمال ما قد يكون موجوداً من أنشطة داخل المدرسة. أضف إلى ذلك أن الأنشطة الإعلامية في الحقل التعليمي تقتصر إلى وسائل وأدوات ذات معايير علمية واضحة لتقويمها، حتى يكون الحكم موضوعياً على انجازات المدارس والطلاب في هذا المجال.²

- نظام الإدارة المدرسية:

إنّ أي نظام إنتاجي مهما كانت أهدافه وتكنولوجياته يتطلب إدارة علمية واعية بأهدافها وأساليب تنفيذها والمتابعة المستمرة والفعالة لإعمالها تؤمن بالتنمية البشرية على جميع المستويات ومنها المدرسة، فالتنمية تحقق تربية شاملة عقلياً اجتماعياً وانفعالياً للطلاب، فالمدرسة بمناهجها ومعلميها مسؤولة عن كافة الفرص ليحقق الفرد أغراضه وحاجاته، وهو ما يتحقق من خلال الممارسة الجادة والفعالة للأنشطة الإعلامية التربوية المختلفة. ولا شك إنّ القيادات التربوية المتخصصة والتي تتمتع بالكفاءة الإدارية والفنية في مجال عملها وخاصة الأنشطة التربوية والإعلامية تصبح قادرة على إعطاء التوجيهات وإدارة المناقشات وإبداء الملاحظات فيما يتعلق بالتخطيط للأنشطة الإعلامية والممارسات الفعالة لها. والقدرات على الإشراف والمتابعة الجادة والتقييم المستمر لها والعمل على تأطيرها وتوجيهها لخدمة جماهير المجتمع عامة والمجتمع المدرسي خاصة.

كما أن اختيار القيادات التربوية في المستويات الإدارية التربوية وحتى على مستوى المدرسة لا يتم غالباً على أسس علمية وموضوعية؛ حيث النظم المتبعة في عمليات الاختيار قاصرة ويغلب عليها عنصر الأقدمية في العمل أو في السن وهو الأساس أو نقطة الانطلاق في أغلب الأمور للترقية. وبالتالي تعاني

¹ مروي عصام صلاح، محمود عزت اللحام، مرجع سابق، ص133.

² عقيل محمود رفاعي، مرجع سابق، ص174.

الأنشطة الإعلامية من هذا النظام المتبع لتولي المناصب القيادية التربوية والذي يأتي بأشخاص لا تتوفر فيهم المواصفات العلمية والإدارية المطلوبة للقيام بأدوارهم.¹

2.7- أنواع الأنشطة المدرسية:

نجد أن هناك العديد من الأنشطة المدرسية التي تمارس اليوم في مدارسنا الحالية وهي:

1.2.7- الصحافة المدرسية:

تتعدد المفاهيم الخاصة بالصحافة المدرسية وذلك بتعدد التخصصات العلمية التي يتناولها فيعرفها "سمير محمود" 1996 على أنها: أحد أشكال الإعلام المدرسي المتخصص الذي يقوم به الطلاب بمساعدة مشرف الصحافة مستخدمين الفنون الصحفية المختلفة سواء صدرت هذه الصحف مكتوبة أو مطبوعة أو مصورة وفق دورية محددة وبعناوين ثابتة وبشكل يعبر عن المجتمع المدرسي بهومومه ومشكلاته وبحقق أهدافه وأهداف الصحافة بوجه عام".²

وتعرفها ماجدة لطفي السيد، بأنها «ذلك النشاط الذي يتم داخل المدارس ويقوم به الطلاب في المراحل التعليمية المختلفة ويتمثل في الصحف الحائطية، الصحف الدورية والنشرات والمطبوعات، وترتبط بالمقررات الدراسية لذا تخاطب جمهور متجانس إلى حد كبير سواء من حيث الحويلة اللغوية أو المستوى العلمي والثقافي أو السن أو البيئة الاجتماعية».³

ويعرفها "محمد نصر" 1971 أن الصحافة المدرسية هي وسيلة اتصال جماهيرية تطلق عادة على المجلات المطبوعة والمعلقة والمسموعة التي تصدرها جماعات النشاط الصحفي بالمدرسة.⁴

1.1.2.7- دور الصحافة المدرسية في التعرف على مواهب الطلاب وتنمية مهاراتهم:

تعتبر الصحافة المدرسية بصفة عامة وصحف الحائط بصفة خاصة وسيلة حيوية فعالة لاكتساب التلاميذ عادة الإقبال على قراءة الصحف والجرائد والمجلات، حتى نحيمهم بذلك مما قد يتعرضون له من أفكار ومبادئ هدامة، في عصر تطورت فيه وسائل الإعلام، فعن طريق الصحافة المدرسية يمكننا أن نفتح أمام الطلاب نافذة يطلون منها على عالمهم المحلي والعالمي ويعرفون ما يحويه من علوم ومعرفة وما يجري فيه من أحداث وما ينتابه من تيارات ومتغيرات وما يسوده من اتجاهات.⁵

¹ عقيل محمود رفاعي، مرجع سابق، ص 175-177.

² حسان بن عمر بصفر، طارق عبد الرؤوف عامر، الإعلام التربوي: مفهومه-فلسفته-أهدافه، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، مصر، 2011، ص 95.

³ ماجدة لطفي السيد، مرجع سابق، ص 90.

⁴ حسان بن عمر بصفر، طارق عبد الرؤوف عامر، الاعلام التربوي، مرجع سابق، ص 96.

⁵ عبد الفتاح أبو معال، مرجع سابق، ص 46.

والمواهب الذهنية هي قدرة الطالب على التفكير والحكم على الأشياء بطريقة صحيحة، بمعنى القدرة على التخيل ثم إفراغ ذلك الخيال في واقع مفيد، يتمثل في حل مشكلة أو الوصول إلى قرار. والتفكير الابتكاري هو القدرة على الإنتاج، إنتاجاً متميزاً بأكبر قدر ممكن من الطلاقة الفكرية والمرونة والأصالة.¹

ولكي تحقق الصحافة المدرسية ما ننشده من ورائها من أهداف وما نرغب في تحقيقه من آثار، يجب أن يراعي حسن توزيع وتنسيق المادة المعروضة، بما يوفر فيها عنصر الجاذبية فتكتب بخط كبير واضح وأن يشارك التلاميذ في جمع المادة وعرضها، حتى نكسبهم بذلك عادة القراءة والاطلاع والبحث في جميع المصادر وحتى تنمي لديهم القدرة على التعبير الحر السليم.²

بالإضافة إلى تثقيف التلاميذ وتعليمهم فهي تعد من المؤثرات الثقافية التي تؤدي دوراً في تشكيل شخصيتهم لأنها تسهم في توجيههم وإعلامهم وتعليمهم وإقناعهم وتنمية أذواقهم وتكوين مجموعة من القيم والعادات لديهم وبالتالي إشباع حاجاتهم وتنمية ميولهم نحو القراءة وإثراء لغتهم. كما أن قارئ الصحافة المدرسية لا تجذبه المعرفة فحسب بل هو كائن ينمو ويتطور ويسعى للتواصل مع صحيفته أو مجلته لأنها توفر له ما يساعده هذا النمو، سواء عن طريق الهدايا أو المسابقات أو فتح أبواب الكتابة لذوي المواهب منهم.³

ومن القدرات التي يمكن للصحافة المدرسية التعرف عليها:⁴

- المواهب العلمية: أول خطوة من خطوات عمل الصحيفة هي جمع المعلومات ومن خلال جمعها بإشراف مشرف صحافة المدرسة يمكن التعرف على ميول بعض التلاميذ الذين يقبلون بشغف ويتدقيق عميق؛ حيث لا يرضيه جمع القليل من المعلومات وهذا يكشف عن موهبة وقدرة علمية لدى أمثال هؤلاء الطلبة.
- القدرات الإبداعية: ما يوجد لدى الطالب من قدرات على التخيل ثم قدرته على نقل ذلك إلى مضمون وواقع ملموس مقروء (أو مسموع مرئي)؛ حيث إنّ ما يكسبه الطفل من خبرات ومهارات تفعل فعلها في رسم العوالم الإدراكية للطفل وفي توجيه تخيلاتهم نحو الأشياء على منحنى سليم.

2.1.2.7- نشأة صحافة الأطفال:

¹ ماجدة لطفي السيد، مرجع سابق، ص 88.

² عبد الفتاح أبو معال، مرجع سابق، ص 47.

³ مروى عصام صلاح، محمود عزت اللحام، إعلام الأطفال ما له وما عليه، ط1، دار الإعصار العلمي، عمان الأردن، 2015، 135-136.

⁴ ماجدة لطفي السيد، مرجع سابق، 2011، ص 88-89.

نشأت صحافة الأطفال لمواجهة التطور الذي أصاب طباع الأطفال والمفاهيم المتغيرة وحاجاتهم في القرن التاسع عشر وقد ظهرت أول صحيفة للأطفال في العالم في فرنسا عام 1830 وهي le journal de jeunes semaisdes enfants، وبعد ذلك بسنوات نشأت صحافة الأطفال في الولايات المتحدة الأمريكية كجزء من صحافة الكبار.

وكان الاهتمام بصحافة الأطفال له ما يبرره حيث يتيح هذا النوع من الصحف نشر ما يشد إليه انتباه الأطفال مثل:

- قصص كاملة في عدد واحد أو سلسلة في عدة أعداد.
- مغامرات أبطال وعصابات في البحار أو الغابات أو الجبال.
- قصص واقعية مثيرة.
- بوليسيات.
- موضوعات رياضية.¹

3.1.2.7- نشأة الصحافة المدرسية -مصر نموذج:-

إن البدايات الأولى للصحافة المدرسية يعود إلى عهد الخديوي إسماعيل حيث أصدر ديوان المدارس صحيفة "روضة المدارس"، فقد صدر العدد الأول منها في 17 أبريل 1870.. واهتمت بجوانب التربية واهتمت بالتلاميذ ونشرت مقالاتهم، كما كانت ذات أبواب أدبية وعلمية متنوعة واتسمت بغزارة المعلومات ورصانة الأسلوب.

1.3.1.2.7- أنواع الصحافة المدرسية:

1.1.3.1.2.7- الصحيفة(الجريدة) Newspaper:

صحيفة يومية أو أسبوعية يغلب عليها الطابع الاخباري والتعليق على الأخبار والأحداث وما يستجد من أحداث وأخبار محلية وخارجية وتحليلها والتعليق عليه وإبرازها حسب أهميتها.² هي وسيلة اتصال مطبوعة تصدر بشكل دوري اشترط لها الباحث الألماني "أوتوجروت" عام 1938، خمسة معايير أساسية تميزها عن غيرها من وسائل الاتصال وهي:³

- أن تنشر بشكل دوري لا يتجاوز أسبوع.
- أن تطبع بآلات الطباعة.
- أن أي شخص يستطيع دفع سعر هذه المطبوعة، ينبغي أن يكون له حق الحصول عليها، أي أنها متاحة لكل شخص وليس فقط لخبطة مختارة أو مؤسسة أو منظمة ما.

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والطفل، مرجع سابق، ص216.

² محمد أبو سمرة، استراتيجيات الإعلام التربوي، طبعة مزيده ومنقحة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان -الأردن،

2015، ص 171.

³ عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والطفل، مرجع سابق، ص217

- أن محتواها ينبغي أن يتنوع ويشمل كل ما يهم الجماهير بكافة طوائفها.
- أن تعالج قضايا معاصرة لوقت صدورها، مع شئ من الاستمرارية.

1) سمات الجريدة:

ويحدد مؤرخ الصحافة الأمريكي المعروف، "أدوين إي. إمري" سبعة معايير أو سمات للجريدة هي:¹

- أن تنشر أسبوعياً على الأقل.
 - أن تطبع بآلات الطباعة.
 - أن تكون متاحة لجميع طوائف المجتمع وفئاته.
 - أن تنشر الأخبار ذات الاهتمام العام في المجالات ذات الموضوعات المتخصصة.
 - أن يستطيع قراءتها كل من تلقى تعليماً عادياً.
 - أن ترتبط بوقتها.
 - أن تكون مستقرة عبر الوقت.
- وتشمل الجرائد كلاً من: الجريدة اليومية التي تصدر أربع مرات أسبوعياً على الأقل وغير اليومية التي تصدر أقل من أربع مرات أسبوعياً.

2) الصحيفة والأطفال:

الصحيفة هي إحدى وسائل الاتصال بالجماهير وقد اتفقت أغلب الآراء على أن الصحافة هي جمع الأخبار ونشرها ونشر المواد المتصلة بها في مطبوعات مثل: الجرائد، المجلات، الرسائل الإخبارية، المطويات، الكتب وقواعد البيانات المستعينة بالحاسبات الالكترونية. أما الاستعمال الشائع للصحافة فينحصر في إعداد الجرائد وبعض المجلات وإن كان يمكن أن يتسع ليشمل باقي صور النشر الأخرى والصحافة كذلك هي صناعة الصحفي والصحفيون هم القوم الذين ينتسبون إليها ويعملون بها وأول من استعمل لفظ الصحافة، بمعناها الحالي كان الشيخ "نجيب الحداد"، منشئ جريدة «لسان العرب» في الإسكندرية وحفيد الشيخ "ناصيف اليازجي" وإليه يرجع الفضل في هذا المصطلح "صحافة"، ثم قلده سائر الصحفيين، بعد ذلك استخدم العرب والأوروبيون عديداً من المصطلحات لوصف الصحافة بأشكالها المختلفة. فعند دخول الصحافة لأول مرة في مطلع القرن التاسع عشر، كان يطلق عليها لفظة "الوقائع" ومنها جريدة الوقائع المصرية، كما سماها "رفاعة الطهطاوي" وسميت كذلك "غازة" نسبة إلى قطعة من النقود، كانت تباع بها الصحيفة. كما أطلق عليها الجورنال. وقد أطلق العرب لفظ الغازة على الصحف في أوائل عهدها تقليداً للأوربيين؛ حيث يقال إن أول صحيفة، ظهرت في البنديقية عام 1656، كانت تسمى غازة، فشملت هذه التسمية فيما بعد كل الصحف بلا استثناء ومن المسميات التي أطلقت على

¹ المرجع السابق ، ص 218.

الصحافة الورقة الخبرية والرسالة الخبرية، وأكثر الصحف العربية كذلك أوراق الحوادث للدلالة على صحف الأخبار.¹

(3) مضمون الصحيفة بالنسبة للطلبة:

- صحف جامعة وهي أكثر الصحف شيوعاً وتعني عادة بنشر القصص والمسلسلات المصورة.
- صحف رياضية وهذا النوع من الصحف محدود ويقدم تمرينات وألعابا رياضية مصحوبة بالرسوم والصور.
- صحف ومجلات دينية وهذه تتولى إصدارها جماعات ومدارس دينية مختلفة تعمل في مجالات تربية الأطفال.
- صحف خاصة بالبنات ويعزى إصدار مثل هذه الصحف إلى أن سرعة النمو الجسمي والعقلي والعاطفي للبنات تختلف عن الذكور.
- هناك أنواع مختلفة ومتعددة لصحف الطلبة ويمكن تقسيمها حسب الشكل (مجلات وجرائد) أو حسب المضمون فتقسم إلى صحف (صحف جامعة وأخرى هزلية وثالثة إخبارية ورابعة رياضية وهكذا) ويمكن تقسيمها حسب الجهات التي تتولى إصدارها (صحف تصدر من الهيئات والمنظمات وأخرى عن شركات للنشر بقصد الربح).
- ويمكن أن يكون التقسيم وفقا إلى مراحل نمو التلميذ، فهناك صحف خاصة بالأطفال في مرحلة الواقعية والخيال المحدد بالبيئة (3-6) سنوات وأخرى للأطفال في مرحلتى الخيال المنطلق والبطولة (6-12) وثالثة في مرحلة المثالية والرومانسية من (12) إلى نهاية مرحلة الطفولة.

(4) أنواع الصحيفة:

- **صحيفة الحائط:** هي صحيفة عامة تمثل جماعة الصحافة المدرسية وتسجل نشاطها وتعرضه عرضاً سريعاً وتوضع في مكان يرتاده جميع الطلاب وأن تصدر مرتين كل شهر.
- **صحيفة المدرسة:** تعبر عن المدرسة ونشاطاتها ويتولى تحريرها جماعة الصحافة بالمدرسة ولا مانع أن يشترك معهم من يرغب من إدارة المدرسة والمدرسين ولكن بنصيب محدود.
- **صحيفة المناسبة:** تصدر لتغطية مناسبة ما دينية أو وطنية أو محلية.²
- **صحيفة الفصل:** تعكس نشاط الفرقة الواحدة، بحيث يقوم كل فصل مدرسي على شكل فرقة مدرسية بعمل صحيفة تعكس نشاط واهتمام الطلاب وملاحظات مدرسيهم وتشمل أخبار

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والطفل، مرجع سابق، ص 216-217.

² ماجدة لطفي السيد، مرجع سابق، ص 166.

- الصف ومشاكلهم واقتراحاتهم وحلها بتوجيه انتقادات سواء الايجابية أو السلبية لمدرسي الفصل أو الفرقة وتحتوي على الخبر، المقال، الكاريكاتير. يوضع لها اسم وشعار مميز.¹
- **صحيفة الصف:** تعبر عن الصف الدراسي كله من حيث نشاطاته وأفكاره واتجاهاته وينتخب لتحريرها مجموعة من الطلاب هذا الصف بإشراف رواد الفصول وأخصائي الصحافة المدرسية.
- **صحيفة المادة:** والهدف منها خدمة المنهج الدراسي وتبسيطه وتطبيقه ونقده ويشرف عليها مدرس أول المادة مع الأخصائي.
- **صحيفة النشاط:** هي التي تخدم نشاط مدرسي معين كالنشاط الرياضي أو الفني... الخ ويشرف على تحريرها القائمون على الأنشطة المدرسية المختلفة.
- **صحيفة البيئة:** هي صحيفة تقوم على خدمة البيئة والتحدث عن مظاهرها والتوعية بمشكلاتها واقتراحات حلها ويشترك في تحريرها الجميع.
- **النشرة الإعلامية:** نظرا لميزانيات بعض المدارس المحدود وارتفاع التكاليف، تلجأ بعض المديریات أو الإدارات أو المدارس إلى النشرة الإعلامية كأحد الإصدارات الصحفية بالمدارس. وهي نشاط إعلامي منخفض التكاليف حيث يكون حجمها (22/16)، وورقها يكون من الورق الأبيض 55جم وتكون قليلة في عدد الصفحات ولا يشترط أن يكون لها غلاف مخالف لنوع ورق الصفحات الداخلي ويستخدم الغلاف من الورق الأبيض (70جم). وتصدر هذه النشرة في المناسبات أو لتغطية أحد الأحداث الهامة. ويمكن أن يكون عدد صفحات النشرة الإعلامية 4 أو 8 أو 16 أو 32 صفحة حسب المناسبة أو الحدث وأهميته والإمكانات المتاحة، هذه النشرة يجب أن تكون تشتمل على الفنون الصحفية، اخراج النشرة بمثابة تدريب للطلبة على المجلة المدرسية المطبوعة يكون في عمودين تكتب بالكمبيوتر أو بخط اليد، ثم تصور في أعداد بحسب الامكانيات المتاحة وتكون هذه النشرات الاعلامية هي نفسها ملازم المجلة المدرسية.²
- **الصحيفة الطائفة:** وتصدر عن تلاميذ الفصل الواحد وفي أثناء حصة دراسية حيث يقوم كل طالب بكتابة فقرة معينة في موضوع ما فيكتب هذا مقالاً وذاك يجري تحقيقاً، وآخر تقريراً وآخر خاطرة وتجمع في حجم واحد بترتيب معين، ويمكن تقسيم الفصل إلى عدد من المجموعات وتقوم كل مجموعة بإصدار صحيفة ثم يتناوب الجميع قراءة ما كتبه زملاؤهم.³

¹ محمد أبو سمرة، مرجع سابق، ص 177.

² علي أمبابي، الإعلام التربوي المقروء في المؤسسة التعليمية، التحرير-الإخراج-الإصدارات والمسابقات، مرجع سابق، ص 250.

³ عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والطفل، مرجع سابق، ص 217 .

كما يمكن أن تكون من النوع السهل والبسيط والمعبر عبارة عن كراس رسم يعبر فيه المحرر الصغير بالرسم و الورق الملون والفلوماستر ومن ثم القص واللصق لذلك الورق أو القماش على كراس الرسم، تساعد الأستاذ كوسيلة إيضاح على شرح ما تمخض من الطالب وسميت بالطائر لأنها تدور بين الطلبة من طالب لآخر يضيف كل واحد منهم عليها شيئاً ولوناً جديداً.¹

- **المجلة الدائرية:** وهي التي تعلق على حامل من جوانب عدة على شكل دائرة أو مروحة؛ بحيث توضع عدة صحف من حجم واحد في عدة جوانب من الحامل والأفضل أن تكون طويلة وفي مستوى طول الطلاب حسب المرحلة الدراسية وهي عبارة عن عدة صحف جدارية وضعت في حامل واحد.
- **الصحيفة المصورة:** هي التي تحوي صور فقط أو صور مع تعليق مبسط عليها.
- **الصحيفة السبورية:** تأخذ مساحة أكبر وتوضع على حامل، تجمع كل النشرات.
- **صحيفة الربع ساعة:** ظهرت هذه الصحيفة بداية حين كانت هناك أزمة عالمية في الورق، لذلك رأى القائمون على أمر الصحافة بالمدارس إعداد صحيفة ربع فرخ ورق نظراً للأزمة وأصبحت لها مسابقة خاصة تعد لها، حجمها 50/70 وتكون من خمسة أعمدة، بسيطة معلوماتها خفيفة ومفيدة، يمكن إصدارها بسرعة لتغطية موضوع ما أو مناسبة ما، ميزانيتها يسيرة.²

(5) فنون الصحيفة المدرسية:

وتنقل الصحيفة المدرسية مضامينها عبر الفنون المختلفة ومن أبرزها:

1. **القصة (الحكايات):** وهي السرد القصصي الذي يتناقله الناس وتغلب على الحكايات سمة البساطة في الأسلوب واللغة والبناء وبعض الحكايات تستهدف الإقناع أو التثقيف أو الهروب من الواقع إلى عالم خيالي أرحب وأجمل، فقد أظهرت النتائج البحثية في هذا المجال أنّ التلاميذ الذين يقرؤون قراءة ذاتية في مستواهم الخاص بغض النظر عن الصف الذي يدرسون فيه، يحققون قدراً من النمو أكبر مما هو عند أقرانهم الذين لا يقرؤون كثيراً أو الذين يقرؤون ضمن مجموعات لا تراعى فيها الفروق الفردية؛ حيث يتخذها وسيلة لتكوين ميول جديدة للحصول على معرفة جديدة.³

¹ محمد أبو سمرة، مرجع سابق، ص 178.

² علي أمبابي، الإعلام التربوي المقروء في المؤسسة التعليمية، التحرير-الإخراج-الإصدارات والمسابقات، مرجع سابق، ص 245.

³ مروى عصام صلاح، محمود عزت اللحام، مرجع سابق، 137.

- ويمكن أن يكون الوعاء الأنسب الذي يصل إلى التلميذ بصورة محببة ويثير اهتمامه هو القصة: ¹
- 1.1 القصص الشعبية: هي الحكايات التي يتضح فيها دور البطل الذي يجاهد ويقوم بسلسلة من المخاطر حتى يستطيع بها تحقيق أهدافه.
- 2.1 قصص الحيوانات: هي القصص التي تقوم فيها الحيوانات بدور الشخصيات وهي على أنواع منها قصص مغامرات وقصص بطولة وقصص خيال علمي.
- 3.1 قصص فكاكية: هي التي تعتمد على الطرائف والنوادر التي تجعل التلاميذ ينجذبون إليها بشكل ملفت للنظر.

1. التحقيق الصحفي: ثمة تساؤلات كثيرة يطرحها التحقيق حول كثير من الأمور الحياتية الخاصة والعامية، لأنهم لا يستطيعون الوصول إليها وسبر أبعادها ويأتي التحقيق الصحفي هنا، ليكون عاملاً هاماً في الإجابة عن العديد من هذه التساؤلات وهنا تكمن صعوبة التحقيق الصحفي المقدم ووظيفته. والصعوبة في التحقيق تكمن في كيفية تقديم الجواب للتلميذ بلغة مشوقة وبأسلوب سهل وبطريقة مقبولة ومقنعة عن الأسرار والحقائق والمفاهيم والقضايا الاجتماعية والأخلاقية، ليقدم تفسيرات مناسبة لقدراتهم النفسية والعاطفية والعقلية والاجتماعية.²
2. الحديث الصحفي: إن الحديث الصحفي مع الشخصيات المحببة حول القضايا والأمور التي تتعلق بهم أو التي تهم التلميذ، تستطيع أن تقدم مادة ممتعة لهم وتدفعهم إلى التمثل بهذه الشخصيات وتجعلها قدوة لها.
3. المقال الصحفي: هنا لا يرتبط بقالب تعبيرية محدد ولا يلتزم شكلاً أدبياً معيناً. يخاطب الطفل مخاطبة الصديق للصديق؛ حيث ينقل له الفكرة أو الرأي أو المعلومة بسرعة رشقة وهذوء، وكأن ثمة علاقة حميمة تربط بين الكاتب والتلميذ.
4. الصور والرسومات: هي مادة صحفية أساسية حية وذات قيمة كبيرة إعلامية وثقافية وجمالية وقد تتفوق في تأثيراتها على المادة المكتوبة، في بعض الأحيان لذلك لم يقتصر استخدامها على الناحية الجمالية فحسب، بل يتعداها إلى النواحي التعبيرية والتوضيحية والتشويقية.³
- بهذا تحتاج المطبوعات المدرسية إلى مساهمة القارئ وبذل جهد إيجابي من جانبه لا تتطلب وسائل الاتصال الأخرى، لأن الرسالة المطبوعة أقل اكتمالاً للقارئ لا يواجه متحدثاً مرئياً أو مسموعاً، كما هو الحال في الإذاعة والتلفزيون ولهذا فإن الوسائل المطبوعة تتيح للطالب حرية أكبر من التخيل وتصوير المعاني.⁴

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والطفل، مرجع سابق، ص 218.

² مروي عصام صلاح، محمود عزت اللحام، مرجع سابق، 139.

³ المرجع نفسه، 139.

⁴ علي عبد الفتاح، الإعلام الاجتماعي، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 14.

6) تدريب الطلبة على الصحافة:

يمكن تصور خطوات تتم في المدرسة بحيث يتم تدريب الطلبة على الصحافة من خلال الخطوات التالية:¹

- يقوم الأستاذ بداية بتخصيص جزء من الحصة للتعريف بالصحافة والصحافة المدرسية وشرح أهدافها.
 - يكلف الأستاذ التلاميذ بجمع أكبر عدد ممكن من الصحف المحلية أو الأخرى وإجراء شرح عليها للتعرف على مواضيعها وطريقة إعدادها وحجمها والمواضيع التي تهتم بها وأولوياتها.
 - يقوم الأستاذ بالمشاركة مع الطلاب على عمل مقارنات بين أنواع الصحف اليومية وغير اليومية مثل الأسبوعية والدورية والمجلات العامة والمتخصصة.
 - يتعاون الأستاذ مع الطلبة في عرض نماذج من الصحف والمجلات القديمة والحديثة وإجراء مقارنات عليها وتصفح محتوياتها ومواضيعها ويمكن عمل مقارنات عليها وتصفح محتوياتها ومواضيعها ويمكن عمل مقارنة معها ومع صحف أجنبية بالإضافة إلى المحلية.
 - الاستعانة بأنشطة ميدانية مثل زيارة الطلاب للمؤسسات الصحفية التي تصدر الصحف اليومية أو الأسبوعية أو المجلات أو زيارة لوكالة أنباء لمعرفة كيف يتم الحصول على الأخبار وجمعها وتحليلها وتبويبها وإعدادها للنشر حسب الأهمية.
- 7) الأشكال الصحفية التي تتضمنها الصحافة المدرسية:

1/ الخبر وكيفية صياغته:

يعرفه "جيرالد جونسون 1973" على أنه: «وصف أو تقرير لحدث مهم بالنسبة للجمهور كما هو مهم بالنسبة للمخبر الصحفي نفسه فقيمة الحدث بالنسبة للمخبر يتحدد بمدى قابلية هذا الحدث للنشر».² أما "عبد اللطيف حمزة" فقد عرفه بأنه: «الجديد الذي يتلطف القراء على معرفته والوقوف عليه بمجرد صدور الجريدة»، عرفه "عبد الستار جواد" بأنه: «شئ لا نعرفه من قبل، شئ نسيته أو أنك لم تفهمه».³ وعرفه "ماكد وجل، بأنه: «تقرير عن حادث معين ترى الصحيفة في نشره وسيلة للربح المادي».⁴ يعد الخبر من أهم الأشكال الصحفية نظراً لتأثيره القوي لدى القارئ الذي غالباً ما ينشغل به ويهتم بمضمونه ويسعى لمعرفة تفاصيله وخاصة إذا كان مضمون الخبر ذا صلة شخصية به أو يرتبط ببيئته ومجتمعه المحلي والقومي.

¹ محمد أبو سمرة، مرجع سابق، ص 170.

² ماجدة لطفي السيد، مرجع سابق، ص 190.

³ عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، عمان، 2002، ص 43.

⁴ قيس الياسري، الخبر الصحفي -دراسة نظرية وتطبيقات، دار الحكمة للنشر والتوزيع، عمان، 1987، ص 12.

والمقصود بالمادة الصحفية أو الإخبارية هي تلك الأخبار أو الموضوعات التي تقدم تقارير إخبارية عن أحداث تهم قطاعات عريضة من جمهور القراء ويتم اختيار وانتقاء هذه الأحداث في ضوء السياسة التحريرية للصحيفة.¹

وهناك عدة أنواع للتغطية الإخبارية من حيث اتجاه المضمون هي:²

1. التغطية المحايدة: ويقدم الصحفي فيها الحقائق فقط أي عرض الأخبار بطريقة

موضوعية خالية من العنصر الذاتي الشخصي أو عرض الحقائق السياسية والمعلومات المتعلقة بالموضوع بدون تعميق أبعاد جديدة أو تقديم خلفيات أو تدخل بالرأي أو مزج الواقع بوجهات النظر.

2. التغطية التفسيرية: في هذا النوع من التغطية يقوم الصحفي بجمع المعلومات المساعدة

أو التفسيرية إلى جانب الحقائق الأساسية للقصص الإخبارية، وذلك بهدف تفسير الخبر أو شرحه وخدمة القراء الذين ليس لديهم وقت كاف للبحث بأنفسهم، بشرط أن تكون هذه التغطية منصفة تقدم كل التفاصيل.

3. التغطية المتحيزة أو الملونة: وفي هذه التغطية يركز الصحفي على جانب معين من

الخبر وقد يحذف بعض الوقائع أو يبالغ في بعضها أو يشوه بعض الوقائع، وقد يخلط الخبر برأيه الشخصي، لتحقيق هدف مقصود من وراء ذلك.

4. التغطية من حيث توقيت حدوثها: فتتقسم إلى

- التغطية التمهيدية: ويقصد بها قيام الصحفي بتغطية تفاصيل حدث متوقع

ورصد الحقائق قبل أن تحدث فعلاً، بغرض تهيئة الرأي العام.

- التغطية التقريرية أو التسجيلية: وهي التغطية التي تتم بعد وقوع الحدث فعلاً

ويظهر فيها مدى الاتفاق بين ما كان متوقعاً حدوثه وما حدث فعلاً، كذلك للأحداث غير المتوقعة.

- تغطية المتابعة: هي التغطية التي تتابع تطورات جديدة في أخبار حدثت

فعلاً، وفي هذه الحالة لا بد من تذكرة القارئ بالتطورات الحادثة لربطه بالخبر القديم.

ويتضمن الخبر مجموعة من القيم إذا ما توافرت فيه أعطته قيمة ترفعه من مرتبة الواقعة العادية، إلى مرتبة الواقعة التي تستحوذ على اهتمامات القراء سواء في صحيفة أو أي وسيلة إعلامية أخرى ومن هذه القيم نذكر: ¹

¹ عقيل محمود رفاعي، مرجع سابق، ص 109.

² المرجع نفسه، ص 110.

- الأهمية والضخامة، المنفعة والفائدة الشخصية، الصراع وما يرتبط به من توقع ونتائج، الشهرة، الاهتمامات الإنسانية، التوقيت، الغرابة والطرافة.
- إلى جانب هذا هناك سمات ينبغي أن تتوفر في أي خبر يستحق النشر والكتابة وهي:
- الجودة، الموضوعية، الدقة والصحة.

◀ كتابة الخبر وتحريره:

نعني به صياغة الخبر وتحريره في شكل أو قالب صحفي مناسب.. والذي يقف في المرحلة الوسط بين الأسلوب الأدبي والأسلوب العلمي، فيأخذ من الأدب البساطة والسهولة ومن العلم الدقة والوضوح والتحديد ولذلك يجب الالتزام بالموضوعية في نقل الخبر.² كما ويجب على الأسئلة التالية غالباً بشكل تتابعي(من، ماذا، متى، كيف، لماذا)³.

◀ سمات كتابة الخبر:

- الاستغناء عن الكلمات الزائدة مثل أدوات التعريف التي لا لزوم لها.
- استخدام الألفاظ البسيطة الصحيحة لغوياً.
- الموضوعية والدقة عند تناول الخبر.
- استخدام الجمل والفقرات القصيرة.
- ذكر مصدر الخبر بوضوح في مضمونه، خاصة إذا كان يتضمن تصريحاً يحمل رأياً لمصدره.
- الترتيب والتسلسل لعناصر الخبر.
- استخدام الألفاظ المستحدثة شائعة الاستعمال أفضل من الترجمة الحرفية أو الألفاظ المهجورة.
- الاستخدام الصحيح والدقيق التقييم لعلاقات التقييم أو أدوات الربط وهناك طريقتين تقليديتين لرواية الخبر الصحفي، هما طريقة الهرم المعتدل (الأسلوب القصصي) وهنا تأتي الشواهد والأدلة ثم الفكرة النهائية وطريقة الهرم المقلوب وفيها يتم كتابة الخبر بمقدمة تتضمن الفكرة الرئيسية أو ما يسمى بالصدر ثم تأتي بعد ذلك التفاصيل وأحدث وأهم معلومات في الخبر، ثم تكتب جسم الخبر حسب الأهمية.⁴ ويتكون الخبر من:

¹ عقيل محمود رفاعي، مرجع سابق، ص112.

² عبد اللطيف حمزة، الصحافة والمجتمع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2006، ص 24.

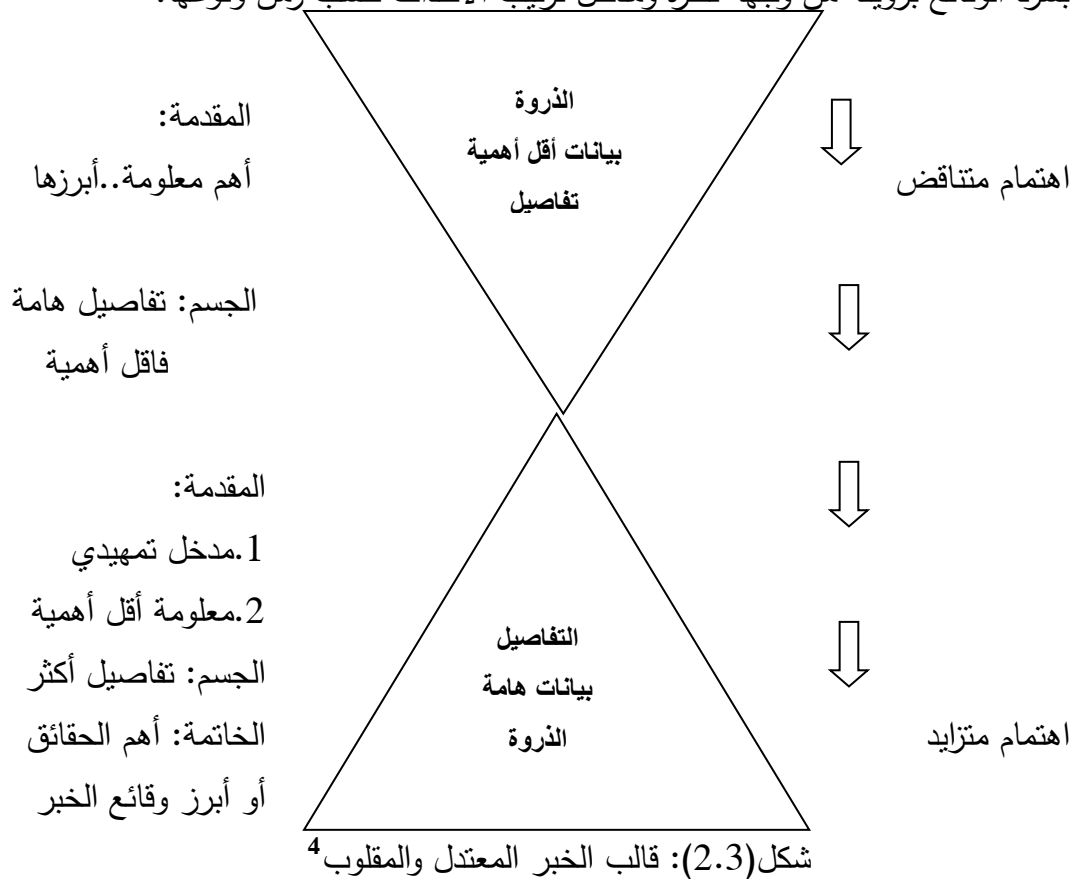
³ ماجدة لطفي السيد، مرجع سابق، ص191.

⁴ عقيل محمود رفاعي، مرجع سابق، ص113.

1 العنوان: ويتكون من سطر واحد أو عدة سطور ويهدف إلى جذب انتباه القارئ وإعطاء قيمة للخبر حسب حجمه وموقعه والتركيز على أهم ما فيه. ويراعى فيه الاختصار والتركيز وأن يتضمن فعلاً مضارعاً وتجنب التكرار والنفي وأن يرتبط العنوان بالمضمون.¹

2 المقدمة: يتم تحريرها باختيار أهم جزء من تفاصيل الخبر الذي يمثل مركز الثقل² وهي فقرة أو جملة تجذب القارئ وتعطي ملخصاً له، وتجيب على الأسئلة المعروفة (ماذا - متى - أين - لماذا - كيف)، وتتناول الاسم أو الشيء أو الزمان أو المكان أو السبب أو الكيفية التي وقع بها الحدث. ومن أشكال المقدمة نجد الساخنة ومقدمة التصوير والمقارنة أو التباين ومقدمة التساؤل ومقدمة الاقتباس ومقدمة الوصف.

3 جسم الخبر: هو مجموعة من الحقائق المرتبة حسب أهميتها أو الوقائع حسب خطورتها، وهناك عدة مداخل للخبر منها مدخل التركيز على الفرد ومدخل القصص الحوارية ومدخل ضمير المتكلم ويعني قيام المحرر بسرد الوقائع برؤيته من وجهة نظره ومدخل ترتيب الأحداث حسب زمن وقوعها.³



(8) أهم الأشكال الإخبارية الصحفية:

¹ المرجع السابق، ص 114.

² ماجدة لطفي السيد، مرجع سابق، ص 193.

³ عقيل محمود رفاعي، مرجع سابق، ص 114.

⁴ علي أمبابي، الإعلام التربوي المقروء في المؤسسة التعليمية: التحرير - الإخراج - المسابقات - الإصدارات، مرجع سابق، ص 97.

1.8 المقال:

يعتبر المقال فن التعليق على الأحداث والأخبار بمختلف أنواعها السياسية والاجتماعية والعلمية والأدبية وتأخذ المقالات أشكال عدة منها:

➤ **مقالات العرض:** وهي عبارة عن تقارير إخبارية يكتبها الطلاب أو المتخصصون وتتضمن عرض وصفي لبعض الأعمال الفنية أو الأدبية أو الثقافية عامة، ويهدف عرض الجوانب والأشكال المختلفة للعمل الفني أو الأدبي أو الثقافي وإتاحة الفرص للقارئ لكي يحلل ويفكر فيما هو مكتوب ويكون رأياً حوله.

➤ **مقالات النقد:** هذا النوع من المقالات يكون بمثابة تقييم للأعمال المختلفة التي قد تتم داخل المدرسة أو خارجها أو يدور حول تقييم أحد الموضوعات العامة؛ بحيث يعتمد النص أو الموضوع على رؤية علمية أو أدبية وفي ضوء معايير واضحة تجعل من المقال النقدي عملاً مفيداً وإضافة جديدة للقارئ.

1.1.8- السمات الأسلوبية للمقال:¹

- وضوح الأسلوب وذلك عن طريق الابتعاد عن الألفاظ الغريبة والعامية والخيال البعيد.
- قوة الأسلوب وذلك عن طريق البعد عن ضعف العبارة وتناثر الحروف والحشو والتطويل في الجمل.
- جمال الأسلوب ذلك عن طريق استخدام الألفاظ والصور الخيالية المناسبة والمحسنات البديعية البعيدة عن التكلف.

2.1.8- خطوات كتابة المقال:

أولاً: اختيار موضوع المقال: وهذا يتطلب من الكاتب أن يختار موضوعاً يعرف عنه قدرًا كافيًا من المعلومات ويكون مقبولا من جانب القراء الذين يكتب لهم.

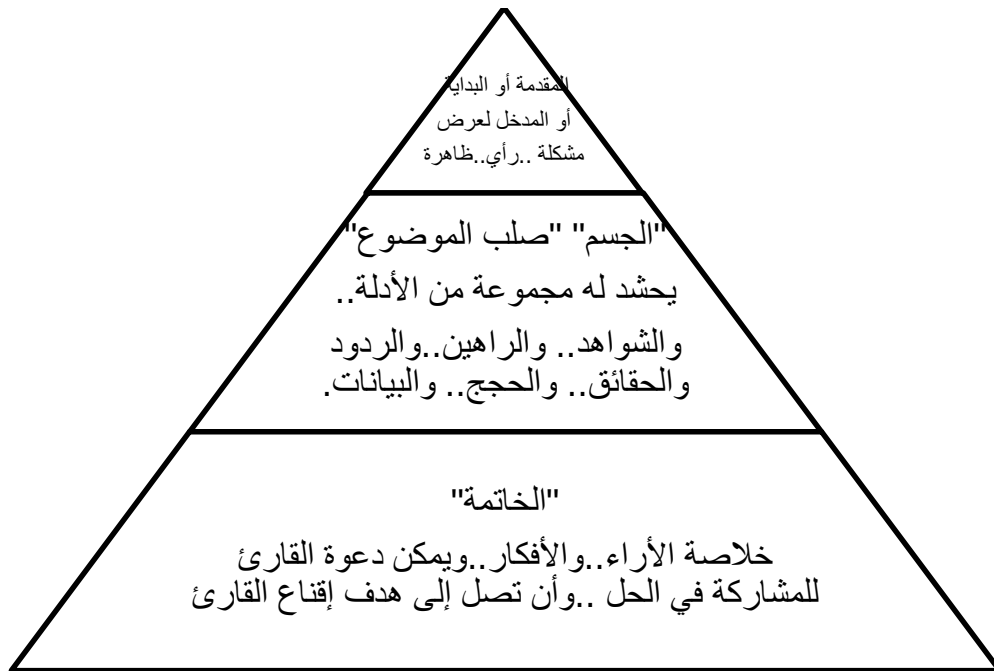
ثانياً: تحديد الهدف من المقال: هذا التحديد يساعدنا على أمرين: معرفة ماذا نكتب؟ وكيف نكتب؟.

ثالثاً: اختيار عنوان المقال: يساعد على تحديد موضوع المقال، لذا يجب أن يكون العنوان محدداً وواضحاً دال على أنه يعالج قضية واحدة.

رابعاً: خطة المقال: تتكون من مقدمة تبدأ بجملة لجذب انتباه القارئ، ثم تتلوها جملة لتحديد هدف المقال، وتكون موجزة وتناسب والموضوع كما وكيفاً، ثم العرض الذي يمثل الجزء الأكبر بالشرح والتحليل، من سماته التسلسل المنطقي للأفكار والدقة في التعبير ووضوح الأسلوب وخاتمة التي تميل إلى الإيجاز وفيها يلخص الكاتب هدف المقال والنتيجة التي توصل إليها، بطريقة موجزة واضحة ولغتها سهلة.²

¹ ماجدة لطفي السيد، مرجع سابق، ص 241.

² المرجع السابق، ص 242-243.



شكل رقم (3.3): البناء الفني للمقال المبني على قالب الهرم المعتدل¹

2.8- الحديث:

يختلف الحديث الصحفي في الصحف المدرسية اختلافاً بسيطاً من حيث مضمونه وشخصياته عن الحديث الصحفي في الصحافة العامة، ويتمثل الاختلاف في أن المنطقة التي تخدمها الصحيفة المدرسية منطقة محلية جداً وأن الجمهور الذي يوجه إليه الحديث جمهور من نوع خاص وهم الطلاب ومنه لا بد أن يكون شخصيات الحديث من المجتمع المدرسي أو المحلي أو شخصية لها صلة بالعملية التربوية والتعليمية أو شخصية عامة ومؤثرة في المجتمع.²

كذلك موضوعات الأحاديث يجب أن تستمد من اهتمامات الطلاب والقضايا التي تشغلهم وتؤثر في المجتمع المدرسي.

..والحديث الصحفي في الصحافة المدرسية هو أحد الفنون الصحفية التي يقوم بها الطالب من خلال المقالات والحوارات التي يجر بها حول قضية أو حدث من الأحداث بغرض التعرف على الآراء والاتجاهات حولها، ويعد وسيلة أو أداة لجمع المعلومات والبيانات التي يمكن توظيفها في العديد من

¹ علي أمبابي، الإعلام التربوي المقروء في المؤسسة التعليمية: التحرير-الخراج- المسابقات-الاصدارات، مرجع سابق، ص164.

² عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2002.

القوالب والأشكال الصحفية الأخرى من الخبر والتحقيقات وغير ذلك، ويعد وسيلة وأداة لجمع البيانات التي يمكن توظيفها في العديد من القوالب والأشكال الصحفية الأخرى من الخبر والتحقيقات الصحفية.¹

1.2.8-أنواع الحديث:

هناك أنواع للحديث منها:

- حديث الخبر: وهو الذي يتناول الأنباء واستقصاء المعلومات حول حادث معين.
- حديث الرأي: وهو ما يطرح من آراء ذوي الخبرة والاختصاص في موضوع معين.
- حديث التسلية والإمتاع: وهو يستهدف التسلية والترفيه عن القراء.
- حديث الجماعة: الذي يعبر عن مجموعة من الأفراد تمثل قطاع معين من المجتمع.
- حديث المؤتمرات: ويتم من خلال مسؤول عن مؤتمر ما يدلي برأيه.

2.2.8-خطوات إعداد الحديث:²

- اختيار الشخص ويرعى فيه أن تكون شخصيته مهمة ومعروفة أو مشهور وأن يكون موضوع الحديث ذو قيمة ويخص قطاعاً كبيراً من المجتمع الذي ينشر فيه الحديث، كما يكون المتخصصين أو المهتمين بموضوع الحديث.
- الإلمام بجميع أو بعض جوانب موضوع الحديث قبل إجراءه من خلال دراسة قبلية استطلاعية يقوم بها الفرد القائم بالحديث لمساعدته في صياغة الأسئلة حول الموضوع والتركيز على جوانبه التي تحتاج للمعالجة وتحديد ما يريده من هذه الشخصية وإثراء الحوار والمناقشة والتفاعل أثناء الحديث.
- الاستفادة من المعلومات المتوفرة عن المتحدث في فهم شخصيته والمدخل المناسب له.
- تحديد الأسئلة التي يجب عليها المتحدث وتجنب الأسئلة غير المفيدة أو الشخصية والبعيدة عن الموضوع وأن يكون واضحاً ومرتبطة بالموضوع أو أحد جوانبه، مع اختيار الوقت والمكان المناسبين.
- يجب أن تراعي الأسئلة التدرج والترتيب حتى يكون الموضوع متكاملًا ويفضل ويفضل أن يسجل الحديث بواسطة جهاز تسجيل أو اعتماد التسجيل في مفكرة أو أوراق خاصة بالموضوع.
- للحديث عدة أجزاء هي العنوان ومقدمة وقسم الحديث وخاتمة.

3.8- التحقيق الصحفي:

¹ عقيل محمود رفاعي، مرجع سابق، ص 117.

² المرجع نفسه، ص 119.

يجمع بين عدد من الفنون التحريرية في آن واحد حيث يجمع بين الخبر والحديث والرأي وهو من أصعب الفنون التحريرية، إذ يتطلب مقدرة وكفاءة عالية من المحرر..يقوم على خبر أو فكرة أو مشكلة أو قضية يلتقطها الصحفي من المجتمع الذي يعيش فيه، ثم يقوم بجمع مادة الموضوع بما يتضمنه من بيانات أو معلومات أو آراء تتعلق بالموضوع، ثم يزاوج بينها ليصل إلى الحل الذي يراه صالحاً لعلاج المشكلة التي يطرحها التحقيق الصحفي.¹

يعتبر من أهم الفنون الصحفية في مجال الصحافة المدرسية وتعود هذه الأهمية إلى أنّ الصحافة المدرسية تقتصر إلى عامل الآنية في الخبر وبالتالي يمكن عمل التحقيقات عن الأخبار التي قد مضى فترة من الوقت ويقوم بها الطلاب بعد تدريبهم على طريقة إعداده.

وتتناول التحقيقات الكثير من الموضوعات العامة المحلية والعالمية والتجارب الإنسانية والشخصية التي قد تكون مجالاً لإجراء التحقيق أو ريبورتاجاً صحفياً حولها وكذلك الأخبار التي تنشر في وسائل الإعلام مسموعة أو مقروءة أو مرئية، مادة لعمل التحقيقات الصحفية التي تقيد الطلاب وأعضاء المجتمع المدرسي، فقد يكون الخبر عن موضوع تربوي أو قضية تربوية مثيرة للرأي العام وتشغل تفكيره ويعتمد على عمل أحاديث مع عدة أشخاص حول مصادر عديدة منها الموضوعات العامة والمناهج الدراسية المقررة وغير ذلك من القضايا المجتمعية.²

1.3.8-كيفية إعداد وتنفيذ التحقيق:

◀ التخطيط: ويشمل تحديد هدف الموضوع ومساحته المكانية ووقته الزمني وأهميته للقارئ واتفاقه مع سياسة الصحيفة التحريرية واختيار التوقيت المناسب لعمل التحقيق ونشره ومعرفة جذوره التاريخية وجمع المعلومات حول الموضوع من المصادر المختلفة، ثم يتم تحديد النقاط الرئيسية للموضوع مرتبة والمصادر البشرية وغير البشرية.

◀ التنفيذ: ويشمل جمع المعلومات والوقائع والآراء من المصادر المختلفة وترتيبها ومراجعتها للتأكد من تغطيتها، ثم تحليل المعلومات المختلفة وترتيبها ومراجعتها للتأكد من تغطيتها للموضوع، ثم تحليل المعلومات وتصنيف الآراء للوصول إلى نتائج أو حلول أو تصورات مختلفة.

2.3.8-صياغة التحقيق الصحفي:

◀ إعداد المادة للصياغة وتجهيزها وانتقاء الصالح منها والمرتبطة بالموضوع واستبعاد المواد الثانوية غير الضرورية، ثم صياغة عناصر الموضوع مرتبة حسب أهميتها، وتجميع الآراء المرتبطة بنقطة واحدة مع بعضها.

¹ ماجدة لطفي السيد، مرجع سابق، ص 216-217.

² عقيل محمود رفاعي، مرجع سابق، ص 119.

◀ ثانياً: صياغة التحقيق ويشمل التحقيق ما يلي: مقدمة التحقيق، هيكل التحقيق وصلبه، خاتمة والعناوين الرئيسية.

- المقدمة: يجب أن تكون مشوقة وجذابة وتشد القارئ في قراءة التحقيق وموضوعه ويجب أن تكون قصيرة لا تزيد عن فقرتين و ثلاثة وتنقسم إلى: مقدمة التباين ومقدمة التساؤل ومقدمة الوصف ومقدمة الحوار والجمل المقتبسة.
- هيكل التحقيق: وينقسم إلى فقرات تتضمن كل فقرة فكرة أو عنصر من عناصر التحقيق ويجب مراعاة البدا بالفقرة الأكثر أهمية والأقل والاعتماد على الجمل القصيرة مع عرض الشواهد والبراهين والأمثلة المدعمة بالأرقام والاحصائيات.
- العناوين الفرعية: توجد بعض العناصر الفرعية التي يجب أن تأتي في بداية كل فقرة أو عنصر جديد، مع عدم التكرار للعنوان الفرعي الذي يكون بمثابة محطة تتوقف عندها العين عن القراءة.
- الخاتمة: يقدم فيها المحرر تلخيص للموضوع وما انتهى إليه المحرر من حلول واقتراحات.

3.3.8-قوالب التحقيق الصحفي:

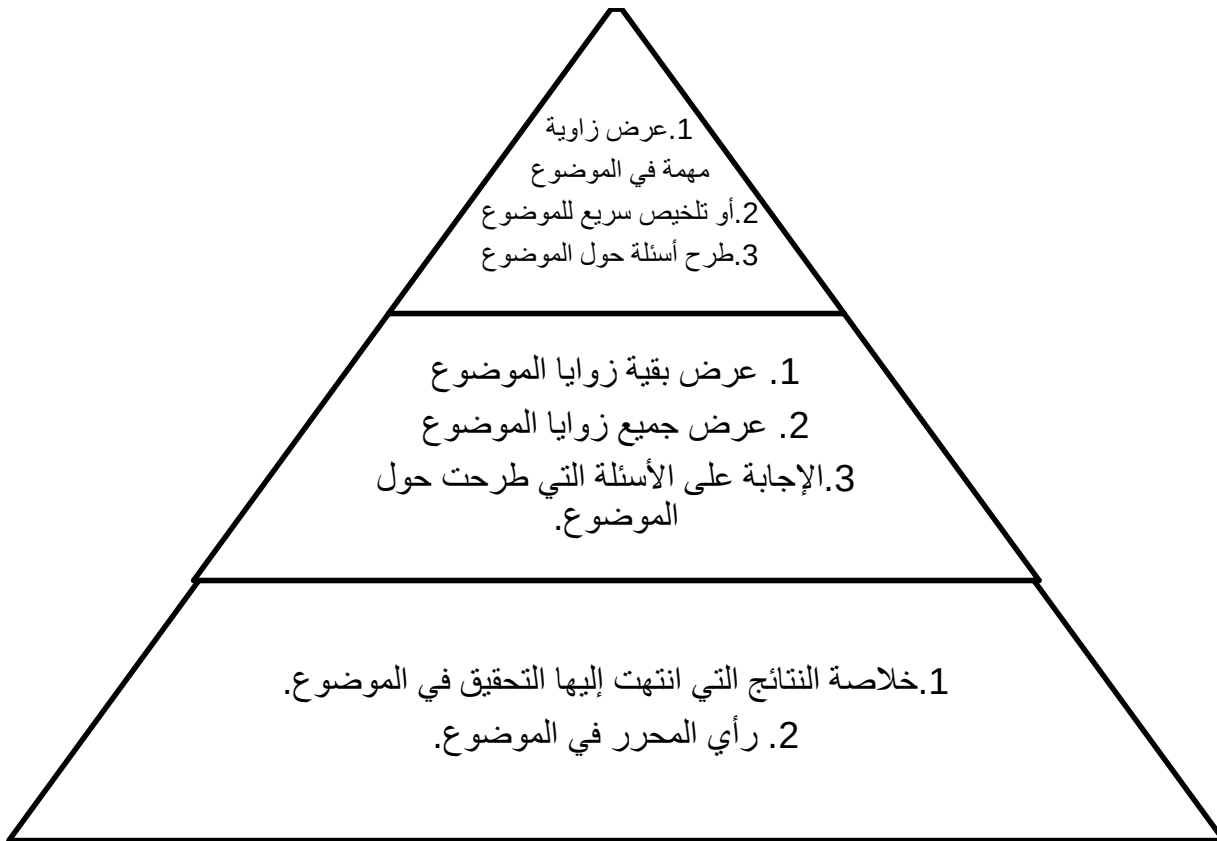
- هناك قوالب مختلفة لصياغة التحقيق هي: ¹
- قالب العرض: ويشمل جوانب المشكلة وأبعادها.
- قالب الوصف: ويتناول الوقائع مرتبة الأحداث.
- قالب الإعراف: ويدور مع مرتكب حادث معين أو جاسوس أو غير ذلك.
- قالب الحديث: ويتناول موضوعاً علمياً. ²

4.3.8-أنواع التحقيق الصحفي: يوجد للتحقيق الصحفي نوعان رئيسيان هما:

- ◀ التحقيق الصحفي الطويل المفصل: ويعتمد على الكلمة كأساس في إجراء التحقيق وتعاون المواد المصورة من الصور والرسوم والاشكال التوضيحية ويقوم المحرر بمقابلة المصادر وقراءة الوثائق والاستعانة بوجهات النظر المؤيدة والمعارضة.
- ◀ التحقيق الصحفي المصور: ويعتمد على المواد المصورة كالصور الفوتوغرافية كعنصر أساسي وتعتبر الكلمة عاملاً مساعداً للصورة.

¹ عقيل محمود رفاعي، مرجع سابق، ص 122.

² عبد اللطيف حمزة، مرجع سابق، ص 27.



شكل رقم (4.3): قالب الهرم المعتدل المبني على العرض الموضوعي في كتابة التحقيق¹

4.8- التقرير: هو فن يقع ما بين الخبر والتحقيق الصحفي.² فالتقرير الصحفي يتناول الحدث بكل ما يحيط به ويتعدى ذلك إلى وصف الزمان والمكان والأشخاص وكل الظروف المرتبطة بالحدث.³

◀ **بين الخبر والتقرير:**

إن الخبر يتناول الحدث كما هو يتناوله التقرير، لكن الخبر يتصف بالدقة والموضوعية في السرد إلا أنه في التقرير فإن من حق المحرر الصحفي أن يعرض آرائه حول ما يتناوله الخبر من أحداث، مع إضافة أي معلومات وثائقية تخدم الخبر.

◀ **بين التقرير والتحقيق:**

التقرير يختلف عن التحقيق في نقطة هامة، فالتحقيق يهتم بإثارة القضية ووضع الحلول المناسبة لها، وأما التقرير الصحفي يهدف إلى إثارة القارئ بالموضوع، ذلك بتقديم كافة المعلومات مصاغة بطريقة مبسطة

¹ علي أمبابي، الإعلام التربوي المقروء في المؤسسة التعليمية، التحرير-الإخراج-الإصدارات والمسابقات، مرجع سابق، ص110.

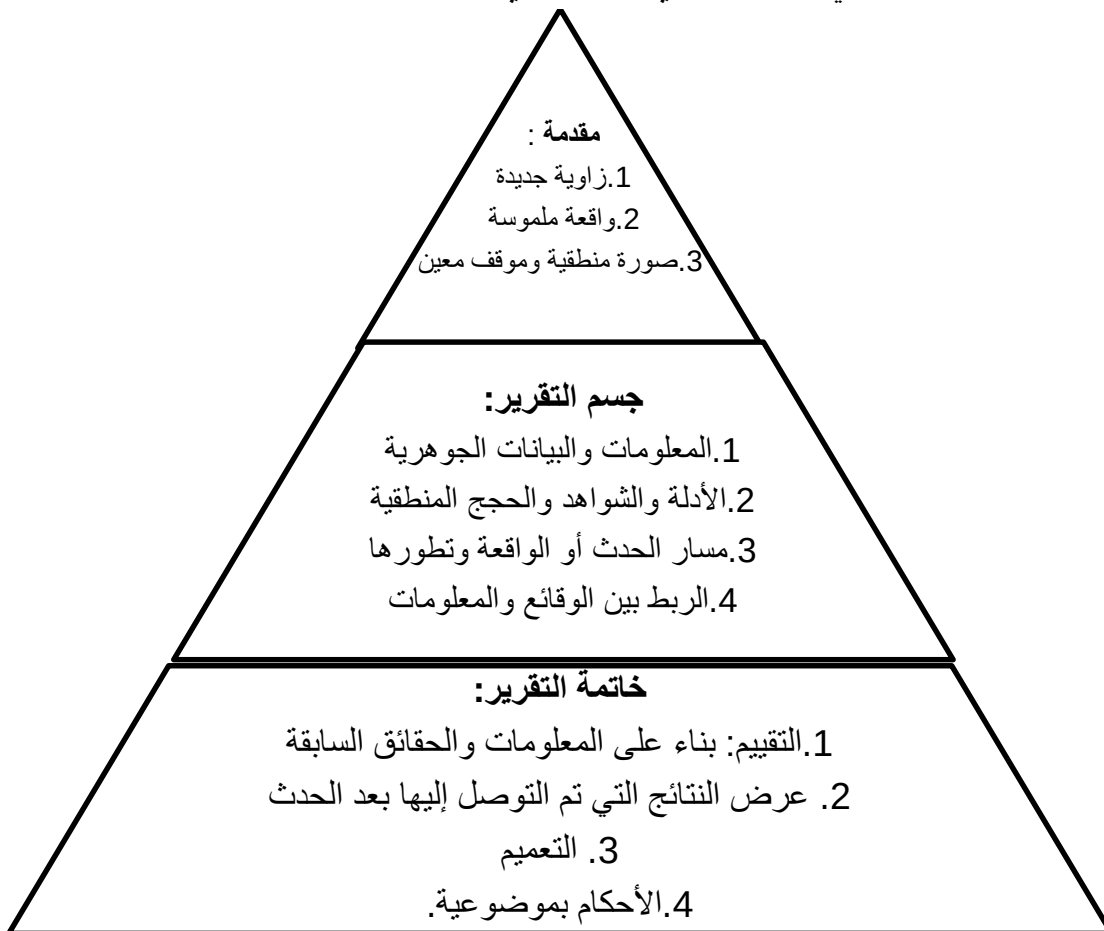
² فاروق أبو زيد فن الكتابة الصحفية، عالم الكتب، ط4، 1990، ص125.

³ علي أمبابي، الإعلام التربوي المقروء في المؤسسة التعليمية، التحرير-الإخراج-الإصدارات والمسابقات، مرجع سابق، ص191.

ويهتم بعنصر واحد أو عنصرين على الأكثر حول الخبر المعروض، يتفقان في كون كلاهما يعتمدان على فنون التحرير الصحفي من خبر، تعليق، صور ورسوم، كما أنه يجيب على سؤال (لماذا؟).¹

1.4.8-أنواع التقرير الصحفي:²

- **التقرير الإخباري:** يبدأ المحرر الصحفي بمقدمة يحاول منها تمهيداً للموضوع، ويختار لموضوع المقدمة زاوية جديدة يشير فيها إلى بعض الأقوال لشخصيات ذات أهمية.
- **التقرير الحي:** فيه يصور الكاتب الوقائع والأحداث، ويهتم بذلك أكثر من اهتمامه بشرحها، لهذا يهتم بوصف الحدث من كافة جوانبه (الزمن، المكان، الأشخاص، الظروف).
- **تقرير عرض الشخصيات:** يهتم هذا النوع من التقرير بعرض الشخصية أو الشخصيات المرتبطة بالحدث أو التي لها دور قيادي أو جماهيري محلياً أو دولياً.



شكل رقم (5.3): التقرير يتبع نظام الهرم المعتدل وذلك بعكس الخبر الذي يتبع نظام الهرم المقلوب.¹

¹ فاروق أبو زيد، مرجع سابق، ص 138.

² علي أمبابي، الإعلام التربوي المقروء في المؤسسة التعليمية، التحرير-الإخراج-الإصدارات والمسابقات، مرجع سابق، ص 192-193.

5.8 - رسوم الكاريكاتور:

يعتبر الكاريكاتير أحد أشكال الرسوم الساحرة ومكوناً مهماً من مادة الرأي في الصحيفة بشكل عام والمدرسين خاصة وهو من الرسوم الهادفة التي تنقل فكرة إلى القارئ سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ترفيهية ويحقق قيمة تربوية هامة في الحقل التعليمي وجماهيره.

والكاريكاتير يقدم في شكل ساخر معتمداً على التحليل والنقد وإعطاء تأثيرات جمالية وفكاهية للأخبار والموضوعات التي تصاحبها أو تعبر عنها. والكاريكاتير في التربية الإعلامية يتيح الفرص للطلاب لتنمية قدراتهم الفنية والتعبيرية وتدريبهم على التفكير الناقد للأشياء والأحداث داخل المجتمع المدرسي وخارجه. ويجمع بين هذه الملاحق أنها تصدر في قطع المجلة في طباعة جيدة تستعمل الألوان.²

(9) مجموعة الأشكال الصحفية التي تعرض المواد الخاصة بالتسلية وتضمنها الصحافة

المدرسية:

هذه الأشكال تقوم بمهمة الجريدة -كوسيلة اتصال- في التسلية والترفيه والإمتاع والاسترخاء وقضاء أوقات الفراغ وخلق نوع من الإيقاع الهادئ المريح على جانب الإيقاع السريع الصاخب لباقي مواد الجريدة ويمكن إيجازها في الأشكال التالية:³

- الكلمات المتقاطعة: هناك مصادر متخصصة تبثها وخبراء يطورونها، فهناك كلمات متقاطعة تعالج موضوعات عامة وأخرى متخصصة وبعضها يستخدم الصور والرسوم و الآخر الأرقام.
- أبواب الطالع: هي من الأبواب التي يرفضها عدد كبير من النقاد وعلماء النفس لأنها تقوم على الحسد والتخمين وعلوم الفلك والتنجيم.
- المسابقات: وتتضمن كل أنواع المسابقات الفنية والرياضية والثقافية والاجتماعية.
- الألعاب: نوع من الرياضة الذهنية تستخدم الرسوم والأشكال الهندسية كالمربعات والدوائر والمسدسات والمنحنيات واستغلال بعض المعادلات الرياضية المبسطة والقوانين العلمية لتنشيط ذهن القارئ في عمليات هندسية أو رياضية مبسطة مفيدة خاصة الطفل.
- الألغاز: إما ألغاز معلومات عن أشخاص أو قضايا أو بلاد أو معالم مهمة أو ألغاز رياضية.
- القصص المسلسلة المرسومة: وهي نوعان : الأول قصص كوميدية أو تراجمية لها بداية أو وسط ونهاية وحدث وشخصيات وعقدة وحل، ولكن التركيز أو أسلوب التعبير الأساسي يكون للصورة وتعاونها الكلمة في شكل شريط متتابع (سيناريو)، يضم صوراً ورسوماً يستفيد جيداً من تقنية سيناريو الفيلم السينمائي. والنوع الثاني: قصص تعتمد على الرسوم الهزلية الساخرة التي

¹ المرجع السابق، ص 195.

² عقيل محمود رفاعي، مرجع سابق، ص 124.

³ المرجع نفسه، ص 125.

عادة ما تتضمن قصصاً ساخرة كوميدية أو خيالية يخلقها الرسام وكاتب القصة ويتم وضع انتقادات لاذعة وساخرة للسلوك الإنساني، وتوصيل مضمون أخلاقي تربوي من خلالها إلى القارئ راشداً كان أو طفلاً، وهكذا تحاول الجريدة سد كل اهتمامات القارئ بفئات السن المختلفة.¹

1.9- مجموعة الأشكال التي تعرض المواد المصورة ILLUSTRATIONS:

تشمل المواد المصورة في الجريدة الصور الفوتوغرافية بأنواعها المختلفة والرسوم اليدوية التي تجمع الرسوم الساخرة والتعبيرية والتوضيحية. والمعروف أن هذا الفن الجديد كان مجهولاً في صحافتنا العامة ولكن بعد أن ظهر واستخدم كفن من فنون الإعلام، أصبحت لا تستغني عنه صحيفة تشترك في تكوين الرأي العام.² وإضافة إلى الأهمية التقليدية للمواد المصورة في الجريدة لما تتميز به من قدرة على جذب انتباه القارئ والتأثير في سلوكه واستيعابه بحكم قدرتها التعبيرية والجمالية واختزلها لكثير من المعاني والمتضمنات الفكرية والصحفية وقدرتها على التبسيط والشرح والوصف، زادت أهميتها الصحفية خلال السبعينات وفي أوائل الثمانينات لمواجهة ذلك الوعي البصري الذي غرسه التلفزيون في العقل الأمريكي لاسيما بعد استخدامه اللون. وقد أظهرت الجرائد اهتماماً بالمواد المصورة، تمثل في زيادة عددها والمساحة التي تحتلها، وهي فنية أسلوب تحريرها وإخراجها واستعمال اللون معها، وتخصيص صفحات أكثر للصور والرسوم كما زاد استعمال المواد المصورة، خاصة الرسوم التعبيرية المصاحبة لبعض الموضوعات كالجرائم أو الحوادث.³

- الصور الفوتوغرافية: ويمكن تصنيفها من حيث المضمون ومن حيث الشكل الذي تظهر به، فمن حيث المضمون تنقسم إلى:

- الصور الإخبارية news pictures.
- صور الموضوعات feature pictures.
- صور الموضوعات الإخبارية ذات الجانب الإنساني.
- الصور التي تمثل شخصية محور الموضوع (البورتريه).
- الصور الجمالية والتعبيرية.

ومن حيث الشكل الفني تنقسم الصور إلى:

- الصور المفردة single pictures.

¹ المرجع السابق، ص 126.

² عبد اللطيف حمزة، الصحافة والمجتمع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2006، ص 66.

³ عقيل محمود رفاعي، مرجع سابق، ص 127.

• سلسلة الصور a series.

• المشهد المتعاقب a sequence .

- الرسوم اليدوية: وهي عنصر مهم يستعمل في الجريدة اليومية باضطراد الآن، حتى أن بعض الجرائد مثل جريدة the wall street journal عن الصور الفوتوغرافية أو تمزجها بالصور الفوتوغرافية كجرائد أخرى، وقد زاد استعمالها بعد انتشار الأوفست وتشمل: الرسوم الساخرة، الرسوم التعبيرية، الرسوم التوضيحية، الرسوم البيانية، المنحنيات.

2.9-الإخراج الصحفي المدرسي للصحف:

الإخراج الإعلامي ونعني به توزيع المادة الإعلامية المكونة من مجموعة من العناصر أو المحاور مثل الكلمات، الصور، الرسوم، والفواصل من خلال الوسيلة الإعلامية(الصحافة) مع مراعاة أهمية الموضوعات والمساحة المتاحة ونوعية القراء والمستمعين. ويهدف الإخراج إلى:

• تسهيل قراءة أو سماع المادة الإعلامية.

• تصنيف الموضوعات وتوزيعها حسب أهميتها.

• جذب القارئ أو المستمع.

• التنسيق بين عناصر ومحاور الموضوع.

ولما كانت الصحافة المدرسية من أكثر وسائل الإعلام المدرسية وأوسعها انتشاراً، لذلك يمكن الاستفادة من الإخراج الصحفي في الصحافة العامة في إخراج الصحف المدرسية.¹

ويعرف الإخراج الصحفي المدرسي، بأنه فن تحريك وتوزيع الأنماط الصحفية التي تشملها الصحيفة أو المجلة وترتيبها في وضع يريح الطالب القارئ ولا يتداخل بعضه ببعض باستخدام الخطوط والفواصل والعلامات والصور والرسوم.²

والإخراج الصحفي المدرسي الذي يمارسه الطلاب له قواعده وأسس، فإخراج صحيفة الحائط يختلف عن الصحيفة المطبوعة وعن المجلة أو مجلة الفصل. ومع تطور أشكال الصحف المدرسية تطور فن الإخراج الصحفي، بذلك تحول شكل الصحيفة المدرسية إلى نماذج جديدة يراعي فيها تقسيم الصفحة إلى مساحات تختلف في العرض والطول. وقد لزم الأمر بسبب تطورها أن يكون لها مخرج يتسم بالحس المرفه والقدرة على فهم المادة الصحفية والقدرة على تصنيفها وتنويعها، والمخرج الصحفي يقوم بالتصميم وتوزيع المادة على مساحة الصحيفة وكذلك يقوم بمهمة المحرر من ناحية الاختصار وإعداد العناوين المختلفة.

¹ المرجع السابق، ص 131.

² محمد أبو سمرة، استراتيجيات الإعلام التربوي، طبعة مزيدة منقحة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان -الأردن، 2015،

كما يقوم المخرج بوضع قائمة بأهم موضوعات العدد مدوناً أسماء المواضيع والأخبار وعناوينها وأسماء المحررين من الطلاب في المدرسة ويقوم بإعداد نماذج خالية مصغرة بالحجم الحقيقي لمجلة الحائط أو المجلة المطبوعة تساعده في وضع تصوره لحجم المواد التحريرية بما يتطلبه من صور وعناوين. وعادة يتكون شكل الصحيفة عموماً من أجزاء رئيسية هامة هي:¹

- **رأس الصحيفة:** ويتضمن اسم الصحيفة وشعارها وتاريخه ورقم العدد واسم رئيس التحرير وأعضاء هيئة التحرير. وهذا ينطبق على الصحافة المدرسية من مجلات مطبوعة ومعلقة.
- **عنق الصحيفة:** ويقصد به المسافة المتروكة بين رأس الصحيفة وجسمها.
- **جسم الصحيفة:** وهو عبارة عن عدد المساحات والفراغات والأعمدة توزع عليها العناوين والمادة المكتوبة والصور بحيث يظهر كل موضوع واضحاً وبطريقة تميزه عن غيره من المواضيع.

وهذا ينطبق على الصفحة الأولى للجريدة والمجلة، أما باقي الصفحات فيتم تبويبها وتقسيمها حسب مواضيع مختلفة، مثل: أخبار الرياضة أو الجو أو الأخبار المحلية أو الدولية أو مقالات لرئيس هيئة التحرير أو كتاب العمود في الصحف العادية.

ففي الصحافة المدرسة يكون الكتاب هم الطلبة وهم المعلقون على الأخبار سواء داخل المدرسة أو حول العملية التربوية بمساعدة المعلمين وإرشادات المدرسة. ويهدف عمل الإخراج الصحفي إلى:²

- تسهيل قراءة الصحيفة على القارئ والطالب المدرسي بحيث يستوعبها بسرعة.
- القارئ للصحيفة يتوقع دائماً إبراز الموضوعات الهامة ويعرض متسلسل ومتتابع.
- إبراز الصحيفة بشكل مريح وجذاب ومشوق، بحيث تكون متنوعة والمواضيع موزعة .
- عقد صلة تعارف وحبّة بين القارئ والصحيفة بحيث ينتظر صدورها قبل موعد الصدور .
- أن صحيفة الحائط الواضحة في معالمها تحقق هدفاً وهو زيادة عدد القراء.
- أن الصحيفة تحدث تأثيرها من خلال مظهرها أكثر مما تحتوي عليه من مضامين ومظهرها هو ثمرة إخراجها. ويعبر عن شخصيتها وعن قدرة سياسة تحريرها.

ومن هنا يمكن عند تصميم وإخراج الصحف المدرسية مراعاة ما يلي:³

1. **حروف المتن:** وهي الحروف التي يجمع بها صلب الموضوع الإعلامي ويوفر القراءة بيسر لذلك لا بد من مراعاة حجم الحرف واتساع الجمع (طول السطر) والمسافة بين الكلمات.

¹ المرجع السابق، ص 172.

² المرجع السابق، ص 179.

³ عقيل محمود رفاعي، مرجع سابق، ص 132-133.

2. **العناوين:** يعد العنوان أهم عنصر في جذب القارئ، لذلك يجب أن يكون بخط واضح وكبير الحجم وهناك أنواع للعناوين منها:

◀ من حيث الاتساع، ينقسم إلى:

- **العنوان العمودي:** وهو الذي لا يتجاوز اتساعه عموداً واحداً وقد يتراوح بين سطرين وأربعة أسطر وفي بنط واحد أو أكثر من بنط.
- **العنوان الممتد:** يمتد عبر عمودين أو أكثر ويتراوح بنطه بين 18 إلى 72.
- **العنوان العريض أو المانشيت:** ويمكن أن يمتد بعرض الصفحة بأكملها.

◀ من حيث الاستخدام:

- **العنوان الرئيسي:** سطر أو سطور يشير إلى العنصر الرئيسي للموضوع.
- **العنوان الثانوي:** يكون سطرًا أو عدة سطور تلحق بالعنوان الرئيسي وتحتوي على تفاصيل أكثر للخبر.
- **العنوان التمهيدي:** يتكون من كلمة أو عدة كلمات تسبق العنوان الرئيسي ويوضع فوقه أو إلى جانبه ويكون البنط أصغر من بنط العنوان الرئيسي.
- **العنوان الفرعي:** يوضع داخل متن الموضوع، فوق بعض فقراته لإبراز أهميتها أو تقسيمًا لأفكار الموضوع.

3. **الصور:** عنصر فعال في بناء الصفحات ويستخدم للفصل بين العناوين وتثبيت أركان الصفحة،

لذلك تعد الصور من أهم العناصر التبوغرافية ويجب التأكد فيها من سلامة وضع الصورة وأن يكون في نفس صفحة الموضوع وأن تكون حركة الصورة تقود إلى الموضوع المصاحب له. وإذا كان هناك أكثر من صورة يجب ألا تنتشر متناثرة ومبعثرة بل يجب أن ننشرها أفقياً أو رأسياً على أحد أجناب الموضوع، أو اتباع الفريقين معاً. كذلك عدم وضع جداول أو فواصل من الصورة أو الموضوع المصاحب وفي حالة وضع صورتين شخصيتين يجب أن تشير كل منهما إلى الأخرى. كما ينصح الابتعاد عن شكل المربع وأن يكون مستطيلاً، وبالنسبة للكلام المصاحب للصورة يجب أن يكون بسيطاً ومركزاً وأن يستخدم الفعل المضارع، إذا كان بالصورة عدة أشخاص فيمكن بدأ التعريف بالشخص البارز ثم الأشخاص على الجانبين الأيمن والأيسر، يمكن أن يكون الكلام بجانب الصورة أو تحتها أو داخل الصورة، كما أن من الأساليب الخاطئة وضع الكلام بجانب الصورة ووضع الاسم المصاحب للصورة الشخصية بطريقة رأسية.¹

4. **الألوان:** من العناصر المهمة التي يمكن استخدامها في الصحيفة ويراعى ما يلي:

¹ عقيل محمود رفاعي، مرجع سابق، ص 132-133.

- عدم المبالغة في استخدام الألوان، التنسيق والتناغم بين الألوان، اختيار اللون المناسب للموضوع وأرضية الصفحة وكذا إحداث توازن بين الألوان المستخدمة في الصفحة الواحدة.

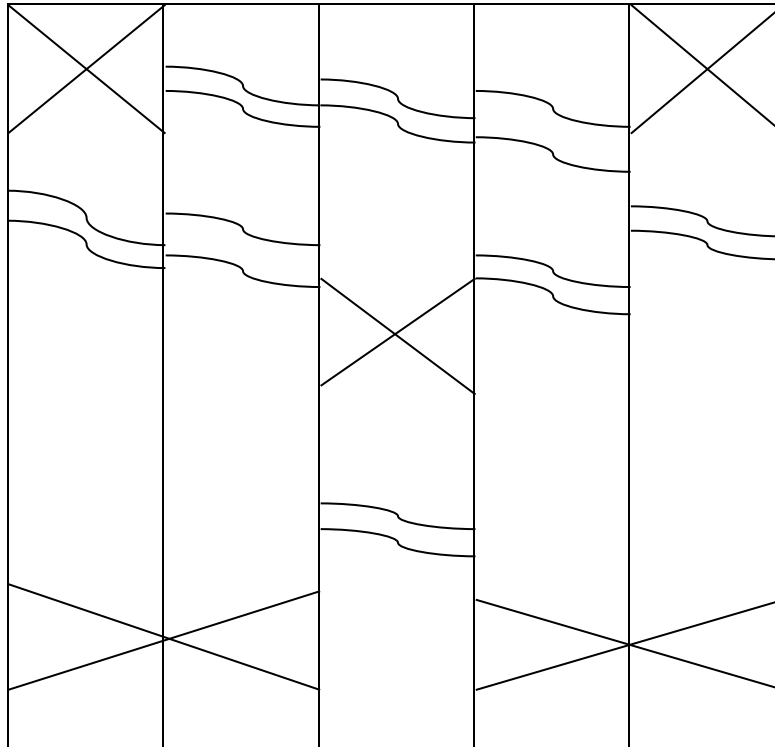
وإخراج الصحف المدرسية سواء كانت صحفاً أو مجلات حائط أو نشرات تختلف باختلاف أنواعها أي أن إخراج جريدة الحائط يختلف عن إخراج النشرة ويختلف عن إخراج المجلة وهكذا. وأبسط أشكال صحيفة الحائط صفحة واحدة من الكرتونية المقوى تتراوح مساحتها من 70/100 سم أكثر قليلاً أو أقل قليلاً وتعرض أفقياً لا رأسياً لتكون مناسبة لقراءتها.¹ ومجلة الحائط فتتقسم إلى قسمين هما: الرأس والجسم، يكون لها اسم وشعار بارز يميزها سهل الحفظ وجذاب يكمل إبراز الهوية للمجلة. أما إخراج المجلة المطبوعة، فيختلف بطبيعة الحال عن إخراج صحيفة الحائط، فصحيفة الحائط توزع على مساحة صفحة واحدة وهي كما ذكرنا من الورق المقوى وتوزع عليها المواضيع بالألوان والرسم والصور والخطوط المختلفة وتكتب يدوياً وتبرز مهارات الطلاب، ولها فن إخراجي خاص بها يختلف عن غيرها من الوسائل الأخرى فالمجلة المطبوعة تتكون من عدة صفحات بحجم الكتاب المدرسي من الورق الكبير، تضم عناوين ومواضيع مختلفة موزعة على صفحات عديدة يتم طباعتها في المطبعة وليس يدوياً كما هو الحال في صحيفة الحائط. وقد تطورت أنماط الصحافة المدرسية من خلال المجلة المدرسية، لذا فقد ظهرت مذاهب عديدة نذكر من هذه المذاهب في إخراجها:²

- **مذهب التوازن العام perfect balance make up**: وفيه يتم تقسيم الصفحة رأسياً إلى نصفين متماثلين تماماً، حتى إذا طويت الصفحة رأسياً انطبق الجزء الأيسر على الجزء الأيمن وبهذا يحدث التباين في الأعمدة وفي الصور والعناوين.
- **مذهب التوازن مع التباين Contrast and balance**: التوازن هنا ليس تاماً كما في مذهب التوازن العام، لكنه توازن متباين حيث توزع المواد بالتساوي على جانبي محور صفحة الصحيفة أو المجلة مع عدم انطباق الشق الأيسر على الأيمن.
- **المذهب التركيبي Central balance makeup**: ويطبق هذا المذهب في حالة أن هناك موضوع رئيسي يطغى على باقي المواضيع في المجلة، فيتم فرد الموضوع على الصفحة بأكملها أو تركيز عناوينه البارزة في الجانب الأيمن أو الأيسر من الصفحة وخصوصاً إذا كان رسماً أو كاريكاتيراً.

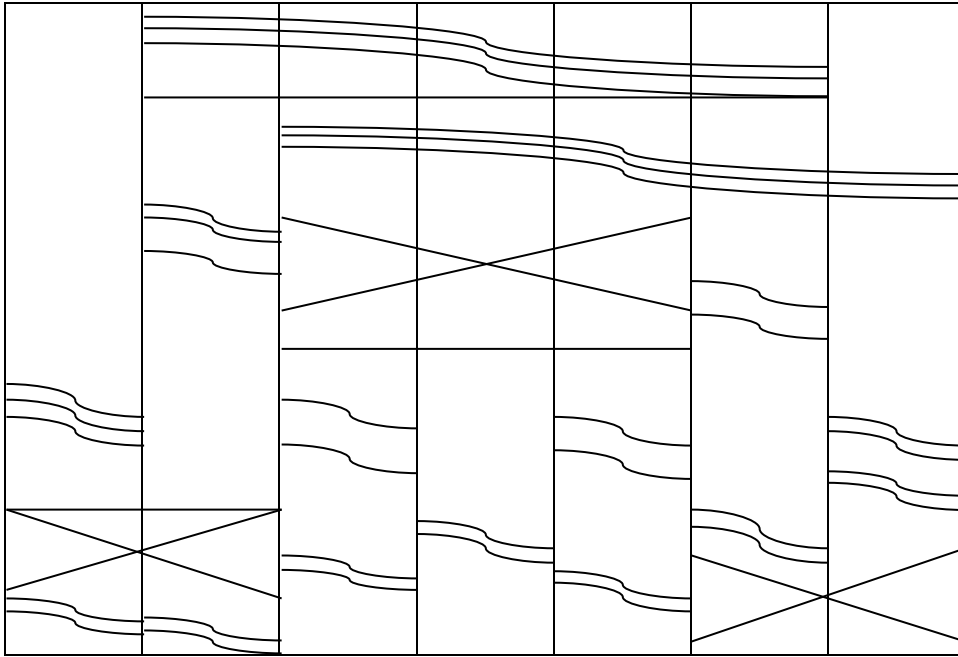
¹ محمد ابو سمرة، استراتيجيات الإعلام التربوي، مرجع سابق، ص 181.

² المرجع نفسه، ص 183.

- الإخراج القائم على الأعمدة المتقطعة **Broken Column Makeup**: ويتبع هذا الأسلوب عندما تكون هناك موضوعات كثيرة قصيرة مقاربة الأهمية.
- الإخراج الوظيفي أو الإنسيابي **Natural Job balance makeup**: هي طريقة انسيابية غير معقدة، بحيث يأخذ الموضوع في المجلة المكان المناسب والمساحة المناسبة وبهذا الأسلوب عادة ما يتم إلغاء جداول الأعمدة داخل الموضوع الواحد أو بين موضوعات واستبدال مسافة بيضاء بها واستخدام الصور ذات الأحجام الكبيرة وتقسم كل صفحة من مجلة المدرسة المطبوعة إلى عمودين أو أكثر تفصل بينهما مسافات بيضاء، ويراعي في إخراج المجلة المدرسية المطبوعة أن لا يعتمد على الكتابة كثيراً، بل يجب أن تتخلل الكتابة الصور والرسوم ويتم تنويع أشكال وأحجام الخطوط، مع مراعاة التناسب بين الأحجام، ويراعي في تنويع المجلة المدرسية المطبوعة تنوع المواضيع وتوزيع الألوان على الصفحات حسب طبيعة الموضوع الذي يتم تغطيته.



شكل رقم (6.3) الإخراج بمذهب التوازن التام



شكل رقم (7.3) إخراج الصفحة على مذهب التوازن مع التباين

2.1.3.1.2.7 - مجالات الأطفال:

صحيفة أسبوعية أو نصف شهرية يغلب عليها طابع التحليل والتخصص وتتميز عن الجريدة من ناحية نوع الورق المطبوع والغلاف والحجم، حيث أن حجمها اصغر من الجريدة وعدد صفحاتها قد يكون أكثر وتعتمد على في إخراجها على الألوان والصور وتختلف المجلة عن الجريدة في معالجة الموضوعات من الناحية الصحفية. فالجريدة تعتمد على أسلوب الملاحقة والسرعة في تغطية الأحداث التي تقع يومياً وتنقلها بموضوعية ودقة وأمانة. أما المجلة فتتروى في معالجة المواد التي تنشرها بسبب انها تصدر في فترات أطول بين كل عدد وعدد.¹

تتميز المجالات العربية ب:²

- القلة العددية: ما يقارب 80 مليون طفل (6-14) سنة تخدمهم 15 مجلة بمتوسط 20.000 نسخة (لا تتجاوز 400.000 نسخة بأي حال: كل 200 طفل يشتركون في نسخة واحدة من عدد واحد من مجلة واحدة).

- ضعف المحتوى:

- 50 بالمئة مادة ترفيهية بحتة (تختلف من مجلة لأخرى).
- 25 بالمئة مادة تعليمية/تربوية (تميل للسوء والانحراف في الكثير من المجالات).

¹ محمد أبو سمرة، استراتيجيات الإعلام التربوي، مرجع سابق، ص 172.

² عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الاعلام والطفل، مرجع سابق، ص 96-97.

- 25 بالمئة مادة محايدة ثقافية عامة.
- قلة الجيد من المجالات (لا يتجاوز 20 بالمئة من المتاح في السوق) وبصور شهري.
- قلة المادة التربوية والدينية (لا تزيد عن 10 بالمئة) في أغلب المجالات.
- غياب التوجيه السلوكي الإسلامي كالفصائل والسنن.
- تقديم القدوات السيئة -كالممثلين والمغنيين).
- إهمال المستوى العقلي والنفسي فالكثير من القصص والمغامرات تتجاوز مستوى الأطفال.
- كثرة المواد المترجمة من مجلات أجنبية إضافة إلى المجالات الأجنبية المعربة.
- عدم التكامل مع برامج المدرسة التعليمية.
- قلة المتخصصين في ميدان الكتابة والرسوم الفنية.
- عدم تبني الجهات العربية والإسلامية إصدار مجلات للأطفال عكس المؤسسات الغربية.
- إهمال قضايا العقيدة وعرض بعض البدع أحيانا على أساس أنها من الدين.
- تشجيع على بعض السلوكيات الخاطئة كالرقص والغناء ومصادقة الجنسنيين.
- سيطرة المادة الترفيهية وعلى صفحات المجلة.
- عدم تقديم القدوات الصالحة وبطريقة مناسبة.
- عرض بعض الشخصيات الخارقة والتي تضعف معالم القدوة الحسنة.

2.2.7-المعارض المدرسية:

تعتبر المعارض التي تقيمها المدارس من وقت لآخر من أهم الوسائل التثقيفية نظراً لغناها بالفرص التي تتيح للطفل أن يزود بقدر من الثقافة العامة في عدد كبير من المجالات والتخصصات المتنوعة وعندما ننظر إلى الممارسات الواقعية التي تتم نجد أن إقامة المعارض المدرسية تتسم بالمظهرية والسطحية؛ حيث يتولون بأنفسهم القيام بما يلزم هذا المعرض من تخطيط وتنفيذ وحيث لا يتعدى دور التلاميذ في هذا النشاط دور المناوبين والمساعدين للمعلم أثناء التنفيذ.

ولكي تتحقق الأهداف التعليمية والتربوية التثقيفية من إقامة المعارض المدرسية، يجب أن يقوم التلاميذ بالمشاركة في جمع وصنع ما يعرض بها تحت إشراف وتوجيه الأستاذ، حتى يكتسبوا بذلك الخبرات والمعارف والمهارات العلمية التي تفيدهم في مختلف مجالات الحياة العملية.¹

والمعارض هي مكان يعرض فيه الإنتاج الصحفي المدرسي المتنوع الخاص بالاحتفال بمناسبة دينية أو قومية أو اجتماعية أو احتفالاً بنهاية العام الدراسي أو مشاركة في المعارض التي تقيمها كل من الإدارة التعليمية والمديرية اشتراكاً في مسابقة المعارض على مستوى الدولة.¹

¹ عبد الفتاح أبو معال، ، مرجع سابق، ص52-53.

1.2.2.7- شروط إقامة المعارض:²

- أن يكون المكان فسيحاً يتسع لجميع الأعمال التي يراد عرضها.
- أن يكون حسن الإضاءة صحي التهوية.
- أن يكون موقع المعرض سهل الوصول إليه معروفاً للجميع.
- تحديد الهدف المقام من أجله المعرض.
- أن يقسم المعرض حسب المراحل التعليمية (مدرسة - إدارة - مديرية - وزارة).
- أن يتم عرض الإنتاج الصحفي بطريقة فنية جذابة تشد الزائر وأن تكون المعارضات في مستوى نظره مما يسهل عليه الاطلاع والقراءة في سهولة ويسر.
- إصدار دليل واف واضح يسترشد به الزائر (دليل المعرض).

2.2.2.7- أنواع المعارض:³

- **معارض المناسبات:** تقيمها المدارس في مناسبات متنوعة كالمولد النبوي الشريف وغير ذلك من المناسبات الدينية والقومية والاجتماعية. الموضوعات فيها تتناول المناسبة التي أقيم من أجلها هذا المعرض بالشرح والتحليل وذلك من خلال الإنتاج الصحفي المعروض باستخدام القوالب والفنون الصحفية المتنوعة، هذا بالإضافة إلى الإنتاج المسموع الخاص بهذه المناسبة.
 - **معارض الإدارات والمديريات:** تتنوع الموضوعات التي يتناولها الإنتاج الصحفي فتشمل الخبر والتحقيق والحديث والمقال والتصوير والكاريكاتور والموضوعات ذات الطابع السياسي القومي والديني والاجتماعي وغير ذلك، هذا بالإضافة إلى الإنتاج الإعلامي المسموع.
 - 1) **بيان المعارضات:** بالنسبة لمعارض المناسبات يتم عرض ما أنتجته المدرسة خاص بهذه المناسبة التي يراد الاحتفال بها. بالنسبة للمعارض التي تقام في نهاية العام الدراسي سواء بالمدرسة أو على مستوى الإدارة أو المديرية التعليمية:
 - يجب أن يضم المعرض جميع أنواع الصحف والمجلات سواء كانت للفصول أو المدرسة أو خدمة المنهج الدراسي أو صحف مناسبات أو صحف جماعات الأنشطة المدرسية الأخرى وصحف الحي وخدمة البيئة.
- هذا بالإضافة إلى المجلات المصورة والمطبوعة والطائرة بالإضافة إلى التحقيقات والأحاديث والمقالات والقصص والصور الصحفية والكاريكاتور.

¹ ماجدة لطفي السيد، مرجع سابق، ص 184.

² المرجع نفسه، ص 185.

³ المرجع نفسه، ص 184.

- أن يضم الأشرطة المتميزة الخاصة بالإذاعات الصباحية لبعض المدارس وكذلك الأحاديث والتحقيقات الصحفية المسجلة المتنوعة.
 - أن تتناول المعارضات أفضل الموضوعات المتصلة بالمدرسة والبيئة وتعالج أهم مشاكلها.
 - أن تكون جميع المعارضات من أعمال الطلاب أنفسهم وليس للمشرفين والأخصائيين دوراً فيها إلا التوجيه.
 - أن يخصص فيه ركن لأعمال الطلاب ذوي الاحتياجات الخاصة حتى يبرز مدى مساهمة الصحافة المدرسية في العمل على تقدمهم الدراسي.
 - يراعى أن يضم المعرض بعض التجارب الناجحة التي قد تفيد في هذا المجال كالمجسمات.
- 3.2.2.7- دور الطلاب في إقامة المعارض:¹

- طبع تذكرة الدعوة وتوزيعها قبل الافتتاح بوقت كاف.
- إعداد دليل المعرض.
- الشرح ومناقشة الزوار في المشكلات المعروضة بالصحف وأخذ رأي المسؤولين في حلها.
- تنظيم الندوات التي تعقد عقب افتتاح المعارض لتبادل الآراء وتوزيع الجوائز والحوافز على الطلبة.

ملاحظات هامة	صحف .. مجلات .. وفنون .. وإخراج .. ولغة المعرض
يجب أن تتوفر البيانات الآتية على جميع المعارضات:	أولاً: الصحافة الحائطية:
1- اسم الإدارة/ المديرية.	1. صحف منهجية (صحيفة المادة).
2- هيئة الإشراف والتحرير	2. صحف مصورة (صحيفة الموضوع الواحد- موضوعات متعددة).
3- أسماء الطلاب ثلاثية.	3. صحف تخدم المجتمع المدرسي .. والبيئة المحيطة.
4- تذييل العمل الصحفي باسم الطالب كاتبه.	4. صحف مناسبات اجتماعية .. دينية .. قومية.
5- لا بد أن تكون الصور	5. صحف متنوعة الموضوعات.
	6. صحيفة جماعات الأنشطة (جماعة الإسعاف- الشرطة المدرسية .. الخ).

¹ ماجدة لطفي السيد، مرجع سابق، ص 186.

حية.. وواقعية.. ومعبرة.. وموحية.. ويدون التعلي لكل صورة صحفية.	
	ثانياً: مجلات صحيفة أخرى 1. مجلات مطبوعة.. ومصورة. 2. النشرة الإعلامية. 3. المطويات (البامفليت). 4. مجلات ربع ساعة. 5. مجلات طائرة. 6. نماذج عن صحيفة الفصل. 7. صحيفة الفرقة. 8. نماذج للملصق الإعلاني.
	ثالثاً: الفنون الصحفية وتنوعها 1. مقالات صحفية. 2. أخبار مدرسية.. بيئية.. محلية. 3. تحقيقات صحفية. 4. أحاديث ولقاءات صحفية. 5. تصوير صحفي. 6. رسوم كاريكاتيرية.. وتوضيحية.
	رابعاً: الإخراج الصحفي: 1. إتباع الأسس الفنية كالإخراج والإخراج العمودي. 2. ارتباط المانشيت والعناوين الرئيسية والفرعية بالمادة الصحفية. 3. حسن توزيع الألوان.. وتناسقها. 4. مدى توزيع الصورة.. والرسوم على الموضوعات.
	خامساً: اللغة الصحفية 1. سلامة اللغة العربية.. وحسن استخدام العامية في المادة الصحفية.

جدول رقم 2 معرض الصحافة¹

3.2.7- السينما:

¹ علي أمبابي، استراتيجيات الإعلام التربوي، مرجع سابق، ص 267-268.

1.3.2.7-نشأة السينما:

بدأت عندما أمكن تحريك الصورة الثابتة، فكان مولد هذه الوسيلة التي أخذت مكانها في عالم الاتصال، وقد شاهد الجمهور أول عرض سينمائي في 28 ديسمبر 1895، وكان ذلك في فناء « Grand café » بباريس والمخترع الحقيقي للسينما هو "لويس لوميير" الذي استطاع أن يضع أول جهاز لعرض الصور السينمائية والتقاطها وسجل اختراعه في 13 فيفري 1895 وابتداءً من هذا التاريخ أصبحت السينما واقعا ملموساً، ولم يمض على العرض الأول ثمانية أشهر إلاّ دخل هذا الاختراع جميع عواصم أوروبا ولم تمض سنة حتى كانت العروض السينمائية تغزو العالم كله.¹ بدأت السينما بالصور المتحركة الصامتة ثم أضيف إليها كلمات وجمل صوتية، بحيث يقترن الصوت بالصورة وتعرض من خلال آلة عرض سينمائية بحيث تسقط الصورة والصوت على شاشة مثبتة على جدار أو حامل مقابل لآلة العرض؛ بحيث يتصل بالآلة سماعة تبت الصوت المسجل على شريط الفيلم السينمائي.²

وتعتبر الأفلام السينمائية أيضاً من الخبرات التي تتميز بقدرتها على إثارة حماس الطفل وجذب انتباهه، ومن الممكن للمدرسة إذا أحسنت اختيار الأفلام التسجيلية والتعليمية المختلفة وأفلام الرسوم المتحركة (الكارتون)، أن تزود التلاميذ بالعديد من الفرص التثقيفية العامة، ما ارتبط منها بالمواد الدراسية أو الثقافية العامة أو ما يتعلق منها بالمجال الأخلاقي من النواحي المتصلة بالقيم والاتجاهات والفضائل.

فلكي تتحقق الفائدة المرجوة من الوسيلة السينمائية كوسيلة تعليمية تثقيفية، يجب أن يسبق العرض وذلك في شكل أسئلة يطلب منهم الإجابة عنها أثناء العرض أو بعده وأن تعقب العرض مناقشة تبلور ما خرج به التلميذ من وراء مشاهدته من أفكار ومعلومات.³

ويشكو عالم الأطفال عربياً من ضعف أو شبه انعدام السينما المخصصة لهم وربما كان ذلك خلاف واقع سينما الكبار، حيث إن هناك إنتاجاً محدوداً على شكل كرتون يقدم على شكل حلقات تلفزيونية.⁴

2.3.2.7- الإجراءات التربوية للعرض السينمائي:⁵

1. الخاصة بالمعلم:

- يجب أن يشاهد الأستاذ الفيلم السينمائي قبل عرضه.
- قراءة التعليمات المرافقة للفيلم السينمائي.
- اختبار موقع ووقت العرض وتجهيز كل الأدوات والمرافق الصحية اللازمة.

¹ علي عبد الفتاح، مرجع سابق، ص 19.

² أحمد رشيد القادري، باسم علي حوامة، شاهر ذيب أبو الشيخ، وسائل الإعلام والطفولة، دار جرير، عمان، 2005، ص 183.

³ عبد الفتاح أبو معال، مرجع سابق، ص 47-48.

⁴ عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والطفل، مرجع سابق، ص 97.

⁵ أحمد رشيد القادري، باسم علي حوامة، شاهر ذيب أبو الشيخ، مرجع سابق، ص 193-198.

- اختيار نوعية الأفلام وفقا لمستوى الإدراكي للطلبة وأعمارهم .
- الإعلان عن العرض مسبقا ويكتب على باب الصالة أثناء العرض عن الموضوع والفئة وساعة البدء وانتهائه.
- أثناء العرض يقف الأستاذ عند جهاز العرض ويتدخل بالتعليق عند الضرورة على موقف ما مع إيقاف العرض وإعادة إضاءة المكان.
- يناقش الأستاذ الطلبة في نهاية العرض السينمائي وليس أثناءه.
- يتقبل أفكار الطلبة ويعزز الإبداع فيها.
- يوجه أنظار الطلبة إلى ضرورة الرجوع إلى مصادر معرفية أخرى ذات علاقة مباشرة بموضوع العرض.

- تكليف الطلبة بكتابة تقرير حول العرض السينمائي.

2. الخاصة بالطلبة:

- معرفة اسم وموضوع العرض السينمائي قبل عرضه.
- معرفة الوقت الذي يستغرقه العرض السينمائي.
- إحضار أوراق وأقلام لتدوين الملاحظات الضرورية والأفكار الأساسية.
- المشاركة الفاعلة في الحوار مع مضمون الفيلم بعد انتهاء العرض وطرح أفكار بناءة ذات علاقة بالموضوع.
- تقبل آراء الآخرين واحترام وجهات نظرهم المختلفة.

3. الخاصة بالعرض:

سلامة الجهاز من الأعطال الميكانيكية والتأكيد على إخراج الشريط من جهاز العرض وتدوين اسم الفيلم وتاريخ آخر عرض له على علبة الفيلم وحفظها في مكان بعيد عن الرطوبة وأشعة الشمس وأماكن عالية.

توفير إضاءة لازمة وستائر سوداء حاجبة وتهوية في الصيف وتدفئة في الشتاء. توافر المداخل والمخارج المناسبة مع حجم القاعة.

3.3.2.7- الخصائص الإيجابية للسينما:

لاستخدام السينما في توجيه وإرشاد الطلاب إيجابيات ومزايا إعلامية عدة منها:¹

- عدم تقيد العرض بزمان ومكان معين ويمكن عرض الفيلم في أي وقت يراه القارئون.
- اتساع الخيال وسعي الأطفال لامتلاك مهارات القراءة والكتابة وإتقانها.
- تقوية حاسة السمع والنطق اللغوي السليم والمنظم عند المحاكاة وتبادل الأحاديث.

¹ أحمد رشيد القادري، باسم علي حوامة، شاهر ذيب أبو الشيخ، مرجع سابق، ص 185.

- تساعد على ربط الكلمات اللغوية بمعانيها ودلالاتها الموقفية.
 - التعرف على أفكار الآخرين طريقة تفكيرهم.
 - تغيير الأدوار التربوية للمعلم من ملقن إلى موجه ومرشد ومقوم.
 - فتح مجالات الإبداع للطلبة في المساهمة السينمائية، كأعداد البرامج أو إخراجها أو الاشتراك في التمثيل أو المساهمة في التصوير أو إنتاج الفيلم السينمائي التسجيلي.
 - اكتساب الطالب القدرة على المقارنة بين الأفكار وانتقاء أنفعها فيتحمل مسؤولية أفكاره.
- 4.3.2.7- الخصائص السلبية للسينما:**

هناك بعض السلبيات التي أخذت على السينما كوسيلة إعلامية فاعلة للطلبة:¹

- غياب التخطيط السليم عند البدء بإنتاج الأفلام السينمائية.
- حاجة شركات الإنتاج إلى خبرة ذوي اختصاصات تربوية ونفسية.
- اهتمام شركات إنتاج الأفلام السينمائية بالربح المادي كهدف رئيسي في صناعة السينما.
- اعتمادها على النصوص الغرائزية والمواقف المثيرة أكثر من اهتمامها بالجوانب الفكرية.
- إهمال أفلام الأطفال الخصائص الإنمائية للأطفال.
- الخدع السينمائية يظنها الأطفال حقيقة فيقلدونها مما قد يؤدي بهم إلى التهلكة.

4.2.7- النشاط الموسيقي:

الموسيقى فن من الفنون الرفيعة التي يلزم تدريب الأطفال عليها في مرحلة مبكرة من حياتهم، حتى تنمي لديهم الحس المرهف والقدرة على التذوق الجمالي، بالإضافة إلى تحقيق غرض التنقيف العام للطفل في هذا المجال. ولهذا يجب أن تتوفر الآلات الموسيقية بالمدرسة بمختلف أنواعها، حتى تساعد على توفير بيئة تتهد لاكتشاف ذوي المواهب والقدرات الموسيقية. فالطفل يميل إلى حفظ وترديد الكلمات إذا سمعها في تلحين يصادف هوى في نفسه، حتى وإن كان ما يسمعه مادة دعائية في إعلان إذاعي وتلفزيوني مما يحسن معه استغلال الميل الموسيقي لدى الطفل وتزويده برصيد لغوي في قالب موسيقي يوفر للمادة اللغوية عنصر الجاذبية والتشويق من وجهة نظر الطفل.²

5.2.7- المسرح:

1.5.2.7نشأة المسرح:

بين بداية المسرح وما انتهى إليه شبه غريب، من حيث إن مكان التمثيل هو الدنيا وتطورت الدراما تطوراً جبرياً في عدة مراحل ويمكن أن يطلق عليها التاريخ الطبيعي للدراما وهذه المراحل هي: الدراما بوصفها

¹ أحمد رشيد القادري، باسم علي حوامة، شاهر ذيب أبو الشيخ، مرجع سابق، ص 186.

² عبد الفتاح أبو معال، مرجع سابق، ص 49.

سحراً والدراما بوصفها ديناً والدراما بوصفها زخرفة والدراما بوصفها أدباً والدراما بوصفها علماً. وفنون المسرح فنون متكاملة وبالأحرى فنون يكمل بعضها بعضاً وليس منها فن يمكن أن يقوم بنفسه؛ ومن ثم لا بد لمن يدرس أحد هذه الفنون، أن يلم إلماماً كافياً ببقية الفنون المسرحية الأخرى، فالممثل يجب أن يتعرف بعمق على تاريخ المسرح، منذ أن نشأ قبل العصور التاريخية وتاريخ المسرح يشمل نشأة التمثيل، منذ كان رقصاً بدائياً وإنشادا دينياً، ثم تطوره بعد ذلك مع تطور الأغنية الانشادية الراقصة ومصاحبة الموسيقى ودق الطبول لها، حتى ظهرت المسرحية التي حوّلت نواة هذه الأغنية التي كان البدائيون يتعبدون بها لخالق الكون.¹ وإذا كان الممثل في حاجة إلى تلك المعرفة ببدايات فكرة المسرح ليحيد تمثيله، فالمخرج أشد حاجة منه لأنه المهندس المسرحي الأكبر، الذي يرسم كل شيء ويضع لكل حركة تقديرها. وأول تاريخ مهم يصادفنا هو عام 535 قبل الميلاد، ففي ذلك العام فاز "تيسبس" الذي يعد بحق أول مسابقة تراجيدية. غير أن أهمية هذا الخبر تتضاءل إلى جانب حقيقة كبرى ثابتة على وجه اليقين هي أن مدينة أثينا اليونانية، قدمت للعالم وخلال قرن بين القرن الخامس والرابع قبل الميلاد أربعة من أكبر كتاب المسرح، إن لم يكونوا هم آباء المسرح الحقيقيين الذين لا آباء قبلهم وهم: "اسخيلوس" Aeschylus و"سوفوكليس" و"يوربيدس" Euripides و"أريستوف" Aristophanes .

وإذا وقفنا على النواة الأولى لبداية فكرة المسرحية هو الرقص، فإن التاريخ لم يجلب الكثير عن المسارح ذاتها؛ حيث لا نستطيع الاستنتاج إلا شيئاً قليلاً حيث كانت تقام الاحتفالات في الطرقات وفي الدروب؛ حيث يلتفت العامة حول مقدمي تلك العروض الراقصة.

أما عن القصة المسرحية فقد ذكر "روبرت آدموند" المؤرخ المسرحي وصفاً تخيلاً لمثل هذه النشأة التلقائية للقصة المسرحية، حين قرر أن رقصة القنص القائمة على حادثة قصصية حقيقية أو مآثرة من المآثر الباهرة قد نشأت من إعادة سرد قصة هذه الحادثة حول نار المعسكر. ولو تصورنا ما كان يجري في العصر الحجري، وتصوير على الجدران.. في هذه اللحظة تولد المسرحية بكل عناصرها المعروفة الآن وإن كانت بغير تقنية ليكون الإنسان البدائي الاب الأول للمسرح.

ومثل المسرح عند الاغريق على يد "جو" 525-456 ق م"، أول كتاب المسرح العظام المبرزين في معركتي "ماراثون" Marathon، و"سلاميس" Slamis، الذي كانت مسرحياته بعيدة المدى وعظيمة التأثير وليس مجرد التسلية ومن بين تسعون مسرحية لم يبق منها غير سبع وهي: الضارعات، الفرس، بروميثيوس، سبعة ضد طيبة، مصافدا، الأورستانيا هي في الواقع ثلاث مسرحيات: أجاممنون، حاملات القرابين وريبات الاحسان المنعمات².

1.5.2.7- أهمية المسرح المدرسي:³

¹ محمد أبو سمرة، الإعلام التربوي ودور الإذاعة المدرسية في العملية التعليمية، ط 1، دار الراية، 2009، ص 146.

² محمد أبو سمرة، الإعلام التربوي ودور الإذاعة المدرسية في العملية التعليمية، مرجع سابق، ص 155-156.

³ رمزي أحمد عبد الحي، مرجع سابق، ص 137-138.

- تقدم موضوعات علمية تثري قدرات الطالب على التعبير والتعامل مع المواقف.
- وسيلة تربوية كبيرة الجدوى ونجاحها مضمون، إذ تقوم على تأليف مسرحيات صغيرة وتقديمها وإنّ تنظيم المسرحيات يعطي للطالب أمثلاً في الأخلاق والتاريخ أفضل مما تعطيه الدروس.
- ينمي المواهب والمهارات لدى الأطفال فهو أبو النشاط كما هو أبو الفنون.
- يزخر بجمالية في الحوار والأداء الحركي وما يمتاز به من نواحي تشويقية هامة كالإضاءة والموسيقى والمؤثرات الحركية وغيرها. ويقدم الوقائع مجسدة ومرئية ومسموعة.

2.5.2.7- واقع مسرح الأطفال:

يعرف المسرح المدرسي باعتباره نوع من النشاط المدرسي، بأنّه نشاط يمارسه الطلاب ويتدربون من خلاله على ممارسة أنواع متعددة من فنون الأداء، كالإلقاء والخطابة والنشيد والتمثيل ومواجهة الجمهور والقدرة على تجسيد الشخصيات، معبرين عن أحاسيسها وانفعالاتها بوسائل التعبير المختلفة وهو نشاط يتيح للطلاب الفرصة لممارسة العمل الجماعي وتحمل المسؤولية وتعلم مهارات التنظيم والاستفادة من خدمات البيئة وإبراز قدراتهم وصقل مهاراتهم.¹

فمنه نزود التلاميذ بالعديد من الخبرات التثقيفية المتصلة بمختلف الفنون والآداب والمواد الدراسية بل والحياة الاجتماعية بصفة عامة فمن خلاله تنمو الثقافة العامة للتلميذ من خلال الأنشطة، كدراسة النصوص المسرحية التي تنمي القدرة على التعبير وتزيد من الحصيلة اللغوية وتنمي ملكة التذوق الأدبي في التدريب على فن التمثيل والإلقاء المسرحي الذي يكسب الطفل المهارات المختلفة.² ويشير واقع مسرح الأطفال إلى ما يلي:

- عدم وجود مساح خاصة بالأطفال في الأحياء وأحيانا كثيرة حتى في المدارس.
- عدم الاهتمام بفن التمثيل ودوره في تطوير قدرات الطفل المختلفة.
- تخلف صناعة الدمى وهي مكمل للمسرح.
- هناك جهود محدودة لتكوين فرق مسرحية متنقلة تقدم للأطفال لكن يقدمها الكبار.³

3.5.2.7- بناء المسرحية:

المسرحية التربوية نموذج أدبي فني يحدث تأثيراً تربوياً في المتلقي معتمداً على عدة عناصر أدبية أساسية هي الحبكة الدرامية، الشخصيات، الحوار، تقنيات مساعدة كالملايس، الإضاءة، المؤثرات والديكور.

◀ عناصر بناء المسرحية:⁴

¹ رمزي أحمد عبد الحي، مرجع سابق، ص 137.

² عبد الفتاح أبو معال، مرجع سابق، ص 49.

³ عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والطفل، مرجع سابق، ص 98.

⁴ محمد أبو سمرة، الإعلام التربوي ودور الإذاعة المدرسية في العملية التعليمية، ط 1، دار الراية، 2010، ص 159-

- موضوع المسرحية وشكلها: لا يتنافى مع المعايير الاخلاقية والجمالية.
- الشخصية: تتناسب مع أدوارها فالقائد يجب أن يتميز بالقوة الجسمية وحسن التصرف.
- البناء الدرامي: أن تسير الأحداث بتفاصيلها بحيث تجعل الوصول إلى النتيجة أمراً واقعياً.
- الصراع: إما صراعاً داخلياً وتعني الدوافع النفسية لدى الممثل وغما خارجي مع عدة أفراد.
- السيناريو: علم مستقل يوضح طريقة سير المسرحية مكتوبة بالتفصيل ويشمل كل ما يتعلق به
- الحوار: يصور فكرة المسرحية وهو الكلام الذي يجب أن يحفظه الممثلون مع حضور المشاعر وإتقانها.

◀ تقنيات العمل الدرامي المسرحي:

- الديكور، الملابس، الإضاءة، المؤثرات الصوتية، الماكياج.
- ◀ أشكال المسرحية التربوية:¹
- المسرحية الكوميديّة: يتم فيها نقد سلوك غير تربوي بأسلوب هزلي مرح، طرحها غير ربحي.
- المسرحية التراجيكميديا: الملهة الباكية وفيها مزج من الحوادث المأساوية والمشاهد الجادة نهايتها سعيدة.
- المأساة: تسمى "تراجيدية" تتميز بالجدة، ليس فيها نوع من الهزل ولا ترمي إليه.
- المسرحية الغنائية: تعتمد على الحوار الغنائي عن طريق الأناشيد والحوار بين الحق والباطل شعراً.

6.2.7- الكتاب:

تمثل قراءة الكتب بالنسبة للطفل مرحلة متقدمة، يصل إليها بعد أن يمر بمرحلة قراءة المجالات التي تتميز ببساطة أسلوبها وبجاذبيتها بفضل ما تحويه من صور وبسهولة استيعاب مادتها دون بذل مجهود عقلي كبير كالذي تتطلبه قراءة أحد الكتب. ويعتبر "كامل الكيلاني" من الرواد الأوائل في مجال تأليف كتب الأطفال؛ حيث قدم الكثير من الكتب والقصص للأطفال أدبية ودينية وتاريخية. مازال أطفالنا يقرؤونها حتى يومنا هذا وغيرها من المؤسسات التي قامت بتزويد الطفل بكل ما يحتاجه من قصص وكتب في شتى المجالات.²

6.2.7- الكمبيوتر والانترنت وألعاب الكمبيوتر:

يساعد في تطوير قدرات الطفل الذهنية والعقلية ويساعد على العملية التعليمية بشكل كبير. كما يمكن إضافته للمؤثرات الإعلامية بحكم احتوائه على مواد ذات بعد ثقافي وتربوي.³

¹ رمزي أحمد عبد الحي، مرجع سابق، ص 142.

² عبد الفتاح أبو معال، مرجع سابق، ص 61.

³ المرجع السابق، ص 98-99.

1.6.2.7- استخدام البرمجيات وتأثيرها على ثقافة الطفل:

لقد أوضحت الدراسات التربوية أن استخدام البرمجيات بصورتها الحالية لها تأثيرها السلبي والإيجابي على ثقافة الطفل فهي من ناحية إيجابية تؤدي إلى رفع قدرة الطفل على القراءة والكتابة والتعبير الشفوي والقدرة على الاستماع والتركيز وتعلم الثقافة العامة والعلوم واللغات الأجنبية والتربية الفنية والرياضيات، كما أنها تقوي القدرة على حل المشكلات التي تواجهه وتساعد على التوافق الاجتماعي وتطوير هواياته ومواهبه واستغلال وقت فراغه.¹

ولكن في ذات الوقت لها آثار سلبية أخرى، فالبرمجيات تحقق الدارسون من أنها تعمل على تدني مستوى القدرة على ممارسة الأنشطة الاجتماعية والقدرة على أداء الواجبات والانصراف عن ممارسة الرياضة البدنية كما أن لها آثارها الصحية السالبة على صحة الطفل المتمثلة في إصابته بالكسل والخمول والسمنة لقلة الحركة واكتساب العادات السيئة وتدهور الصحة العامة.

وعلى الرغم من إيجابيات الكمبيوتر إلا إنه ما زال محدود النفع كوسيلة تثقيفية لتعليم الناشئة اللغة وتلقين مفرداتها قياساً على الاتصال الاجتماعي المباشر، ففاعليته في التعليم والتثقيف لا تزال أقل فاعلية من الوسائل المقروءة والمرئية لدى المجتمعات الفقيرة والطبقات الدنيا من المجتمع التي لا تتوفر لها الظروف الاقتصادية المساعدة على انتشار أجهزة الحاسوب وبرامجه المتنوعة أما عن الانترنت فهو يشغل مساحة من وقت الطفل فيفقد كثيراً من الأطفال قدراتهم على الحديث والتواصل مع الآخرين.²

وبالنسبة للألعاب الإلكترونية فهي تعتمد على سرعة الانتباه والتفكير والتركيز وهي تلعب في أي وقت ولا تحتاج في بعض الأحيان لأكثر من شخص واحد إلى جانب أن بعضها سهل الحمل رخيص السعر وقد اكتسبت هذه الألعاب الإلكترونية شهرة واسعة وقدرة فائقة على جذب اللاعبين وإغرائهم وكان أول ضحايا هذه الألعاب الأطفال والمراهقون بسبب مجموعة من الآثار السلبية الناشئة عن الإفراط فيها: فمنها تربية اللاعبين على الوحشية والعنف والقتل لأن معظم هذه الألعاب تعتمد اعتماداً مباشراً على فكرة الجريمة والقتل.³

7.2.7- الإذاعة المدرسية:

1.7.2.7- مفهوم الإذاعة:

هي الانتشار المنظم والمقصود بواسطة الراديو لمواد إخبارية وثقافية وتعليمية وتجارية وغيرها من البرامج، ليلتقطها في وقت واحد المستمعون المنتشرون في شتى أنحاء العالم فرادى وجماعات، باستخدام أجهزة الاستقبال المناسبة.⁴

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والطفل، مرجع سابق، ص 126.

² المرجع نفسه، ص 127.

³ المرجع السابق، ص 127.

⁴ ممدوح رضا الجندي، وسائل الإعلام والطفولة، ط1، دار الرأية للنشر والتوزيع، الأردن، 2018، ص39.

إن المفهوم التقليدي للإذاعة المدرسية يقصرها على كونها منبراً لمدير المدرسة يصدر من خلاله البلاغات والبيانات والتعليمات على الطلاب ويلقي قوائم بأسماء الغائبين أو المشاغبين منهم أو تعتبر منبراً لبعض المعلمين وعلى رأسهم المشرف على الإذاعة المدرسية لإعطاء الإيعازات في الطابور الصباحي وبعض الفقرات والكلمات المرسلة وبذلك لا تزيد على كونها مصدر إزعاج للطلاب وجيران المدرسة. أما المفهوم الحديث للإذاعة المدرسية فيعتبرها إحدى وسائل الإعلام المهمة التي أخضعتها التربية الحديثة لخدمة الأهداف التربوية المنشودة في المدرسة للمساهمة في تحقيق تربية إعلامية متكاملة للطلبة في مختلف مراحل التعليم. معتمدة على المهارات اللغوية ومهارات النطق والتعبير الشفوي والإلقاء.¹

نشأة الإذاعة:

تعود التجارب الأولى التي أجريت من أجل نقل الصوت عبر الأثير إلى حوالي عام 1890 ففي عام 1896 تمكن "غاليلو ماركوني" Guolilio Marcont لأول مرة من استخدام هذه الوسائل اللاسلكية بواسطة موجات مركزية وفي 14 ديسمبر 1901 نجح في إتمام أول إرسال لاسلكي ثم عني بتطوير هذه الوسيلة باحثين آخرين على رأسهم Fessenden الذي بث عام 1906 ولأول مرة الصوت الإنساني عبر الإذاعة، بالإضافة إلى بعض القطع الموسيقية، ثم تلاه Fost باستخدام برج إيفل في باريس عام 1908 للإرسال الإذاعي، بيد أن الحرب العالمية الأولى آلت بين هؤلاء الباحثين وأبحاثهم العلمية.. لكن سرعان ما عاود نشاطهم وكان الروس والألمان أول من أدركوا قدرات الإذاعة وقاموا باستخدامها كوسيلة للدعاية الدولية تعمل إلى جانب الدبلوماسية²، ولكن الإذاعة لم تصبح حقيقة واقعة إلا في عام 1920 حين أنشأت الولايات المتحدة شركة "ونستن كهوس" كمحطة إذاعية كبرى التي أجريت فيها تجارب في هذا الحقل والتي تعتبر الدولة الأولى وتبعتها من قريب بريطانيا من خلال إنشاء هيئة الإذاعة البريطانية B.B.C عام 1924 وفرنسا عام 1921 التي أنشأت محطة "إيفل" عام 1922 وألمانيا 1923 وقد أنشئت الإذاعة المصرية عام 1934.³

وكما أشرنا سابقاً فيما يخص الصحافة المدرسية، يعتبر العمل الإذاعي أيضاً وسيلة لتشجيع التلاميذ على البحث وعلى جمع المادة المطلوبة للعرض، بالإضافة إلى تشجيعهم على التعبير وتنمية ملكة النقد الحر لديهم، شريطة أن تتحقق المشاركة الإيجابية من قبل التلاميذ في ممارسة هذا العمل في ظل إشراف وتوجيه تربوي سليم.⁴

2.7.2.7- مميزات الإذاعة:

¹ ماجدة لطفي السيد، مرجع سابق، ص 122.

² ممدوح رضا الجندي، مرجع سابق، ص 40.

³ علي عبد الفتاح، مرجع سابق، ص 17.

⁴ عبد الفتاح أبو معال، مرجع سابق، ص 47.

سعة الانتشار والسرعة الفائقة التي تنقل بها الكلام من جهاز الإرسال إلى جهاز الاستقبال، كما أن موجات الإذاعة تستطيع أن تتخطى جميع العقبات التي تمنع

فالراديو رخيص الثمن، سهل الوصول إلى الجماهير غير المتعلمة، ونشير نتائج دراسات التقييم التي أجرتها دول لها خبرة تتراوح ما بين عشرين إلى أربعين عاماً التطبيقات التعليمية في مجال الإذاعة إلى أن هذه الوسيلة الإعلامية تمتلك إمكانية نشر المعرفة والتوجيه والإقناع بالإضافة إلى الدفع ببعض القضايا إلى قمة أولويات الدول والمجتمعات والأسر. وذلك لتواجدها ووصولها إلى الجماهير في المناطق النائية.¹ فالإذاعة تستطيع أن تترجم الحدث بشكل فوري نظراً لبساطة أجهزتها هذا بالإضافة إلى استخدامها بشكل واسع وفعال للأغراض التعليمية من خلال ما يسمى مدارس على الهواء كما أنها لا تحتاج للاستحواذ على انتباه المستمعين بالكامل فيمكن الجمهور الاستماع إلى الراديو أثناء العمل وداخل المصنع... إلخ. وإذا كانت وسيلة التعبير في الراديو كما يشير أحمد نجيب هي الصوت فإنها تستطيع عن طريق النص الجيد والإخراج الدقيق والإحساس الواعي وحسن استغلال الإمكانيات الإذاعية أن تصل إلى استشارة خيال المستمع فتجعله يعيش في أحداث البرنامج الإذاعي.²

ففي البرنامج الإذاعي حسب ما يراه "أجناس فاني فيش" تكون المؤثرات الصوتية المرافقة غير ضرورية، لأنها يمكن أن تشتت انتباه المستمعين وبالتالي فرض على المذيع أو مقدم البرنامج أن يبرر المعنى الحقيقي للرسالة من خلال إتقان وضع النبرات الصوتية في مواضعها وإتقان الإلقاء والتحدث بسرعة ولباقة. ومما تجدر الإشارة إليه أن البرامج الإذاعية التي تستهدف جماهير عريضة وأعداد غير محدودة من الناس في نهاية الأمر تخاطب الفرد الذي يتشكل منه الجمهور المستهدف ككل، لهذا يرى "صالح عذب" وجوب معرفة المستوى الثقافي لكل فئة واللغة التي نتعامل معها ومفرداتها، فالذي يقال لجمهور الكبار لابد أن يختلف عن الذي يقال لجمهور الأطفال.³

3.7.2.8- تشكيل جماعة الإذاعة المدرسية:

تتكون جماعة الإذاعة المدرسية من بين طلبة الصفوف المرحلة الابتدائية والتعليم الأساسي ومن طلبة جميع الصفوف بالمراحل الأخرى بشرط أن يكون لكل مرحلة تعليمية إذاعة خاصة بها ويكون عدد أعضاء الجماعة ثمانية على الأقل وهم الأعضاء الدائمون بالجماعة ويتولون إعداد البرامج الإذاعية وتنظيمها وتكون مهمتها تنشيط العمل الإذاعي وتنظيم دوري الفصول بالمدرسة حتى يشمل العمل الإذاعي أكبر قدر من الطلاب لتوسيع آفاقهم الفكرية وتنميتها وتزويدهم دائماً بمذيعين مهرة.⁴

¹ المرجع نفسه، ص 57.

² المرجع السابق، ص 57.

³ عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والطفل، مرجع سابق، ص 58.

⁴ ماجدة لطفي السيد، مرجع سابق، ص 125.

وتصنف برامج الإذاعة المدرسية كالتالي:¹

- البرنامج اليومي الثابت ويشتمل القرآن الكريم وحكمة اليوم والأخبار وكلمة الصباح.
 - برنامج الجماعات المدرسية: يشتمل على الموضوعات المعدة من قبل جماعات المواد الدراسية وجماعات النشاط الأخرى المختلفة بالإضافة إلى البرنامج الذي يحتفي بمناسبة معينة.
 - برنامج المنوعات: يشتمل على المواد الثقافية الخفيفة ومواد التسلية والترفيه والأحاديث واللقاءات الإذاعية والمسابقات.
- البرنامج الزمني للإذاعة المدرسية:²

- الجدول رقم 3: البرنامج الزمني للإذاعة المدرسية للعام 2018/2019

الشهر	بيان الخطة الشهرية
سبتمبر 2018	
أكتوبر 2018	
نوفمبر 2018	
ديسمبر 2018	
جانفي 2019	
فيفري 2019	
مارس 2019	
أفريل 2019	
ماي 2019	

جدول رقم 4: تشكيل جماعة الإذاعة المدرسية

الرقم	الاسم	الفصل	تاريخ الميلاد	ملاحظات

¹ المرجع نفسه، ص 125.

² المرجع السابق، ص 126.

الاجتماع:

اليوم:.....

التاريخ: / / 20

عدد الحضور:

مكان الحضور:

جدول الأعمال:

تلاوة محضر الاجتماع السابق والتصديق عليه.

1.

2.

3.

4.

إنه في اليوم..... الموافق / / 20 تم عقد الاجتماع..... لجماعة الاذاعة المدرسية

بحضور السيد/ أخصائي الصحافة بالمدرسة وبحضور عدد من أعضاء الجماعة

لمناقشة جدول الأعمال وتم الآتي:

1. تم قراءة محضر الاجتماع السابق وتم التصديق عليه.

بالنسبة للبند الثاني:

.....

بالنسبة للبند الثالث

.....

بالنسبة للبند الرابع

.....

بالنسبة للبند الخامس

.....

مدير المدرسة

وكيل النشاط

أخصائي الإعلام

4.7.2.7- عوامل نجاح العمل الإذاعي:

يمكن تلخيص العوامل الأساسية لنجاح العمل الإعلامي الإذاعي بشكل عام بما يلي:

- تصميم الرسالة للحصول على انتباه المستمعين المقصودين ويمكن هنا أن يكونوا الأطفال.
- أن تتضمن الرسالة ما يشير إلى تجربة عامة لدى المستمعين من أجل أن يتحقق وصول الرسالة إليهم.

- أن تثير الرسالة بعض الحاجات الشخصية وأن تقترح وسائل استجابة لتلك الاحتياجات.
 - أن تقترح الرسالة سبيلاً لمواجهة تلك الرغبات يكون ملائماً لموقف المنظومة الاجتماعية حين يتحرك الفرد بالخطوات المرغوبة للتنفيذ.¹
 - عرض الموضوعات والمواد بطريقة سهلة مبسطة مفهومة من الجميع.
 - الرد على رسائل الطلاب واستعمال الصوت الجذاب المحمل بالألفة الخالي من عيوب النطق.
 - إيجاد الحوافز عن طريق المسابقات ذات الجوائز والسعي لحل مشكلات الطلاب.²
- وتتكون الإذاعة المدرسية من جهاز، حامل، لاقط وغرفة خاصة للإذاعة تحتوي على ما يلي: ملف خاص لما يذاع، ملف خاص للنشرات التي تصدرها جماعة الإذاعة، ملف للتعاليم الواردة من الإدارة، جهاز مسجل وأشرطة قرآن وأناشيد إسلامية، محاضرات وغير ذلك ومكتبة سمعية.³

5.7.2.7- واقع الإذاعة في الوطن العربي:

- إن الإذاعة المدرسية تتميز في الوطن العربي بـ:⁴
- ندرة برامج الأطفال في الإذاعات العربية.
 - عدم وجود معدي برامج أطفال متخصصين.
 - ضعف مستوى برامج الأطفال.
 - نمطية البرامج واعتمادها غالباً على الأغاني.
 - الاختيار غير الموفق غالباً لأوقات بث برامج الأطفال.
 - إنتاج محدود على شكل كاسيت للأطفال تغلب عليه الأناشيد.

6.7.2.7- أهمية الإذاعة المدرسية:

- وتتجلى أهمية الإذاعة المدرسية فيما يلي:⁵
- إجراء المقابلات مع الشخصيات البارزة للإقضاء بهم.
 - بث البرامج الدينية المتنوعة كقراءة القرآن الكريم والحديث الشريف والأذان والمحاضرات.
 - إذاعة النشيد الوطني والأغاني الشعبية والموسيقى.
 - بث نشرات وتعليمات الإدارة إلى الطلبة وتنظيم المسابقات العلمية والثقافية وإضافة البعض.
 - تدريب الطلاب على حسن الأداء والإلقاء وإتقان اللغة ودقة الأساليب وتهيئة مواقف طبيعية.
 - تنمية القيادات الطلابية وإتاحة الفرصة للخطابة والمناقشة لموضوعات ذات أهمية.

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والطفل، مرجع سابق، ص 58.

² علي أمبابي، الإعلام التربوي المسموع، الإطاعة المدرسية- المناظرات، مرجع سابق، ص 47.

³ ماجدة لطفي السيد، مرجع سابق، ص 154.

⁴ عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والطفل، مرجع سابق، ص 98.

⁵ ماجدة لطفي السيد، مرجع سابق، ص 124.

- التدريب على إلقاء البيانات والإرشادات وإعطائهم النموذج السليم في القراءة الجهرية المعبرة عن المشاعر والأحاسيس والانفعالات والاتجاه الذي يتبناه الكاتب.
- تدريب الطلاب على أساليب الأداء وكسب المهارات اللغوية التي تتصل بطبقة الصوت والنطق واختيار المواد الإذاعية والثقافة المتجددة والمبتكرة وعلى التذوق الفني والجمالي.
- التدريب على المهارات العملية من تشغيل أجهزة الإذاعة والتسجيلات (أجهزة الكمبيوتر) واستخدام الوسائط الإذاعية والتكنولوجية.

8.2.7- التلفزيون:

يعتبر أداة تعليمية تربوية حديثة، تطور وتحسن عملية التعلم والتربية والتعليم، وقد غطى التلفزيون الكثير من الصعوبات التي تواجهها وواجهتها دول العالم كتعويض قلة عدد المدرسين المؤهلين وتحسين الأساليب التعليمية كبرامج الجامعات المفتوحة التي تحقق التفاعل بين المتعلم والمادة التي تصله تعليمية أو تربوية أو إعلامية أو إرشادية.¹

1.8.2.7- التطور التاريخي لبرامج التلفزيون:

بدأ أول بث تلفازي تجريبي في أواخر العشرينيات. وساهم العديد من العلماء في تطوير التلفاز ولا نستطيع تحديد شخص بعينه بوصفه مخترعاً له. ولقد أصبح وجود التلفاز ممكناً في القرن التاسع عشر، حينما تعلم الناس كيفية إرسال إشارات الاتصال خلال الهواء بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية وتسمى هذه العملية الاتصال اللاسلكي. وأرسل مشغلو اللاسلكي الأوائل إشارات رمزية عبر الهواء. وبحلول أوائل القرن العشرين، استطاع مشغلو اللاسلكي إرسال الكلمات. وفي الوقت نفسه أجرى العديد من العلماء تجارب تتضمن إرسال الصور. وفي عام 1884 اخترع "بول جوثليب نبيكوف" من ألمانيا جهاز مسح استطاع أن يرسل الصور لمسافات قصيرة وكان نظامه يعمل آلياً وليس إلكترونياً، كما هو الحال الآن. وفي عام 1922 طور "فيلو فارنزورث" من الولايات المتحدة الأمريكية نظام مسح الكتروني. وفي عام 1926 اخترع "جون بيرد" وهو مهندس اسكتلندي نظام تلفاز يعمل بالأشعة تحت الحمراء لالتقاط الصور في الظلام واخترع "فلاديمير زوري كين" وهو عالم أمريكي روسي المولد آلة التصوير التلفازية المخزنة «الإينوكوسكوب» أول صمام آلة تصوير تلفازية مناسبة للبث، والكينسكوب هو صمام الصورة المستخدم في أجهزة استقبال التلفاز ولقد عرض "زوري كين" أول نظام تلفاز عملي إلكتروني كامل في عام 1929 للتغطية الإخبارية للحروب والكوارث الطبيعية تعرض المآسي في ملايين المنازل وقد أجريت العديد من تجارب البث التلفازي في أواخر العشرينات والثلاثينات وكانت هيئة الإذاعة البريطانية² باستخدام استوديو "بيرد" في بريطانيا وشركتنا "سي بي أس" والإذاعة القومية بالولايات المتحدة هي الرائدة في تجارب البث

¹ محمد أبو سمرة، استراتيجيات الإعلام التربوي، مرجع سابق، ص 222.

² علي عبد الفتاح، مرجع سابق، ص 18.

التلفازي. وبدأت هيئة الإذاعة البريطانية أول خدمة تلفازية عامة 1936، ذلك بالبت من قصر ألكسندرا في لندن. وفي عام 1936 وضعت شركة لاسلكي أمريكا (آر إس آيه) أجهزة استقبال في 150 منزل بمدينة نيويورك. وبدأت محطة نيويورك التابعة لشركة الإذاعة القومية أول بث تلفازي تجريبي لهذه المنازل. وكان أول برامجها برنامجاً للرسوم المتحركة. وبدأت شركة الإذاعة القومية أول بث تلفازي منتظم في الولايات المتحدة في 1939 عام¹.

وتم البث التلفازي التجريبي في بريطانيا وأمريكا بعد الحرب العالمية الثانية. وبحلول عام 1951 غطى البث التلفازي الولايات المتحدة من شرقها إلى غربها وكان وفي الخمسينات من القرن العشرين الماضي حدثت زيادة هائلة في استخدامه. وكانت ببريطانيا خدمة تلفاز واحدة حتى عام 1955، حينما بدأ تشغيل شبكة التلفاز التجاري وافتتحت استراليا أولى محطاتها القومية والتجارية في سيدني والمبورن في عام 1956 وبدأ التلفاز الأيرلندي في عام 1961 وفي الستينات أصبح تطور التلفاز أكثر سرعة، ذلك بإدخال التلفاز الملون وبدأت هيئة الإذاعة البريطانية البث الملون المنتظم 1966 على القناة الثانية.

فالبرامج الأولى كانت العروض المرحية وأفلام الغرب الأمريكي أكثر البرامج رواجاً في الخمسينيات من القرن العشرين الماضي. ثم أصبحت برامج المسابقات ذات الجوائز المالية الكبيرة البرامج المفضلة على المحطات التجارية. وجذبت مسلسلات الدراما مثل شارع التتويج البريطاني ملايين المشاهدين. وقد كان هذا في عام 1960، وما زال يجذب عدداً هائلاً من المشاهدين في التسعينات.

وبحلول الثمانينات من نفس القرن حلت مسلسلات الجريمة محل أفلام الغرب الأمريكي باعتبارها أكثر المسلسلات رواجاً. وتعرض كثير من محطات التلفاز برامج الحوار والمسابقات والمرح والبرامج الرياضية. ومع أن برامج التسلية الشعبية ظلت هي الجزء الأساسي من برامج التلفاز خلال الستينيات من القرن العشرين الماضي فإن مخططي التلفاز غطوا بازدياد أحداثاً مثل الاجتماعات السياسية ومراسم تشييع جنازات الشخصيات المهمة وحفلات الزواج الملكية. وقد كانت سلسلة المناظرات في عام 1960 بين المرشحين لرئاسة الولايات المتحدة -جون كنيدي وريتشارد نيكسون- معلماً في البث التلفازي ويعتقد الكثيرون أن هذه المناظرات ساهمت مساهمة كبيرة في فوز كنيدي في انتخابات رئاسة الولايات المتحدة وسرعان ما أدرك السياسيون أهمية التلفاز في تقديم أنفسهم ورسائلهم السياسية للناخبين.²

2.8.2.7 - خصائص التلفزيون:

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والطفل، مرجع سابق، ص 223.

² عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والطفل، مرجع سابق، ص 228.

يعد التلفزيون من الوسائل البصرية السمعية الضرورية في نشر الرسائل المهمة وأكثرها قدرة على الإقناع والتأثير بغض النظر عن مستويات المشاهدين التعليمية فهو القادر على اختراق حياة المجتمعات التي يدخلها بصورة كاملة وبالصوت معاً.¹

للتلفزيون المدرسي طريقتين للبحث وهما عملية البحث المباشر للبرامج التربوية وهي ذات مسار واحد وبالتالي الطالب يكون مستقبلاً فقط ولا يتفاعل وطريقة الفيديو التي جاءت لتفادي عيوب الطريقة الأولى وكلاهما يصلحان للإعلام المدرسي سواء من بث المحطة التلفزيونية العامة أو من بث التلفزيون من الدائرة المغلقة في المدرسة أو الجامعة أو بواسطة الفيديو وإظهارها على الشاشة أمام الطلبة.² فبإمكانه تقريب الواقع والاستغناء عن الكلام بالصورة المرئية مما يولد دخلاً مباشراً لعقل غير المتعلم ويستطيع أن يقوي التعليم في عقل المتعلم كما يستطيع تهيئة المناخ الملائم للتنمية. فهو يتميز عن غيره من الوسائل الأخرى بقوة التأثير الناتجة عن تفرد بعض الخصائص التي تؤثر في المشاهد وتجذبه من خلال تقديمه الصوت والصورة معاً. وسهولة الوصول إلى إدراك المشاهد من أن يبذل الكثير من التعب فضلاً عن وجوده في المساكن مع الناس مما يسهل متابعة برامجه والأحداث في نفس وقت وقوعها.³

3.8.2.7- وسيلة التلفزيون والمناهج الدراسية:

◀ التلفزيون كوسيلة تعليمية:

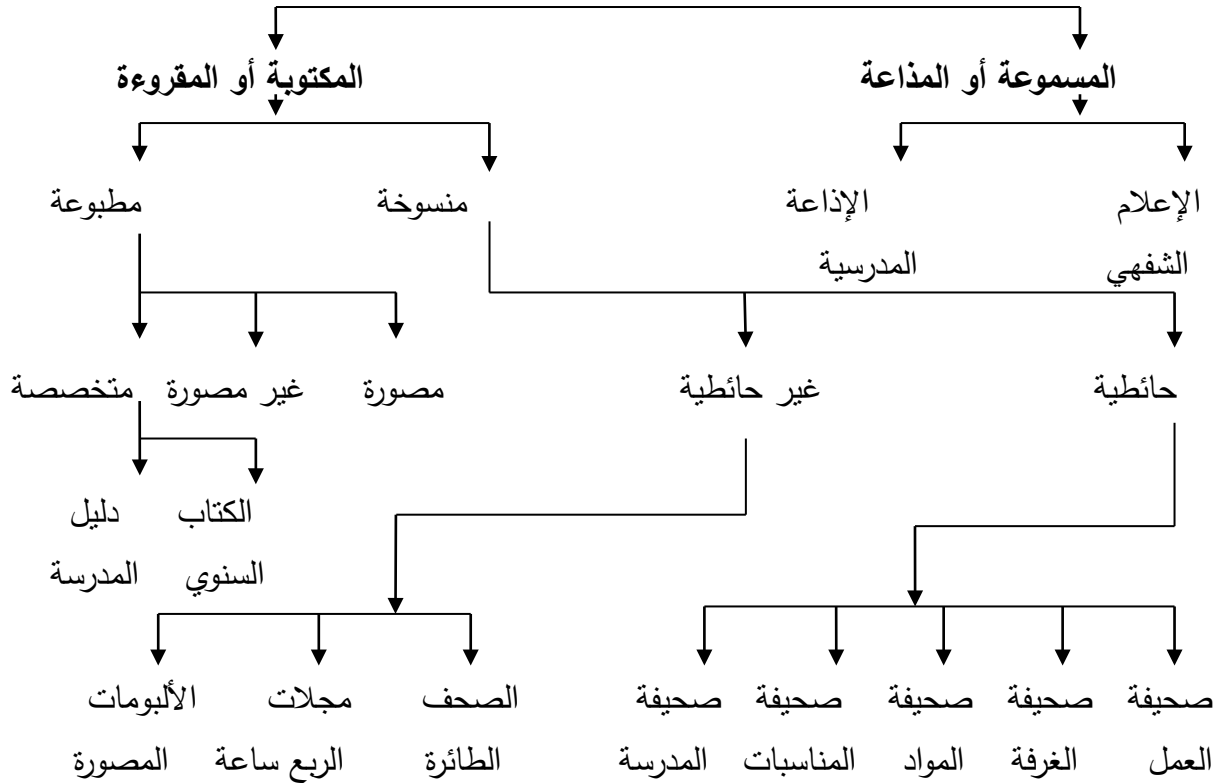
- أدرك التربويون أهمية التلفزيون في العملية التعليمية، فخططوا لاستثماره للأسباب التالية:⁴
- يساعد على إثارة اهتمام الطلبة، كما يعمل على تركيز انتباههم نحو شاشته.
 - الاعتماد عليه لإيجاد مناخ تعليمي أكثر فاعلية لقدرته على بث عديد البرامج الحية المباشرة.
 - يساهم في جعل التعليم أكثر فاعلية، ذلك بما تتضمنه برامجه من بعض المؤثرات كالموسيقى وطريقة الإخراج والعرض والمؤثرات الصوتية المختلفة وغيرها.
 - وجود تفاعل بين محتوى البرنامج التعليمي والطالب مما ينمي مختلف مهاراته الاتصالية.

¹ المرجع السابق، ص 60.

² محمد أبو سمرة، استراتيجيات الإعلام التربوي، مرجع سابق، ص 224.

³ عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والطفل، مرجع سابق، ص 60-61.

⁴ المرجع نفسه، ص 27.



شكل رقم (8.3) تقسيم وسائل الإعلام المدرسية¹

8- دراسات تأثير وسائل الإعلام:

التأثير هو المحصلة النهائية لعملية الاتصال ويتضح ذلك في حدوث تغييرات في سلوك المتلقي نتيجة استقباله الرسالة، وهناك ثلاثة أشكال من التأثيرات أولها تغييرات في معلومات المتلقي وثانيها تغييرات في اتجاهات المتلقي أو سلوكه الكامن وثالثها تغييرات في سلوكه العلني أو الفعلي.²

1.8- المادة الإعلامية الموجهة للأطفال:

إن واقع إعلام الطفل العربي حسب ما يراه "د.أحمد مختار مكي" ليس على المستوى الذي يمكنه من القيام بدوره في تربية وإعداد الطفل العربي وتنقيفه وإنَّ خطورة التقصير في وسائل الإعلام العربية تجاه الطفل العربي تكمن في أنها تفتح الباب أمام وسائل الإعلام والثقافة الغربية التي تغزو مجال إعلام الطفل العربي، مما يكون له أسوأ الأثر في تشكيل شخصية الأطفال العرب وقيمهم وعقيدتهم.³ وفي دراسة أقامتها المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم حول أثر برامج الأطفال في التلفزيونات العربية وانتهت تلك الدراسة بالنتائج التالية:⁴

¹ محمد أبو سمرة، استراتيجيات الإعلام التربوي، مرجع سابق، ص 209.

² علي عبد الفتاح، مرجع سابق، ص 22.

³ عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والطفل، مرجع سابق، ص 95.

⁴ ممدوح رضا الجندي، مرجع سابق، ص 21.

- معظم البرامج الموجهة للأطفال في التلفزيونات العربية تم إنتاجها في الدول الأجنبية وبشكل خاص الرسوم المتحركة وهي من أهمها جذباً للأطفال.
- ندرة الأفلام والمسلسلات العربية التي تعالج قضايا ومشكلات الطفولة في الدول العربية.
- ندرة الأفلام والمسلسلات العربية التي تتناول الشخصيات الإسلامية الشهيرة.
- عدم الاهتمام بتبادل برامج الأطفال بين الدول العربية.

2.8- سن الأطفال ووسائل الإعلام:

التعرض إلى كل من وسائل الإعلام الالكترونية يختلف باختلاف العمر وكذلك باختلاف الخصائص والطباع، هذا ما أكدته كثير من الباحثين.¹ كما لم تعد الرغبة الاجتماعية لوحدها حافزاً من اقتناء وسائل الاتصال الالكترونية، فكثير من الأطفال يقومون باقتناء هذه الوسائل من أجل إشغال الوقت فراغهم، لما لها من فائدة معرفية وعلمية يظنون بأنها تعمل على تنمية تفكيرهم وقدراتهم الذهنية وهذا بالتأكيد صحيح إذ أثبتت كثير من الدراسات بأن وسائل الاتصال الالكترونية وخصوصاً الكمبيوتر يقوم على تنمية مدارك الأطفال وتوسيع أفكارهم الذهنية.²

كما أن بدء الدوام الرسمي في المدرسة يتطلب من الطفل أموراً عدة فيجب عليه أن يقوم بأداء واجباته المدرسية ويقوم بتنظيم أنشطته بعد الدوام مثل الذهاب إلى النوادي أو ممارسة رياضته المفضلة. كما أنه باختلاف السن يختلف بشكل عام مقدار الوقت لاستخدام وسائل الإعلام ومشاهدة التلفاز فالمرهقون في أعمار الستة عشر عاماً، على سبيل المثال، تختلف مدة استخدامهم لوسائل الإعلام، فالطفل مثلاً يقوم باستخدام الفيديو كأحد أهم وسيلة لديه، فهو من خلالها يقوم بقضاء أوقاته المفضلة، أما بالنسبة للمراهق فإنه يقوم بالاستماع إلى الموسيقى ويجد بأن الموسيقى التي يستمتع تشبع غرائزه كما أن كثيراً من المراهقين يفضلون استخدام الهواتف المحمولة كأحد أهم وسيلة إعلام مستخدمة من قبلهم.³

3.8- وسائل الإعلام ودور الأسرة:

الإشراف على الأطفال ومراقبتهم واجب على الآباء في شتى مناحي الحياة اليومية وينطبق ذلك أيضاً على استعمالهم للهواتف الخلوية أو تصفحهم لمواقع الانترنت، ولكن للأسف نجد أن الآباء لا يلمون بصورة كافية عما يواجهه الأطفال ما يجب عليهم فعله وما يتعين عليهم تجنبه. والآباء يشعرون بأنه لا تتوفر لديهم الموارد الكافية والمعلومات والفهم الصحيح للانترنت، بل يميل البعض منهم إلى القول بأن أطفالهم يعملون أكثر منهم في هذا الشأن وقد أظهرت الدراسة التي أعدتها "سونيا ليفنجستون" من كلية الاقتصاد والعلوم السياسية بلندن بأن 20 بالمئة من الأطفال يدخلون على الانترنت من غرف نومهم، كما

¹ المرجع السابق، ص 128.

² المرجع نفسه، ص 129.

³ المرجع السابق، ص 129-130.

أفاد 79 بالمئة من الأطفال الذين شملتهم الدراسة بأنهم يستخدمون الإنترنت دون الخضوع لأيّة رقابة وأشار ثلثهم إلى أنهم لم يتلقوا أية دروس في أداء واجباتهم المنزلية .. علما بأن الدراسة شملت 1511 طفلاً تتراوح أعمارهم ما بين 9 و19 عاماً و906 من الآباء.¹

والطريقة المثلى في تغيير سلوك الأطفال على الانترنت عامة وغرف الدردشة خاصة، ليست في محاولة منعهم من استخدام الإنترنت وغرف الدردشة لأن هذه الطريقة قد تأتي بنتائج سلبية وتجذبهم أكثر إلى استخدام هذه الغرف بدلا من تجنبها، وبدلا من ذلك على الآباء مشاركة أطفالهم فيما يفعلونه على الإنترنت، فالآباء يشاركون الأبناء في صداقاتهم التي يصنعونها خارج نطاق الانترنت وهم الآن بحاجة إلى نفس الرعاية فيما يخص أصدقائهم على الإنترنت أيضاً وقد اقترح عدد من خبراء التعليم والقانون في الولايات المتحدة الأمريكية في موضوع نشرته مجلة "سي نت" الإلكترونية التابعة لخدمة "نيوز كوم"، تطبيق الآباء لعدد من "الإستراتيجيات" الخاصة بخمس فئات عمرية من الأطفال والشبان وفقا لأعمارهم:²

◀ **أولاً:** الأطفال من أعمار (1) إلى (7) أعوام: الأطفال الصغار في هذه المرحلة لا يمكنهم في العادة التعامل مع الرسائل الإلكترونية إلا بتوجيه من آبائهم ومع ذلك فإن الآباء قد يجدونهم وهم يتجولون عبر صفحات الإنترنت.

◀ **ثانياً:** الأعمار 8 إلى 10 أعوام: يبدأ الكثير من الأطفال باستعمال الهاتف الخليوي وارسال الرسائل بل وحتى الدخول إلى الشبكات الاجتماعية، ما يوجب على الآباء مراقبة أبنائهم.

◀ **ثالثاً:** أعمار 10 إلى 12 عاماً: غالبية الأطفال في هذه الأعمار يعرفون كيفية التعامل مع التقنيات التفاعلية وأهم الإرشادات هنا هي: حسن مستوى تحكم الآباء ومستوى ترشيح المواقع وتوظيف برامج تسمح للآباء من بعيد بإعطاء الأطفال الضوء الأخضر للدخول إلى مواقع لأغراض دراستهم.

◀ **رابعاً:** أعمار 13 إلى 15 : يقوم الأطفال بتبادل رسائلهم وإجراء الحوارات عبر الإنترنت عند العمل على الكمبيوتر المنزلي أو المدرسي أو كمبيوتر الأصدقاء وأخطر الأشياء في هذه الأعمار التلاقي بين الأطفال والغرباء عبر الإنترنت ما يستدعي مراقبتهم.

◀ **خامساً:** أعمار 16 عاماً وفوق: يجب على الوالد منح الطفل الثقة ويجب تعليم الأطفال على تحمل واجباتهم نحو الانترنت، باحترام الآخرين وإرشادهم بمخاطر مقابلتهم.

4.8- دور وسائل الإعلام في تفعيل مشاركة الطلبة:

¹ المرجع السابق، ص 208.

² المرجع نفسه، ص 209.

إن إشراك الطالب في صناعة المواد الإعلامية وإن كان هدفها الأول هو ضمان الحماية الاجتماعية له ووضعه حيث يستحق في وسط الآليات الاجتماعية، غير أن الفكرة تستجيب لإشكالية كبيرة تعاني منها وسائل الإعلام العربية والعالمية على العموم، هي:

1. السطحية في المضامين: الذي يقدم الصورة والإثارة على المعالجات العميقة.
 2. الانفصام بين المضمون الإعلامي واهتمامات الجمهور.
 3. قلة الإنتاج الثقافي والتربوي لأن مردوده المادي محدود.
 4. هيمنة الصور النمطية: هي غالبية في وسائل الإعلام المتنوعة، بسبب نوع التغطيات العامة وميل الإعلام على معالجات عامة تهم في المبدأ مختلف فئات الجمهور.
 5. السعي إلى الكسب المادي: يملئ الإنتاج غير المكلف وهيمنة المعلنين على اتجاهات.
 6. تراجع رسالة الإعلام: هذا المنحى فرضته عليها اتجاهات السوق الذي كان من الأسباب التي أدت إلى تراجع وسائل الإعلام في دورها ورسالتها وثقة الجمهور بها.
- وإشراك الجمهور في إنتاج المادة الإعلامية يحمل حلولاً لبعض الصعوبات المذكورة التي يعاني منها ويحد من سلبياته ومنه ففكرة إشراك الطلبة لصالح وسائل الإعلام بقدر ما هي لصالحهم والمجتمع.

1. أهمية المشاركة بالنسبة للطلبة:

1. ليس هناك أفضل من الطالب للتعبير عن ذاته فمن حقه أن يعبر عما يريد.
2. تحقق مبدأ القرب، أي التساق الإعلام بالمجتمع وحسن اختيار ما يهمه.
3. إن المشاركة تخرج الطلبة من التبعية الثقافية للمواد المستوردة.
4. تسمح بالاستماع على الطلبة لمعرفة اهتماماتهم وميولاتهم.
5. تطور الحس النقدي للطلبة من خلال فهم آلية عمل الإعلام وابداء رأيه.
6. تحول الطالب لمشاهد فاعل واعي بمضامين المادة الإعلامية.

2. كيفية مشاركة الطلبة بغية تفعيلهم لوسائل الإعلام:

.. هذا يتطلب الدخول في الشرائح العمرية للطلبة وفي تنوع وسائل الإعلام، ففي الشرائح العمرية، يرى المنتجون عموماً الشرائح الآتية: من 7 سنوات إلى 12 سنة، فئة ما فوق 13 سنة.

كما هناك المشاركة في وسائل الإعلام والاتصال المتنوعة: التلفزيون، الصحافة، الإذاعة، السينما، الانترنت وما حمله مؤخراً من الشبكات الاجتماعية والمدونات وغيرها.

فمع المشاركة تخطى النقاش الإشكالية القديمة مع أو ضد التلفزيون وهل هو سلبي أو ايجابي؟ بل أصبحت الإشكالية كيف نتفاعل مع وسائل الإعلام؟ وكيف نستفيد منه من خلال مبدأ المشاركة؟¹

◀ التفاعل الواعي مع وسائل الإعلام:

¹ ممدوح رضا الجندي ، مرجع سابق، ص 62-63.

وللتفاعل الواعي مع وسائل الإعلام ستة أبعاد أو مؤشرات يفترض أن تعمل بصفة متكاملة وهي:¹

- الاعتراف بوجود جوانب سلبية وإيجابية لتعرض أعضاء الأسرة لوسائل الإعلام.
- إدراك استحالة تجنب تعرض الأولاد لوسائل الإعلام بصورها المختلفة.
- إدراك أهمية الأخذ بأساليب تربية متعددة ومتكاملة لمواجهة تأثير هذه الوسائل على الأبناء.
- وجود قدر من الاتفاق بين الوالدين في النظرة إلى وسائل الإعلام وفي أساليب التعامل معها.
- الإهتمام بتوفير الدعم العاطفي للأولاد كوظيفة مكملة لمهام التنشئة الاجتماعية.
- مقاومة عرض كل ما يتعارض مع القيم الدينية والاجتماعية والقواعد الأخلاقية الإنسانية.

◀ طابع الرسالة الإعلامية :

إذا كانت الرسالة الإعلامية بوسائل الإعلام عامة تحظى في كتابتها وتحريرها بحرفية ومهنية شديتين، فإنّ كتابة الرسالة الإعلامية في الحقل التعليمي وتحريرها يخضع لظروف المؤسسة التربوية وأداة الإعلام التي تقدم من خلالها ومدى دور المتخصصين إعلامياً بها.. والرسالة هي الأفكار والمفاهيم والبيانات والاتجاهات والقيم التي يرغب المرسل في إشراك المستقبل فيها، فالحقائق والاتجاهات الفكرية والأفكار الجديدة التي يقدمها رجل الإعلام في كلمات أو صور أو إشارات رمزية أخرى، تعتبر رسالة إعلامية يرغب المرسل في إشراك المستقبل فيها وتحقيق أهداف عديدة منها.. والرسالة هي أهم عناصر العملية الإعلامية وتتركز حولها جهود الإعلاميين حتى تستطيع أن تحدث أكبر تأثير ممكن.²

◀ عوامل نجاح الرسالة الإعلامية:

من أهم عوامل نجاح الرسالة الإعلامية، ما يلي:³

- أن تحظى باهتمام الجماهير فمحتواها يتناول قضاياهم الحياتية بالتفسير وطرح الحلول لها.
- أن تتماشى الرسالة مع خصائص الوسيلة التي تقدم من خلالها.
- أن تراعي الرسالة الخلفيات الثقافية والتعليمية للجمهور وكذلك لغة الكلام والتخاطب.
- أن يكون مضمون الرسالة جيد ويتصف بالحدثة والواقعية والموضوعية عند عرض ومناقشة القضايا والمشكلات المختلفة؛ بحيث تقدم الحقائق والمعلومات بأمانة وصدق ووضوح.
- أن يكون أسلوب الرسالة شيق وجذاب لجماهير القراء والمستمعين والمشاهدين ويثير اهتمامهم.
- أن تتميز الرسالة بالبساطة والوضوح وان تستبعد منها العبارات والألفاظ المعقدة والغامضة، لأنّ الإعلام يعتمد على الكلام الواضح البسيط أيّاً كان نوع الرسالة الموجهة .

¹ محمد عبد حسين أبو سمرة، الإعلام التربوي ودور الإذاعة المدرسية في العملية التعليمية، ط1، دار الراية، 2010، ص255.

² عقيل محمود رفاعي، مرجع سابق، ص101-102.

³ المرجع نفسه، ص102.

الفصل الرابع

المواطنة الرقمية ومحو الأمية الرقمية:

- 1- المواطنة الرقمية.
- 2-مراحل التربية على المواطنة الرقمية وتنميتها.
- 3- محاور - عناصر - المواطنة الرقمية.
- 4- معايير المواطنة الرقمية.
- 5-الخصوصية الرقمية.

الفصل الرابع

المواطنة الرقمية ومحو الأمية الرقمية

1- المواطنة الرقمية:

المواطنة الرقمية بحسب المنهج الأسترالي تعني تزويد الطالب بترسانة من المهارات في مجال استخدامات تويتر والتدوين الإلكتروني و الفيسبوك، إضافة إلى إكسابه القدرة على استخدام بعض المواقع الإلكترونية الشهيرة لغرض التعلم والدراسة. منهج المواطنة الرقمية يعلم الطالب كذلك مهارات محورية مثل مهارات البحث، والتواصل، ومهارة حل المشكلات، إضافة إلى إثراء معرفته بثقافة بلاده وتاريخها، وتعزيز إيمانه بقيم الحرية والعدالة والديمقراطية¹.

1.1- مفهوم المواطنة الرقمية:

بأنها تفاعل الفرد مع غيره باستخدام الأدوات والمصادر الرقمية مثل الحاسوب بصورة مختلفة و شبكة المعلومات كوسيط للاتصال مع الآخرين، باستخدام العديد من الوسائل أو الصور، مثل: البريد الإلكتروني، المدونات، المواقع و مختلف شبكات التواصل الاجتماعي².

وكذلك تعرف المواطنة الرقمية بأنها: إعداد الطلاب لاستخدام تكنولوجيا الكمبيوتر بطريقة فعالة ومناسبة. إذ يطور الطلاب معرفتهم بمعالجة النصوص وجدول البيانات والعرض التقديمي وبرامج الاتصالات، فيحدد الطلاب معنى أن تكون مواطناً رقمياً جيداً وكيفية استخدامه التكنولوجيا بشكل مناسب، جنباً إلى جنب مع المعايير الأكاديمية الحالية لهذا يتم تضمين معايير محو الأمية في مجال محتوى العلوم في توقع استمرارية تطوير مهارات القراءة والكتابة³.

ويمكن تعريف المواطنة الرقمية كذلك وفقاً لتعريف الموسوعة الاجتماعية بوصفها : بأنها قواعد السلوك المعتمدة في استخدامات التكنولوجيا المتعددة، مثل استخدامها من أجل التبادل الإلكتروني للمعلومات، والمشاركة الإلكترونية الكاملة في المجتمع، وشراء وبيع البضائع عن طريق الإنترنت، وغير ذلك

¹ فارس حسان، المواطنة الرقمية، مجلة دلشد، العدد، 151، 2014، الرابط <http://dlshad.net/SOURIATNA/?p=7396>

² Edmonton catholic schools, digital citizenship-administrative Policy, 2012.

<https://www.ecsd.net/ParentsStudents/ParentResources/Documents/137%20Digital%20Citizenship%20Policy.pdf>

³ Indian department of education (2016), <https://www.doe.in.gov>, digital citizenship Indiana Academic Standards Course Framework /sites/default/files/standards/cf-bmit-digitalcitizenship-01-2016-august.pdf

وتعرف أيضا بأنها القدرة على المشاركة في المجتمع عبر شبكة الإنترنت، كما أن المواطن الرقمي هو المواطن الذي يستخدم الإنترنت بشكل منتظم وفعال.

إن مفهوم المواطنة الرقمية له علاقة قوية بمنظومة التعليم، لأنها الكفيلة بمساعدة المعلمين والتربويين عموماً وأولياء الأمور، لفهم ما يجب على الطلاب معرفته من أجل استخدام التكنولوجيا بشكل مناسب. والمواطنة الرقمية هي أكثر من مجرد أداة تعليمية، بل هي وسيلة لإعداد الطلاب للانخراط الكامل في المجتمع والمشاركة الفاعلة في خدمة مصالح الوطن عموماً وفي المجال الرقمي خصوصاً.¹

ويعرف ريبيل Ribble المواطنة الرقمية بأنها: مجموعة من القضايا الثقافية والاجتماعية والقانونية والأخلاقية ذات الصلة بالتكنولوجيا الرقمية، وإظهار المسؤولية الشخصية للتعلم مدى الحياة، والقيادة الآمنة للمواطنة الرقمية. ما يشير إلى أنّ المواطنة الرقمية: مجموعة القيم المتبعة في الاستخدام الأمثل والإيجابي للأدوات التكنولوجية التي يحتاجها طلبة المدارس (المواطنون) بغض النظر عن فئاتهم العمرية ومستوياتهم الثقافية صغاراً أم كباراً، من أجل المساهمة في رقي أوطانهم وحمايتهم من سوء استخدام أدواتها.²

وتعد المواطنة الرقمية من المفاهيم الجديدة في الأدب التربوي بشكل عام والأدب المتعلق بتربية المواطنة أو الأدب المتعلق بموضوعات الدراسات الاجتماعية بشكل خاص ؛ حيث جاء مفهوم المواطنة الرقمية كباكورة لما قام به ريبيل Ribble عام 2006 من أبحاث. فالدافع الأساسي لإظهار هذا المفهوم هو ملاحظته للانتشار الواسع والاستخدام المفتوح لأدوات التكنولوجيا، فأضحى لكل فرد من أفراد المجتمع مجال اللعب أو العمل في العالم الرقمي والتواصل مع مجهولين رقميين قد يشكلون خطراً عليهم في أي مجتمع، كذلك وجود رغبة جامحة لدى الأفراد (طلبة المدارس خاصة) بتصفح مواقع غير معروفة وربما مشبوهة وخطيرة، فضلاً عن استحالة مراقبة كل ما يتم مشاهدته أو متابعته أو سماعه.³ بالتالي ينبغي على المعلمين أن يكونوا على وعي بمشاركة الطلاب في العالم الافتراضي

¹ مصطفى القايد، مفهوم المواطنة الرقمية، موقع تعليم جديد، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، 2102،

الرابط : <http://www.new-educ.com/definition-of-digital-citizenship>

² Ribble, M, Digital Citizenship in School, International Society for Technology in Education, 2nd ed., Eugene, Oregon, Washington, 2006.

³ هادي طوالة، المواطنة الرقمية في كتب التربية الوطنية والمدنية-دراسة تحليلية-، المجلة الأردنية في العلوم

التربوية، مجلد 13، عدد3، 2017، ص 291.

الرقمي، وهو ما يوجب عليهم أن يضمنوا هذه البيئة الافتراضية بتفاعلاتها في أنشطتهم وممارساتهم التدريسية، وينبغي على الطلاب أيضا أن يكونوا على وعي بالمنافع والمخاطر التي يتعرضون لها أثناء تفاعلاتهم الافتراضية الممتدة والتي تفرض عليهم أن يكونوا قادرين على اتخاذ القرارات المسؤولة والخيارات المناسبة في تفاعلاتهم مع العالم الافتراضي الرقمي.¹

2.1- مفهوم المواطن الرقمي:

هو المواطن الذي لديه القدرة على استخدام الانترنت في إنجاز أعماله بشكل منتظم وفعال ، فهو ثمرة من ثمرات التقنية الحديثة وتطور المجتمع والاستفادة من معطيات الحضارة من أجل مستقبل أفضل. يتصف بمجموعة من الصفات كأن يلتزم الأمانة الفكرية ويحترم الثقافات والمجتمعات في البيئة الافتراضية، يحافظ على المعلومات الشخصية، يدير الوقت الذي يقضيه في استخدام التكنولوجيا، يحمي نفسه من المعتقدات الفاسدة التي تنتشر عبر الوسائط، يقف ضد التسلط عبر الانترنت..²

2-مراحل التربية على المواطنة الرقمية وتنميتها:

تعنى تربية المواطنة الرقمية التوجيه المخطط من قبل المعلمين و التلاميذ للاستخدام الفعلي للمصادر والتقنيات الرقمية بهدف تنمية المهارات و السلوكيات التي تمكنهم من أن يصبحوا مواطنين رقميين، يتفاعلون مع الآخرين عبر الاتصال المباشر بالطريقة التي تتسق مع التدريس. وتتعد مراحل تنمية المواطنة الرقمية لتشمل الآتي: ³

1. **مرحلة الوعي awareness :** الوعي يعنى انهماك الطلاب في أن يكونوا مثقفين تكنولوجياً، ففي هذه المرحلة يصبح التثقيف أوسع من مجرد إعطاء المعلومات والمعارف الأساسية حول المكونات المادية والبرمجية والتركيز على عرض أمثلة للاستخدام السيئ والغير المناسب لتلك المكونات المادية والبرمجية ، وإنما يحتاج الطلاب لأن يتعلموا ما هو مناسب وغير مناسب عند استخدامهم لتلك التقنيات الرقمية الحديثة وإن هناك جملة من الأسئلة يسترشد بها للدلالة على الوعي وهي:

- هل تمتلك الفهم الجيد لطرق عمل التقنيات الرقمية واستخدامها وتأثيرها عليك وعلى الآخرين؟

¹ Edmonton catholic schools, **digital citizenship-administrative policy**, 2012.

² تامر المغاوري محمد الملاح، **المواطنة الرقمية " تحديات وآمال "**، فرع تكنولوجيا التعليم، كلية التربية، جامعة الإسكندرية، 2016، ص15.

³ Ribble, bailey, **digital citizenship**, At all grades levels, international society for technology and education, information literacy, available, at: www.iste.org .

- هل أنت على وعي بالمشكلات و الأمور المرتبطة بإمكانية استخدام التقنيات الحديثة ؟
- هل أنت على وعى باستخدام التقنيات الرقمية الحديثة بطريقة يقبلها معلموك و آباؤك وأصدقائك ؟

2. مرحلة الممارسة الموجهة guided practice:

إن التلاميذ يجب أن يكونوا قادرين على استخدام التكنولوجيا في مناخ يشجع على المخاطرة والاكتشاف في مراحل متقدمة ، وبدون الممارسة الموجهة فإنهم ربما لا يدركون هذه الطريقة المناسبة وأنه من الممكن أن نستعين بالأسئلة التالية لمساعدة التلاميذ في التفكير حولها.

- عند استخدامك للتكنولوجيا هل تدرك متى تحدث أشياء غير مناسبة ؟ لما هذا و لما لا؟
- هل تقدر مقبولية أعمالك على التقنيات الرقمية الحديثة ؟ لما هذا ؟ ولما لا ؟
- هل تميز بين الاستخدامات المقبولة و غير المقبولة للأنواع المختلفة من التقنيات الرقمية الحديثة ؟ لما هذا ؟ و لما لا ؟
- ما الذي تحتاج أن تفعله لتصبح على وعى بممارساتك للتقنيات الرقمية الحديثة ؟

3. مرحلة النمذجة وإعطاء المثل والقوة modeling & demonstration:

هذا يعنى إعطاء النموذج الواضح في الاستخدام المناسب للتكنولوجيا في الحجرة الدراسية، على سبيل المثال، لو أنك كمعلم حملت هاتفك المحمول أثناء تواجدك بالفصل الدراسي، فإنه ينبغي عليك إغلاقه أو تجعله صامتاً أثناء ذلك، بالإضافة إلى أنه يمكنك توجيه الآباء من خلال تقديم قائمة بأهم التوجيهات حول التساؤلات التي يمكن أن تطرح في أذهانهم في التعامل المناسب مع أبنائهم أثناء الاستخدامات المختلفة للتقنيات الرقمية الحديثة والعمل على مناقشتها معهم، فالكبار يحتاجون أن يكونوا نماذج جيدة للمواطنة الرقمية كي يستطيع الأطفال تقليد و متابعة هذه النماذج.

4. مرحلة التغذية الراجعة و تحليل السلوك feedback and analysis :

إن الفصل الدراسي ينبغي أن يكون المكان الذي يمكن للطلاب فيه أن يناقشوا استخداماتهم للتقنيات الرقمية الحديثة ليروا كيف يمكنهم استخدامها بطريقة مناسبة. وأن ذلك يكون عن طريق إمداد الطلاب بالتكوين النقدي البناء للتمييز بين الطرق والوسائل التي يجب أن تستخدم بها هذه التقنيات الرقمية الحديثة في الفصل الدراسي و كذلك خارج. إنه من الصعب أن يعود الشخص عن السلوك أو الممارسة التي حدثت بالفعل ولكن يمكنه التفكير حولها بعدما حدثت وبدون إمداده بالفرص التي تمكنه من التأمل الذاتي في هذا السلوك الحادث فإن إمكانية تكرار السلوك سوف تكون أكثر وأكثر في المستقبل.

3- محاور - عناصر - المواطنة الرقمية:

لفهم المواطنة الرقمية وقضايا استخدام التكنولوجيا، حددت منظمة (ISTE: International Society for Technology in Education) تسعة عناصر عامة تشكل المواطنة الرقمية، وضحاها مايك ريببل Mike Ribble، في:¹

1.3- الوصول (النفاذ) الرقمي Digital Access المشاركة الإلكترونية الكاملة في المجتمع:

تعمل المواطنة الرقمية على تكافؤ الفرص أمام جميع الأفراد فيما يتعلق بالوصول إلى التكنولوجيا واستخدامها وتوفير الحقوق الرقمية المتساوية ودعم الوصول الإلكتروني ونبذ مبدأ الإقصاء الإلكتروني الذي يحول دون تحقيق النمو والازدهار، فإن نقطة الانطلاق في "المواطنة الرقمية" هي العمل نحو توفير الحقوق الرقمية المتساوية ودعم الوصول الإلكتروني، ومن ثم فإن الإقصاء الإلكتروني يجعل من العسير تحقيق النمو والازدهار حيث أن المجتمع يستخدم هذه الأدوات التكنولوجية بزيادة مستمرة. وينبغي أن يكون هدف المواطن الرقمي هو العمل على توفير وتوسيع الوصول التكنولوجي أمام جميع الأفراد. ولا بد أن ينتبه المستخدمون إلى أن الوصول الإلكتروني قد يكون محدوداً عند بعض الأفراد، ومن ثم لابد من توفير موارد أخرى وحتى نصبح مواطنين منتجين، لابد أن نتحلى بالالتزام لضمان توفير آليات وتقنيات الوصول الرقمي إلى الجميع.

2.3- التجارة الرقمية Digital Commerce بيع البضائع وشراؤها إلكترونياً: لابد أن يتفهم مستخدمو التكنولوجيا أن القسم الأكبر من اقتصاد السوق اليوم يتم عن طريق التكنولوجيا وقنواتها المختلفة، والمواطنة الرقمية تتقف الفرد بالقضايا المتعلقة بهذه العملية من حيث القوانين واللوائح المتعلقة باستخدام التكنولوجيا، ولا سيما الأمن والأمان أو تلك المتعلقة بقوانين الدولة.

3.3- الاتصالات الرقمية Digital Communication التبادل الإلكتروني للمعلومات:

تهتم المواطنة الرقمية بأن يمتلك الفرد القدرة على اتخاذ القرار السليم أمام العديد من خيارات الاتصالات الرقمية المتاحة وأن يكون على وعي بكيفية استخدامها. ومن أبرز التغيرات الهامة التي استحدثتها الثورة الرقمية هو قدرة الأفراد على الاتصال فيما بينهم، مهما بعدت الأماكن وتباينت

¹ Mike Ribble, digital citizenship in schools, second edition, international society for technology in education, 16-43.

الأوقات. ولقد شهد القرن التاسع عشر أنماطا محدودة للاتصالات. إلا أن القرن الحادي والعشرين قد شهد تنوعا هائلا في وسائل الاتصالات أمثال: البريد الإلكتروني، الهواتف النقالة والرسائل الفورية.

4.3- محو الأمية الرقمية Digital Literacy عملية تعليم وتعلم التكنولوجيا واستخدام أدواتها:

لقد أصبح مقياس الأمية حديثاً مرتبطاً بقدرة الفرد على استخدام التكنولوجيا، لذا فإن المساهمة في محو الأمية الرقمية هي مسؤولية فردية و جماعية، فلا بد من أن تتضافر الجهود من أجل توفير فرص التعلم والتعليم والتدريب لاستخدام التكنولوجيا وأدواتها المختلفة بالشكل الأمثل والاستفادة منها. ولأن التكنولوجيا شقت طريقها إلى جميع مجالات الفرد الحياتية، فإن المواطنة الرقمية تقوم على تثقيف الأفراد وتعليمهم رقمياً لما يحتاجونه من التكنولوجيا، واستخدامها بالشكل المناسب والاستفادة من إيجابياتها وتجنب سلبياتها، وكذلك إكساب مهارات محو الأمية المعلوماتية. في حين أن مؤسسات التعليم قد حققت إنجازاً معقولاً في مجال انتشار التكنولوجيا، إلا أنه ما زال أمامها الكثير للقيام به. فلا بد أن يتوجه التركيز بصفة متجددة إلى نوعية التكنولوجيا الواجب اقتنائها وتعلمها والتدريب عليها والأسلوب الأمثل في تشغيلها والاستفادة منها. كما أن بعض التقنيات تشق طريقها إلى مجالات العمل المختلفة، ولا يتم استخدامها في مؤسسات التعليم، أمثال: مؤتمرات الفيديو، وأماكن المشاركة عبر الإنترنت. علاوة على ذلك، يحتاج كثير من العمال باختلاف مجالاتهم إلى معلومات آنية وفورية. وتتطلب هذه العملية مهارات بحث ومعالجة معقدة (من بينها محو الأمية المعلوماتية). ولذا لا بد أن يتعلم الدارسون كيف يتعلمون في ظل مجتمع رقمي. وبعبارة أخرى، لا بد من تدريب الدارسين على أن يتعلموا أي شيء، في أي وقت، في أي مكان. وتعد مجالات الأعمال والطب من أبرز مجالات استخدام التكنولوجيا بصورة مختلفة تماماً في القرن الحادي والعشرين. ونظراً لدمج مستجدات التكنولوجيا في كافة المجالات بسرعة، فلا بد من تعليم وتدريب الدارسين على استخدام هذه المستجدات بسرعة فائقة وكفاءة عالية. ولذا فإن "المواطنة الرقمية" تقوم على تعليم وتثقيف الأفراد بأسلوب جديد - أخذاً في الاعتبار حاجة هؤلاء إلى مستوى عالي من مهارات محو الأمية الرقمية.

5.3- اللياقة الرقمية (الإتيكيت الرقمي) Digital Etiquette - Netiquette المعايير الرقمية للسلوك

والإجراءات:

كلنا يحرص على أن نكون على قدر من اللياقة عندما نتعامل مع الآخرين واقعياً، والبعض يحتاج إلى تدريب لاكتساب تلك المهارة لأنها تخضع إلى معايير وإجراءات ، ويجب إن ينطبق الأمر نفسه عندما نتعامل مع الغير رقمياً، فالمواطن الرقمي صاحب "إتيكيت" جيد واقعياً أو رقمياً. و تهتم المواطنة الرقمية بنشر "ثقافة الإتيكيت" الرقمي بين الأفراد وتدريبهم ليكونوا مسؤولين في ظل مجتمع رقمي جديد، ليتصرفوا بتحضر، مراعين القيم والمبادئ ومعايير السلوك الحسن.

غالبا ما يرى مستخدمو التكنولوجيا هذا المجال بوصفه أكثر الإشكاليات إلحاحا عند معالجة أو تناول "المواطنة الرقمية". كلنا يتعرف على السلوك غير القويم عند رؤيته، إلا أن مستخدمي التكنولوجيا لا يتعلمون "اللياقة الرقمية" قبل استخدامها. كما أن كثيرا من المستخدمين يشعرون بالضيق عندما يتحدثون إلى آخرين عن ممارستهم للياقة الرقمية. وغالبا ما يتم فرض بعض اللوائح والقوانين على المستخدمين، أو يتم حظر التقنية بكل بساطة لوقف الاستخدام غير اللائق. إلا أن سنّ اللوائح وصياغة سياسات الاستخدام وحدها لا تكفي، لا بد من تثقيف كل مستخدم وتدريبه على أن يكون مواطنا رقميا مسئولا في ظل مجتمع جديد.

6.3 - القوانين الرقمية Digital Law (المسؤولية الاجتماعية على الأعمال والأفعال):

هي تلك القوانين في المجتمع الرقمي التي تعالج مسألة الأخلاقيات الرقمية، لفضح ومعاقبة الاستخدام غير الأخلاقي للتكنولوجيا أو ما يسمى الجرائم الرقمية أو الإلكترونية الرقمية، لحماية حقوق الفرد وتحقيق الأمن والأمان له رقمياً، حيث توجد قوانين عدة سنّها المجتمع الرقمي لا بد من الانتباه لها، وكل مخالف يقع تحت طائلة هذه القوانين، مثل اختراق معلومات الآخرين أو سرقة بياناتهم أو نشر الفيروسات... وغيرها من الجرائم الإلكترونية. فالقانون الرقمي يعالج أربع قضايا أساسية: (حقوق التأليف والنشر، والخصوصية، والقضايا الأخلاقية، والقرصنة)، والمواطن الرقمي يحترم القوانين الرقمية وينشرها ويشجع غيره للالتزام بها.

فيعالج قطاع القوانين الرقمية مسألة الأخلاقيات المتبعة داخل مجتمع التكنولوجيا، ويفصح الاستخدام غير الأخلاقي نفسه في صورة السرقة أو الجريمة الرقمية. كما يفصح الاستخدام القويم عن نفسه عبر الالتزام بقوانين المجتمع الرقمي.

فلا بد أن يعرف المستخدمون أن سرقة أو إهدار ممتلكات الآخرين، أو أعمالهم، أو هويتهم عبر الإنترنت يعد جريمة أمام القانون. ومن هنا، توجد عدة قوانين سنّها المجتمع الرقمي لا بد من الانتباه إليها. ويقع تحت طائلة هذه القوانين كل شخص يؤدي عملاً أو حتى يلعب عبر الإنترنت. ولذا فإن اختراق معلومات الآخرين، وتنزيل الملفات الخاصة بهم بشكل غير مشروع، وإنشاء كافة أنواع الفيروسات المدمرة وفيروسات التجسس وغيرها من الرسائل غير المرغوب فيها أو سرقة هوية شخص آخر أو ممتلكاته، كل هذا يعد عملاً منافياً للأخلاق.

7.3- الحقوق والمسؤوليات الرقمية Digital Rights & Responsibilities (الحريات التي يتمتع بها الجميع في العالم الرقمي):

كما أن الدولة حددت لمواطنيها حقوقهم في دستورها، فإن المواطن الرقمي أيضاً يتمتع بحزمة من الحقوق مثل الخصوصية وحرية التعبير وغيرها، ولا بد من فهم هذه الحقوق بالشكل الصحيح في ظل العالم الرقمي. ومع هذه الحقوق تأتي الواجبات والمسؤوليات، فهما وجهان لعملة واحدة لا ينفصلان. لا بد للمواطن الرقمي من أن يتعرف على كيفية الاستخدام اللائق للتكنولوجيا حتى يصبح منتجا وفعالاً. كما أنه لا بد من دراسة ومناقشة الحقوق الرقمية الأساسية حتى يتسنى فهمها على النحو الصحيح في ظل العالم الرقمي. ومع هذه الحقوق تأتي الواجبات أو المسؤوليات، فلا بد أن يتعاون المستخدمون على تحديد أسلوب استخدام التكنولوجيا على النحو اللائق. وبناء عليه، هذان الجانبان بمثابة وجهان لعملة واحدة فلا بد من تفعيلهما معا حتى يصبح كل مواطن رقمي مواطناً منتجا ومشاركاً فعالاً.

8.3- الصحة والسلامة الرقمية Digital Health & Wellness (الصحة النفسية والبدنية في عالم التكنولوجيا الرقمية):

يرافق استخدام التكنولوجيا بشكل غير سليم مشاكل بدنية ونفسية تؤثر في الفرد، وهذا أدى إلى ظهور علم الإرجونوميكس Ergonomics أو هندسة العوامل البشرية، والذي يعنى بالملائمة الفيزيائية والنفسية بين الآلات وأشكالها والبشر الذين يتعاملون معها ويستخدمونها. فالمواطنة الرقمية تهتم بنشر الوعي والثقافة حول الاستخدام الصحي والسليم للتكنولوجيا، وتطبيق معايير (الإرجونوميكس فتعد الصحة البصرية، وأعراض الإجهاد المتكرر والممارسات السمعية من أهم القضايا التي يجب تناولها في عالم

التكنولوجيا الحديث. وباستثناء الجوانب البدنية، توجد المشكلات النفسية التي تنتشر كالنار في الهشيم في الآونة الأخيرة. فلا بد من توعية المستخدمين من المخاطر الكامنة في التكنولوجيا. وتتضمن "المواطنة الرقمية" ثقافة تعليم مستخدمي التكنولوجيا أساليب حماية أنفسهم عبر التعليم والتدريب.

9.3- الأمن الرقمي (الحماية الذاتية)- Digital Security -self protection (إجراءات ضمان الوقاية والحماية الرقمية):

لا يخلو أي مجتمع من أشخاص يمارسون أعمالاً مخالفة للقانون مثل السرقة والتشويه، وكذلك المجتمع الرقمي، لذا لا بد من اتخاذ التدابير اللازمة بهذا الخصوص لضمان الوقاية والحماية والأمان للأفراد. فكما نضع الأقفال على أبواب بيوتنا، وأجهزة الإنذار في منازلنا لتوفير مستوى معين من الحماية، لا بد من تطبيق إجراءات مشابهة في المجتمع الرقمي، مثل عمل نسخ احتياطية من البيانات، وتثبيت برامج مكافحة للفيروسات والاختراق وغيرها من الإجراءات في العالم الرقمي، فالمواطن الرقمي المسؤول لا بد له من أن يتخذ الاحتياطات الأمنية لحماية بياناته وخصوصيته من أي غزو خارجي. فلا يكفي مجرد الثقة بباقي أعضاء المجتمع الرقمي لضمان الوقاية والحماية والأمان. ومن هنا، لا بد أن يتوفر لدينا برنامج حماية من الفيروسات، وعمل نسخ احتياطية من البيانات، وتوفير معدات وآليات التحكم الموجه. وبوصفنا مواطنين مسؤولين، فلا بد من حماية ما لدينا من معلومات من أي قوة خارجية من شأنها أن تقوم بتخريب أو تدمير هذه المعلومات.

فهناك عدة أساليب لتعليم وتوضيح محاور المواطنة الرقمية التسعة آنفة الذكر، حيث يعد مفهوم (الاحترام، التعليم، الحماية REPS – Respect, Educate, and Protect) أحد هذه الأساليب، فيقسم هذا الأسلوب محاور المواطنة الرقمية إلى ثلاث فئات، كل فئة تضم ثلاثة محاور، على النحو الآتي:¹

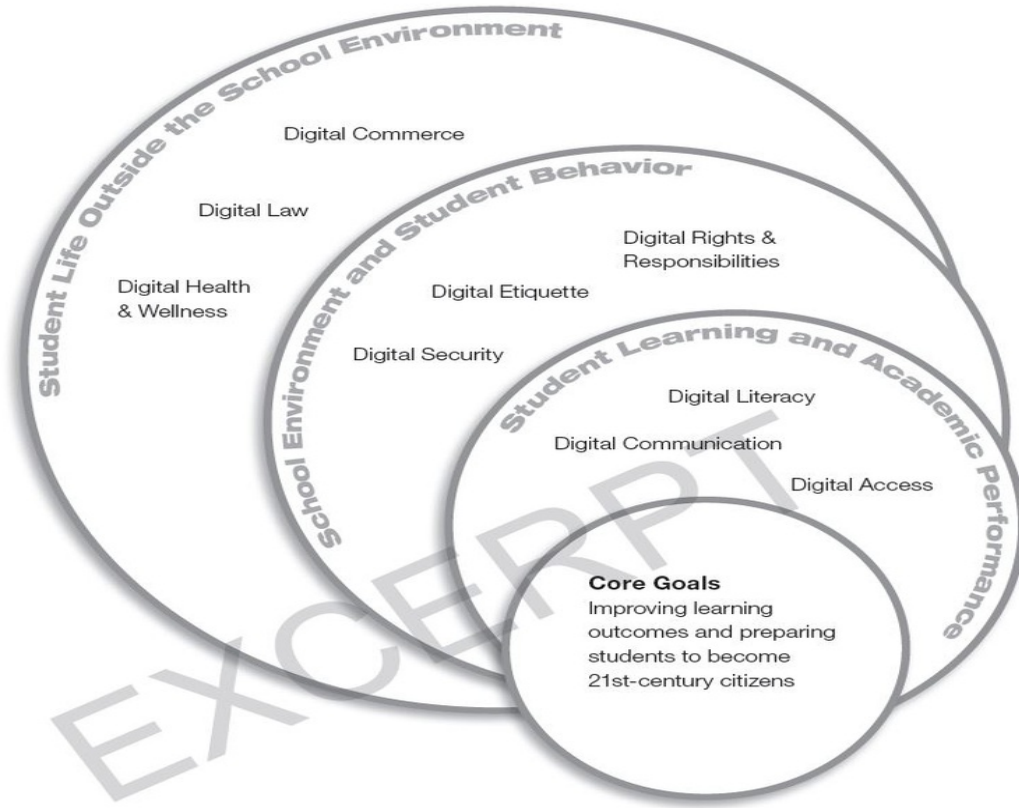
1) احترم نفسك/احترم الآخرين، و تضم:

- اللياقة الرقمية: المعايير الرقمية للسلوك والإجراءات.
- الوصول (النفوذ) الرقمي: المشاركة الإلكترونية الكاملة في المجتمع.
- القوانين الرقمية: المسؤولية الإلكترونية على الأعمال والأفعال.

2) علم نفسك/تواصل مع الآخرين و تضم:

¹ المرجع السابق، ص 39.

- الاتصالات الرقمية: التبادل الإلكتروني للمعلومات.
 - محو الأمية الرقمية: عملية تعليم وتعلم التكنولوجيا واستخدام أدواتها.
 - التجارة الإلكترونية: البيع والشراء الإلكتروني للبضائع والمنتجات:
- (3) احمي نفسك/احمي الآخرين، و تضم :
- الحقوق والمسؤوليات الرقمية: الحريات التي يتمتع بها الجميع في العالم الرقمي.
 - الأمن الرقمي (الحماية الذاتية): إجراءات ضمان الوقاية والحماية الإلكترونية.
 - الصحة والسلامة الرقمية: الصحة النفسية والبدنية في عالم التكنولوجيا الرقمي.



شكل رقم 1.4 : نموذج يوضح علاقة وترابط عناصر المواطنة الرقمية¹

¹ المرجع السابق، ص40.

4- معايير المواطنة الرقمية:

معايير التربية على المواطنة الرقمية وفقاً لمحط المحتوى والعمليات، الذي وضعه Indian department of education¹

1.4-معايير المحتوى:

1.1.4-مجال المواطنة الرقمية:

المعيار الرئيس الأول: فهم التلاميذ كيفية استخدام التقنيات بطريقة آمنة وخلفية وقانونية ليكونوا مواطنين رقميين صالحين ومتعلمين مدى الحياة، ويتضمن هذا المعيار ما يلي:

- يكتشف مخاطر استخدام التقنية الحديثة وكيفية استخدامها بطريقة آمنة وقانونية وخلفية.
- يميز بين استخدام التقنيات المناسبة في البيانات المتنوعة (المدرسة-المنزل-العمل..إلخ).
- يدلل على استخدام تقنيات التعليم المستمر ومواقع التواصل الاجتماعي.

2.1.4-مجال مهارات التعامل المهني:

المعيار الرئيسي الثاني: تزويد الطلاب بالمعارف الخاصة بوظائف استخدامات الحاسوب بما يجعلهم قادرين على الاستخدام الفعال للتقنية.

ويتضمن هذا المعيار ما يلي:

- أن يحدد ويستخدم المكونات المادية بما يشمل وحدات الإدخال والإخراج.
- أن يميز بين الأنواع المختلفة للحاسوب وكيفية تشغيلها.
- أن يعرض كيفية صيانة الحاسوب وحل المشكلات المعتادة لعتاده.
- أن يحدد ويستخدم نظم التشغيل وبرمجيات التطبيقات.
- أن يوضح كيفية التعامل مع سطح المكتب والملفات والأقراص وإعدادات النظام.
- أن يوضح كيفية إضافة أو حذف البرامج.
- أن يستخدم وحدات الكمبيوتر المتنقلة والبرامج.
- أن يوظف الانترنت كأداة.

¹ Indian department of education, **digital citizenship Indiana Academic Standards Course Framework** (2016), le lien : <https://www.doe.in.gov/sites/default/files/standards/cf-bmit-digitalcitizenship-01-2016-august.pdf>.

3.1.4-المعيار الرئيس الثالث: تمكين الطلاب من توظيف لوحة المفاتيح في الاستخدامات الشخصية والمهنية بفعالية، يتضمن هذا المعيار ما يلي:

- أن يتمكن الطالب من أوضاع اليد الصحيحة في التعامل مع لوحة المفاتيح.
- أن يتمكن الطالب من استخدام الحروف والعلامات والرموز المتاحة على لوحة المفاتيح.
- أن يتمكن الطالب من التعامل مع لوحة المفاتيح بسرعة مناسبة.
- أن يتمكن الطالب من التعامل مع لوحة المفاتيح بدقة.

4.1.4-مجال برمجيات معالجة النصوص:

المعيار الرئيس الرابع: تزويد المتعلمين بالمعارف والمهارات ببرمجيات معالجة النصوص ليكونوا مواطنين فاعلين في القرن الحادي والعشرين.

- توظيف استخدامات عمليات التحرير بطرق آلية.
- استخدام أدوات معالجة النصوص في إجراء عمليات تلقائية وبكفاءة عالية.
- توظيف استخدامات الطباعة وإرسال الملفات واستقبالها.
- يتمكن من توظيف استخدامات وإدارة الملفات.
- يتمكن من استخدام الممارسات الجيدة لإدارة الملفات.

5.1.4-مجال برمجيات الجداول الإلكترونية:

المعيار الرئيس الخامس: تزويد المتعلمين بالمعارف والمهارات ببرمجيات الجداول الإلكترونية ليكونوا مواطنين فاعلين في القرن الحادي والعشرين.

- إعداد الجداول الإلكترونية وأوراق العمل.
- إدارة بيانات ومكونات ومنسقات الجداول الإلكترونية.
- استخدام أدوات الجداول الإلكترونية لتصنيف البيانات ومعالجتها.
- تقييم البيانات المرتبطة بالاستخدام الفاعل والمستمر للرسومات البيانية.

6.1.4-مجال برمجيات العروض التقديمية:

المعيار الرئيس السادس: تزويد المتعلمين بالمعارف والمهارات ببرمجيات العروض التقديمية ليكونوا مواطنين فاعلين في القرن الحادي والعشرين.

- التمكن من استخدام بيانات العروض التقديمية.
- تطبيق خلفيات بيانات العروض التقديمية ومعالجتها.
- يتمكن من استخدام ملاحظات العرض لشرائح بيانات العروض التقديمية.
- يتمكن من العروض التقديمية عن طريق معالجة الشرائح وإعادة ترتيبها.

7.1.4- مجال الوسائط الرقمية المتعددة:

المعيار الرئيس السابع: تمكن المتعلمين من استخدام الوسائط الرقمية (الصوت، الفيديو والصور) في تحسين تقديم الوثائق والعروض التقديمية.

- التمكن من إرسال واستقبال الوسائط المتعددة.
- التمكن من إرسال واستقبال الوسائط الرقمية باستخدام وظائف التنسيق المعتادة.
- التمكن من استخدام الوسائط الرقمية في برمجيات أخرى.
- مراجعة قوانين حقوق النشر والطبع للوسائط الرقمية المتعددة.

8.1.4- مجال برمجيات الاتصال:

المعيار الرئيس الثامن: تمكن المتعلمين من استخدام برمجيات الاتصال ليكونوا مواطنين فاعلين في القرن الحادي والعشرين.

- توظيف استخدامات عمليات التحرير والتنسيق، بطرق آلية.
- استخدام أدوات الاتصال في إجراء عمليات تلقائية وبكفاءة عالية.
- توظيف استخدامات الطباعة وإرسال الملفات واستقبالها.
- يتمكن من توظيف استخدامات إدارة الملفات.
- يتمكن من استخدام الممارسات الجيدة لإدارة الملفات.

2.4- معايير العمليات:

1.2.4- معايير القراءة للتنور التقني: والمعايير الآتي عرضها تختص بالمستوى التاسع

والعاشر، تحديداً ما يجب أن يفهمه المتعلمون وما يجب فعله بنهاية المستوى العاشر، إن المعايير السابقة تعد أطراً واسعة للمعايير والتالية تعطي تفاصيل إضافية.

2.2.4- الأفكار الرئيسية وتفصيلاتها:

- وضع دليل نصي محدد يدعم تحليل النصوص التقنية ويتضمن تفاصيل دقيقة بالشرح.
- تحديد الأفكار الرئيسة للنص بتتبع شرح عملياته ومفاهيمه وتقديم ملخص لهذا النص.
- التتبع الدقيق لإجراءات متعددة الخطوات عند أداء المهام التقنية وتقديم الصور.

3.2.4- بنية النص وحرفية التعامل معه:

- تحديد دلالات الرموز والمصطلحات الرئيسة والكلمات المتخصصة في مجالات معينة والأساليب المستقرة في الاستخدام في المجال العلمي المتخصص والتي ترتبط بالقضايا والموضوعات للمستويين الدراسيين التاسع والعاشر.
- تحليل بنية العلاقات بين المفاهيم في النص والمتضمنة في العلاقات بين المصطلحات الرئيسة، مثل: (القوة، الاحتكاك، قوة رد الفعل والطاقة).
- تحليل هدف المؤلف من عرض الشروح والتوصيفات والإجراءات أو المناقشات حول الأسئلة المطروحة في النص وتحديد السؤال الذي يبحث المؤلف للتعبير عنه.

4.2.4- التكامل بين المعرفة والأفكار:

- ترجمة المعلومات التقنية المعبر عنها في كلمات في النص بصورة مرئية مثل (الجدول، الرسوم البيانية)، تحويل المعلومات المعبر عنها بصورة مرئية إلى كلمات مثل (المعادلات الرياضية).
- تقييم مقدار الحجج المنطقية والعقلية الواردة في النص مع وجهات نظر الآخرين مع ملاحظة التفسيرات المختلفة لتلك النتائج السابقة المتعلقة أو المختلفة مع وجهة النظر.
- المستوى القرائي ومعدل صعوبة النص:
- بنهاية المستوى العاشر يكون الطالب قادرا على قراءة وفهم النصوص التقنية بالاعتماد على نفسه وبحرفية.

3.4- معايير الكتابة للتطور التقني:

1.3.4- أنواع النصوص وأهدافها:

- أن يكتب المتعلمون المناقشات المرتبطة بمحتوى علمي متخصص.
- أن يسجل المتعلمون النصوص المشروحة والمتضمنة في العمليات التقنية.
- أن يقدر المتعلمون على دمج عناصر القصص بفعالية أثناء المناقشات حول النصوص.

2.3.4- إنتاج الكتابة ونشرها:

- أن ينتج المتعلمون كتابات متنوعة بصورة مخططة وبأسلوب مناسب للمستفيدين.
- تتميز بالتخطيط والمراجعة والتحرير وإعادة الكتابة أو محاولة تبني مداخل جديدة تركز على التعبير عن الأفكار الأكثر أهمية بالنسبة للمستفيدين.
- أن يستخدم المتعلمون التكنولوجيا والإنترنت لاستثمارها في التواصل مع الآخرين.

3.3.4- البحث لبناء وتقديم المعرفة:

- إجراء مشروعات بحثية بصورة قصيرة ومستدامة للإجابة عن الأسئلة التي تعن لك وأن تكون مصادر المعلومات متعددة فالأساس هو الفهم القائم على الاكتشاف.
 - جمع المعلومات المرتبطة والمستمدة من العديد من المصادر الرقمية والورقية المعتمدة واستخدام البحوث الجديدة بفعالية وقدر أهمية كل مصدر في إجابة السؤال.
 - استخراج الشواهد والأدلة من النصوص لدعم عمليات التحليل، التأمل والبحث.
- 4.3.4- جودة الكتابة:**

- اكتب باستمرار لفترات ممتدة وبمعدلات من الوقت قصيرة يومياً (وقتاً للتفكير، وقتاً للمراجعة) لتحسين الأداء وتحقيق الهدف والوصول للمستفيدين.
- معايير التربية على المواطنة الرقمية وفقاً لمحك المجتمع المدرسي (طلاب، معلمين، مديرين) (مكتب التربية العربي لدول الخليج):¹
- بالنسبة للطلاب:
- يفهم الطلاب القضايا الإنسانية والثقافية والاجتماعية، ذات الصلة بالتكنولوجيا وممارسة السلوكيات الأخلاقية والشرعية ويقومون على وجه الخصوص.
- بالنسبة للمعلمين:
- يفهم المعلمون قضايا ومسؤوليات المجتمع المحلية والعالمية في ثقافة رقمية ناشئة ويظهرون السلوك القانوني والأخلاقي في ممارساتهم المهنية ويقومون على وجه الخصوص.
- بالنسبة لمعلمي المدارس:
- يصوغ المديرون والتربويون والمسيرون فهماً للقضايا الاجتماعية والأخلاقية والقانونية والمسؤوليات المرتبطة بثقافة رقمية متطورة ويقومون على وجه الخصوص.

5- الخصوصية الرقمية:

1.5- مفهوم الخصوصية الرقمية:

تعرف الخصوصية بأنها: «تحكم الأفراد في مدى وتوقيت وظروف مشاركة حياتهم مع الآخرين وتدخل الخصوصية كحق يمارسه الفرد للحد من إطلاع الآخرين على مظاهر حياته والتي يمكن أن تكون أفكاراً أو بيانات شخصية»¹.

¹ صبحي شعبان علي شرف، محمد السيد أحمد الدرداش، معايير التربية على المواطنة الرقمية وتطبيقاتها في المناهج التدريسية، جامعة المنوفية، مصر، المؤتمر السنوي السادس 2014، ص 138-139.

والخصوصية الرقمية هي وصف لحماية البيانات الشخصية للفرد والتي يتم نشرها وتداولها من خلال وسائط رقمية. وتتمثل البيانات الشخصية في البريد الإلكتروني والحسابات البنكية والصور الشخصية ومعلومات عن العمل والمسكن وكل البيانات التي نستخدمها في تفاعلنا على الإنترنت أثناء استخدامنا للحاسب الآلي أو الهاتف المحمول أو أي من وسائل الاتصال الرقمي بالشبكة العنكبوتية².

ويقول المحقق الأمريكي "ستيف رامبام" : «الخصوصية ماتت...وعليها دفنها». واضعاً كل ما يحكى عن إجراءات تقنية وقانونية لحماية الشخصية على الشبكة الإلكترونية في خانة الأساطير وذلك على خلفية الدعوى القضائية التي رفعتها إحدى المنظمات الحقوقية الأمريكية ضد شركة "غوغل" العملاقة، بعدما تبين أن خاصية-باز (Buzz) -، التي أضافتها الشركة على خدمات التواصل الاجتماعي، قد نقلت كل عناوين البريد الإلكتروني الخاصة بمستخدمي خدمة "gmail" إلى الشبكة الإلكترونية، ما جعلها متاحة لكل الأعضاء من دون استئذان أصحابها ولعل هذه الانتهاكات قد تصل حد التسلل إلى ملفاتنا الشخصية وربما مراقبتنا عبر الكاميرات المثبتة في أجهزة الكمبيوتر الخاصة بنا من دون أن نشعر بذلك³.

ويشير الخبراء إلى أن خرق الخصوصية على شبكة الانترنت يمكن أن يتم من قبل جهات ثلاث أساسية هي: مزود خدمة الاتصال بالانترنت والمواقع التي يزورها المتصفح بالإضافة إلى مخترقي الشبكة أفراداً أو أجهزة أمنية واستخباراتية، إنَّ باستطاعة مزود الخدمة أن يرصد كل ما تقوم به على الانترنت (مكان وزمان الدخول إلى الشبكة، المواقع التي تم تصفحها، الكلمات التي جرى البحث عنها، الحوارات، الرسائل الإلكترونية المتبادلة). ونظراً لتزايد تفاعل الأفراد مع العالم الرقمي أصبحت الخصوصية مهددة وصارت البيانات الشخصية مادة يتم استخدامها إما تجارياً في تنفيذ دعاية تسويقية أو مراقبتها من قبل جهات حكومية أو تعرضها للسرقة واستغلالها في أغراض تضر بأصحابها. وكون الحفاظ على الخصوصية الرقمية قضية حديثة العهد فإنَّ التعامل مع التجاوزات التي تؤثر فيا من قبل الحكومات أو أية أطراف أخرى تحتاج إلى العديد من الإرشادات عن كيفية حمايتها من خلال وضع قوانين ذات صلة.

التجسس أو "المراقبة" - كما تطلق عليها بعض الحكومات - هي: متابعة ورصد لأداء وأنشطة الأفراد في تفاعلهم مع حياتهم اليومية. وأول وأكثر الوسائل استعمالاً في انتهاك الخصوصية على الانترنت

¹ Conflicts of Interest, **Privacy/Confidentiality, and Tissue Repositories**: Protections, Policies, and Practical Strategies Conference co-sponsored by PRIM&R and the Columbia University Center of Bioethics. 2004 May 3-5; Boston, MA

² الخصوصية الرقمية بين الانتهاك والغيب التشريعي، <https://sitcegypt.org/?p=1425> ، 2019-09-30 ، ساعة: 22:32.

³ مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، انتهاك الخصوصية الرقمية في الصحافة المهنية الصحفية والحياة الشخصية، مصر، 2017.

هو ملف "الكوكيز (cookies)"، فالمواقع على الويب تحفظ على القرص الصلب بأجهزة زوارها ملفاً نصياً صغيراً يدعى cookies.txt ويحتوي هذا الملف على معلومات عن الزائر. وقد نصت على حماية هذا الحق العديد من النصوص - الوطنية والدولية - حيث أكدت على أن " لكل إنسان الحق في احترام حياته الخاصة" (م 9 فرنسي)، وأنه لا يجوز " إخضاع أحد للتدخل التعسفي في حياته الخاصة أو أسرته أو مسكنه أو مراسلاته ولا لأي اعتداء يمس شرفه أو سمعته " (م 12 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان)¹.

كما نصت المادة 38 من الدستور المصري لسنة 2012 على أن " لحياة المواطنين الخاصة حرمة وسريتها مكفولة ولا يجوز مصادرة المراسلات البريدية والبرقية والالكترونية والمحادثات الهاتفية وغيرها من وسائل الاتصال ولا مراقبتها ولا الاطلاع عليها إلا في الأحوال التي يبينها القانون وبأمر قضائي مسبب." كذلك أكدت المادة 50 مدني مصري - سابقة الذكر - على حق من تعرض للاعتداء على أي من هذه الحقوق أن يطلب وقف هذا الاعتداء فضلاً عن طلب التعويض عنه². وقد أكد المنظم السعودي على هذا المبدأ أيضاً في العديد من النصوص: من ذلك ما نصت عليه المادة (40) من النظام الأساسي للحكم من أن المراسلات البرقية والبريدية... وغيرها من وسائل الاتصال، مصونة ولا يجوز الاطلاع عليها أو الاستماع إليها إلا في الحالات التي يبينها النظام. وما نصت عليه المواد من 37 إلى 40 من هذا النظام على حرمة المسكن وحرمة المراسلات بأنواعها وغيرها مما يدخل في نطاق تقرير حماية الحق في الحياة الخاصة. كذلك المادة (9) من نظام الاتصالات التي نصت على أن " سرية المكالمات الهاتفية والمعلومات التي يتم إرسالها أو استقبالها عن طريق شبكات الاتصالات العامة مصونة ولا يجوز الاطلاع عليها أو الاستماع إليها أو تسجيلها إلا في الحالات التي تبينها الأنظمة. ويتميز هذا النص الأخير بمرونة صياغته واستيعابه لكل ما سيحدث من وسائل الاتصال كشبكة الانترنت، خاصة وأن المادة الأولى من هذا النظام في فقراتها (10، 11)، قد حددت على التوالي المقصود بالاتصالات وخدمة الاتصالات وشبكة الاتصالات على نحو يستوعب الاتصال عن طريق شبكة الانترنت³.

¹ حسن السوداني، تكنولوجيا الإعلام الجديد وانتهاك حق الخصوصية، مجلة دفاتر السياسة والقانون، عدد 11، 2014 ص 222-224.

² دستور مصر الصادر عام 2012، المادة 38 من الباب الثاني : الحقوق والحريات، ص 10، ملف بصيغة pdf أنشأ 2019-08-12، الرابط

https://www.constituteproject.org/constitution/Egypt_2012.pdf?lang=ar

³ هيئة حقوق الإنسان، المملكة العربية السعودية، حقوق الإنسان في المملكة، كيف تكفل المملكة الحق في الخصوصية والحرية الشخصية، الرابط: <https://www.hrc.gov.sa/ar-sa/HumanRightsInSaudi/Pages/privatelife.aspx>، 2019-09-27، 18:38.

2.5- الخصوصية الرقمية عبر الشبكات الاجتماعية:

اليوم العديد من الأفراد معرضين لتهديدات الخصوصية وقد استأجرت الشركات ليس فقط لرصد من قام بزيارة الموقع، لكن للتسلل إلى المعلومات الخاصة بالتسجيل في الفيسبوك وحسابات البنك. وتزيد تدابير الخصوصية على مواقع الشبكات الاجتماعية في محاولة لتزويد المستخدمين بحماية المعلومات الشخصية الخاصة بهم، فعلى جميع المواقع هناك مساحة لضبط الإعدادات الخاصة. كما وتهتم قوانين الخصوصية بحماية وسائط نقل المعلومات إما عبر الانترنت أو الهاتف أو حتى البريد، كما تتضمن الحفاظ على سرية المعلومات الخاصة للأفراد الموجودة في سجلاتهم مثل المعلومات المالية أو الصحية. كما يجب أن تتضمن بياناتهم الخاصة التي يتم تداولها من خلال التصفح والتواصل على الانترنت.

1.2.5-القوانين الواجب توفرها لحماية الخصوصية الرقمية:

- **قانون حماية البيانات:** تفرض على الشركات المقدمة لخدمات الانترنت والتي تقوم بتخزين معلومات رقمية لعملائها من نشر هذه المعلومات أو مشاركتها مع أطراف أخرى دون إفادة من العميل.
- **قانون مراقبة الاتصالات:** تُقيد مراقبة وسائل الاتصال بالإنترنت والتي تكون في مجال العمل أو الموجودة في الأماكن العامة أو حتى في المنزل.
- **قانون الحماية من جرائم الإنترنت:** منع الاستيلاء على الهوية أو سرقة البريد الإلكتروني وكل ما يخص حماية البيانات الشخصية التي يشاركها الفرد أثناء استخدامه للإنترنت.

1.1.2.5-تجارب واتفاقيات دولية تدعم الحق في الخصوصية الرقمية:

ساهمت الدول الأعضاء بالاتحاد الأوروبي في تشريع قوانينها الخاصة بحماية الخصوصية الرقمية، وساهم الإتحاد الأوروبي ببعض المعايير كانت ضمن الاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان والتي نصت في المادة الثامنة الخاصة بالخصوصية، بأنه:

- من حق أي شخص أن يحصل على احترام لحياته الشخصية والعائلية بالإضافة لمنزله ومراسلاته

- لا يحق للدولة التدخل في هذا الحق إلا بموجب القانون وما تمليه الضرورة في المجتمع الديمقراطي، وما يمس الأمن القومي أو السلامة العامة أو الاقتصادية للبلاد أو لمنع الفوضى وما قد يضر الصحة والآداب العامة أو لحماية حقوق وحريات الآخرين.

فنجد لدى كل من إسبانيا وألمانيا أشد القوانين حزمًا، في حين أن إسبانيا أكثر الدول الأوروبية التي تسجل شكاوى ضد انتهاك حماية البيانات والأكثر تحصيلًا لغرامات ضد انتهاكات البيانات الشخصية كما قامت سنغافورة في عام 2012 بتشريع قانون لحماية البيانات الشخصية يمنح حماية مدتها عشر سنوات بعد وفاة الشخص، قانون كوريا الجنوبية كذلك من أقوى التشريعات في آسيا؛ حيث نصت أحد

بنود القانون على حماية صورة وصوت الفرد: (إن من يتعمد الكشف عن أسرار الغير التي يتفانى في حفظها وسترها يعد مرتكباً لمخالفة قانونية وأخلاقية إلا إذا أذن صاحب الشأن بذلك). وبالنسبة إلى الاتفاقيات التي اعترفت بالحق في الخصوصية ونظمت قواعد حمايته كما هي الحال في الاتفاقية الأوروبية لحماية حقوق الإنسان والحريات الأساسية روما 1995 وهذه الاتفاقية قد أنشأتها المفوضية الأوروبية لحقوق الإنسان والمحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان لمراقبة تطبيقها وكلاهما كان نشطا في تطبيق وحماية الحق في الخصوصية وضيق من نطاق الاستثناءات على حكم المادة الثامنة وما تقرر من حماية، وفي هذا الشأن فإن المفوضية الأوروبية لحقوق الإنسان قالت عام 1976 أن الحق في احترام الحياة الخاصة هو الحق في الخصوصية، الحق في الحياة إلى المدى الذي يتمناه الإنسان و الحق في الحماية من العالمية .ووفقا لرأي اللجنة فإن : «الحق في احترام الحياة الخاصة لا ينتهي هنا بل يمتد إلى الحق في تأسيس وتطوير العلاقات مع الأشخاص الآخرين».

وصدر عن منظمة "حقوق الإنسان" تقرير يجب على الدول حماية الخصوصية في العصر الرقمي، قالت :« إن على حكومات العالم أن تسعى حثيثاً إلى حماية الخصوصية على الإنترنت من خلال قوانين وسياسات أقوى مع تزايد أعمال المراقبة الإلكترونية المتفشية ». وهناك حاجة ملحة إلى مراجعة ممارسات المراقبة الوطنية من أجل حماية خصوصية الجميع وأعلنت المنظمة أن ما تم الكشف عنه من معلومات صادمة عن أعمال المراقبة الجماعية الموسعة من قبل الولايات المتحدة والمملكة المتحدة يُظهر لأي مدى أصبحت تدابير حماية الخصوصية غير مواكبة للتكنولوجيا. وتوفر المبادئ الدولية إرشاداً واضحاً للحكومات وتشتمل على توصيات لضمان كون ممارسات مراقبة الاتصالات قانونية وضرورية ومتناسبة وخاضعة لتدابير كافية في مواجهة إساءة الاستخدام هذه المبادئ التي صدقت عليها أكثر من 250 منظمة غير حكومية في خطابها الافتتاحي للجلسة الحالية لمجلس حقوق الإنسان بتاريخ 9 سبتمبر، أعربت مفوضية الأمم المتحدة السامية لحقوق الإنسان في "بيلاي" عن قلقها إزاء اتساع مجال برامج المراقبة، وتشمل تلك التي تمارسها "الولايات المتحدة" و"المملكة المتحدة". ودعت المفوضية السامية جميع الدول إلى ضمان تطبيق تدابير الحماية الكافية اللازمة لكفالة حق الخصوصية وغيرها من حقوق الإنسان. وقالت الآن يمكن لسلطات الدول أن تبني صورة تفصيلية عن حياة الشخص بناء على طلب يُقدم إلى شركة الهاتف الخليوي. تكلفة تخزين البيانات والمعالجة الحاسوبية مستمرة في الانحسار، مما يجعل المراقبة الجماعية المعتمدة لكابلات الإنترنت ممكنة عملاً. وبما أن الكثير من جوانب حياة الأفراد نحت باتجاه الطابع الرقمي، فسوف تتمكن الحكومات من تعقب مواقع الأفراد وتبين معارفهم ومتابعة اتصالاتهم بشكل أكثر فعالية.

كما أن الحق في الحياة الخاصة أكد عليه "العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية" لعام 1966 في مادته رقم 17 التي تنص على:

- لا يحوز تعريض أي شخص، على نحو تعسفي أو غير قانوني، لتدخل في خصوصياته أو شؤون أسرته أو بيته أو مراسلاته ولا لأي حملات غير قانونية تمس شرفه أو سمعته.
 - من حق كل شخص أن يحميه القانون من مثل هذا التدخل أو المساس.
 - كما ونصت المادة 19 من "العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية" لنفس العام على:
 - لكل إنسان حق في اعتناق آراء دون مضايقة.
 - لكل إنسان حق في حرية التعبير . ويشمل هذا الحق حريته في التماس مختلف ضروب المعلومات والأفكار وتلقيها ونقلها إلى آخرين دونما اعتبار للحدود، سواء على شكل مكتوب أو مطبوع أو في قالب فني أو بأية وسيلة أخرى يختارها.
- 2.1.2.5- القوانين التي تحمي الخصوصية الرقمية في الجزائر:**

نظم المشرع الجزائري حماية الحق في الحياة الخاصة من كل أشكال الاعتداءات التي يمكن أن تتعرض لها مهما كانت الوسيلة المستعملة في إلحاق الضرر بالشخص، حيث كيف هذه الاعتداءات بالجنحة فيؤسس الحق في الحماية الجزائية بمجرد توافر أركان الجريمة كقاعدة عامة، وقد وردت العقوبات في قوانين مختلفة، وسمح باللجوء إلى القواعد العامة للاستفادة من الحماية المدنية بموجب تأسيس الدعوى على المسؤولية التقصيرية أو المدنية إذا تعذر أو إذا لم تكتمل أركان الجنحة :¹

3.1.2.5- حماية الحياة الخاصة بموجب قانون العقوبات:

حاول المشرع الجزائري أن يتماشى مع ما هو معمول به في مجال محاربة الإجرام الإلكتروني باستحداث نصوص تجرimeية لقمع الاعتداءات الواردة على المعلوماتية، بموجب القانون رقم 04/15 المتضمن تعديل قانون العقوبات، خاصة بسبب التزايد اللامتناهي للاعتداءات على الأنظمة المعلوماتية بتطور آليات الاتصال وظهور مواقع الاليكترونية والانترنت. وقد نصت المادة 303 مكرر من قانون العقوبات المعدل بالقانون رقم 23-06 المؤرخ في (22) 20/12/2006 على ما يلي :

“يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى 3 سنوات كل من تعمد المساس بحرمة الحياة الخاصة للأشخاص بأي تقنية كانت وذلك:

¹ آليات تنظيم المشرع الجزائري لجريمة الاعتداء على الحق في الحياة الخاصة إلكترونيا، د .حسين نواردة كلية الحقوق والعلوم السياسية - جامعة مولود معمري تيزي وزو -الجزائر .كتاب أعمال ملتقى آليات مكافحة الجرائم الإلكترونية في التشريع الجزائري المنعقد في الجزائر العاصمة يوم 29 مارس 2017 ، الرابط:

<https://jilrc.com/%D8%A3%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%AA%D8%AA%D9%86%D8%B8%D9%8A%D9%85%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%B1%D8%B9%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1%D9%8A-%D9%84%D8%AC%D8%B1%D9%8A%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%84/> . 2019-08-11

- التقاط أو تسجيل أو نقل مكالمات أو أحاديث خاصة أو سرية بغير إذن صاحبها أو رضاه.
- التقاط أو تسجيل أو نقل صورة لشخص في مكان خاص بغير إذن صاحبها أو رضاه.

ويعاقب على الشروع في ارتكاب نفس الجنحة بالعقوبات ذاتها المقررة للجريمة التامة .وتضيف المادة 303مكرر 1ما يلي: يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة السابقة كل من احتفظ أو وضع أو سمح بأن توضع في متناول الجمهور أو الغير أو استخدم بأية وسيلة كانت التسجيلات أو الصور أو الوثائق المتحصل عليها بواسطة أحد الأفعال المنصوص عليها في المادة. و تصدر كالأشياء التي تستعمل لارتكاب الجريمة بل و تغلق حتى المواقع التي تتم فيها الاعتداءات بل و حتى المحلات التي وقعت فيها الجريمة إذا تمت بعلم صاحبها.

وتضمن القانون رقم 04/15 المؤرخ في 10/11/2004 ، المتضمن تعديل قانون العقوبات قسم عنوانه " المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات . " حيث نصت المادة 394 مكرر منهما يلي : "يعاقب بالحبس من ثلاثة أشهر إلى سنة و بغرامة من 50000 إلى 100000 دج كل من يدخل أو يبقى عن طرق الغش في كل أو جزء من منظومة للمعالجة الآلية للمعطيات أو يحاول ذلك"، وتضاعف العقوبة إذا ترتب عن ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة و إذا ترتب عن الأفعال المذكورة أعلاه تخريب نظام اشتغال المنظومة" تكون العقوبة الحبس من ستة أشهر إلى سنتين و الغرامة من 50000 إلى 150000 دج ([23])."وذلك مهما كانت قاعة المعلوماتية أو طبيعتها لذلك يمكن أن تندرج ضمن هذه الاعتداءات تلك التي تمس ببعض صور الحياة الخاصة. ونصت المادة 394مكرر 2 على أنه :يعاقب...كل من يقوم عمدا وعن طريق الغش بما يأتي:

- تصميم أو بحث أو تجميع أو توفير أو نشر أو الاتجار في معطيات مخزنة أو معالجة أو مراسلة عن طريق منظومة معلوماتية يمكن أن ترتكب بها الجرائم المنصوص عليها في هذا القسم.
- حيازة أو إفشاء أو نشر أو استعمال لأي غرض كل المعطيات المتحصل عليها من إحدى الجرائم المنصوص عليها في هذا القسم.

وتضيف المادة 394 مكرر 6 أنه بالإضافة إلى العقوبات الأصلية أي الحبس والغرامة وبالاحتفاظ بحقوق الغير الحسن النية يحكم بالعقوبات التكميلية التالية: يحكم بمصادرة الأجهزة والبرامج والوسائل المستخدمة مع إغلاق المواقع التي تكون محلا لجريمة من الجرائم المعاقب عليها وفقا لهذا القسم علاوة على إغلاق المحل أو مكان الاستغلال إذا كانت الجريمة قد ارتكبت بعلم مالكها.

4.1.2.5 - حماية الحياة الخاصة بموجب قانون الصحافة¹:

تنص كل القوانين المتعلقة بالصحافة على أنه تمارس الصحافة مهمتها بحرية في تقديم الأخبار والمعلومات والتعليقات وتساهم في نشر الفكر والثقافة والعلوم في حدود القانون وفي إطار الحفاظ على الحريات والحقوق والواجبات العامة واحترام حرية الحياة الخاصة للآخرين وحرمتها، بحيث يلتزم كل صحفي بتحري الحقيقة والالتزام بالدقة والحيدة والموضوعية في عرض المادة الصحفية والامتناع عن نشر ما يتعارض مع مبادئ الحرية والمسؤولية الوطنية وحقوق الإنسان وقيم الأمة العربية والإسلامية، خاصة أن آداب مهنة الصحافة وأخلاقياتها ملزمة للصحفي وتشمل احترام الحريات العامة للآخرين وحفظ حقوقهم وعدم المساس بحرمة حياتهم الخاصة، و تنطبق هذه الأحكام على كل أنواع الصحافة حتى الصحافة الالكترونية التي تقدم خدماتها عبر مواقع الانترنت.

وقد نص المشرع الجزائري على نفس المبادئ في القانون العضوي رقم 12/05 المؤرخ في 12/01/2012 و يتعلق بالصحافة في المادة²: "يمارس نشاط الإعلام بحرية في إطار أحكام هذا القانون العضوي والتشريع والتنظيم المعمول بهما.

وهو نص عام وواضح فيما يتعلق بالحماية المضمونة للحياة الخاصة التي تتعرض للانتهاك عبر مواقع الانترنت من طرف المقالات الصحفية لذلك نصت المادة 115 من نفس القانون على أنه: "يتحمل المدير مسؤول النشرية أو مدير جهاز الصحافة الالكترونية، وكذا صاحب الكتابة أو الرسم مسؤولية كل كتابة أو رسم يتم نشرهما من طرف نشرية دورية أو صحافة الكترونية، ويتحمل مدير خدمة الاتصال السمعي البصري أو عبر الانترنت و صاحب الخبر الذي تم بثه المسؤولية عن الخبر السمعي أو البصري المبت من قبل خدمة الاتصال السمعي البصري أو عبر الانترنت.

وهي مسؤولية جزائية لأن قانون الصحافة نص على أن كل الاعتداءات التي سبق الإشارة إليها تكيف بالجنحة غير أنه حدد مدة 6 أشهر لتقادم الدعوى العمومية والمدنية المتعلقة بالجنح المرتكبة عن طريق الصحافة الالكترونية تحسب من تاريخ ارتكابها.

5.1.2.5 - حماية الحياة الخاصة في قانون الوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال²:

نص القانون رقم 09/04 المتعلق بالقواعد الخاصة بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها في المادة 4 على أنه "يمكن القيام بعمليات المراقبة المنصوص عليها في المادة

¹ المرجع السابق.² المرجع السابق.

... 3 للوقاية من الأفعال الموصوفة بجرائم الإرهاب والتخريب أو الجرائم الماسة بأمن الدولة، في حالة توافر معلومات عن احتمال اعتداء على منظومة معلوماتية... وذلك تحت طائلة العقوبات المنصوص عليها في قانون العقوبات، بالنسبة للمساس بالحياة الخاصة للغير . والمقصود من النص أن القانون يخول لبعض السلطات المختصة بالقيام بعمليات المراقبة لكل الاتصالات الالكترونية، بهدف الوقاية من الأفعال الموصوفة بجرائم الإرهاب والتخريب أو الجرائم الماسة بأمن الدولة إذا تلقوا معلومات عن احتمال الاعتداء على المنظومة المعلوماتية لكن في حدود ما يسمح به القانون لاسيما احترام وعدم المساس بالحياة الخاصة للأفراد تحت طائلة تعرضهم للعقوبات المقررة في قانون العقوبات الجزائي عن جنحة المساس بالحقوق في الحياة الخاصة.

6.1.2.5 - حماية الحياة الخاصة بموجب قانون حق المؤلف والحقوق المجاورة:

يتحدد القانون الواجب التطبيق حسب الطبيعة القانونية للمواقع فعند تسجيل الموقع كمصنف أدبي أو فني " لا يجوز أن يعتدي على أي جانب من جوانب الحياة الخاصة للأفراد "كاستعمال اسم كامل لشخص معين معروف دون الحصول على موافقة من صاحبها أو استغلال صورة أي شخص في الموقع دون الموافقة منه .والمصنف من حيث المفهوم لا ينصرف فقط إلى المادة الملموسة في الخطوط و التماثيل أو اللوحات الزيتية وإنما هي الفكرة المدرجة في المحل الملموس و هي جوهر الإبداع الأدبي أو الفني لأنها الأساس الذي يقوم عليه المصنف أما المادة التي نفذت عليها المادة ما هي إلا وسيلة لنقله إلى الجمهور وقياسا لذلك على موضوعنا تصبح مواقع الانترنت الوسيلة المستخدمة لعرض المصنفات على الجمهور وبهذه الصورة فان حماية مواقع الانترنت التي تستغل مصنفا أدبيا أو فنيا على شبكة الانترنت بقانون حق المؤلف والحقوق المجاورة، ينتج عنه حماية الحق الأدبي والمالي للموقع المسجل كمصنف وحماية قانونية لأي حق آخر يتم الاعتداء عليه مثل الحياة الخاصة للأفراد كالحق في الاسم و الصورة و المعلومات الخاصة ... وفي كل الأحوال لا يمكن الفصل بين حماية المصنف المستغل في الموقع وحماية الموقع في حد ذاته لأنهم يخضعون لقانون حق المؤلف والحقوق المجاورة في الوقت نفسه لأن حماية الموقع تؤدي بالضرورة إلى عدم الاعتداء على محتوياته بما في ذلك المصنف.

7.1.2.5 - حماية الحياة الخاصة بموجب القانون المدني:

ترتيباً على الأهمية الدستورية لحرمة الحياة الخاصة فقد سارع المشرع ونص على أن لكل من وقع عليه اعتداء غير مشروع في حق من الحقوق الملازمة لشخصيته أن يطلب وقف هذا الاعتداء مع التعويض عما يكون قد لحقه من ضرر في المادة 124 من التقنين المدني الجزائري "كل عمل أيا كان يرتكبه المرء يسبب ضرراً للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض "وقد جاء هذا النص

عاماً وشاملاً لأي اعتداء يقع على أي حق من الحقوق الملازمة للشخصية بما فيها الحق في الحياة الخاصة. وقد أورد هذا النص مبدأ مهماً هو حق من وقع اعتداء على حياته الخاصة في التعويض عما لحقه من ضرر فالمسؤولية المدنية ترتب الحق في الحكم بالتعويض "فالفعل الضار هو أساس المسؤولية"، وهو الركن الأساسي الذي يؤسس عليه الحق في رفع الدعوى القضائية عن الاعتداءات الالكترونية التي تمس بالحياة الخاصة على شبكة الانترنت، وهو عنصر متحول وصعب التحديد في الجرائم التي تمس الخصوصية على المواقع الالكترونية لما تشكله من صعوبات في الإثبات وفي تحديد هوية المعتدي. وفي هذه المسألة المشرع الجزائري حذا حذو المشرع الفرنسي الذي أقام المسؤولية عن الفعل الالكتروني الشخصي على أساس الخطأ الواجب الإثبات فلا يكفي أن يحدث الضرر الذي يمس عناصر الحياة الخاصة بل يجب أن يكون ذلك الفعل الالكتروني قد وصل إلى درجة الخطأ الذي يشكل اعتداء قابل للإثبات وإن وقع على الشبكة.¹

3.5- الموازنة بين الحق في الخصوصية والحق في الإعلام:

إذا كان لمستخدم موقع الشبكات الاجتماعية الحق في احترام خصوصيته إلا أن هذا الحق قد يتعارض مع حق آخر لا يقل عنه أهمية هو الحق في الإعلام ؛ حيث يثور التساؤل عن مدى وقوع انتهاك هذه الخصوصية في حالة إعادة نشر البيانات والمعلومات المتعلقة بالمستخدم إعمالاً لحق الجمهور في الإعلام.

وللموازنة بين الحقين فقد لجأ القضاء إلى ثلاث معايير تتمثل في مدى تعلق المعلومات بالمصلحة العامة ومدى أهمية هذه المعلومات بالنسبة إلى صاحبها وأخيراً انتقاء الخصوصية بسبق نشر هذه المعلومات²:

- **وأول هذه المعايير هو مدى تعلق المعلومات بالمصلحة العامة:** فإذا كانت حياة الشخص تتعلق بأحداث جارية أو كان الكشف عنها يسهم في تحقيق المصلحة العامة، فحينئذ تكون الغلبة لمبدأ حرية التعبير والكشف عن المعلومات على مبدأ الحق في احترام الخصوصية غير أن الأخذ بهذا المعيار غير متصور في حالة كشف البيانات الشخصية المسجلة على موقع "الفايسبوك" لأن المضرور (العضو صاحب البيانات) غالباً ما يكون شخصاً غير معلوم ومن ثم

¹ المرجع السابق..

² أشرف جابر سيد، خالد بن عبد الله الشافي، حماية خصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة انتهاك الخصوصية في موقع الفيسبوك، دراسة مقارنة في ضوء النظام السعودي، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية بكلية الحقوق بجامعة حلوان، مصر، 2013، رابط : https://opac.cndp.ma/doc_num.php?explnum_id=161، 2019-10-03، 17:33.

فإنه من المتعذر على المسؤول (من قام بكشف هذه البيانات) أن يثبت أن هذه البيانات تتعلق بالمصلحة العامة أو بأحداث جارية.

- أما المعيار الثاني فهو مدى أهمية المعلومات بالنسبة للشخص: فالمعلومات الهامة للشخص تعتبر من الخصوصية التي يتعين عدم التعرض لها، أما المعلومات التافهة فلا تثير مشكلة في الكشف عنها ؛ حيث لا تدخل في نطاق الخصوصية . ووفقاً لهذا المعيار فإنه يقع على عاتق من يقوم بنشر بيانات ذات طابع شخصي على " الفيسبوك"، مثلاً عبء إثبات أهمية هذه البيانات ويعيب هذا المعيار أنه يقوم على ضابط شخصي أو ذاتي هو تقدير صاحب البيانات نفسه وهذه مسألة نسبية تتفاوت من شخص إلى آخر، فما يعد معلومة هامة لشخص قد لا تكون كذلك لشخص آخر.

- وأخيراً، فإن المعيار الثالث يقوم على فكرة انتفاء الخصوصية بسبق نشر المعلومات للجمهور ؛ حيث تخرج هذه المعلومات بهذا النشر من نطاق الخصوصية ومن ثم يجوز نشرها، إذ لا يجوز لمن سبق ونشر معلوماته أو أذن بنشرها أن يتمسك بإعمال مبدأ الحق في النسيان.

1.3.5-أنواع انتهاك الخصوصية الرقمية:

• المراقبة:

تعقب اتصالات أحد الأفراد وتسجيلها بلا إذن منه أو بلا علم وتقفي أثر تحركاته عبر الانترنت ووسائل التواصل وتسجيل ذلك رقمياً، ما يمكن من الاطلاع على أسرار الخاصة وإفشائها بلا مسوغ يذكر أو أمر من سلطة مختصة قضائية أو إدارية.

• الاختراق:

ويأخذ معنى العدوان على الحق في الخصوصية عبر تدمير الحواسيب والأجهزة الخاصة بالاتصال أو تخزين المعلومات أو استرجاعها أو تحويل مضمونها أو تغييرها بلا إذن.

✓ دور المستخدم في انتهاك خصوصيته:

كشف الشخص لحياته بإرادته على موقع " الفيسبوك" له الحق في أن يقرره بإرادته وأن يحدد نطاق هذا الكشف وذلك استناداً إلى ما يتمتع به من " الحق في الذاتية الشخصية le droit à l'autonomie personnelle. غير أنه قد يترتب على ممارسة هذا الحق أن يكون المستخدم نفسه هو مصدر انتهاك حياته الخاصة، إذا كشف عن معلومات هامة تتعلق بحياته الخاصة بدعوى أنه " ليس لديه ما يخجل منه. n'ont rien à se reprocher. ذلك بأن يستعمل خيار " الملف العام public profile ، مما يجعل الوصول إلى معلوماته الشخصية متاحاً لأي عضو في الموقع.

ولحماية المستخدم من النتائج الضارة التي قد تترتب على كشفه خصوصية حياته، فإنّ البعض يرى ضرورة أن تتضمن الشبكات الاجتماعية رسالة تحذيرية في شكل " ميثاق استخدام une charte d'utilisation تظهر لعضو الموقع عند تسجيله أية بيانات أو معلومات تتعلق بحياته الخاصة،

يتضمن شرحا وافيا لعضو الموقع تبين له الآثار السلبية التي قد تترتب على كشف معلومات تتعلق بحياته الشخصية. وهذا ما تأخذ به بالفعل سياسة موقع "الفيسبوك" فيما يتعلق بالحقوق والمسؤوليات حيث تذكر صراحة أن المستخدم حين يقوم بنشر محتوى أو معلومات باستخدام إعدادات "العام"، فإنه بذلك يتيح للجميع، بمن فيهم غير المستخدمين للموقع الوصول إلى تلك المعلومات واستخدامها.

4.5- نطاق الخصوصية - على الصفحة الشخصية لموقع "الفيسبوك" :-

التي تتعلق بالتسجيل في الموقع، إذ يتعين عليه وضع أدق التفاصيل والمعلومات المتعلقة بحياته الشخصية والعائلية في صفحة الملف الشخصي له على الموقع وعندئذ تصبح هذه المعلومات متاحة لعدد متزايد من مستخدمي وفقا لسياسة الخصوصية لموقع "الفيسبوك" فإن على المستخدم أن يكشف عن قدر كبير من المعلومات الشخصية الموقع، خاصة إذا لم يكن هذا المستخدم قد لجأ إلى خاصية إخفاء صفحته عن الكافة وقصر ظهورها على أشخاص بعينهم¹.

ولا شك في أن هذه السياسة قد تترتب عليها آثار عديدة ضارة للمستخدم، كذلك المتعلقة بحياته المهنية، كما لو كان مرشحا لوظيفة حيث تعد الشبكات الاجتماعية مصدراً هاماً لجمع المعلومات الشخصية للمرشح للوظيفة والتي لم يفصح عنها في سيرته الذاتية المقدمة إلى جهة العمل المتقدم إليها. ويستطيع المستخدم تجنب إتاحة معلوماته الشخصية للكافة بأن يقصر كشف هذه المعلومات على أشخاص محددين يقبل كشف معلوماته لهم كأصدقاء له على صفحته.

1.4.5 - حماية الحق في الصورة عبر الفضاء الرقمي:

يقصد بالحق في الصورة حق كل شخص في أن يعترض على إنتاج صورته أو نشرها بغير إذن منه أيا كانت وسيلة ذلك. ويبرز هذا الحق فكرة حماية الكيان البشري ذاته.

ولذلك فهو يثبت لأي شخص متى كانت وسيلة لذلك. ويبرز هذا الحق فكرة حماية الكيان البشري ذاته. ولذلك فهو يثبت لأي شخص متى كانت هويته محددة أو كان من الممكن تحديدها.

ويستند الحق في الصورة إلى المبدأ العام المقرر لحماية الحياة الخاصة لكل إنسان الذي أكدت عليه النصوص الدولية سالف الإشارة. وقد تواترت على تأكيد هذا الحق أحكام القضاء الفرنسي التي قررت صراحة أن " لكل حق الاعتراض على نشر صورته دون إذن صريح منه²."

إن المشكلة تدق بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي كموقع "الفيسبوك"؛ حيث يكون بإمكان أي مستخدم للموقع أن ينشر معلومات أو صوراً لأي شخص دون إذنه، لذلك فقد استقر القضاء على تطبيق القواعد العامة في حماية هذا الحق حال وقوع الاعتداء على الصورة عبر الانترنت، ذلك إعمالاً لمبدأ الحياد المعلوماتي أو التقني *neutralité technoligique* ؛ حيث قرر مبدأ عاماً هو أنه " في غير

¹ مركز المساعدة فيسبوك، انستغرام، الاطلاع على ملفك الشخصي وكيفية تعديله، الرابط:

<https://www.facebook.com/help/instagram/936495066470190>

² أشرف جابر سيد، خالد بن عبد الله الشافي، مرجع سابق.

ما تقتضيه ضرورة إعلام الجمهور، فإنه يجب دائماً الحصول على إذن الشخص قبل نشر أي معلومات تتعلق به أو صورة له."

ويتبنى القضاء مفهوماً ضيقاً للإذن بنشر الصورة، يستلزم فيه أن يكون صريحاً وخصوصاً. ويعني هذا أنه يجب أن يكون هناك إذن خاص ومن ثم كونها أصبحت متاحة للجميع، لا يعني جواز إعادة استخدامها أو نشرها بوسيلة نشر مختلفة هذا المفهوم الضيق يجعل الحماية المقررة للحق في الصورة أشد من تلك المقررة للحق في الحياة الخاصة، ذلك أن إعادة نشر ما سبق نشره بشأن الحياة الخاصة بوسيلة مختلفة لا يعد اعتداءً على الحق فيها¹.

فلا يجوز نشر صورة شخص على موقع "الفيس بوك" بدون إذن خاص منه، حتى ولو كان صاحب الصورة قد أذن في أن تلتقط صورة له أو كان قد أذن بنشرها في موقع آخر من مواقع الإنترنت. والضرر الناشئ عن انتهاك الخصوصية والحق في الصورة هو في الغالب ضرر أدبي. ولهذا فإن دعوى التعويض عنه - في حالة وفاة المضرور - لا تنتقل إلى الورثة إلا في الحدود المنصوص عليها في المادة 222 مدني، أي إذا تحدد التعويض اتفاقاً أو تمت المطالبة به قضاء قبل الوفاة. أما القواعد الخاصة للحماية فتتمثل في فرنسا في قانون المعلوماتية والحريات الذي يحظر معالجة البيانات ذات الطابع الشخصي ويعتبره اعتداءً على الحياة الخاصة ويندرج في هذا المعنى نشر صورة لشخص معين من خلال موقع إلكتروني متاح للجمهور؛ حيث يجوز للمضرور - في هذه الحالة - أن يطالب إدارة الموقع بإزالة هذا الاعتداء وذلك بوقف نشر هذه الصورة.

وتظهر أهمية اللجوء إلى القواعد الخاصة لحماية الخصوصية، وفقاً لقانون المعلوماتية في الأحوال التي تقصر فيها القواعد العامة، وفقاً للمادة 9 مدني فرنسي، عن تحقيق هذه الحماية، ذلك سواء فيما يفرضه قانون المعلوماتية من قيود على الغرض من معالجة البيانات والمعلومات أو فيما يقرره بشأن مبدأ الحق في النسيان:

فمن ناحية أولى يلزم وفقاً لقانون المعلوماتية التقيد بالغرض من معالجة المعلومات le finalité de le traitement d'informations، حتى في حال الحصول عليها بطريق مشروع، كما لو أراد شخص إعادة نشر معلومات خاصة تتعلق بمجموعة ما على "الفيس بوك"؛ حيث لا يعد إعادة نشر هذه المعلومات وفقاً للقواعد العامة انتهاكاً للخصوصية وفقاً لقانون المعلوماتية لخروجه عن حدود الغرض من نشر هذه المعلومات وهو قصره على مجموعة الأعضاء المكونة على "الفيس بوك".

ومن ناحية أخرى ووفقاً لمبدأ الحق في النسيان المقرر بقانون المعلوماتية، لا يجوز إعادة نشر معلومات سبق نشرها وذلك على الرغم من أن القواعد العامة في حماية الخصوصية لا تمنع ذلك باعتبار أن سبق النشر قد خرج بهذه المعلومات عن نطاق الخصوصية. ومؤدى هذا أن معالجة

¹ أشرف جابر سيد، خالد بن عبد الله الشافي، مرجع سابق.

البيانات ذات الطابع الخاص يجب أن تتقيد وفقا لقانون المعلوماتية من حيث الزمان .وعليه فإنه وفقا لمبدأ الحق في النسيان وبعد مدة معينة يجوز للشخص الذي حذف حسابه من موقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك أن يعترض على إعادة نشر معلومات تتعلق بحياته الخاصة ولو كان قد سبق نشرها من قبل على الموقع.

وعلى الرغم مما توفره القواعد الخاصة للمضرور من مزايا في حماية خصوصيته، إلا أنه تبقى للقواعد العامة لهذه الحماية أهميتها لا سيما فيما يتعلق بمعالجة البيانات والمعلومات التي تنشر لأغراض صحفية.

وإلى جانب حماية البيانات ذات الطابع الشخصي استنادا إلى الحق في الخصوصية، فإنه يمكن الاستناد في ذلك أيضا إلى فكرة الحق في السيطرة على المعلومات الخاصة le droit de controle sur des information personnelles

أما في مصر فقد أورد قانون العقوبات نصا خاصا بحرمة الحياة الخاصة هو نص المادة 309 مكرر التي قضت بأن " يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنة كل من اعتدى على حرمة الحياة الخاصة للمواطن وذلك بأن ارتكب أحد الأفعال الآتية في غير الأحوال المصرح بها قانونا أو بغير رضا المجني عليه:

- استرق السمع أو سجل أو نقل عن طريق جهاز من الأجهزة أيا كان نوعه محادثات جرت في مكان خاص أو عن طريق الهاتف -.
- التقاط أو نقل بجهاز من الأجهزة أيا كان نوعه صورة شخص في مكان خاص .فإذا صدرت الأفعال المشار إليها في الفقرتين السابقتين أثناء اجتماع على مسمع أو مرأى من الحاضرين في ذلك الاجتماع، فإن رضا هؤلاء يكون مفترضا..."

كما نص قانون تنظيم الاتصالات رقم 10 لسنة 2003 على عقوبة كل من تعمد إزعاج أو مضايقة غيره بإساءة استعمال أجهزة الاتصالات، بالحبس وبغرامة لا تقل عن خمسمئة جنيه ولا تجاوز عشرين ألف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين، ذلك دون الإخلال بالحق في التعويض المناسب(مادة 10).¹ وكذلك ما نص عليه قانون التوقيع الالكتروني رقم 15 لسنة 2004 من أنه" مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد منصوص عليها في قانون العقوبات أو في أي قانون آخر، يعاقب بالحبس وبغرامة لا تقل عن عشرة آلاف جنيه ولا تجاوز مئة ألف جنيه بغير حق على توقيع أو وسيط أو محرر الكتروني أو اختراق هذا الوسيط أو اعتراضه أو عطله عن أداء وظيفته...وفي جميع الأحوال يحكم بنشر حكم

¹ مرصد دعم، التحول الديمقراطي وحقوق الإنسان، القانون رقم (10) لسنة 2003 بإصدار قانون تنظيم الاتصالات،

<https://marsd.daamdth.org/archives/5396?lang=ar>، يوم: 2019-10-02، ساعة : 22:49.

الإدانة في جريمتين يوميتين واسعتي الانتشار وعلى شبكات المعلومات الالكترونية المفتوحة على نفقة المحكوم عليه (م 1/33 بند هـ).¹

وتطبيقا للنصين الواردين بقانوني تنظيم الاتصالات والتوقيع الالكتروني سالف الذكر، فقد قضت محكمة جناح اقتصادي القاهرة (في 28 أبريل 2012 بإدانة متهم لتوصله بغير حق إلى الحصول على توقيع وسيطتين إلكترونيين) البريد الالكتروني وحساب الفيسبوك (خاص بإحدى الشركات واختراقه هذين الوسيطتين وتعنده مضايقة الشركة المجنى عليها بإساءة استعمال أجهزة الاتصالات.

2.4.5- البيانات الشخصية- البيانات ذات الطابع الشخصي :

1.2.4.5- مفهوم البيانات الشخصية :

تعرف البيانات ذات الطابع الشخصي حسب قانون المعلوماتية والحريات مادة: (2/2) الثانية من القانون رقم 801 لسنة 2004 «بأنها كل معلومة تتعلق بشخص طبيعي معين أو يمكنه تعيينه، بصورة مباشرة أو غير مباشرة عن طريق الرجوع إلى رقم الهوية أو إلى واحد أو أكثر من العناصر المميزة له»².

فيمكن الوصول لهوية شخص عن طريق بيانات شخصية مثل اللقب، تاريخ الميلاد، محل الإقامة، الصورة أو رقم التليفون أو لوحة بيانات أو أي رقم هوية كما يمكن التوصل لهوية الشخص عن طريق الايميل إذا كان يظهر به الاسم أو اللقب أو من خلال الغير، مثل مورد خدمة الوصول، إذا كان يسمح بالكشف عن هوية الشخص الذي يتستر وراء اسم مستعار، فيفصح عن ملفات الصوت البصمات الوراثية أو الحركية أو أي بيان بيومتري آخر.

فتعد بيانات ذات طابع شخصي ما يستلزمه موقع الشبكات الاجتماعية من طالب التسجيل وضعه من بيانات خاصة. فطالب التسجيل في موقع "فيسبوك"، يتعين عليه أن يضع بياناته الشخصية كالاسم الأول واسم العائلة وعنوان البريد الالكتروني وكلمة المرور ونوع الجنس وتاريخ الميلاد، كما يمكنه أيضا أن يضع البيانات التي تتعلق بمهنته وخبرته العملية سواء عند إجراء التسجيل أو في أي وقت لاحق كرقم الضمان الاجتماعي ورقم بطاقة الائتمان، فمثل هذه البيانات تعد معلومات شخصية تتعلق بشخص طبيعي معين ويضاف إلى ما سبق ما يعرف بالبيانات الأكثر خصوصية des informations sensibles كالعقيدة الدينية للمستخدم أو أفكاره السياسية أو ميوله الاجتماعية³.

¹ المرجع نفسه.

² Titre Ier : **Dispositions communes**, Chapitre Ier - Principes et définitions, Article 2,

<https://www.cnil.fr/fr/la-loi-informatique-et-libertes#article2>, le 03-10-2019, a 23 :22 h.

³ Nathalie Walczak, **La protection des données personnelles sur l'internet**, analyse des discours et des enjeux sociopolitiques, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, université lumière lyon2, 2014, le : 22.09.2019, <https://halshs.archives-ouvertes.fr/tel-01271019/document>

وعلى الرغم من أهمية حماية ما سبق من بيانات، إلا أنّ هذه الأهمية تزداد فيما لو كان المستخدم قاصراً، فهذا الأخير قد يضع بالإضافة على بياناته الخاصة، بيانات أخرى تتعلق بالغير كأفراد أسرته، محل إقامة الأسرة أو عنوان البريد الإلكتروني لأحد أفرادها أو رقم الهاتف الثابت لها¹. ومما تجدر الإشارة إليه أنّ منطوق حماية البيانات والمعلومات ذات الطابع الشخصي هو أنّ تكون متعلقة بشخص محدد أو يمكن تحديده من خلال هذه البيانات والمعلومات، أمّا إذا كانت متعلقة بشخص مجهول فلا محل للقول بحمايتها لأن المجهول لا خصوصية له. ويمكن وفقاً لهذا التعريف أن نعتبر أنه من قبيل البيانات الشخصية المعلومات الآتية²:

• أولاً: الاسم واللقب :

الحق في الاسم من الحقوق اللصيقة بالشخصية، ويحتاج الإنسان إلى استخدام اسم يميزه في العالم الافتراضي، فهو يحتاج لأن يقيم علاقات اجتماعية جديدة أو يستمر في العلاقات الموجودة في العالم الواقعي ولكن في شكلها غير الملموس عبر الشبكة، ومن أهم الاستخدامات أو التطبيقات التي يظهر فيها استعمال الاسم جلياً، عبر الانترنت الآتي:

إنشاء البريد الإلكتروني، إنشاء الحسابات الشخصية على مواقع الشبكات الاجتماعية، كالفيسبوك، التسوق عبر الأنترنت: فالدخول على المواقع أو المحال التجارية الافتراضية عبر الشبكة، مثل أمازون أو علي بابا وغيرها يقتضي كتابة الاسم لإجراء المعاملة المأمولة.

• ثانياً: الصورة والصوت:

أصبحت صور الأشخاص مهددة بفعل التطور التقني المستمر في مجال جمع المعلومات أو البيانات وتخزينها وتحويرها أو تعديلها وعرضها أو نشرها أو رفعها ونقلها بسرعة ويسر أو مشاركتها مع الآخرين على نطاق واسع مع إمكانية تخزينها أو تحميلها مرة أخرى على ذاكرة الأجهزة الشخصية كالهاتف المحمول أو الحاسب الآلي ولهذا فإن الاعتراف للشخص بحق على صورته يعطيه إمكانية الاعتراض على تناولها بأي فعل من الأفعال التقنية السابقة أو أي أفعال أخرى مشابهة، كذلك حقه في اقتضاء التعويض عن الأضرار التي أصابته من جراء ذلك، أمر بات من الضروريات في مجتمع يزداد إقبالاً على الحضور الافتراضي في عالم الانترنت، بما يعني خضوع صور الأشخاص لهذه

¹ Cecile Nlend, **La protection du mineur dans le cyber espace**, universite de picardie jules verne amiens, faculté de droit et de sciences politique, 2009, HAL, archives-ouvertes.fr https://tel.archives-ouvertes.fr/file/index/docid/432247/filename/LA_PROTECTION_DU_MINEUR_DANS_LE_CYBERSPACE.pdf

² عثمان بكر عثمان، **المسؤولية عن الإعتداءات على البيانات الشخصية**، جامعة طنطا، ص 8، الرابط: <file:///F:/web4%20+%20%D8%AE%D8%B5%D9%88%D8%B5%D9%8A%D8%A9/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%A6%D9%88%D9%84%D9%8A%D8%A9%20%D8%B9%D9%86%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D8%AA%D8%AF%D8%A7%D8%A1%20%D8%B9%D9%84%D9%89%20%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D9%86%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%AE%D8%B5%D9%8A%D8%A9.pdf>.

الأفعال السابقة بشكل يسير ويصل إلى عدد كبير من الجمهور العالمي. يفوق بكثير العدد الذي يمكن أن تصله لو تناول الصورة عبر وسائل الإعلام الأخرى كالتلفزيون والجرائد وغيرها¹.

• **ثالثاً: الأصول العرقية والآراء السياسية والمعتقدات الدينية والحالة الصحية :**

وفقاً لنص المادة 8 من قانون حماية البيانات الشخصية فإن أي معلومات تتعلق بالأصول العرقية للإنسان أو حالته الصحية أو المتعلقة بالآراء السياسية أو المعتقدات الدينية أو انتماءاته النقابية تعتبر بيانات شخصية تخضع للحماية القانونية.

• **رابعاً: الرقم الشخصي:**

يعتبر من قبيل البيانات الشخصية أي رقم يمنح للشخص الطبيعي بصفة خاصة وغير متكرر كالرقم القومي لتحقيق الشخصية والرقم التأميني وغيرها.

• **خامساً: عنوان الشخص وعنوان البريد الإلكتروني:**

يعتبر من البيانات الشخصية عنوان الإنسان سواء كان عنوان منزله أو عنوان عمله، كما يعتبر عنوان البريد الإلكتروني بياناً شخصياً، ذلك لأنه يتعلق بشخص معين محددة هويته أو من الممكن تحديدها.

• **سادساً: رقم الهاتف:**

يعتبر رقم الهاتف الخاص بشخص معين سواء أكان هاتف منزل أو الهاتف المحمول الخاص به من البيانات الشخصية وكذلك رقم السيارة المملوكة لشخص معين.

2.2.4.5- معالجة البيانات ذات الطابع الشخصي:

المقصود بمعالجة البيانات ذات الطابع الشخصي: يقصد بمعالجة البيانات ذات الطابع الشخصي "كل عملية أو مجموع العمليات التي تجرى على هذه البيانات، بصرف النظر عن الوسيلة المستخدمة وبوجه خاص الجمع والتسجيل والتنظيم والحفظ التخزين والتحريف والتعديل والاسترجاع والفحص والاستخدام والنقل والنشر أو أي شكل آخر للإتاحة والتقريب والتوصيل وكذلك الغلق والمحو والإتلاف. ويعد جمع البيانات ذات الطابع الشخصي من أهم صور معالجتها، وقد نصت المادة 8 من قانون المعلوماتية الفرنسي على أنه "يحظر جمع أو معالجة البيانات ذات الطابع الشخصي والتي من شأنها أن تكشف، بشكل مباشر أو غير مباشر عن الأصول العرقية أو الآراء السياسية أو الفلسفية أو العقيدة الدينية أو الانتماء النقابي للشخص أو تلك التي تتعلق بصحته أو بحياته الجنسية"².

ويؤخذ من هذا النص أن جمع البيانات الشخصية للمستخدم ليس محظوراً بذاته، بل المحظور هو الجمع الذي يتم بطريق غير مشروع كالتدليس أو ذلك الذي يتم بالرغم من اعتراض صاحب هذه

¹ المرجع السابق.

² Madame Anne Debet , **Mesure de la diversité et protection des données personnelles** , Rapport présenté en séance plénière le 15 mai 2007 , CNIL , le 22.09.2019 / 22 :33, <https://www.cnil.fr/sites/default/files/typo/document/RapportdiversiteVD.pdf>

البيانات¹. ويعد جمع هذه البيانات بطريق التدليس جريمة يعاقب عليها بالسجن لمدة خمس سنوات وغرامة ثلاث مئة ألف يورو (م 226/18 عقوبات فرنسي)².

وتقوم مواقع الشبكات الاجتماعية بجمع وحفظ ثلاث أنواع من البيانات التي يضعها المستخدم، وهي البيانات ذات الطابع الشخصي وبيانات الاتصال بالانترنت كعناوين الهوية (IP) الخاصة بالأعضاء) وأخيراً بيانات التصفح وهي المتعلقة بالمواقع التي يتصفحها المستخدم³.

3.2.4.5- شروط معالجة البيانات ذات الطابع الشخصي:

وفقاً لمشروع القانون المقدم من "اللجنة الأوروبية لحماية الخصوصية" عبر مواقع الشبكات الاجتماعية في 25 جانفي 2012، فإنه لا يجوز إجراء معالجة البيانات بالمعنى المتقدم بغير رضا صاحب هذه البيانات، هذا الرضا يجب أن تتوافر فيه ثلاثة شروط⁴:

- فيجب أن يكون حراً Libre أي إرادياً صادراً بإرادة سليمة .
 - وأن يكون محدداً spécifique أي وارداً على بيانات محددة بذاتها .
 - أن يكون بناءً على تبصير أو إعلام صاحب تلك البيانات بالغرض من طلب جمعها⁵.
- وبالنظر في سياسة أحد أهم مواقع الشبكات الاجتماعية وهو موقع "الفيسبوك"، يتبين توافر هذه الشروط الثلاث في الرضا: فهو رضا حر لأنّ المستخدم إنّما يضع بياناته على الموقع بمحض إرادته وله ألا يضعها. كما أنه رضا محدد لأنه يرد على مسائل معينة؛ حيث يكون للمستخدم الخيار في أن يرد على سؤال أو أسئلة محددة أو ألا يرد عليها وأخيراً فالمستخدم لا يقدم أي بيان أو معلومة إلا بناءً على إرادة متبصرة؛ حيث تبين شروط استخدام الموقع السياسة التي يتبعها إزاء هذه البيانات. ومع هذا فيجب مراعاة أنّ المستخدم قد لا يكون على علم بحقيقة الغرض من جمع البيانات ذات الطابع الشخصي والتي يطلبها مسؤول المعلومات بالموقع، إذ قد يستخدم لأغراض دعائية دون علمه.

¹ Cecile Nlend, **La protection du mineur dans le cyber espace**, p 48.

² Article 226-18, **Le fait de collecter des données à caractère personnel par un moyen frauduleux**, déloyal ou illicite est puni de cinq ans d'emprisonnement et de 300 000 Euros d'amende. <https://www.codes-et-lois.fr/code-penal/article-226-18>.

³ أشرف جابر سيد، خالد بن عبد الله الشافي، **مرجع سابق**، ص 6.

⁴ Avis 06/2014 sur la notion d'intérêt légitime poursuivi par le responsable du traitement des données au sens de l'article 7 de la directive 95/46/CE Adopté le 9 avril 2014 , 844/14/FR WP 217 , GROUPE DE TRAVAIL «ARTICLE 29» SUR LA PROTECTION DES DONNÉES , Ce groupe de travail a été institué par l'article 29 de la directive 95/46/CE. Il s'agit d'un organe consultatif européen indépendant sur la protection des données et de la vie privée. Ses missions sont définies à l'article 30 de la directive 95/46/CE et à l'article 15 de la directive 2002/58/CE. Son secrétariat est assuré par la direction C (Droits fondamentaux et citoyenneté de l'Union) de la direction générale «Justice» de la Commission européenne, B-1049 Bruxelles, Belgique, bureau MO-59 02/013. Site internet, le lien: http://ec.europa.eu/justice/data-protection/index_fr.htm

⁵ Laroussi CHEMLALI, Protection des données à caractère personnel : vers la révision de la directive 95/46/CE, sur, le lien: <https://juriscom.net/wp-content/documents/donneesperso20120222.pdf>

وعلى الرغم من أن هذه الشروط قد جاءت تأكيداً لما نصت عليه المادة 3 من التوجيه الأوربي الصادر بتاريخ 24 أكتوبر 1995 بشأن معالجة البيانات ذات الطابع الشخصي والتي يطلبها مسؤول المعلومات بالموقع، إذ قد تستخدم لأغراض دعائية دون علمه¹.

وعلى الرغم من أن هذه الشروط قد جاءت تأكيداً لما نصت عليه المادة 2 من التوجيه الأوربي الصادر بتاريخ 24 أكتوبر 1995 بشأن معالجة البيانات ذات الطابع الشخصي وحرية تداولها²، إلا أن مشروع هذا القانون قد تميز عن التوجيه بأنه وضع عدة ضوابط تتعلق بحقوق المستخدم والتزامات مقدم الخدمة، هي:³

1- حق المستخدم في النسيان الرقمي: ويقصد به حق المستخدم في طلب حذف بياناته ذات الطابع الشخصي وليس مجرد وقف الحساب (17/1 من مشروع القانون)، كذلك حقه في طلب حذف كافة الروابط التي تؤدي إلى هذه البيانات وحذف كافة النسخ التي أخذت عنها في حالة قيام المسؤول عن معالجتها بإتاحتها للجمهور (م2/17).

2- حق المستخدم في نقل البيانات: le droit à la portabilité des données ويقصد به حق صاحب البيانات في الحصول بصورة منتظمة على نسخة إلكترونية من بياناته التي تمت معالجتها، كذلك الحق في نقل هذه البيانات من مقدم خدمة إلى مقدم خدمة آخر دون أية عقبات (م18).

3- إلزام مقدم الخدمة بالإخطار بانتهاك البيانات: ففي حالة انتهاك البيانات ذات الطابع الشخصي، يجب على مقدم الخدمة فوراً وعلى الأكثر خلال أربع وعشرين ساعة، إخطار السلطة المختصة بذلك (م31)، كما يجب عليه أيضاً إخطار صاحب هذه البيانات بذلك إذا كان من شأن هذا الانتهاك الاعتداء على حقه في الخصوصية (م33).

4- السلطة المختصة بتلقي الإخطار بانتهاك البيانات والجزاءات التي توقعها: تختص بتلقي هذا الإخطار السلطة التي يقع مقرها في دولة المقر الرئيسي لمقدم خدمة معالجة البيانات. أما الجزاءات التي توقعها هذه السلطة فتتمثل في فرض غرامة على مقدمي الخدمات الذين يخالفون قواعد الاتحاد

¹ أشرف جابر سيد، خالد بن عبد الله الشافي، مرجع سابق.

² Journal officiel n° L 281 du 23/11/1995 p. 0031 – 0050, Directive 95/46/CE du Parlement européen et du Conseil, du 24 octobre 1995, relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, Document 31995L0046, le lien: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX%3A31995L0046>, le 22.09.2019, a 17 :10.

³ Règlement général sur la protection des données (RGPD, ou encore GDPR, de l'anglais General Data Protection Regulation), est un règlement de l'Union européenne qui constitue le texte de référence en matière de protection des données à caractère personnel. (RGPD), Article 17 Droit à l'effacement ("droit à l'oubli"), le lien: <https://www.gdpr-expert.eu/article.html?id=17#textesofficiels>, le 23.09.2019, a 22 : 14.

الأوروبي بشأن حماية البيانات ذات الطابع الشخصي، وقد تصل هذه الغرامة إلى 2% من قيمة إجمالي الأعمال السنوية لمقدم الخدمة.

4.2.4.5- تحديد المسؤول عن معالجة البيانات في الشبكات الاجتماعية:

يثور التساؤل عما إذا كانت مواقع الشبكات الاجتماعية تسأل وحدها عن معالجة البيانات أم أن المستخدم يسأل أيضاً معها عن ذلك. وقد تفرع في فرنسا اتجاهان في هذا الصدد : ¹

– الأول يقوم بالمسؤولية الفردية لإدارة موقع الشبكات الاجتماعية :ويستند هذا الرأي إلى المادة (13) من قانون المعلوماتية والحريات التي تقضي بأن المسؤول عن معالجة البيانات ذات الطابع الشخصي هو "الشخص أو السلطة العامة أو المرفق أو الهيئة التي تحدد أهدافه ووسائله" ².

– أما الاتجاه الثاني فيأخذ بفكرة المسؤولية المشتركة co-responsabilité بين إدارة الموقع والمستخدم :ووفقاً لهذا الاتجاه فإن إدارة الموقع ليست وحدها المسؤول عن معالجة البيانات لأن دورها يقتصر على إتاحة وسائل المعالجة دون تحديد الغرض منها، والمستخدم نفسه هو وحده من يقرر. وتأخذ بهذا الرأي الجمعية الوطنية للمعلومات والحريات (CNIL) حيث أكدت في نشرتها الصادرة عام 2005 على اعتبار المدون مسؤولاً عن معالجة البيانات ³.

5.2.4.5-البيانات التي تهدد خصوصية البيانات الشخصية:

أدى انتشار استخدام الشبكات الاجتماعية، التي يتاح عبرها معلومات تخص أفراد المستخدمين لها، أكثر بكثير من المعلومات التي يحتفظ بها هؤلاء لأنفسهم خارج الإنترنت بالطرق التقليدية، كذلك المنتديات ومواقع التسوق المختلفة وغيرها من المواقع التي تسمح بإتاحة المعلومات الشخصية المتعلقة بمستخدميها لجمهور المستخدمين.

ومما يعد أيضاً مجاًلاً لجمع المعلومات الشخصية عبر الإنترنت، تجميع المواقع الإلكترونية للبيانات الخاصة بزيارات الشخص الأخيرة للمواقع قبل دخوله على الموقع المراد، أي آخر موقع تصفحه، كذلك

¹ أشرف جابر سيد، خالد بن عبد الله الشافي، مرجع سابق.

² **La loi « Informatique et Libertés »**, 17 juin 2019, Loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, article 13, le lien : <https://www.cnil.fr/fr/la-loi-informatique-et-libertes#article13>

³ GROUPE DE TRAVAIL «ARTICLE 29» SUR LA PROTECTION DES DONNÉES, 00264/10/FR WP 169, **Avis 1/2010 sur les notions de «responsable du traitement» et de «sous-traitant»**, Adopté le 16 février 2010, le lien : https://cnpd.public.lu/dam-assets/fr/publications/groupe-art29/wp169_fr.pdf, le 24.09.2019, a09 :12h.

بروتوكول الانترنت الخاص به، بل يزيد الأمر تعقيداً إرسال تلك المواقع ملفات كوكيز التي سنوضحها لاحقاً.¹

فالعقول الالكترونية تستطيع أن تجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات الشخصية وهو ما أشار إليه أحد الفقهاء حيث ذكر " ظهر مؤخراً مصدر جديد للخطر على الحياة الخاصة وهو العقول الالكترونية، فتستطيع العقول الالكترونية تجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات التي قد يدلي بها الشخص لسبب أو لآخر وتستطيع أن تحتفظ بها إلى ما لا نهاية بحيث تمنع عنصر الزمن من إدخالها في طي النسيان، كما أن القدرة الهائلة للعقول الالكترونية تمكنها من مزج المعلومات وتنظيمها وترتيبها بحيث تعطي في النهاية صورة متكاملة عن الشخص تكاد تكون أقرب للحقيقة وانطلاقاً من معلومات متفرقة تبدو لأول وهلة تافهة الأهمية²."

يحتوي مجتمع الشبكات الاجتماعية أو الانترنت بصفة عامة على مصادر متعددة تهدد البيانات الشخصية للمستخدمين، يمكن ذكر أهمها في النقاط التالية³:

• أولاً: جمع المعلومات الشخصية عن طريق استخدام تقنيات الانترنت:

تجمع هذه البيانات عن طريق الشخص بنفسه؛ حيث أنه من المعلوم عبر الشبكة أن غالبية المواقع الالكترونية تطلب بيانات محددة من المستخدم قبل استخدام الموقع، فمواقع العلاقات الاجتماعية ومواقع البريد الالكتروني ومواقع التسوق وغيرها وكذلك رقم بطاقته الائتمانية كما في حالة مواقع التسوق⁴.

• ثانياً: تقنيات الكوكيز: (COOKIES)

الكوكيز هو ملفات نصية بامتداد (TXT) ، يرسلها الخادم الخاص بالمواقع الذي يتم زيارته عبر الأنترنت، إلى القرص الصلب للكمبيوتر الخاص بالمستخدم ويحتفظ بنسخه منها لديه ويحتوي على معلومات شخصية معينة تخص المستخدم وكذلك جهاز الحاسوب الخاص به، كعنوان الانترنت IP ، كذلك طريقة الاتصال بالانترنت والمواقع التي يتم زيارتها ونوع الجهاز ونوع المعالج وكذلك البيانات التي يطلب إدخالها من المستخدم لاستمارة التسجيل، كالاسم والبريد الالكتروني ورقم البطاقة الائتمانية

¹ يونس عرب، المخاطر التي تهدد الخصوصية وخصوصية المعلومات في العصر الرقمي، الرابط: <https://alyaseer.net/vb/showthread.php?t=19032>، 16-09-2019 ، 18:46.

² حسام الدين الأهواني، الحق في احترام الحياة الخاصة، الحق في الخصوصية، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، بدون تاريخ نشر، ص 8-9 .

³ يونس عرب، مرجع سابق.

⁴ المرجع السابق.

والعنوان وغير ذلك مما يطلب إدخاله للدخول إلى الموقع أو الاستفادة بخدماته ويحتفظ الموقع الذي يتم زيارته بنسخة من ملف الكوكيز داخل السيرفر الخاص به، متضمنة المعلومات السابقة وتستخدم "كوكيز" للتعرف على المستخدم عند زيارته للموقع مرة ثانية، لتسهيل الوصول إلى الموقع، فإذا كان يستخدم بيانات معينة لدخول هذا الموقع فإنه لا يتطلب إدخالها مرة أخرى بالإضافة إلى سرعة الوصول إلى الموقع، لكن خطورة وجود مثل هذه الملفات على جهاز المستخدم، بالإضافة إلى معرفة البيانات الشخصية التي تخص المستخدم، فيستطيع الموقع أن يتعرف وبسهولة على خطوات واتجاهات المستخدم عبر الانترنت، عن طريق معرفة المواقع التي يدخلها. وهو الأمر الذي يستخدم في الإعلانات

ثالثاً: البريد غير المرغوب فيه:

هو اتصال إلكتروني /مجهول غالباً غير مرغوب فيه مرسل عبر بريد الانترنت وقد يتسبب في تلوث شبكة الاتصالات الالكترونية بالفيروسات ويعبر عن هذه الرسائل بالفرنسية بمصطلح " بولي بوستاج " ولهذه الرسائل خصائص ثلاث، فهي رسائل مؤذية كما أنها ترسل لعدد كبير في وقت واحد ودون إخطار من المرسل.

• رابعاً: فقد البيانات الشخصية:

إن القيام بجمع البيانات الشخصية وعمل قواعد بيانات لها أدى إلى إمكانية فقد هذه البيانات. ففي فرنسا فقدت إحدى الشركات عام 2006 أسطوانة عليها البيانات الشخصية لتسعة آلاف عامل فيها، بل إن الإحصائيات تشير إلى أنه في 2007 فقد نحو 162 مليون ملف يحتوي على بيانات شخصية، ذلك بالمقارنة بـ 49 مليون ملف عام 2005.¹

6.2.4.5- صور الاعتداء على البيانات الشخصية:

تتعدد صور الاعتداء على البيانات الشخصية لمستخدمي الشبكات الاجتماعية، لعل من أهمها ما سنتناوله في المطالب الآتية:

• تجميع البيانات الشخصية دون رضا أو إذن المستخدمين:

وتظهر صورة الاعتداء على البيانات الشخصية بتجميعها دون رضا المستخدم في قيام بعض مواقع الأنترنت بتجميع هذه البيانات ومعالجتها وإرسالها لمواقع أخرى دعائية وهو ما سنوضحه لاحقاً، ففي مثل هذه الحالات يجب إعلام مستخدم الموقع بكل ما يحدث لبياناته والحصول على رضائه وإلا تحققت مسؤوليتها نتيجة هذا الاعتداء.

¹ يونس عرب، مرجع سابق.

فأي تجميع للبيانات الشخصية دون علم صاحب هذه البيانات يعتبر غير مشروع، لذلك اعتبرت محكمة النقض الفرنسية أن تجميع عناوين البريد الإلكتروني للأشخاص دون علمهم يعتبر تجميعاً غير مشروع للبيانات الشخصية يستحق فاعله العقاب، حتى ولو لم يتم حفظ هذه العناوين.

• استخدام البيانات ذات الطابع الشخصي في الأغراض الإعلانية:

– أهمية جمع بيانات المستخدمين للأغراض الإعلانية: تعد بيانات المستخدم مورداً مالياً هاماً لمواقع الشبكات الاجتماعية تستغلها في الحصول على مبالغ طائلة من المعلنين مقابل تقديمها لهم، باعتبارها قاعدة بيانات تكشف عن ميول واهتمامات المستخدمين:

– الإعلانات الاجتماعية - Social Ads :

هي إعلانات شخصية تقوم فكرتها على استغلال إدارة الموقع بيانات الملف الشخصي للعضو في عروض ترويجية على الموقع. ووفقاً لسياسة الخصوصية للموقع فإن هذا الاستغلال يتقيد بعدم الكشف عن هوية العضو أو إتاحة هذه البيانات للغير. ويتم ذلك عن طريق قيام الموقع بجمع المعلومات وتحليلها والتنبؤ وربط الاهتمامات والأذواق وتوجيه كل هذا للمعلنين. ولهذا فإن الموقع يسجل أي نشاط يقوم به المستخدم في الموقع أو بواسطته، ومن ثم يجمع كافة المعلومات المتعلقة بهذا النشاط، ويزود بها المعلنين، فيقوم هؤلاء إما بتوجيه الإعلانات إلى المستخدم كعميل مستهدف targeted customer، أو بعدم توجيهه إليه لأنه ليس العميل الذي يجب استهدافه¹.

– الإعلان الدليلي أو الإرشادي : (Facebook Beacon) في نوفمبر 2007 ، أتاح موقع الفيسبوك نظاماً جديداً يعرف باسم "بيكون" (Beacon) وفقاً لهذا النظام تظهر منتجات مواقع الإنترنت الأخرى بصورة تلقائية على الصفحات الشخصية لمستخدمي "الفيسبوك" الذين تعاملوا مع هذه المواقع بشأن منتجاتها وصفحات أصدقائهم. فمثلاً إذا أبرم مستخدم موقع "الفيسبوك" عقداً من خلال أحد هذه المواقع، أو أبدي رأياً في منتج معين على أحد المنتديات un forum ، فإن سمة Beacon تتيح ظهور هذه العملية، بمجرد إبرامها في صورة إعلانات ترويجية لمنتجات هذه المواقع أو المنتديات ليس فقط على الصفحة الشخصية لهذا المستخدم وإنما أيضاً على صفحات أصدقائه².

7.2.4.5- مدى التزام موقع "الفيسبوك" بحماية خصوصية المستخدم في استخدام البيانات في الإعلانات الموجهة:

يمكن القول أن سياسة الموقع إزاء هذه الإعلانات تتطوي على انتهاك لخصوصية المستخدم من نواح عدة:

¹ أشرف جابر سيد، خالد بن عبد الله الشافي، مرجع سابق.

² Katherine Blizard, Facebook and Beacon and Your Privacy, 2011, le lien: https://prezi.com/frzronywj_ob/facebook-ethical-analysis/

فمن ناحية أولى لا تتحقق بصورة كافية على هذا الموقع شروط رضا المستخدم على معالجة بياناته . فهذا الرضا له ثلاث شروط هي أن يكون حراً ومحدداً ومتبصراً . وبالنظر في سياسة الموقع يتبين أن رضا المستخدم بهذه الإعلانات ليس حراً . لأنها تعرض على صفحته بصورة تلقائية دون تدخل منه ومن ثم فهو لا يستطيع رفضها. كما أن هذا الرضا ليس محدداً، لأن المستخدم حين يقوم بتسجيل بياناته في الموقع فإنه لا يقصد بهذا أن يعطي رضاه على استخدام هذه البيانات في أغراض تسويقية des fins de prospection commerciale. أخيراً فهذا الرضا ليس متبصراً، أي أن المستخدم لا يكون عالماً بالغرض من طلب جمع بياناته ذات الطابع الشخصي أو معالجتها وذلك على الرغم من أحد بنود سياسة خصوصية موقع " الفيسبوك"، يتضمن إعلام المستخدم بأن بياناته ذات الطابع الشخصي قد تستخدم في أغراض الإعلانات الموجهة.

ومن ناحية ثانية، فإن كشف بيانات المستخدم على هذا النحو يتناقض مع ما يعلنه الموقع من أنه " لن يتم تبادل أية بيانات شخصية مع أي معلن عند إنشاء إعلان اجتماعي". وأخيراً يعد نشر بيانات المستخدم بصورة تلقائية دون رضاه وفقاً لنظام " إلغاء الاشتراك " "l'opt-out" انتهاكاً لخصوصيته وانتهاكاً لحقه في الاعتراض le droit d'opposition على التسويق الإعلاني على صفحته حيث إنه لا يستطيع منع أو رفض هذا التسويق، لأن الإعلانات التي توجه إلى صفحته تكون جزءاً من هذه الصفحة دون حاجة إلى رضاه . وكل ما يستطيع فعله هو أن ينقر في صفحته على السهم الذي يشير إلى تغيير الإعلان المعروض إلى إعلان تال له . ولهذا فقد وجهت انتقادات حادة إلى هذا النظام بمجرد ظهوره في عام 2008 وإزاء حدة هذه الانتقادات، فقد بادرت إدارة الموقع إلى إجراء تعديل لعبارة " إلغاء الاشتراك " السابقة ليحل محلها عبارة " قبول الاشتراك " "l'opt-in"، مما يعني أن نشاط المستخدم على مواقع الانترنت التجارية المرتبطة بشراكة مع موقع " الفيسبوك " لن يظهر وفقاً لنظام Beacon، على صفحات " الفيسبوك " الخاصة بأصدقاء المستخدم إلا برضا هذا الأخير والذي يتم بالنقر على عبارة قبول الاشتراك.

يمكن القول إن التسويق الإعلاني على موقع " الفيسبوك " يمثل مشكلة حقيقية تستلزم مواجهة تشريعية ليس على المستوى الوطني فحسب بل على المستوى الدولي كذلك وجدير بالذكر أن المادة 34-5-1 من قانون البريد والاتصالات الإلكترونية الفرنسي، تأخذ بمبدأ قبول الاشتراك "l'opt-in" ، أي الموافقة المسبقة من صاحب الشأن؛ حيث تفرض على مقدمي خدمات التسويق الإعلاني الذي يتم بطريق الفاكس أو البريد الإلكتروني التزاماً بالحصول مسبقاً على رضاه العميل المستهدف من الإعلان . ويعد الإخلال بهذا الالتزام جريمة معاقب عليها بمقتضى المادة 34/5 تشريع من قانون البريد والاتصالات الفرنسي بغرامة مقدارها 75 يورو¹.

¹ أشرف جابر سيد، خالد بن عبد الله الشافي، مرجع سابق.

1.7.2.4.5-الاختراق والتشهير والابتزاز واعتراض الاتصالات:

يلتزم من يقوم بتجميع البيانات الشخصية أو معالجتها باتخاذ كل الاحتياطات اللازمة للحفاظ على أمن أو تأمين هذه البيانات وخاصة منع أي تغيير أو إتلاف لها يمكن أن يحدثه أحد الأشخاص غير المأذون لهم بالاطلاع عليها وذلك طبقاً للمادة 34 من قانون حماية البيانات الشخصية، فالبيانات الشخصية الموجودة في قواعد البيانات على الكمبيوتر متصل بشبكة يكون هدفاً للقراصنة الذين يقومون بالدخول إلى قواعد البيانات وسرقة هذه البيانات الشخصية واستخدامها استخداماً غير مشروع أو على الأقل بيعها لجهات أخرى¹.

يشكل الاختراق اعتداء على خصوصية المكان الافتراضي أو ما يسمى بخصوصية مستودع السر، كالبريد الإلكتروني والصفحات الشخصية وغير ذلك أي ما يشكل في العموم السيرفرات الخاصة بالمواقع الإلكترونية المختلفة، بالإضافة إلى ذاكرة الحاسوب الشخصي الخاص بالمستخدم ويستخدم الهاكرز (Hackers) أساليب تقنية عديدة ومتطورة في الولوج إلى مستودع سر المستخدم، منها ملفات التجسس التي يزرعها في جهاز الحاسوب الشخصي للمستخدم.

أما التشهير فيقصد به نشر أو نقل وقائع أو بيانات فيها معنى الإساءة أو الإهانة لشخص ما يترتب عليها الحط من كرامته أو شرفه أو سمعته. والحقيقة أنه في هذا الزمان الذي قل فيه أخلاق الناس، نسمع ونرى خاصة في مواقع التواصل الاجتماعي كل يوم نشر وقائع تتال من كرامة الأشخاص من سب وقذف وتطاول بلا وازع من ضمير وبلا حساب. كما انتشر أيضاً في مواقع التواصل الاجتماعي نشر الفيديوهات التي تسيء إلى أصحابها. ويجب الاعتراف أن كل وقائع التشهير تصلح لأن تكون سبباً لإقامة الدعوى المدنية التي تستند إلى قواعد المسؤولية التقصيرية².

2.7.2.4.5-الإعتداء على الحق في الاسم -المنازعة والانتحال:

سبق القول أن استخدام الاسم عبر الشبكات أمر لا غنى عنه لإجراء المعاملات المختلفة من إنشاء حسابات خاصة وتسوق وغيرها. ولهذا يقتضي الأمر حمايته من كافة صور الإعتداء عليه. ولأهمية الاسم كأحد الحقوق للصيقة بالشخصية، أولاه المشرع حماية قانونية خاصة به في القانون المدني بالمادة 51 والتي تنص على " لكل من نازعه الغي في استعمال اسمه بلا مبرر، ومن انتحل الغير اسمه دون حق أن يطلب وقف هذا الاعتداء مع التعويض عما يكون قد لحقه من ضرر."

¹ يونس عرب، مرجع سابق.

² يونس عرب، مرجع سابق.

وبالتالي تكون صور الاعتداء على الحق في الاسم هما: المنازعة والانتحال وتكون الحماية القانونية المقررة للحق في الاسم في مواجهة ذلك: طلب وقف الاعتداء والمطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحق الإنسان.

وبالتالي فإن صورتَي الاعتداء على الاسم هما المنازعة والانتحال. والمنازعة تعني اعتراض شخص من الغير على تسمي الشخص باسمه، أي إنكاره تسمي هذا الشخص بهذا الاسم واستعماله¹.

أما الانتحال فيقصد به استعمال الاسم غير مشروع من جانب الغير وذلك بالتسمي به في مواجهة الناس بشكل غير مبرر. وهذه الحالة متكررة الحدوث على مواقع الشبكات الاجتماعية ويترتب عليها أضراراً جسيمة بالشخص الذي يحمل الاسم، وقد تظهر هذه الصورة في حالة الاختراق للصفحة. وقد يقوم المخترق بالسب أو القذف أو الابتزاز، مما يعرض الشخص صاحب الاسم لأضرار جسيمة وغالباً ما يصاحب الانتحال إساءة الاستخدام الفعلي للمعلومات أو البيانات لتحقيق مكاسب مادية². ننقل إلى صورة أخرى وهي نشر الفيديوهات عبر الشبكات الاجتماعية، ويثار التساؤل عن مدى اعتبار نشر الفيديو عبر الانترنت دون إذن صاحبه انتهاكاً للحق في الصورة من عدمه ومن ثم انتهاكاً لأحد البيانات الشخصية؟ يدخل في إطار الحماية القانونية للحق في الصورة عبر الفضاء الرقمي.

3.4.5- حفظ البيانات ذات الطابع الشخصي-الحق في النسيان الرقمي-³:

1.3.4.5- أهمية الحق في النسيان الرقمي:

يتعلق الحق في النسيان بمشكلة شائكة هي التخلص من الأمور الشخصية غير المرغوبة عبر الانترنت وتظهر أهمية ذلك بوجه خاص بالنسبة لجمهور مستخدمي الشبكات الاجتماعية من القصر، الذين قد يندمون لاحقاً على ما قاموا بنشره على هذه المواقع.⁴ فقد لا يعلم المستخدم أن أية معلومات شخصية أو متعلقة بعلاقة خاصة قد يقيمها عبر هذه المواقع قد تصل في لحظات إلى عدد غير محدود من الأشخاص سواء على مواقع الانترنت أو على الهواتف الذكية، وأن آثار مثل هذه المعلومات قد تظهر بعد سنوات طويلة، لتكون بمثابة "قنبلة حقيقية موقوتة à une véritable bombe retardement"، إذ قد تتكشف عن الشخص معلومات شديدة الخصوصية على شبكة الإنترنت تتعلق بآرائه السياسية أو ميوله العقائدية أو حالته الصحية أو أن تظهر له صورة في مناسبة ما، كحفل بين

¹ يونس عرب، مرجع سابق.

² يونس عرب، مرجع سابق.

³ أشرف جابر سيد، خالد بن عبد الله الشافي، مرجع سابق.

⁴ Jeffrey Rosen, *The Right to be Forgotten-Symposium Issue*, 64 Stan. L.Rev.ONLINE 88, 2012, le lien : <https://review.law.stanford.edu/wp-content/uploads/sites/3/2012/02/64-SLRO-88.pdf>

أصدقاء في وضع مشين قد يكون من شأنها أن تحرمه من تولي وظيفة معينة أو الإفادة من تأمين صحي معين¹.

2.3.4.5- مضمون الحق في النسيان الرقمي:

يقصد بالحق في النسيان الرقمي من هذا المنظور حق الفرد في عدم احتفاظ المسؤول عن المعالجة ببياناته الشخصية لفترة لا تتجاوز الغرض أو الغاية الأصلية التي جمعت لأجلها، وهذا التعريف مستمد مما نصت عليه المادة 06 من قانون المعلوماتية والحريات الفرنسي الصادر بتاريخ 06 جانفي 1978.²

هذا الحق يتألف من إعطاء كل مستخدم للإنترنت إمكانية لحذف البيانات الشخصية المتعلقة به التي قدمها لهم طواعية أو غير معروف له ، لأن هذه البيانات يمكن أن تكون ضارة له في حياته المهنية أو الاجتماعية أو العائلية ، مثل سمعة سلبية أو خطر ما.³ على النحو الموصوف فإن الحق في النسيان هو الضمان الرئيسي لمنع الشخص من الحرج لبقية حياته بالبيانات تستخدم دون علمه⁴. وعلى الرغم من أن قانون المعلوماتية والحريات لم يستعمل مصطلح "الحق في النسيان"، إلا أنه أكد على هذا الحق في المادة 5/6 ؛ حيث نصت على أن يتم حفظ البيانات في شكل يسمح بتحديد الأشخاص المعنيين وذلك خلال مدة لا تتجاوز المدة اللازمة لتحقيق الغرض من جمع هذه البيانات ومعالجتها، ومؤدى ذلك أنه لا يجوز جمع أو تخزين البيانات الشخصية إلا لمدة مؤقتة تتناسب مع الغرض المشروع من جمع هذه البيانات.

وقد يعترض على هذا الحق بزعم أنه يهدد مبدأ حرية التعبير وهو اعتراض في غير محله لأن مجال تطبيق هذا الحق إنما يقتصر على ما يضعه المستخدم من بياناته الشخصية على الإنترنت، دون أن يمتد إلى أي وسيلة أخرى من وسائل الإعلام، هذا فضلا عن أن هذا الحق لا يرقى إلى حد محو التاريخ.

¹ 2025 ex machina, **réseaux sociaux** , episode 1 fred et le chat démoniaque-il a publié, il a oublié, pas les réseaux, site web, le lien : http://www.clg-verne-rueil.ac-versailles.fr/IMG/pdf/Reseaux_Sociaux.pdf; le 27-09-2019.

² القانون: 17/78 بتاريخ 06 جانفي 1978 بشأن المعالجة الإلكترونية للبيانات والمعلومات والبطاقات والحريات,

ج ر ف (7-1-1978).

³ Alain Rallet et Fabrice Rochelandet, « **Exposition de soi et décloisonnement des espaces privés** : les frontières de la vie privée à l'heure du Web relationnel », in Terminal, n° 105 : Technologies et usages de l'anonymat sur Internet, sur le lien : <https://journals.openedition.org/terminal/1869>

⁴ Wissem jaraya, **la protection des données personnelles dans le commerce électronique**, rapport de recherche, faculté de droit de sfax 2013, disponible sur le lien: https://www.google.com/search?xsrf=ACYBGNRvoP1bwLNg62Bu8u6G9P90w3LxhQ:1570059587398&q=Jean+Frayssinet,+%C2%AB+La+protection+des+donn%C3%A9es+personnelles+%C2%BB,+en+Droit+de+l%E2%80%99informatique+et+de+l%E2%80%99Internet,+Th%C3%A9mis,+2001,+p.128&spell=1&sa=X&ved=0ahUKEwi6qe7f3_7kAhUCu3EKHWufBNAQBQgtKAA&biw=1280&bih=640

كما عرف بأنه: حق الشخص في السيطرة والتحكم في أية معلومة ذات طابع شخصي تخصه.¹ وبهذا المعنى فهو يوحي بإمكانية احتفاظ الشخص ببياناته الرقمية وتحكمه فيها متى وكيفما أراد. وهو الاتجاه الذي تبنته اللجنة الوطنية للمعلوماتية في فرنسا: "الحق الذي يخول صاحبه مكنة السيطرة من حيث الزمان على بياناته الشخصية، بغية الحصول على حذفها أو محوها عندما يرغب في ذلك".² وهكذا فإن مضمون "الحق في النسيان الرقمي" يتحدد من ناحيتين: الأولى هي التسليم للمستخدم بحق طلب تعديل بياناته الشخصية أو إزالتها حال ما شابها نقص أو غموض أو قدم والثانية هي التحقق من شمول هذه العملية للبيانات المخزنة في محركات البحث على الانترنت مثل جوجل أو غيره، ذلك من الوقت الذي يقوم فيه المستخدم بوقف حسابه من على هذه المواقع. وهذا ما نصت عليه المادة 1/40 من قانون المعلوماتية والحريات حيث قضت بأنه "عند الاقتضاء يجوز لكل شخص طبيعي ذو هوية محددة أن يطالب المسؤول عن معالجة البيانات، بأن يقوم بتصحيح أو استكمال أو تحديث أو حجب أو إزالة البيانات ذات الطابع الشخصي المتعلقة به، لما قد يشوبها من عدم دقة أو نقص أو قدم أو تلك يحظر جمعها أو استعمالها أو تداولها أو حفظها".³

والثانية هي حق المستخدم متى كان لذلك مبرر في الاعتراض على معالجة بياناته الشخصية، كما يكون له دائماً ولو بغير مبرر حق الاعتراض على معالجة بياناته الشخصية، كما يكون له دائماً ولو بغير مبرر حق الاعتراض على استعمال هذه البيانات في أية أغراض تجارية. أما في الولايات المتحدة الأمريكية، فإن مبادئ السلامة التي يلتزم بها موقع "الفايسبوك"، لم تتضمن تحديداً لهذه المدة ولذلك يبدو أن الأمر متروك لتقدير كل شركة على حدة فقد تحدد مدة معينة لحفظ هذه البيانات وقد ترى- في ظل عدم وجود تحديد تشريعي لهذه المدة -أن تحفظ بهذه البيانات لأجل غير مسمى.⁴

3.3.4.5- جهود تنظيم الحق في النسيان الرقمي:

تتسم مشكلة استعمال الحق في النسيان الرقمي بأنها ذات بعدين وطني ودولي، فإن كان حق المستخدم في حفظ بياناته الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي يقتضي قصر حفظها على مدة معينة، فإن تنظيم هذا الحق لا ينبغي أن يتم بمنأى عن اعتبار آخر هو حق مشغلي هذه المواقع في إدارة الإعلانات التي تتم من خلالها، خاصة الإعلانات الموجهة نظراً لارتباطها بهذه البيانات ومن ثم حفاظ هذه المواقع على الذاكرة الجماعية لجمهور المستخدمين.

¹ A-ARAMAZANI , le droit a l'oubli et internet RDTI , n43-2/2011page 34, le lien: opac.cndp.ma/doc_num.php?explnum_id=184.

² شريف يوسف خاطر، حماية الحق في الخصوصية المعلوماتية، دراسة تحليلية لحق الإطلاع على البيانات الشخصية -دراسة مقارنة- دار الفكر والقانون، المنصورة، مصر، ط1، 2015، 99.

³ منى الأشقر جبور، محمود جبور، البيانات الشخصية والقوانين العربية الهم الأمن وحقوق الأفراد، المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية، جامعة الدول العربية، ط1، بيروت-لبنان، 2018، ص 48.

⁴ أشرف جابر سيد، خالد بن عبد الله الشافي، مرجع سابق.

ولكي يتحقق هذا التوازن بين المصالح المتعارضة فإن أي تنظيم للحق في النسيان الرقمي لا بد أن يكون ذا طابع دولي أو على الأقل مستنداً إلى معايير مشتركة بين الهيئات والجمعيات الوطنية المعنية بحماية البيانات الرقمية.

لذلك ففي فرنسا مثلاً، فقد أوصت "خطة فرنسا الرقمية" 2012 بضرورة وضع حل موحد على الصعيدين الأوروبي والدولي مؤداه تحديد حد أقصى لمدة حفظ البيانات الشخصية التي تحتفظ بها محركات البحث، أما في الولايات المتحدة الأمريكية فيرى البعض أنه يتعين على مواقع الويب أن تطور برمجياتها بحيث تقوم بإزالة البيانات الشخصية بصورة تلقائية بمجرد انقضاء المدة القانونية لحفظ هذه البيانات. وينبغي أن تطبق هذه البرمجيات تطبيقاً موحداً في كافة الدول. وفي جميع الأحوال لا ينبغي أن تأتي المعالجة التشريعية متأخرة عن المعالجة التقنية بل لا بد وأن تلازمها. وعلى صعيد الاتفاقيات بين مواقع الشبكات الاجتماعية، نجد مثلاً اتفاق "حماية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي القصر" الذي أبرم في 10 فيفري 2009 بين ممثلي سبعة عشرة موقع تواصل اجتماعي، بغرض وضع آلية تتيح لمستخدم هذه المواقع من القصر، خلال مدة قصيرة من بلوغه سن الرشد، أن يطلب إزالة كافة بياناته الشخصية التي سبق أن وضعها على أي من هذه المواقع قبل بلوغه سن الرشد.

ومن ذلك أيضاً الاتفاق المبرم في 13 أكتوبر 2010 بين بعض أهم مواقع الشبكات الاجتماعية ومحركات البحث بغرض تحسين شفافية استغلال البيانات المنشورة على هذه المواقع من أهمية هذا الاتفاق إلا أنه يبقى ذو أثر محدود حيث لا يلزم سوى أطرافه ويكفي للتدليل على ذلك القول بأن أهم مواقع التواصل الاجتماعي هو موقع الفيسبوك وأهم محركات البحث، هو موقع "جوجل" قد رفض كلاهما الانضمام إلى هذا الاتفاق.

كما دعم الحق في النسيان الرقمي للقاصرين في نص المادة 40 من قانون حماية البيانات الفرنسي المعدل في 2016 على "الحق في النسيان" المخصص للقصر وإجراءات معجلة لممارسة هذا الحق. عندما كان موضوع البيانات قاصراً في وقت جمع البيانات، يمكن الحصول على محو البيانات "في أسرع وقت ممكن" من الأنظمة الأساسية. في حالة عدم وجود استجابة أو إجابة سلبية من المنصة في غضون شهر واحد، يمكن للشخص الاستيلاء على CNIL الذي لديه فترة 3 أسابيع للرد.¹

كما كفل القانون إمكانية تنظيم مصير بيانات المستخدم الشخصية بعد الموت إذ تنص المادة 1-40 الجديدة من قانون حماية البيانات الشخصية بإعطاء تعليمات بشأن تخزين ومحو وإبلاغ بياناتهم بعد

¹ CNIL, Ce que change la loi pour une République numérique pour la protection des données personnelles, 17 novembre 2016, le lien: https://www.cnil.fr/fr/ce-que-change-la-loi-pour-une-republiquenumeriquepourlaprotectiondesdonneespersonnelles?fbclid=IwAR3ow2K_7gFev8m7hMXV_OdKPdNXva18Zgk8FkmL6IHS4QvpAEUga-hjIXSo, 26-09-2019.

بصفة عامة عندما يتعلق الأمر بجميع البيانات المتعلقة بشخص ما ؛ أو على وجه الخصوص ، حيث تتعلق هذه التوجيهات بمعالجة معينة فقط للبيانات.

في غياب التعليمات التي أعطاها الشخص خلال حياته ، ستتاح للورثة فرصة لممارسة بعض الحقوق ، ولا سيما:¹

1. على المستخدم أن يسأل نفسه، قبل أن يضع أية صورة له على صفحته عن مدى تقبله لاطلاع أي أفراد عائلته أو أصدقائه على هذه الصورة أم لا².
- على المستخدم أن يكون مدركاً لأهمية وخطورة ما يقوم بنشره من معلومات شخصية تتوقف على طبيعة هذه المعلومات؛ حيث يرد المستخدم على مجموعه من الأسئلة وله الخيار أن لا يرد وبالتالي فالمستخدم لا يقدم أي بيانات أو معلومات إلا بناء على إرادته وبعلمه ، وذلك من خلال الاطلاع على شروط استخدام الموقع السياسة التي يتبناها إزاء هذه البيانات ، وعطفاً على ما تقدم لا بد من مراعاة أن المستخدم قد لا يكون على علم بحقيقة الغرض من وراء جمع البيانات ذات الطابع الشخصي والتي يطلبها مسؤول المعلومات بالموقع وربما تستخدم لأغراض تجارية دون علمه³.

³رائد محمد فليح النمر، حماية خصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على ضوء التشريعات في مملكة البحرين، كتاب أعمال المؤتمر الدولي المحكم حول الخصوصية في مجتمع المعلوماتية، ص 87، الرابط <https://jilrc.com/%D8%AD%D9%85%D8%A7%D9%8A%D8%A9%D8%AE%D8%B5%D9%88%D8%B5%D9%8A%D%A9%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85%D9%8A%D9%85%D9%8>

2. الحرص عند إنشاء حساب على موقع التواصل الاجتماعي: أن يقتصر المستخدم فيما ينشره على أقل المعلومات الشخصية أهمية وفي أضيق الحدود.
3. تأمين المستخدم حسابه على مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق ضبط إعدادات الخصوصية على الموقع لتحديد نطاق الخصوصية على حسابه: فهذه الإعدادات تتيح له أن يختار بين وضع بياناته في متناول الكافة أو كل الأصدقاء أو بعض الأصدقاء، كما أنها تمكنه من تقادي إظهار بياناته على محركات البحث والتحكم في هذه البيانات وتصحيحها أو حذفها إذا اقتضى الأمر ذلك¹.
4. على المستخدم بذل عناية الشخص المعتاد في اختيار تعليقاته عند مشاركته في نقاش سواء على مدونة أو منتدى أو على أي من مواقع الشبكات الاجتماعية.
5. على المستخدم أن يعلم أن " صديق اليوم ليس حتما صديق الغد un ami d'aujourd'hui n'est pas forcément un ami de demain، لذلك فعليه أن يتجنب نشر الصور التي قد يكون من شأنها انتهاك خصوصية حياته مستقبلا.
6. عدم نشر أي محتوى قد يلحق ضررا بالغير، فلا يجوز إنشاء حساب على أحد مواقع التواصل الاجتماعي باسم شخص آخر أو نشر صور للغير بغير إذن منه².
7. على المستخدم أن يتحقق بصورة منتظمة مما قد ينشر عنه على الانترنت، ذلك عن طريق وضع اسمه على احد محركات البحث ليظهر له كل ما يتعلق به من معلومات.
8. من الأفضل للمستخدم متى أمكن ذلك استخدام اسم مستعار يعرف به بين أصدقائه.
9. على المستخدم عدم الكشف عن كلمات السر الخاصة به وعدم اختيار كلمات مرور يسهل التعرف عليها كتاريخ الميلاد أو اسم أحد أفراد العائلة أو لقب العائلة³.
10. على المستخدم عدم الكشف عن كلمات السر الخاصة به وعدم اختيار كلمات مرور يسهل التعرف عليها كتاريخ الميلاد أو اسم أحد أفراد العائلة أو لقب العائلة.

[8%D8%A7%D9%82%D8%B98%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84/](http://mksq.journals.ekb.eg/article_7751_9c8683eab6c8e103572c90915f407fda.pdf)

¹ علي السيد حسين أبو دياب، أضواء على حجية الرسائل في الإثبات في مواقع التواصل الاجتماعي، كلية العلوم والدراسات الانسانية، بالغات، العدد الثاني والثلاثون، ج3، 2017، ص 988، الرابط:

http://mksq.journals.ekb.eg/article_7751_9c8683eab6c8e103572c90915f407fda.pdf

² المؤتمر العلمي الدولي السنوي الرابع لكلية الشريعة، وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على المجتمع-نظرة شرعية اجتماعية قانونية-، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2014، ص168. الرابط:

<https://repository.najah.edu/bitstream/handle/20.500.11888/10583/%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

³ المرجع نفسه.

الفصل الخامس

الشبكات الاجتماعية:

- 1-نشأة الشبكات الاجتماعية.
- 2-مكونات الشبكات الاجتماعية.
- 3- خصائص الشبكات الاجتماعية.
- 4- سيناريو عمل الشبكات الاجتماعية.
- 5- أبرز الشبكات الاجتماعية.
- 6- دور الشبكات الاجتماعية.
- 7- ايجابيات الشبكات الاجتماعية.
- 8- سلبيات الشبكات الاجتماعية.
- 9- إحصاءات استخدام الشبكات الاجتماعية حول العالم 2019.

الفصل الخامس

الشبكات الاجتماعية

1. نشأة الشبكات الاجتماعية:

لقد ظهر مصطلح الشبكات الاجتماعية في جامعة لندن من طرف جون بارنز J.Barnes عام 1954 والذي يدل على أنماط العلاقات بشكلها التقليدي، كما استخدم هذا المصطلح من طرف علماء الاجتماع لوصف المجموعات البشرية. ومع ظهور التقنيات الالكترونية في بداية التسعينات والتي تضم شبكة تربط جهاز حاسوب رئيسي يمثل مركز البيانات. ونشير في هذا إلى الانترنت أو شبكة المعلومات الدولية التي ظهرت عبرها الشبكات الاجتماعية والتي مرّت بمرحلتين أساسيتين، هما:¹

• المرحلة الأولى:

ارتبط في هذه المرحلة ظهور أول موقع اجتماعي بظهور الويب 1.0 أو الجيل الأول للويب والذي يتكون من صفحات ثابتة تتيح غرفة مغيرة للتفاعل.² حيث ظهر موقع (Classmates.com) في سنة 1995 الذي صممه "راندي كونرادز" كان الهدف منه مساعدة الأصدقاء والزلاء الذين دمعهم الدراسة في مراحل حياتية معينة وفرقتهم ظروف الحياة العملية في أماكن متباعدة وكان هذا الموقع يلبي رغبة هؤلاء الأصدقاء والزلاء في التواصل فيما بينهم إلكترونياً، ثم تلاه موقع (SixeDegrees) اعتمدت هذه المواقع على فتح صفحات شخصية للمستخدمين وعلى إرسال رسائل لمجموعة من الأصدقاء ولكن تم إغلاقها 2000، لأنها لم تأتي بأرباح لمالكها.³

وعليه تعتبر هذه المرحلة تأسيسية للشبكات الاجتماعية ورغم ظهور مجموعة من الشبكات الاجتماعية مابين سنة 1999 إلى 2001، إلا أنها لم تحقق نجاحاً لأنها لم تلقى إقبلاً من طرف الأشخاص، ذلك أنها لم تثر أية جدوى مادية.⁴

• المرحلة الثانية:

¹ تيري سامية، غراف نصر الدين، مرجع سابق.

² richard harrison and michael thomas: **identity in online communities**: social networking sites and language learning, **international of emerging technologies**, 407(2), p 112, le lien : <https://pdfs.semanticscholar.org/c40f/fd108ba9d3d9483e6f2b1e9818741d310b7a.pdf> , accessed on 22/07/2019.

³ رضوان مفلح العلي، مصطفى يوسف، نيرمين خلدون أحمد، مرجع سابق.

⁴ تيري سامية، غراف نصر الدين، مرجع سابق.

تشير هذه المرحلة إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة الوسائط المتعددة... وغيرها)؛ حيث بلغت الشبكات الاجتماعية ذروتها. فقد ظهر Friendater عام 2002، وسمي بالأصدقاء بسبب دوائر العرض من صور وملفات الأصدقاء... الخ. والعديد من المواقع التي ظهرت ابتداءً من هذه السنة نجد: MySpace¹.
(2003), Facebook(2004), Youtube(2005), Twitter(2006), Skyrock (2007).

فهذه التطبيقات على الانترنت، هي أهم خصائص ثورة الويب 2.0 Web² والذي أصبح مصطلحاً يشير إلى الخصائص التي تتيح فاعلية أكبر للمستخدمين وتفاعلية بينهم، كالتصميمات الخاضعة لاختيارات المستخدمين والتي تتيح لهم الإرسال لا مجرد الاستقبال وتكوين شبكات من الأصدقاء والمعارف والتواصل معهم.³

ولم يكن التطور التقني مجرد ابتكار منفصل عن التطورات الاجتماعية في العالم، فكما يرى "مانويل كاستلر" -عالم اجتماع أمريكي الذي يعد الأكثر شهرة الآن في ربط البحث الاجتماعي بعلوم الاعلام والاتصال -، أن انتقال المجتمعات من النمط الصناعي التقليدي إلى "مجتمع الشبكة" الذي يفقد المركز الواحد في الاجتماع والاقتصاد والسياسة، حدث بشكل متزامن مع التحول في عالم الاتصال من نمط وسائل الإعلام Media Mass (الذي فيه المعلومة من مركز أو مراكز الجموع) إلى نمط الاتصال الشخصي الجماهيري، شخصي لأن كل شخص هو مرسل ومستقبل وجماهيري لأن الرسالة تصل إلى الجمهور الذي يختار بشكل شخصي أيضاً، فاستقبال هذه الرسالة أو تلك من بين بدائل لا حصر لها، وهو ما يعني توازناً جديداً بين الفردية والجماعية.⁴

ويعتبر موقع الفيسبوك من أكثر المواقع استخداماً في العالم والذي أنشأ من طرف "مارك زكريبرغ" في جامعة "هارفارد"، هدفه كان إنشاء شبكة اجتماعية يستطيع الطلبة من خلالها التواصل مع بعضهم في جامعة هارفرد، ثم عُمم بعدها لجميع طلبة الجامعات والموظفين وأعضاء هيئة التدريس وبعدها أي شخص يبلغ من العمر 13 عاماً فأكثر.⁵

¹ محي الدين إسماعيل، إبراهيم أحمد، مرجع سابق.

² الجيل الثاني للويب أو الويب 2 ، مرجع سابق ، ص 87.

³ رضوان مفلح العلي، مصطفى يوسف، نيرمين خلدون أحمد، مرجع سابق ، ص 203.

⁴ رضوان مفلح العلي، مصطفى يوسف، نيرمين خلدون أحمد، مرجع سابق ، ص 204.

⁵ حسني عوض، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب، تاريخ الإتاحة:

https://www.academia.edu/17286376/Dr_housni_Awad الرابط: 2019/07/22

أما عن اليوتيوب فقد تأسس في مدينة "MENLO PARK" في ولاية كاليفورنيا وبتيح الموقع مشاهدة وتحميل مقاطع الفيديو ويعتبر من أكثر أدوات التعليم الإلكتروني شيوعاً، وهو حائز على التصنيف الثاني عالمياً في مركز تقنيات التعلم البريطاني 2011.

كما قدم وبقة إلى عالم الشبكات الاجتماعية "قوقل بلس"، الذي استطاع خلال أقل من شهرين منذ تدشينه من الوصول إلى أكثر من 50 مليون مشترك رغم أنه تم فتحه جزئياً بالدعوات للمشاركين وليس للجميع.¹

أما عربياً، فقد ظهرت مؤخراً مجموعة من المواقع، غير أنها لا ترقى لمنافسة التطبيقات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية الكبرى ومن أمثلة تلك المواقع نجد ياهو مكتوب، وموقع "arabiz" 2009، وهي شبكات تجمع المستخدمين وتقدم لهم العديد من الخدمات مثل البحث عن الأصحاب وتكوين صداقات ورفع ملفات غير أن موقع "arabiz" كان مخصصاً للعرب في ألمانيا فقط، ثم انتشرت بسرعة في الدول العربية.²

وبالعودة للوراء نجد خدمة الانترنت دخلت العالم العربي في مرحلة متأخرة عن كثير من دول العالم الأخرى وبشكل خاص الدول العربية. وقد كانت الكويت من أوائل الدول التي أدخلت الانترنت وذلك عام 1992 تلتها مصر والأمارات العربية المتحدة عام 1993 فالجزائر والمغرب عام 1994، أما المملكة العربية السعودية فلم تدخلها إلا عام 1998، هذا العام والذي سبقه شهدا نمواً متزايداً في أعداد مستخدمي الانترنت في العالم العربي؛ حيث ارتفع عدد المستخدمين من 150 ألف مستخدم بداية عام 1997 إلى أكثر من 356 ألف مستخدم في نهاية هذا العام، أي بنمو قدره 23.7 %، وفي نهاية عام 1998 تجاوز عدد مستخدمي الانترنت في الدول العربية 700 ألف مستخدم أي بزيادة قدرها 19.7 % عن العام السابق.

2. مكونات الشبكات الاجتماعية:

الشبكات الاجتماعية وأدواتها للتواصل الاجتماعي تتكون عموماً من عدة تطبيقات أو مواقع، أهمها:³

¹ محي الدين إسماعيل، إبراهيم أحمد، مرجع سابق، ص 231.

² حسين محمود الهتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015، ص82.

³ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص26.

- مواقع التواصل الإلكترونية: وهي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص والتواصل مع أصدقائهم ومعارفهم، مثل "ماي سبيس" و"فايسبوك".
- المدونات الإلكترونية "Blogs": وهي مواقع إلكترونية تمثل مفكرات شخصية أو صحف شخصية تسرد من خلالها الأفكار الشخصية للأفراد أو الجماعات وهي مفتوحة أمام الجميع.
- الويكي "WIKIS": وهي الصفحات التي ينشئها العامة عبر موقع موسوعة مفتوحة مخزنة على جهاز خادم عام (سيرفر تجاري متوفر للجميع مجاناً) أشهرها موقع "ويكيبيديا"، وهي تسمح للأشخاص العاديين بإضافة أو تدقيق أو تعديل صفحات عن معلومة أو تعريف معين على هذه الموسوعة الإلكترونية ذات المصدر المفتوح.
- البودكاست "Podcasts": أو مواقع البث الإلكترونية، هي المواقع التي توفر خدمة تحميل أو تنزيل الأغاني والأفلام للمشتركين في هذا الموقع أو برنامج التنزيل، مثل موقع "آبل آي تيونز".
- المنتديات الإلكترونية "Forums": وهي مواقع توفر مناطق أو فسات إلكترونية للتعبير عن الرأي وكتابة المواضيع العامة، وهي عادة ما تدور حول موضوع معين، أي لكل منتدى تخصص معين، مثل منتدى للموسيقى وهي من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً، لأنها سهلة الاشتراك ولا تحتاج لتقنية كبيرة لإضفاء موضوع كما في المدونات مثلاً.
- محتوى المجتمعات "Content Communitites": هي المجتمعات التي تنظم وتبادل أنواع معينة من المحتوى والأكثر شعبية منها هو محتوى المجتمعات التي تميل إلى تشكيل روابط حول صورة (Flicker) أو حول رابط كتاب (del.icio.us) أو فيلم فيديو (يوتيوب).
- المايكرو بلوجز "Microblogging": هي مواقع تجمع بين ميزات مواقع الشبكات الاجتماعية من حيث إنشاء صفحة بمعلوماتك الخاصة وبين ميزات المدونات الإلكترونية من حيث سهولة نشر أخبارك الخاصة وتوفير قناة إعلامية خاصة بك وهذه التحديثات "Updates" تتم إما عبر الإنترنت أو عبر الهاتف المحمول وموقع "تويتر" هو خير مثال عليها.

3. خصائص الشبكات الاجتماعية:

تتشارك الشبكات الاجتماعية في جملة من الخصائص هي:

1. التفاعلية التشاركية: يتسم التواصل عبر الشبكات الاجتماعية بالتفاعلية، إذ يقوم كل شخص بإثراء صفحته الشخصية، وهو ما يحدد خاصية التعريف بالذات؛ بحيث يعتبر إنشاء صفحة المعلومات الشخصية أول ما يقوم به المستخدم، بحيث يعرف عن نفسه من خلال النص،

- الصور، الموسيقى، الفيديوهات... الخ وفي مختلف المواضيع التي يرغب بتقديمها إلى الآخرين.¹ كما تتيح الشبكات الاجتماعية لكل عضو تبادل التعليقات والمنشورات والمناقشة وتبادل الآراء² مع الآخرين معلوماته الشخصية كرغباته وهواياته في الرياضة والفن وكذلك المعلومات المتعلقة بثقافته وتقاليدته أو المتعلقة بموطنه.³
2. التلقائية: يتسم بأنه غير رسمي أو متوقع؛ بحيث يتم الاتصال دون قيود أو لوائح تنظيمية.
3. قلة التكلفة: فعند النظر إلى صفحة الفيسبوك نجد أنه مكتوب فيه مجاني ويبقى مجاني.⁴
4. سهولة الاستخدام: من حيث التوجيه أو اللغة المعتمدة في الصفحة.
5. الحضور الدائم وغير المادي: بحيث لا يتطلب الاتصال الحضور الدائم إذ يمكن ترك رسالة نصية أو معلومات متنوعة في أي وقت وبشكل غير متزامن، كما يمكنه تأجيل الإرسال.⁵
6. الانفتاح: مواقع الشبكات الاجتماعية تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو الإنشاء والتعديل على الصفحات؛ حيث إنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات.⁶
7. دعم التجمعات: توفر إمكانية إنشاء مجموعات تشترك في الاختصاص أو الانتماء الديني أو الاجتماعي⁷ فتسمح للمجتمعات المحلية بتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل الفعال.⁸
8. وضوح الهوية: وهذا يتطلب أن يفصح عن معلوماته الشخصية بصراحة ودون تحايل أو كذب كي لا يتناقض مع الغاية التي من أجلها اشترك بهذه المواقع.⁹
9. المرونة: إمكانية فتح إحدى المواقع من جهاز آخر كالهاتف الذكي دون شرط وجود الحاسوب.
10. الترابط: ذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضاً، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك¹.

¹ مرسي مشري، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، ع395، 2012، ص157.

² تيري سامية، غراف نصر الدين، مرجع سابق، ص94.

³ مصعب حسام الدين قتلوني، مرجع سابق، ص98.

⁴ حسين محمود الهتمي، مرجع سابق، ص85.

⁵ رضوان مفلح العلي، مصطفى يوسف، نيرمين خلدون أحمد، مرجع سابق، ص211.

⁶ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص26.

⁷ مصعب حسام الدين قتلوني، مرجع سابق، ص98.

⁸ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص27.

⁹ مصعب حسام الدين قتلوني، مرجع سابق، ص98.

11. عالم افتراضي للتواصل: ويمكن تلخيص هذه السمة بأنه لم يعد مشروطاً السفر لرؤية الأصدقاء أو سماع أصواتهم أو للبيع والشراء أو الدراسة، فهي تزامم الجلسات الاجتماعية.²
12. إذابة الفواصل الطبقية: فرصة للاتصال بالدعاة والعلماء بصورة مباشرة³، ومتابعة قضايا الفساد في هذه الدولة أو تلك، وأتاحت هذه المواقع حرية التعبير للأفراد الذين أصبحوا يعبرون عن آرائهم في مختلف القضايا بعد أن كان ذلك يعدّ من الخيال في الدول العربية أو غير الديمقراطية. وبالمقابل السياسيون الذين رأوا فيها ساحات لا يمكن إغفالها أو تهملها.⁴
- لقد أضافت هذه المميزات للعملية الاتصالية التواصلية بصمة جديدة ورفيعة سهلت على مستخدميها التعامل مع الواقع الافتراضي خدمة للواقع الحقيقي في شتى ميادين الحياة.

4. سيناريو عمل الشبكات الاجتماعية:

- ولا يتطلب الانضمام لهذه الشبكات جهداً يذكر، إذ يكفي من يريد استخدامها التسجيل في إحداها أو قبول دعوة أحد مستخدميها ثم اختيار المجموعة التي يرغب في التواصل معها، ليدخل بذلك عالماً لا يخلو من الإثارة في بعض الأحيان.
- ولئن كانت هذه الشبكات مفتوحة في الغالب أمام الجميع، فإننا كثيراً ما نجد مجموعات تعتمد عزل نفسها حسب الجنسية أو العمر أو المستوى التعليمي...إلخ.
- حتى لو يكن ذلك هو قصد المصمم أصلاً.⁵
- تقوم بالتسجيل في شبكة اجتماعية.
 - تقوم بدعوة زملائك بأكثر من طريقة.
 - إدخال بريدهم الإلكتروني وإرسال دعوات لهم بشكل يدوي.
- أو

- إدخال رقمك السري واسم المستخدم الخاص ببريدك الإلكتروني ليقوم نظام الشبكة الاجتماعية بالتعرف على قائمة الاتصال لديك ومعرفة الأشخاص المسجلين في الشبكة

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص 27.

² حسين محمود الهتمي، مرجع سابق، ص 87.

³ تبيري سامية، غراف نصر الدين، مرجع سابق، ص 95.

⁴ مصعب حسام الدين قتلوني، مرجع سابق، ص 98.

⁵ المرجع السابق، ص 208.

الاجتماعية من هم في قائمة الاتصال لديك فيرشدك لمفاتهم الشخصية ومن منهم لهم سجل فيتيح إرسال دعوة لهم..

أو

- تبحث في محرك البحث الخاص بالشبكة الاجتماعية عن زملائك عن طريق إدخال أسمائهم في محرك البحث أو تقوم بتصفح الشبكات (شبكة مدرستك أو جامعتك أو مدينتك) لترى المنتمين لها وعن طريقها تصل لزملائك أو أصدقائك.
- صديق جديد يضاف لقائمة الأصدقاء لديك.
- من خلال الإطلاع على قائمة أصدقائهن تجد أنك تعرف صديق آخر، فتقوم بإضافته.
- صديقك يجده في قائمة صديق آخر له ويضيفك لقائمة أصدقائه.
- تشارك في مجموعة اهتمام، تتعرف على صديق جديد تشترك معه في اهتمامات تضيفه لقائمة أصدقائك.¹

5. أبرز الشبكات الاجتماعية:

1.5 - "تويتر" « Twitter » :

1.1.5 - نشأة "تويتر" « Twitter » :

عبارة عن موقع شبكات اجتماعية مصغر يسمح لمستخدميه بإرسال وقراءة تعليقات لا تتجاوز 140 حرف (ورمز)²، يجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة.³ وقد أخذ تويتر اسمه من مصطلح (تويت)(Tweets) الذي يعني(التغريد)، واتخذ من العصفورة رمزاً له، وهو خدمة مصغرة تسمح بالإجابة على سؤال بسيط وهو (ماذا يحدث؟)⁴ وقد تم إنشاء الموقع عام 2007 وتخطى عدد مستخدميه بعد خمس سنوات حاجز (225) مليون مشترك منهم (100 مليون) سجلوا في عام 2011، متخصص بمشاركة الفيديو وهو يسمح للمستخدمين بتحميل ومشاركة مقاطع

¹ رضوان مفلح العلي، مصطفى يوسف، نيرمين خلدون أحمد، مرجع سابق، ص 208.

² محي الدين إسماعيل، إبراهيم أحمد، مرجع سابق، ص 232.

³ فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، ط 1، دار الجنادرية للنشر والتوزيع، 2015، ص 102،

نسخة إلكترونية، متاح على الرابط:

<https://books.google.dz/books?id=lrGsDQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=fr#v=onepage>

⁴ <https://books.google.dz/books?id=lrGsDQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=fr#v=onepage>، يوم: 2019/07/27، ساعة: 16:20 سا.

⁴ مصعب حسام الدين قتلوني، مرجع سابق، ص 105.

الفيديو، كما يسمح بإنشاء وعرض الفيديوهات والأفلام القصيرة وهناك أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها وهو يستخدم تقنية "أدوب فلاش" Adobe Flash " لعرض أشرطة الفيديو التعليمية والموسيقى وغيرها.¹ وتزيد تحديثاتهم عن (1650) تغريدة في الثانية ويبلغ عدد الموظفين بمبنى الإدارة في "سان فرانسيسكو" (San Francisco) أكثر من (600) موظف وفي منتصف العام 2011 أتاحت تويتر إمكانية مشاركة الصور مباشرة من خلال خدماتها بدلاً من الاعتماد على خدمات خارجية.²

انتشر "تويتر" في السنوات الأخيرة ولعب دوراً كبيراً في الأحداث السياسية في العديد من البلدان وخاصة في منطقة الشرق الأوسط، وتم استخدام تويتر بكثافة في العديد من الأحداث، كالانتخابات الرئاسية الأمريكية في العام 2008، والانتخابات الرئاسية الإيرانية في العام 2009، وهجمات مومباي (Mombay) التي وقعت في الهند عام 2008 والحرب الإسرائيلية على قطاع غزة أواخر العام 2008؛ حيث أنشأت القنصلية الإسرائيلية حساباً لها على تويتر لنشر روايتها، فيما نشطت مجموعات من المدونين خاصة «الجزيرة توك» و«غزة توك» للرد على الدعاية الإسرائيلية وإبراز وجهة نظر الضحية.³

وتصدرت هذه الشبكات في الآونة الأخيرة ثلاثة مواقع رئيسية، لعبت دوراً مهماً جداً في أحداث ما يسمى بثورات (الربيع العربي)، وهي: (فيس-تويتر-يوتيوب).⁴ ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات (التويتات)، من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة هذه إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة (RSS) عبر الرسائل النصية (SMS).⁵

تويتر تم إنشاؤه في مارس 2006، بواسطة الأمريكي "جاك دورسي"، عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام وأخذ بالانتشار باعتباره خدمة حديثة

¹ تبري سامية، غراف نصر الدين، مرجع سابق ، ص116.

² مصعب حسام الدين قتلوني، مرجع سابق ، ص105

³ المرجع نفسه ، ص105.

⁴ علاء الدين محمد عفيفي المليجي، مرجع سابق ، ص171.

⁵ المرجع السابق، ص172.

في مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم واستحدثت لها اسماً خاصاً يطلق عليه (تويتر) وذلك في أبريل عام 2007¹، ووفقاً لموقع ويكيبيديا فإن عدد مستخدمي تويتر بلغ في شهر مارس 2006 حوالي 200 مليون تغريدة ويصفه البعض بأنه موقع رسائل الانترنت النصية القصيرة SMS of the Internet. وضمن 200 مليون مستخدم لتويتر فإن 30-40 مليون فقط يعتبروا مستخدمين نشطاء. بمعنى آخر فإن معظم المعلومات المتداولة على تويتر يتم نشرها بواسطة أقلية من المستخدمين في حين أن الأغلبية الباقية هم مجرد مستهلكين لتلك المعلومات فقط.²

2.1.5- كيف يعمل " تويتر ":

يورد موقع (أكبر مجمع للأخبار التقنية) في مقال له عن كيفية عمل (موقع تويتر) بالقول إنه: "يمكن للمستخدمين الاشتراك في موقع تويتر بشكل مباشر عن طريق التسجيل من خلال الصفحة الرئيسية للموقع، وبذلك يتكون لديهم ملف شخصي باسم الحساب ؛ حيث تظهر آخر التحديثات بترتيب زمني، تدور التحديثات حول السؤال "ماذا تفعل الآن؟ (What are you doing) والتي لا تتجاوز الـ(140) حرفاً وبعد أن يقوم المستخدم بتحديث حالته ترسل تلك التحديثات إلى الأصدقاء".³

ومن الأمور اللافتة للنظر أن اللغة الإنجليزية التي كانت الوحيدة المستخدمة في خدمة "تويتر" قد تطورت؛ حيث أنه في عام 2008 ظهر الموقع باللغة اليابانية وتزايدت بشكل ملفت أعداد المستخدمين من المواطنين اليابانيين، بحيث تفوق تويتر الياباني على تويتر الإنجليزي واستطاع اليابانيون تطوير نسختهم، ذلك من خلال إضافة الإعلانات إليها وهذا ما لم يكن متوفراً باللغة الانجليزية ومن ثم تعددت لغات " تويتر " حتى وصلت في نهاية عام 2010 إلى سبع لغات هي: (الانجليزية، الفرنسية، الألمانية، الإيطالية، اليابانية، الإسبانية والكورية).⁴ يقول الكاتب "إبراهيم محمد": لا يوجد قيود على عدد من تتابع أو من يتابعوك أو عدد الرسائل التي ترسلها، لكن القيد الوحيد هو عدد الحروف التي تكتبها في الرسالة الواحدة، وهي 140 حرفاً كما أشرنا سابقاً، قد

¹ فيصل محمد عبد الغفار، مرجع سابق ص 103.

² محي الدين إسماعيل، إبراهيم أحمد، مرجع سابق، ص 232.

³ فيصل محمد عبد الغفار، مرجع سابق ص 103.

⁴ علاء الدين محمد عفيفي المليجي، مرجع سابق، ص 172-173.

تضمنونها عيباً كبيراً في تويتر لكن عندما تتفاعلون معه ستكتشفون أنها ميزة رائعة، لأنها تجبر المتحدث على أن يكون كلامه مركز مباشر وذو معنى.¹

3.1.5- مميزات "تويتر":

للتدوين عبر موقع "تويتر" مميزات مفيدة وعديدة، أهمها:

- سهل وسريع: فبمجرد إدخالك لبريدك الإلكتروني وتسجيل اسمك واسم الاستخدام وكلمة السر الخاصة بك، تصبح مشتركاً بالموقع وتستطيع عندئذ أن تبدأ بتدوين وإرسال الرسائل القصيرة.
- محمول ومتحرك: من المواقع التي تدعم وتتيح أدوات للتدوين أو إرسال الرسائل القصيرة عبر الهواتف المحمولة ومن أي مكان في العالم.
- مجاني: لإرسال التدوينات القصيرة عبر "تويتر" هو مجاني، بعكس الرسائل القصيرة العادية عبر الهاتف المحمول، وهي خاصية مكنت الملايين من تدوين وإرسال الرسائل الفورية.
- أداة فعالة للتواصل مع العالم: فكون التدوين الخاص بـ"تويتر" يمكن إرساله من الحاسوب المحمول أو الهاتف المحمول وبسهولة، مما يتيح التواصل مع مجموعة كبيرة من الأصدقاء والمعارف أو التابعين لك على الموقع وفي لحظات.
- مناسب للتواصل الشخصي: "تويتر" يتيح لك أن تدون ما تفعله الآن، فهو يعطي طابعاً شخصياً للرسالة القصيرة التي تريد إخبارها للمهتمين بك.
- أداة فعالة لتعريف الناس بك وباهتماماتك: فالتدوين القصير والفوري عبر "تويتر" يسمح لك بنشر ما تفعله أو إرسال الرسائل السريعة والفورية عن موضوع تهتم به إلى جميع.
- الفورية: فالتدوين الفوري هو من الخصائص المميزة لموقع "تويتر"، فمن أي مكان تستطيع أن تراقب الحدث وتبدي رأيك فيه فوراً، وترسل تعليقك إلى الملايين في العالم.
- أداة تسويق فعالة: يستخدم من قبل الشركات والمعلنين للترويج عن منتجاتهم فبرسالة قصيرة ومجانية تستطيع أن تعلن عن منتجك وشعارك للعالم أجمع مجاناً.
- شعار مميز « Unique Badge »: إمكانية تحميل صور خاصة لشعار يميزك عن الآخرين عند التدوين ويسمح بأن يكون هذا الشعار صورة عادية أو بلغة برمجة مثل HTML.
- ميزة التتبع « Following »: أي تتبع مدون معين على الموقع لكي تصل لك تدويناته أولاً بأول، كذلك يمكن للغير أن يتبعوك بمجرد الضغط على زر التتبع Follow.

¹ فيصل محمد عبد الغفار، مرجع سابق، ص 105.

- هناك مواقع وأدوات تسهل من عملية التدوين على "تويتر": مثل موقع « LoudTwitter.com » والذي يجمع تدويناتك عبر تويتر ويعرضها بنص واحد على مدونتك أو موقع « Twitterfeed.com » الذي يفعل عكس الموقع السابق أو موقع Twitterscan.com الذي يوفر خاصية البحث في كل التدوينات المرسله عبر "تويتر" و « Twitthis.com » الذي يضيف كبسة تويتر لموقعك.

4.1.5- فوائد "تويتر":

يوفر "تويتر" لمستخدميه إمكانيات عديدة منها: معرفة ما يقوم به أصدقائهم دائماً وفي أي وقت، كما أنه أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الأصدقاء وتلقي الإجابات الفورية، بالإضافة إلى أنه يتيح للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامة جداً والسريعة والمحيطه به كالأستغاثة أو الإخبار عن حادث مهم جداً. وفي الوقت ذاته يتيح تويتر للمستخدمين متابعة كل أحداث العالم الهامة فور وقوعها ويستطيع المستخدم أيضاً معرفة ما يفعله أصدقاؤه ومعارفه الذين يهتمهم أمرهم ومتابعة أخبارهم وشؤونهم. ويقدم موقع تويتر تعريفاً مقتضباً له، بأنه: "خدمة تساعد الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل على التواصل وإدامة الاتصال بعضاً ببعض، عبر تبادل أجوبة سريعة ومعتادة لسؤال واحد بسيط، هو: ماذا تفعل الآن؟".¹

5.1.5- نصائح خبراء التدوين لدعم جاذبية التدوين عبر "تويتر":

من أجل كتابة تدوينات ممتعة وجذابة على "تويتر"، لزيادة عدد المتابعين ينصح العديد من خبراء التدوين على "تويتر" بما يلي:²

- محتوى الرسالة أو التدوينة التي تريد إيصالها، لا بد أن تكون معبرة وممتعة وجذابة للاهتمام.
- اجعل الرسالة تتحدث عن موقعك الشخصي لكي تزيد الإقبال عليه والعكس أضف وصلة على موقعك توصل إلى تدوينتك على "تويتر".
- ركز على كلمات جذابة ضمن جملتك، كلمات تتحدث عن موضوع كل الناس تفكر فيه وتكون مهتمة به، لكي تجعل الناس يتبعونك أرسل الرسائل الخاصة بموضوع معين إلى أناس يكتبون عن الموضوع نفسه في رسائلهم وبالتالي فإنهم سيتبعونك لكي يبقوا متابعين لتدويناتك.

¹ علاء الدين محمد عفيفي المليجي، مرجع سابق، ص 175.

² خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص 41.

- أضيف الرابط الإلكتروني الخاص بمدونتك أو موقع شركتك أو موقع حزبك..إلخ، إلى كل تدوينة إذا استطعت وهناك مواقع تعمل على تصغير حجم العنوان URL إلى اختصار خاص بـ"تويتر"، تستطيع وضعه عندما ترسل التدوينات، مثل « twitroo Rareedge.com/ » وغيره.

2.5- المدونات:

1.2.5- نشأة المدونات:

من أكثر الشبكات الاجتماعية انتشاراً في العالم، بل هي الأصل الذي ترفعت منه وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى عبر الأنترنت وترجع المحاولات الأولى للتدوين (Blogging) إلى المجتمعات الرقمية التي كانت منتشرة على مواقع البريد الإلكتروني أو محركات البحث عام 1990، تعتبر التعليقات على الأخبار المنشورة إلكترونياً من أولى محاولات التدوين كذلك ومن ثم تطورت المدونات عبر ظهور صفحات إلكترونية بمثابة مذكرات شخصية وهي أولى محاولات التدوين المسجلة وذلك في عام 1994 بعد ظهور أول مدونة كيومييات على الأنترنت كانت تكتبها الصحفية "جوستين هول"، ومن كان يكتب بهذه الطريقة أطلق عليهم كتاب اليوميات.

وقد أطلق "جون بارجر" مصطلح سجل الويب (weblog) على تلك التعليقات المنشورة على الأخبار عام 1997، وتطور المصطلح بعد ذلك بوقت قصير، استخدم "يفان ويليامز" في مختبرات "بيرا" مصطلح المدونة (blog) وهو اسم وفعل على حد سواء وابتكر أيضاً مصطلح "مدون" وهو الشخص الذي يكتب في المدونة، مما أدى إلى شيوع المصطلح.¹

فهي وسيلة من وسائل الاتصال على شبكة الأنترنت وشكل من أشكال صحافة الشبكات، ينشئها أفراد أو جماعات لتبادل الأفكار والآراء حول الأخبار أو الموضوعات ذات الاهتمام وتتيح للمستخدمين إمكانية نشر أي مادة وتبادل الرأي والتعليقات حولها دون أي قيود ومع تطورها وتزايد أهميتها أصبحت مصدراً للأخبار ووسيلة لتحقيق العديد من الوظائف وإشباع الحاجيات، ونظراً لأهميتها فقد حاولت وسائل الإعلام التقليدية الاستفادة منها وتوظيفها على مواقعها خاصة بعد أن استخدمت التسجيلات الصوتية والفيديو في النشر والإذاعة إلى جانب النصوص والصور الفوتوغرافية، وتجمع الكتابات التاريخية لنشأة المدونات على أن انتشارها الواسع جاء بعد أحداث 11 سبتمبر 2001، وزاد انتشارها أكثر بعد غزو العراق في مارس 2003 وما يسمى "الحرب على الإرهاب" واستمر انتشارها عاماً بعد آخر حتى غدت من الوسائل الرئيسة على شبكة الأنترنت حيث تشير الإحصائيات إلى أن عدد

¹ المرجع السابق، ص 29.

المدونات حتى العام 2007 بلغ نحو 106 مليون) مدونة على مستوى العالم، بينما يشير محرك البحث الخاص بالمدونات تيكنوراتي (Technorati) والذي يعني بأرشفتها وتبويبها على الانترنت، إلى أن متوسط عدد الرسائل الإخبارية التي نشرتها المدونات خلال عشرة أيام فقط في الفترة الممتدة من 11 أبريل إلى غاية 10 ماي لعام 2008، يزيد عن (50 ألف) رسالة يومية.¹

وقد انتشرت مع مواقع توفر خدمات ذات سعة حفظ كبيرة مجاناً لإنشاء مدونتك الخاصة مثل Wordpress.com, BlogPost.com, Bloggers.com وغيرها، ومع توفير الأدوات مجاناً لإنشاء وتعديل الأخبار على صفحات شخصية تعبر عن رأي أصحابها، وقد زاد الاهتمام العام بها عندما بدأ صحفيون وناشطون التدوين والتعبير عن آرائهم الخاصة والتعليق على ما يجري من أحداث في العالم عبرها وبحرية تامة، وقد انضم رجال الأعمال وأشخاص مهمون للتدوين منذ العام 2005 وقد أصبح لحكومات الغربية كأمريكا وإسرائيل مدونات خاصة للحكومة وصارت تنشر التصريحات والأخبار عبرها أولاً بأول وحتى قبل صدورها في الصحف الرسمية أحياناً.²

وقد بدأ التدوين في الوطن العربي في 2004 من خلال بعض مستخدمي الانترنت المطلعين على المواقع الأجنبية والذين استهوتهم التجربة فقرروا محاكاتها وهكذا ظهرت أولى المدونات العربية باللغة الإنجليزية في المشرق العربي أو بالفرنسية في المغرب العربي، معظم المدونين آنذاك اتخذوا من موقع Blogger التابع لـ Google محطة انطلاق لهم، إذ كان أشهر موقع يوفر هذه الخدمة وأكثرها احترافية. فلم يطل الوقت بالمواقع العربية قبل أن تستحدث هي الأخرى خدمات التدوين، وتوفير المساحات للمستخدمين، فاتحة بذلك باباً واسعاً لعدد كبير من مستخدمي الانترنت العربية ومعلنة عام 2005 عاماً عربياً للتدوين؛ حيث فتحت مواقع "مكتوب وجيران" وأكتب مجالاً لخدمة التدوين وتبعتها العديد من المواقع العربية والمحلية التي أصبحت تستضيف عدداً لا يحصى من المدونات وتعتمد مواقع الاستضافة العربية على خصائص وأوامر في برمجتها ساعدت في تكوين مجتمعات تدوينية مصغرة، تحمل طابع البلد الذي ينتمي إليه أصحابها؛ حيث يقال: إن أول مدونة عربية أنشأتها فتاة مصرية تحت لقب "بنت مصر" عام 2005 تعبر فيها عن رأيها السياسي.

واليوم صارت المدونات مصدراً رئيسياً للمعلومات، بل هناك بعض المدونات الإخبارية تضاهي وتنافس مواقع الصحف الأمريكية وقد امتد تأثير المدونات ليشمل جميع نواحي الحياة الاقتصادية

¹ مصعب حسام الدين قتلوني، مرجع سابق، ص 106

² خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص 29-30.

والاجتماعية والسياسية وتعدى دورها الإخباري فقط، وقد انضمت الحكومات العربية مؤخراً لتأسيس مدوناتها الحكومية الخاصة لتشجيع وتطوير الأداء، خاصة بعد دور المدونات الظاهر في إشعال فتيل الربيع العربي، وكما يبدو أن المستقبل سيكشف عن زيادة التدوين والمدونين في الوطن العربي، بل وفي العالم أجمع، خاصة مع تزايد إقبال السياسيين والمشاهير على تدوين آرائهم.¹

2.2.5- مميزات المدونات الإلكترونية:

للمدونات الإلكترونية مميزات تقنية عديدة، تسهل نشر المعلومة وإيصالها، أهمها²:

- سهولة إنشائها: فالعديد من المواقع الإلكترونية توفر الدعم التقني لإنشاء مدونتك، مثل مساحة لتخزين الصور والمحتوى، أداة لإدارة المدونة «Content Managment Tools» بل وتوفير نماذج جاهزة لتصميم موقعك «Easy Templates» فممكن أن تختار التصميم الذي يناسبك، كجريدة أو عائلية أو غيره، كل ذلك مجاناً فقط مقابل تسجيل دخولك عبر إدراج عنوان البريد الإلكتروني الخاص بك مع كلمة السر.
- سهولة تحديثها وصيانتها: فأنت عندما تشترك وتنشأ مدونتك، سوف لن تحتاج إلى برامج أو خبرة كبيرة في إدارة الموقع، بل التحديث يحدث عادة عن طريق معالج يشبه برنامج الورد «Word Processor» وإضافة الصور وتحميلها تشبه طريقة التحميل والإضافة العادية على الورد أيضاً أو عبر البرامج الأخرى وعادة يوفر لك الموقع دليل بجميع اللغات ومنها العربية عن كيفية إنشاء موقعك خطوة بخطوة، ولوحة التحكم بإدارة الموقع عادة ما تكون بجميع اللغات ومنها العربية أيضاً وحتى الدعم التقني لصيانة الموقع والمحافظة عليه من الهجمات يوفر من قبل إدارة المنتدى أو الموقع الإلكتروني مالك الخادم الرئيسي، مما يسهل من عملية تحديث البيانات على المدونة.
- المدونات صديقة لمحركات البحث «Search Engine Friendly»: حيث إن كل عملية تحديث على المدونة تترافق مع عنوان URL مختلف، أي أنه سيكون لكل من هذه التعديلات صفحتها الخاصة على شبكة الإنترنت ومنفصلة.
- سهولة التواصل مع قاعدة المعجبين: توفر معظم مواقع المدونات إضافات للتواصل الاجتماعي «Social Add-ons»، مثل أيقونات "الفيسبوك" و"تويتر"، كذلك توفر خدمة RSS.

¹ المرجع السابق، ص 30.

² المرجع نفسه، ص 31.

- مجانيته: إنشاء وتحديث المدونة لا يكلف شيئاً، مقابل نشر رأيك أو الترويج لمنتجك أو لحزبك السياسي، وهو ما كان ليكلفك الآلاف لو رغبت في نشره عبر وسائل الإعلام التقليدية.
- مساحة غير محدودة للتخزين: تتيح مساحة غير محدودة مجاناً لتخزين المعلومات أو صور أو أفلام أو غيرها، وهو ما كان ليكلفك مئات الدولارات لدى المواقع الإلكترونية العادية.

3.5- "يوتيوب" « YouTube »:

1.3.5- نشأة "يوتيوب" « YouTube »:

يرى الباحث "علاء الدين محمد عفيفي"، أن "يوتيوب" هو: «موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (غوغل)، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو وهناك أعداد كبيرة للمشاركين فيه ويزوره الملايين يومياً وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو التي لم تتمكن شبكات مراسليها من الحصول عليها، كما يستفيد مرتادي الفيسبوك من مقاطع الفيديو التي تتعلق بالانقراضات الجماهيرية في كل البلدان العربية والشرق الأوسط وعرضها على صفحات الفيسبوك».¹

فيعد "يوتيوب" أكبر موقع على شبكة الانترنت يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني²، وتحدث "ريبيكا رول" (Rebecca Rowell) في كتابها "YouTube: The Company and Its Founders" عن ظاهرة "يوتيوب" والعقول اللامعة وراء تلك الظاهرة وكيف بدأ اليوتيوب من فكرة بسيطة إلى أن أصبح شركة كبرى ومن أهم شبكات التواصل الاجتماعي:³

تأسس اليوتيوب من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة (باي بال "PayPal") عام 2005 في ولاية "كاليفورنيا" بالولايات المتحدة الأمريكية ويعتمد "يوتيوب" في عرض المقاطع المتحركة على تقنية (أدوب فلاش) ويشمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى. وقامت (غوغل) عام 2006 بشراء الموقع مقابل (1,65) مليار دولار أمريكي ويعتبر "يوتيوب" من الجيل الثاني أي من مواقع الويب (2.0).

وحول تأسيس موقع "يوتيوب" فقد تأسس عن طريق (تشاد هرلي، ستيف تشن وجاود كريم)، وهم موظفون سابقون في شركة (PayPal)، قبل ذلك درس هرلي التصميم في جامعة إنديانا بولاية (بنسلفانيا)، بينما درس "تشن" و"كريم" علوم الحاسوب في جامعة (إيلينوي)، أصبح

¹ علاء الدين محمد عفيفي المليجي، مرجع سابق، ص177.

² مصعب حسام الدين قتلوني، مرجع سابق، ص107.

³ Rowell, Rebecca , Youtube : The Company and Its Founders, UK Essential Library, January 2011, p34.

النطاق (YouTube.com) نشطاً في 15 فيفري 2005 ومن ثم تم العمل على تصميم الموقع لبضع أشهر، افتتح الموقع كتجربة في ماي 2005 وافتتح رسمياً بعد ستة أشهر.¹ وتذكر موسوعة (ويكيبيديا) أن أول فيديو وضع على اليوتيوب كان من (جاود كريم)، يحمل عنوان: أنا في حديقة الحيوان (Me at The Zoo) في 23 أبريل 2005 وتستند موسوعة (ويكيبيديا) إلى موقع (Alexa) في إحصائية حول "يوتيوب" بأنه أصبح: حالياً ثالث أكثر المواقع شعبية في العالم بعد "ياهو" و"غوغل".²

من خلاله يمكن إضافة مقاطع فيديو بعد التسجيل وتقييم الفيديوهات المنشورة والتعليق عليها وإضافتها للمفضلة وإرسالها للأصدقاء وعرضها في المنتديات والمدونات والشبكات الاجتماعية، فمن أكثر الجوانب التي كان للموقع آثاره الكبيرة والواضحة فيها هو الجانب الاجتماعي والفني؛ حيث أصبح الكثيرون ممن يبحثون عن الشهرة يتوجهون إليه باعتباره الوسيلة الوحيدة تقريباً التي تتيح لأي كان الظهور. وتمنحه الفرصة للوصول إلى الملايين، كما أن اليوتيوب أصبح منفذاً ومنتفساً للكثير من المعارضين الذين يعانون من التهميش والقمع من سلطات بلدانهم، فامتأ الموقع بمشاهد تعذيب المعارضين وانتهاك حقوق الإنسان.³

ويعد الموقع أحد أهم أشكال الإعلام الجديد، وقد اختارته مجلة التايمز (Times) الأمريكية كأهم اختراع لعام 2006، وذلك لدوره في إعطاء الفرصة لزواره مجاناً لعرض وإنتاج مواد فلمية على الموقع، وفيما يتعلق بآخر الإحصائيات المنشورة في العام 2011 حول الموقع فإن (1 ترليون) هو عدد مشاهدات الفيديو عبر اليوتيوب وأكثر من (800 مليون) زائر يشاهدون أكثر من (90 مليار) مشاهدة شهرياً، وكل دقيقة يتم تحميل ما يقارب (48 ساعة) فيديو في اليوتيوب يومياً، أي ما يعادل (8 سنوات) من العرض المستمر.⁴

وهناك قواعد ملزمة للنشر يعتمد عليها موقع "يوتيوب"، فهو لا يسمح بوضع المقاطع الفلمية التي تشجع على الإرهاب والإجرام والأفلام الخليعة أو تلك التي تسيء إلى الديانات والمذاهب والشخصيات. يستخدم "يوتيوب" (51) لغة من لغات العالم وأهمها هي: (الإنجليزية، العربية، الروسية، الفرنسية،

¹ فيصل محمد عبد الغفار، مرجع سابق، ص 94.

² المرجع نفسه، ص 94.

³ مصعب حسام الدين قتلوني، مرجع سابق، ص 107.

⁴ المرجع السابق، ص 107.

البولونية، الإيطالية، البرتغالية، الإسبانية، الألمانية، الهولندية، الكورية، الصينية، اليابانية)، و"يوتيوب" مسموح به في كافة أنحاء العالم، ما عدا بعض الدول التي أقدمت على حظر استخدامه وهي: المغرب، تونس، اليمن، السعودية، الإمارات، سوريا، تركيا، إيران، باكستان، تايلاند والبرازيل.¹

ويتساءل "Patrick Vonderau" (باتريك فونديرو) في كتابه «The YouTube Reader» ما هو يوتيوب؟ ومن هم مستخدميه؟ وهل هناك صورة عن مستخدميه؟ ولماذا يستخدموه؟. ويقول الدكتور "عمار بكار": «إنّ نجاح "يوتيوب" له سبب آخر أكثر أهمية، وهو أن الجمهور صار من سرعة الإيقاع وتشتيت الانتباه وتعدد المهام، بحيث صار للفيديو القصير قيمته الأساسية مقابل المادة التلفزيونية الطويلة، التي تستغرق نصف ساعة أو أكثر على شاشة التلفزيون، البرهان على أنّ قصر الفيديو هو أهم من مسألة المحتوى الشخصي، إن الإحصاءات تثبت بلا شك أنّ الفيديو القصير الذي تتوفر فيه الإنتاج الحرفي له شعبية أكبر من الفيديو الشخصي بشكل عام».²

2.3.5- خصائص يوتيوب "YouTube" :

ويعتبر موقع "يوتيوب" من أروع ابتكارات الشبكات الاجتماعية وذلك بسبب المميزات والمزايا التي يقدمها والتي نذكر منها ما يلي:³

- عام ومجاني من خلال تحميل وتنزيل ما يشاء الطالب من الفيديوهات التعليمية.
- تحميل العديد من الأفلام المباشرة والمسجلة سواءً عبر الكاميرا الرقمية أو كاميرا الهاتف.
- سهل الاستعمال من قبل العامة ويوفر أدوات داعمة للتحميل والمشاهدة والمشاركة.
- سهولة البحث عن طريق محرك خاص بالموقع، يمكن للطالب البحث عن موضوع المادة.
- الرقابة وهو ما يمكن الأستاذ من حصر مشاهدة الموضوعات التعليمية لمجموع المشتركين الخاص أو العام وكل ذلك يظهر بمحركات البحث جوجل.
- يستخدم لترويج الأفكار وشرحها للمهتمين من العامة.
- يعتبر "يوتيوب" أداة هامة للعملية التعليمية، ذلك أنه يمزج بين الصوت والصورة والفيديو.

4.5- المنتديات « Discussion Forums » :

¹ علاء الدين محمد عفيفي المليجي، مرجع سابق، ص 179.

² فيصل محمد عبد الغفار، مرجع سابق، ص 95.

³ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص 44.

ظهرت المنتديات قبل ظهور الإعلام الجديد لكنها تعد الآن أحد أهم أشكاله المنتشرة بصورة واسعة في العالم وهي عبارة عن مساحات متاحة على الموقع الصحفي، أو أي مواقع أخرى ذات طابع خاص أو عام على شبكة الانترنت، وتسمح بعرض الأفكار والآراء أو القضايا المطروحة للمناقشة، ويعرفها المنتدى العربي الموحد، بأنها: «مكان يتجمع فيه الأعضاء لتبادل الخبرات، ومعناه في كلمة واحدة المنفعة المتبادلة، وليست معناه أبداً أنت تسأل ونحن نجيب»، ويدير المنتديات مشرفون لضمان عدم خروج الأعضاء عن القواعد المعمول بها داخل أي منتدى.

ونظراً لأهميتها فإن كثيراً من المواقع الصحفية اعتبرتتها عنصراً أساسياً من عناصرها، كما أن من أكثر ما يميزها أنها شديدة التنوع وتتواجد بكثرة في شتى المواضيع سواء السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية أو العلمية أو الثقافية أو الطبية أو الدينية أو التربوية أو الفنية أو الترفيهية.

5.5- "ويكي" « Wiki » :

"ويكي" هو موقع على الأنترنت يسمح لزواره بتعديل محتواه وإضافة محتوى جديد دون أي قيود في الغالب، وما يميزه أنه يشجع على العمل الجماعي والتشاركي. وتعني كلمة الويكي السرعة؛ حيث استخدمت هذه الكلمة لهذا النوع من المواقع للدلالة على السرعة والسهولة في تعديل محتوياتها ويستخدم هذا الموقع لأغراض كثيرة سواء في المؤسسات أو الجامعات أو الشركات، كالاحتفاظ بملاحظات شخصية وإنشاء قاعدة بيانات معرفية، وإنشاء مواقع تقليدية وتوثيق المشاريع والاجتماعات ويمكن تشبيه صفحة الويكي بـ "اللوح الذي يستخدمه التلاميذ في الصف؛ بحيث يمكن لكل تلميذ تعديل ما هو مكتوب أو كتابة ما يريد عليه".¹

ومن أشهر التطبيقات على هذا النوع من المواقع موسوعة ويكيبيديا، التي أنشئت في العام 2001 بلغات عدة، وتحلّ الترتيب السابع على مستوى العالم حسب تصنيف (أليكسا).

6.5- "فليكر" « Flickr » :

بدأ موقع فليكر تقديم خدماته فعلياً في العام 2005، ويعد أشهر موقع إلكتروني على صعيد رفع الصور الخاصة ونشرها ومشاركتها من الآخرين ويتيح هذا الموقع للمستخدمين تحميل صورهم الخاصة على الأنترنت وعرضها للآخرين والتعليق عليها، وإضافتها للمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي، كما يسمح لمستخدميه بتنظيم صورهم كمجموعات شخصية أو مجموعات عامة تشترك في صفات معينة أو كليهما معاً ويستطيع الشخص إضافة الصورة إلى مجموعة شخصية واحدة أو أكثر

¹ مصعب حسام الدين قتلوني، مرجع سابق، ص 108.

من مجموعة أو عدم إضافتها مطلقاً، ويسمح أيضاً بتحميل ملفات فيديو لذوي الحسابات المدفوعة، لكن ميزاته الرئيسية تبقى رهن تخصصه بالصور. ونظراً لخدماته المميزة، فقد تخطى عدد المسجلين فيه وفق إحصائية نشرت في العام 2011 أكثر من (51 مليون) مستخدم بعدد زيارات تصل إلى (80 مليون) زيارة يومياً ويحوي الموقع أكثر من (6 مليار) صورة وبتزايد بواقع (مليون) صورة يومياً.¹

7.5- "لينكدإن" « LinkedIn » :

موقع على شبكة الأنترنت يصنف على أنه ضمن الشبكات الاجتماعية، ذات التخصص بالأعمال « Business Related » وتسهيل تواصل من يعملون بمجالات مختلفة عبر هذا الموقع، فهو للاتصال المحترف « Professional Networking » بين من يعملون في قطاعات مختلفة أو ضمن القطاع نفسه أو ضمن المؤسسة أو الشركة نفسها.²

وقد تم إنشاء هذا الموقع في عام 2002 من قبل "ريد هوفمان" من حجرة الجلوس في بيته وتم إطلاق هذا الموقع من قبل شركته في عام 2003 للعامة في كاليفورنيا وقد اشترك في عامه الأول 4500 شخص كونوا شبكة المعارف من المحترفين بمجال الأعمال، قد تطور الموقع وزاد من خدماته ليصبح من أوائل المواقع للتعارف المحترف، بل من أهم مواقع التوظيف على شبكة الأنترنت واليوم أصبح عدد المشتركين ببداية شهر أوت من عام 2011، أصبح يقدر بحوالي 160 مليون مشترك عبر 600 دولة حول العالم³. وتقوم فكرة الموقع أساساً على إنشاء علاقات مهنية وليست ترفيهية، كما يمكن الاستفادة منه في البحث عن فرص العمل المتاحة ويوضح المتحدث باسم "لينكد إن" في أوروبا "ريتشارد جورج" طبيعة شبكته قائلاً: « إنك إذا ما أبدت اهتماماً بتطوير هويتك و شخصيتك المهنية على شبكة الأنترنت فتأكد أنّ هؤلاء العملاء المحتملين سوف يعثرون على سيرتك الذاتية التي تحتوي على معلومات بشأن مؤهلاتك وخبراتك في مجال العمل». ويستخدم هذه الشبكة أكثر من مليوني شركة حول العالم و(11%) من مستخدميها يدخلون إلى حساباتهم عن طريق الهاتف الذكي، وقد أعلنت شبكة "لينكد إن" في بيان لها أنّ عدد أعضائها ارتفع مطلع العام 2012 إلى أكثر من (160 مليون) مشترك.⁴

¹ المرجع نفسه ، ص 109.

² خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص 47.

³ المرجع السابق ، ص 47.

⁴ مصعب حسام الدين قتلوني، مرجع سابق ، ص 110.

1.7.5- مميزات "لينكدإن" التقنية:

يعتبر موقع "لينكدإن" من أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية احترافية بالاستخدام، ذلك لكونه موجهاً إلى المحترفين في قطاعات الأعمال وهو يوفر المزايا المتعددة التالية:¹

- خلق هوية محترفة « Professional Identity » : فعند الاشتراك بهذا الموقع ستقوم بتسجيل بياناتك الشخصية والمهنية كالدراسة، سنوات الخبرة العملية، الشهادات المهنية وغيرها من الأمور التي ستبرزك كشخص محترف يمكن الاعتماد عليه في عالم الأعمال.
- توفير منصة تطبيقات خاصة « Applications Platform » : فالموقع يوفر منصة داعمة، تسمح لك بإضافة تطبيقات داعمة للأعمال ضمن صفحة ملفك الشخصي، مثل قائمة من موقع أمازون لبيع الكتب أو وصلة موصلة لمدونتك على « Wordpress.com » حتى تعرض آخر تدويناتك التي حدثت على مدونتك ولكل المشتركين عبر شبكتك.
- المجموعات « Groups » : يمكنك من إنشاء مجموعة ضمن شبكتك من المشتركين، وقد يكون الاشتراك بهذه المجموعة حصراً لأفراد من قطاع خاص أو شركة معينة أو مفتوحة للجميع.
- قوائم الوظائف « Job Listings » : حيث يمكن الموقع للمستخدمين البحث عن الشركات التي قد تكون مناسبة لهم للعمل بها، فعند كتابة اسم شركة معينة في مربع البحث، ستظهر الشركة مع معلومات عنها كإحصاءات عن عمل الشركة.
- خدمات التوظيف: فيقدم الموقع وسائل لتيسير التقدم بطلبات التوظيف عقب إيجادها عبر قوائم الوظائف على الموقع.
- الإطلاع: يمكنك الموقع من البقاء على اتصال مع شبكة زملائك الحاليين والقدامى في العمل، كذلك يبيئك على اطلاع مع ما يجري من أحداث جديدة ضمن مجالك المهني.
- التسويق: من خلال إرسال رسالة إلى مجموعتك أو إلى معارفك المهتمين من رجال الأعمال وغيرهم، مما قد يخلق فرصاً حقيقية لبيع منتجاتك أو لترويج خبرتك كمحترف أعمال.
- الترويج في محركات البحث « Indexing » : تستطيع أيضاً أن تضيف صفحة ملفك الشخصي على موقع "لينكدإن" إلى عناوين محركات البحث المشهورة كـ "جوجل" و "ياهو".

2.7.5- خصائص "لينكدإن":

- أولاً: البقاء على اتصال مع مجالك المهني والعاملين ضمن هذا القطاع.

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق ، ص 48.

- ثانياً: لكي تقوي من سيرتك المهنية وتعزز من تواجدك المهني عبر الأنترنت.
- ثالثاً: لنجد الإجابات عن تساؤلاتك المهنية من قبل خبراء على الشبكة لم يكن لك لتلتقي بهم إلا عبر هذا الابتكار.¹

8.5- الفيسبوك FACEBOOK :

1.8.5- نشأة موقع الفيسبوك:

انطلق موقع الفيسبوك كنتاج غير متوقع من موقع "فايس ماتش" "Face Mach" التابع لجامعة "هارفرد"، وهو موقع من نوع "Hotor Not" يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية، وقد قام "مارك زوكربيرغ" بابتكار "فايس ماتش" في 28 أكتوبر من عام 2003، عندما كان يرتاد جامعة هارفرد كطالب في السنة الثانية في هذه الأثناء.²

وفقاً لما نشرته جريدة "هارفرد كريمسون"، فإن موقع "فايس ماتش" استخدم صوراً مجمعة من دليل الصور المتاحة على الانترنت والخاص بنسخة من طلبة المدينة الجامعية مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض، ودعوة المستخدمين إلى اختيار الشخص الأكثر جاذبية، وكي يتمكن زوكر بيرغ من تأسيس الموقع فإنه لجأ إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة "هارفرد" وقام بنسخ صورة خاصة بالطلبة في السكن الجامعي:

"إن مبادرة جامعة هارفرد باتخاذ إجراء مضاد لذلك الفعل ربما يرجع لأسباب قانونية دون إدراك القيمة الحقيقية لذلك الانتهاك الذي ربما يحدث للعديد من الكليات الأخرى".¹

ورد ذلك على لسان "زوكر بير" في مدونته الشخصية يستطرد قائلاً: "ولكن هناك أمر واحد مؤكد، وهو أنني ارتكبت حماقة عندما أقدمت على إنشاء ذلك الموقع". على كل حال إن أي شخص آخر كان سيقوم بذلك في نهاية الأمر.

وسرعان ما توجه الموقع إلى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي، ولكن تم إغلاقه في بضعة أيام من قبل إدارة جامعة هارفرد، وقد قامت إدارة الجامعة بإتهام "زوكر بيرغ" بخرق قانون الحماية و انتهاك حقوق التأليف والنشر وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد مما يعرضه للطرد من الجامعة ولكن تم إسقاط جميع التهم الموجهة إليه في نهاية الأمر، وفي النصف الثاني من العام

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص 49.

² نيك كولدرى، ترجمة: هبة ربيع، شبكات التواصل الاجتماعي والممارسة الإعلامية، ط1، القاهرة، دار النشر 2014 ص 260.

الدراسي نفسه، قام "زوكربيرغ" بتأسيس موقع "الفايسبوك" على النطاق (Thefacebook.com) وتحديدًا في 4 يناير من عام 2004. وقد أدلى زوكر بيرغ بتصريح لجريدة "هارفرد كريمسون" قائلاً: "لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالي المأخوذ في جامعة هارفارد، أعتقد أنه من السخف أن تستغرق الجامعة عامين للقيام بمثل هذا العمل، يمكنني أن أقوم بالأمر على نحو أفضل منهم بكثير وفي غضون أسبوع واحد فقط".

كانت عضوية الموقع قاصرة في بداية الأمر على طلبة "هارفارد كوليديج" أقدم كليات جامعة هارفارد، وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام، قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة.

وبعد فترة وجيزة انظم كل من "إدواردو سافرين" (المدير التنفيذي للشركة) و"داستين موسكو" (مبرمج) و"أندرو ماكولا" (رسم غرافيك) و"كريس هيون" إلى "زوكر بيرغ" لمساعدته في تطوير الموقع. وفي شهر مارس من عام 2004، فتح الفايسبوك أبوابه أمام جامعات "ستان فورد" و"كولومبيا ويل"، وبعد ذلك اتسع الموقع وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة "بوسطن" وجامعة "آيفي ليغ"، و شيئاً فشيئاً أصبح متاحاً للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية وفي شهر يونيو من عام 2004، تم نقل مقر الفايسبوك إلى مدينة "بالو التو" في ولاية "كاليفورنيا"¹.

وقد قامت الشركة بإسقاط كلمة "The" من اسمها بعد شراء اسم النطاق "Facebook.com" عام 2005 نظير مبلغ 20000 ألف دولار كما قام الفايسبوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر من عام 2005، وهو ما أشار إليه "زوكر بيرغ" بالخطوة المنطقية التالية، فخلال هذه الفترة كانت شبكات المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة للانضمام إلى الموقع بعد ذلك أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات، ومن بينها شركة آبل المندمجة وشركة مايكروسوفت، وفي 26 سبتمبر من عام 2006، فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاماً فأكثر والذين لديهم عنوان بريد إلكتروني صحيح. وفي أكتوبر من عام 2008 أعلن القائمون على إدارة الفايسبوك عن اتخاذ مدينة "دبلين" عاصمة "أيرلندا" مقرًا دوليًا له في ديسمبر 2013 أضاف فايسبوك أيقونة تعبر عن عدم الإعجاب مستمدة من الأيقونة الشهيرة "أعجبنى" أيقونة عدم الإعجاب جاءت ضمن مجموعة

¹ عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015، ص 305.

جديدة من الأيقونات أصدرتها شركة فيسبوك للاستخدام عبر تطبيق المحادثة الفورية المتوفر لعدة منصات أو عبر الرسائل الخاصة من الموقع ذاته¹.

2.8.5- خصائص الفيسبوك :

- **التسجيل والانضمام للموقع:** التسجيل متاح مجاناً في الموقع لكل من يريد فتح حساب شخصي أو حساب لمؤسسة ويتم عبر خطوات بسيطة، تسجيل البريد الإلكتروني واسم المستخدم وكلمة السر المراد الدخول بها للموقع².
 - **الواجهة والأدوات:** يتكون الموقع من مجموعة من الشبكات المتألّفة من أعضاء، وتصنف المجموعات على أساس الأقاليم، مكان العمل، الجامعة والمدرسة أو مكان الاهتمام وبإمكان المشترك الجديد أن يختار أحد تلك التصنيفات ثم يبدأ بالتصفح و اختيار مجموعة للاشتراك فيها. داخل المجموعات هناك مساحة للتداول والتعليقات إضافة إلى وجود نتيجة الشهرة التي تدوّن فيها أهم الأخبار التي يهتم بها المشتركون في المجموعة بدأ من الأحداث القومية أو المحلية حتى أعياد الميلاد للأعضاء، كما توجد مساحة لإعلانات البيع والشراء الخاصة بهم، ولكل عضو مساحة يضيف فيها صورة الشخصية إلى جانب وجود مدونات blogs.
 - **التطبيقات:** تم إنشاء التطبيقات كاستبيانات أو مسابقات من السهولة تنفيذها وهناك ألعاب مختلفة تتبع لكبرى الشركات المعروفة، حالياً هناك عدد كبير جداً من التطبيقات بعضها منشأ من قبل شركات كما أسلفنا والبعض الآخر منشأ من قبل مستخدمين مثل لعبة الحقيقة، الأبراج...إلخ. عند استخدام معظم التطبيقات يتم التشبيه بأن تنفيذ هذا التطبيق يتطلب الدخول إلى البيانات الشخصية ولا يمكن إجراء تطبيق من دون هذه الخطوة.
- فالمشترك لديه ملف يتضمن صورة ومعلومات أخرى عنه ولديه جدار (Mure) يكتب فيه ما يشاء ولديه ألبومات وصور وملفات أخرى، وكذا قائمة من الأصدقاء المضافين فيهم يستطيعون مشاهدة الملف وكل ما يعرض وحتى قائمة الأصدقاء و الخصوصيات المتاحة عبر صاحب الصفحة نفسها المسهل لعملية التوزيع لصلاحيّة المشاهدة والتعليق عبر تقسيم الأصدقاء إلى مجموعات . إذ تعتبر أشهر التطبيقات Photos التي تمكن المستخدمين من

¹ **المرجع السابق**، ص 308.

² صالح محمد سعادة، محمد محمود الراميني، علاء علي حمدان، **مقدمة في الانترنت**، مكتبة المجتمع العربي، ط1، عمان، 2013، ص 253.

تحميل الألبومات والصور إلى الموقع وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام والتي تساعد على التفاعل بين الأعضاء ببعضهم البعض، إذ يمكن أن تشمل هذه الميزات (المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني، المدونات)¹. كما يعرف "Boyd" مواقع الشبكات الاجتماعية على أنها "توجد على شبكة الويب" - Based Service - تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية Profile عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم، الاتصال ورؤية قوائمهم أيضا للذين يتصلون بهم، تلك القوائم التي يصنعها الآخرون خلال النظام " (Boyd.2007.p2) وتتمتع هذه القوائم بأربعة خصائص تتمثل في التكرار (Replicability) إمكانية البحث (Searchability)، الشبان الخاله (Immortal-Persistent) جمهور غير مرئي (Invisible Audience) (Boyd.2007.p10)².

- **آلية التشبيك:** المشترك الجديد في "الفيس بوك" facebook يقترح suggest بإضافة أصدقاء يعرفهم وله معهم تواصل، بما يثير استغراب المستخدم في معرفة الموقع لهم وتفسير بأن للموقع عناوين، قائمة للمعارف في البريد الإلكتروني سواء كان في Gmail، Hotmail، Yahoo ويقوم بعمل اقتراح إن كانوا على أعضاء في الفيس بوك أو الاقتراح للانضمام إلى الموقع، هذه الخطوة تكون من طرف شركات البريد الإلكترونية بدون مشورة صاحب البريد مع مختلف الشبكات.
- **الخدمات:** يوفر خدمات عدة للمستخدم: خاصية الصور Photo، خاصية الفيديو Vidéo، خاصية المجموعات، الأحداث، الصفحات، الإعلان.
- **المجموعات Groups:** يمكن لكل مشترك في الموقع أن ينشأ عبر تسميتها وكتابة تعريف عن فكرة ثم إميل مدير Admin، المجموعة، إذ يتم إنشاؤها لاهتمامات مشتركة أو لأعضاء نادي معين لحملة فكر اجتماعي كان أو جيني أو سياسي أو إقليمي أو عرقي. فالمجموعات لديها نفس عناصر الصفحة الشخصية أو لوحة الحائط (Wall) فهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم ويسمح فيها الكتابة لجميع الأعضاء وألبوم الصور ومساحة للحوار (Discutions) وملفات فيديووات وذلك يتم عبر الصلاحيات التي يشرف عليها مدير المجموعة.

¹ حلمي خضر ساري، تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية، دراسة ميدانية في المجتمع القطري، مجلة الجامعة، دمشق، العدد الأول، 2008، ص 320

² شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال والمجتمع، دار العالم العربي، ط1، القاهرة، 2009، ص 199.

- **الصفحات Pages:** لها نفس ميزات واستخدامات المجموعة إلا أنها أكثر تفاعلاً للظهور في الصفحة الرئيسية (Mure) لكل المستخدمين ما يكون هذا التطبيق (Fan Clubs) معجبين المشاهير والنجوم والصفحة تكون كوسيلة للتواصل مع الشخصية المعنية.
 - **الصفحة الرئيسية Mure:** فيها كل جديد كالتعليقات، الصور وروابط الأصدقاء وتعليقاتهم.
 - **الألعاب Jeux:** بالفيديو العديد من الألعاب المختلفة مغامرات إستراتيجية مثل كرة القدم، فهناك المستخدم لا يستطيع أن يستخدمها ويجتاز مراحلها ويمكن للمستخدم دعوة الأصدقاء لممارستها.
 - **المناسبات (الأحداث المهمة) événement:** تكون بإقامة دعوة للأصدقاء أو مجموعة معينة لحدث يوضح فيه عنوان الحدث وتاريخ بدايته ونهايته وتحدد الأعضاء المدعوين له.
 - **الإعلان:** يوفر الفيسبوك بيانات دقيقة للمعلن عن الجمهور وإمكانية تحديد الجمهور الذي يرغب المعلن استهدافه (الجنس، العمر، المهنة، التوزيع الجغرافي، الاهتمام) إذ يعمل الفيسبوك على مراقبة تفاعل المستخدمين¹. كما يوفر الفيسبوك Facebook للمعلق قياس أداء الإعلان فهناك ما يعرف بـ "مدير الإعلانات"، يمنح المعلن معلومات حول مدى تفاعل جمهور إزاء الإعلان. فضلاً عن معرفة آراء الجمهور، كما يعمل الفيسبوك على احترام رغبات الجمهور بالتعرض للإعلان ويتيح له إمكانية إخفائه وذلك بالضغط على علامة (x) ثم تظهر للمستخدم قائمة باختيارات عدة لمعرفة سبب رفضه الإعلان، بعد اختيار المستخدم يطلب الفيسبوك "Facebook" اقتراحات المستخدم التي يفضلها للإعلان الذي يرغبه².
 - كذلك يمكن من إمكانية اختيار نظام الدفع مقابل النقر على الإعلان أو الدفع مقابل عدد مرات ظهور الإعلان على صفحات الفيسبوك Facebook، مع تحديد الميزانية اليومية والمبلغ الأقصى لكل نقرة. بالإضافة لاستخدام زر "أعجبني" "Like" كمحسن للحملات الإعلانية، لأنه يعمل على إظهار أسماء أصدقاؤك المعجبين بهذا الإعلان مما يحفزك أكثر للضغط عليه³.
- 3.8.5 - إيجابيات الفيسبوك:**

¹ عامر إبراهيم قنديلجي، شبكات المعلومات والاتصالات، دار الميسرة، ط2، عمان 2008، ص 313.

² الشريف حاتم بن عارف العوني، فيس بوكيات: القسم الأول، ط1، الرياض، مطابع الشبانات الدولية، 2013، ص60.

³ محمد سيد فهمي، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، 2006، ص 389.

وجد مجتمع الشباب في الفيسبوك Facebook نافذة مطلّعة على العالم و ساحة للتعبير وإبداء الرأي وفي التواصل ومشاركة الأصدقاء بتفاصيل حياتهم، كان له أقوى الأسباب لارتباط المستخدم بالانترنت مع موقع الفيسبوك Facebook.

- الناس يسعون دائما لإقامة علاقات جديدة والتواصل مع العلاقات القديمة.
- ساهم الفيسبوك كثيرا و تلقائيا في عملية النشر الإلكتروني.
- تطوّر سرعة الكتابة في لوحة المفاتيح "Clavier" والموبايل أو الهاتف المحمول.
- مشاركة في دعم الحملات والنشاطات الخيرية عبر الانضمام لمجموعة معينة.
- الفيسبوك فرصة للاتصال بالدعاة وطلبة العلم، الأدباء والإعلاميين المؤثرين في المجتمع مباشرة.
- المجانية والسهولة واللا محدودية إذ يمكن تقاسم المعلومات مع عدد كبير من المشتركين.
- غياب القانون إذ لا يحتاج لأي ترخيص حكومي لفتح حساب في الفيسبوك.
- تجاوز خطاب النخب فغياب الرقابة يعطي للفرد الحرية الكاملة.
- الفردانية: لا يعني بها التفكير في الذات، وصوت أي فرد مسموع ولديه آراء يعبر عنها.
- الخوض في مواقع الأعمال ذلك بالتواصل مع المؤسسات أو الأصدقاء في العمل وغيرهم¹.

4.8.5 - سلبيات موقع الفيسبوك:

الفيسبوك Facebook كغيره الاختراعات والتقنيات التي أثّرت في حياة البشر، فإلى جانب المجموعات والنشاطات التي ساعدت الشباب على تنفيذ أعمال مفيدة، فهناك الكثير من الآثار السلبية على مستخدميه منها:²

- إضاعة الوقت: ذلك بمجرد الدخول للموقع يجد المستخدم نفسه من صفحة لأخرى ومن ملف لآخر ولا يدرك حجم الوقت الذي يضيعه في التعليق على صور الأصدقاء من دون الاستفادة.
- الإدمان وإضعاف مهارة التواصل: هي من أهم الآثار التي قد تشكّل خطرا على مستخدمي الشبكة الاجتماعية خصوصا الشباب المراهقين.
- انتحال الشخصية: انتحال الشخصيات للمشاهير تضرب أطنابها بقوة في الشبكة العنكبوتية متخذة منها مكانا خصبا للتنشويه والابتزاز والترويج للشائعات وكسب المال وحذف الحقائق عن مسارها.

¹ الشريف حاتم بن عارف العوني، فيس بوكيات: القسم الأول، مرجع سابق، ص65.

² المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، سلسلة نحو مجتمع المعرفة، سلسلة يصدرها مركز الدراسات الإستراتيجية، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية الإصدار، 2009، ص200.

- الإعلانات الدعائية المزعجة: هي اللافتات الدعائية التي تدعو لكسب المال والأخرى تدعو لزيارة المكان إذا أصبحت تتكرر بطريقة مزعجة في المجموعات التي بها ما يزيد عن ألف عضو.
- تدهور المستوى الثقافي العام وقمع القدرة على الابتكار والتجديد.
- تفكيك العلاقات بين الأفراد في المجتمع والاختراق الأمني والتلاعب بالمواطنين.
- يؤدي إلى انحراف السلوكيات وفساد أخلاق الشباب واكتساب عادات تقاليد غريبة.¹
- ضعف الإحساس بقيمة الذات فيهرب للاتصال بالموقع لينشئ مفهوم ذات مثالي.
- تجاهل العمل وانخفاض المستوى الدراسي.
- القرصنة فالصور والفيديوهات وغيرها من خصوصيات الآخرين و كذا حقوق النشر غير محفوظة.
- صعوبة الدخول للموقع في حالة فقدان مفتاح الدخول (Mot de Passe) .
- تقلص مدة النوم، يترتب عن ذلك متاعب صحية و إرهاق جسدي².

6- دور الشبكات الاجتماعية:

تلعب الشبكات الاجتماعية أدوار عديدة، أهمها سياسية ، اقتصادية واجتماعية في حياة الشعوب في كافة أنحاء العالم، وبات تأثيرها يتصدر أحداث الساعة: "نظراً لارتباط قطاع كبير من الأفراد بتلك الشبكات وأصبح تأثير تلك الشبكات الاجتماعية على النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية واضحاً مشيراً إلى أنّ الرئيس (أوباما) نجح في انتخابات الرئاسة من خلال القاعدة الكبيرة التي حصل عليها من خلال الشبكات الاجتماعية"، كما يقول المدير الإقليمي لمايكروسوفت "محمد محمودي" في تحقيق نشره موقع الراية القطرية.³

لقد أصبح بإمكان أي فرد أن ينشأ موقعه الخاص على الشبكات الاجتماعية بسهولة ويسر والالتقاء بالأصدقاء القدامى وزملاء الدراسة ويأتي هذا من إدراك الناس لأهمية هذه الشبكات، بصرف النظر عن كونها خاصة أو تابعة لمؤسسة أو شركة أو حتى دولة، لأن الهدف واحد من إنشاء هذه الشبكات مع الأخذ بنظر الاعتبار الاستخدام السيئ لبعض الناس في هذه الشبكات.

¹ بخيت السيد، الانترنت كوسيلة اتصال جديدة، دار الكتاب الجامعي، ط1، 2012، ص 575.

² حنان يوسف، تكنولوجيا الاتصال ومجتمع المعلوماتية، ط2، القاهرة، أطلس، 2006، ص126.

³ علاء الدين محمد عفيفي المليجي، مرجع سابق، ص 181.

ويحسب لشبكات التواصل الاجتماعي أنها تتعامل مع المعلومة والخبر والحدث لحظة وقوعها ويمكن تبادل هذه المعلومات بين الأصدقاء معززة بالصور ومقاطع الفيديو والتعليق والرد على بعضها وهذا ما لم تتمكن منه وسائل الإعلام الحديثة، فإنها لو قدمت الخبر تحت مسمى (عاجل أو مباشر)، فإنها تقوم فقط بدور المرسل من خلال وسيلتها الإعلامية كالفضائيات مثلاً ولم تتمكن من أن تجعل المشاهد يتفاعل معها في لحظة بثها لتلك الأحداث، إلا بعد فترة من الوقت عندما تكون تلك الأخبار قد نشرت على موقعها الإلكتروني وبهذه الحالة يمكن لمتصفح تلك المواقع للقنوات الفضائية أن يرد أو يعلق على تلك الأخبار.¹

ويرى أحد المتخصصين في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال "محمد محسن اليهري": «إن الأحداث الأخيرة في كل من تونس ومصر أكدت الدور القوي لتلك الشبكات على الصعيد السياسي، كما أن الفترات الماضية الخاصة بالاحتجاجات الإيرانية على الانتخابات الماضية شهدت رفض الإدارة الأمريكية، لقيام مؤسسي تويتر عملية صيانة الموقع بهدف مساعدة معارضي الثورة وبغرض النظر عن الهدف من هدف الحكومة الأمريكية فإن ذلك يظهر مدى أهمية الشبكات الاجتماعية على الصعيد السياسي».²

لم يقتصر استخدام الشبكات الاجتماعية على الأفراد والمؤسسات بأشكالها المختلفة فقط ولا استخداماتها من قبل بعض المسؤولين والسياسيين في دول عديدة في العالم فحسب، إنما أصبحت الكثير من الجامعات والمعاهد العلمية في العالم أجمع تتواصل مع طلابها عبر الشبكات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية ونتيجة لإقبال الناس على التسوق الإلكتروني، فقد زادت نسبة الإعلانات على المواقع الإلكترونية، مما حقق بالتالي ارتفاعاً خيالياً في أرباحها.³

7- إيجابيات الشبكات الاجتماعية:

..أضفت الشبكات الاجتماعية بعداً إيجابياً على حياة الملايين من البشر، بل قد يعزى البعض لها فضل تغيير حياة البشرية للأفضل، من إحداثها لتغييرات ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها، ومن أهم الآثار الإيجابية لها هي:⁴

¹ المرجع السابق، ص 181.

² فيصل محمد عبد الغفار، مرجع سابق، ص 97.

³ علاء الدين محمد عفيفي المليجي، مرجع سابق، ص 182.

⁴ خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص 68-70.

- نافذة حرية مطلقة على العالم، لقد وجد الملايين نافذة حرة لهم للإطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره، فقد وفرت هذه المواقع مخرجاً للملايين من أبناء الطبقات الوسطى والفقيرة لكي يتواصلوا مع أمثالهم حول العالم، كما وفرت متنفساً للملايين من العالم الثالث وخاصة في دولنا العربية للهروب من الواقع المحيط والقمع الاجتماعي وقيود العادات والتقاليد.
- فرصة لتعزيز الذات، فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته، خاصة في مجتمعاتنا العربية حيث الشباب يقعون في ظل الأهل وعاداتهم وثقافتهم.
- أكثر انفتاحاً على الآخر: إنّ التواصل مع الغير، سواء أكان ذلك الغير مختلف عنك في الدين والعقيدة والثقافة والعادات والتقاليد واللون والمظهر والميول ومع انخراطك ضمن ثقافة الانفتاح على الغير والتي تتمتع بها معظم مواقع التواصل.
- منبر للرأي والرأي الآخر، إن من أهم خصائص الشبكات الاجتماعية سهولة التعديل على صفحاتها، كذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك الخاص، بالتالي حرية التعبير عن رأيك وفكرك ومعتقداتك والتي قد تتعارض مع الغير.
- التقليل من صراع الحضارات، فقد تعزز الشبكات الاجتماعية من ظاهرة العولمة الثقافية ولكنها في الآن ذاته تعمل على جسر الهوة الثقافية والحضارية وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستخدمي تلك المواقع.
- تزايد من تقارب العائلة الواحدة فاليوم ومع تطور تكنولوجيا التواصل، فإنه أصبح أيسر على العائلات متابعة أخبار بعضهم البعض عبر الشبكات الاجتماعية فقد أصبحت العديد من العائلات العربية تطمئن على أحوال أبنائها أو أقرانهم عبر التواصل من خلال "الفيس بوك".
- تقدم فرصة رائعة لإعادة روابط الصداقة القديمة؛ حيث بإمكانك من خلال مواقع التواصل أن تبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل ممن اختفت أخبارهم بسبب تباعد المسافات أو مشاغل الحياة.

8- سلبيات الشبكات الاجتماعية:

- تعرضت مواقع الشبكات الاجتماعية لانتقادات كثيرة بعد تغلغلها في أوساط جميع الشرائح الاجتماعية وسرعة انتشارها بين مختلف الفئات العمرية، بل إنّ العديد من الكتب التي صدرت تحذر من هذه المواقع وبالأخص موقع الفيس بوك الذي وصفه أحد الكتاب بـ«الدوامة التي هي ماضية في ابتلاع رواد الإنترنت تباعاً وما أن تبتلع الرجل من الناس حتى تستعبده وتجعله

سجينها، فلا يكاد يخفي عنها شيئاً من أمره كبر أو صغر، يضع عليها حياته كلها راجباً راضياً مختاراً ويضع نفسه في قفصها حببياً فإذا به يمضي الساعات الطوال غارقاً فيها من حيث لا يدري ولا يشعر وكأنما نقل حياته إليها بالفعل».¹

• ويرى البعض أن من أبرز عيوب وسلبات الشبكات الاجتماعية، محاولة أشخاص لسبب أو لآخر إما بإرادتهم أو مدفوعين من جهات خارجية أو استخباراتية، بث الأفكار الهدامة وزرع بذور الفتنة والتفرقة في المجتمع وجمع الشباب حول ما يهدم ولا يفيد، كما يمكن أن تكون مرتعاً خصباً للإشاعة والمعلومة المضللة ومن ثم بث الوعي الموهوم وإضافة إلى ذلك فإنه لا شيء يمنع الحكومات التي يطرد إعلامها من الباب أن تعود من شباك مواقع التواصل الاجتماعي، كي تروج لسياستها بطرف شتى وغير مباشرة.²

• ويضاف إلى ما سبق أن الكثيرين قد نقلوا حياتهم الخاصة وأسرارهم الشخصية وصورهم الخاصة والعامة إلى هذه المواقع غافلين أو متجاهلين المخاطر الجمة التي قد تترتب على انعدام خصوصياتهم ولهذا فإنه يمكن القول بأن هذه المواقع هي سلاح ذو حدين، فإما يجيئها مستخدمها ويستغلها في جوانب شتى، كإبداء رأيه وأفكاره وتطلعاته وإنشاء علاقات عامة بالتعرف على أصدقاء جدد وإعادة إحياء الصداقات أو وقوعه في حبال ومصائد المشبوهين إما أخلاقياً أو سياسياً أو فكرياً.³ وتقول تيركل شيري "Turkel Sherry" (أستاذة بمعهد MTI في الدراسات الإنسانية والتكنولوجية بجامعة "هارفرد" بالولايات المتحدة الأمريكية) في هذا الصدد: "نحن معاً، لكننا وحيدون، لماذا أصبحنا ننتظر من التكنولوجيا أكثر مما ينتظر بعضنا من بعض؟"⁴

كل هذه السلبات من شأنها أن تهدد حياة الأفراد، سواء العملية أو الشخصية أو حتى النفسية، ما لم يتم اتخاذ التدابير اللازمة والاستغلال الأمثل للإيجابيات التي تتيحها الشبكات الاجتماعية.

¹ مصعب حسام الدين قتلوني، مرجع سابق، ص 101.

² مصعب حسام الدين قتلوني، مرجع سابق، ص 101.

³ المرجع السابق، ص 102.

⁴ المرجع السابق، ص 98.

9- إحصاءات استخدام الشبكات الاجتماعية حول العالم 2019:

كشفت أحدث مجموعة من التقارير عن إحصائيات العالم الرقمي "Global Digital" لعام 2019 من شركة "We Are Social" بالتعاون مع "Hootsuite" عن تزايد مستخدمي الإنترنت بنحو يزيد عن مليون مستخدم جديد كل يوم، فقد ارتفع عدد الأشخاص الذين يستخدمون الإنترنت خلال العام الماضي؛ حيث بدأ أكثر من مليون شخص الدخول إلى الإنترنت للمرة الأولى كل يوم بداية من جانفي 2018. ويظهر الموقع نفسه أحدث الإحصائيات بخصوص مستخدمي الإنترنت، الذين ينمون بمعدل يزيد على 11 مستخدماً جديداً في الثانية وتجدر الإشارة إلى أن بعضاً من هذا النمو قد يُعزى إلى وصول أكثر من 366 مليون مستخدم جديد إلى الإنترنت منذ تقارير 2018 الرقمية.¹

وفيما يخص سلوكيات مستخدمي الإنترنت في عام 2019، فقد تبين أن الطرق التي يستخدم بها الأشخاص الإنترنت تتطور بسرعة أيضاً؛ حيث يقضي مستخدمو الإنترنت حول العالم 6 ساعات و42 دقيقة على الإنترنت يومياً، فيما بلغ عدد الساعات العام الماضي نحو 6 ساعات و49 دقيقة، وتجدر الإشارة إلى أن الهواتف الذكية تمثل الآن ما يقارب نصف الوقت الذي يقضيه الأشخاص على الإنترنت.²

وقد بينت مؤشرات التقرير الرقمي العالمي الأساسية لعام 2019 ما يلي:³

- وصل عدد مستخدمي الهواتف هذا العام نحو 5.11 مليار مستخدم، بزيادة 100 مليون أي ما يعادل 2% عن نسبة العام الماضي، بنسبة بلغت 67% من إجمالي الأشخاص حول العالم.

¹ إحصائيات الشبكات الاجتماعية، <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>.

² إحصائيات العالم الرقمي 2019 ، اطلاق يوم: 2019/07/26، ساعة 23:21، متاح على الرابط: <https://www.vapulus.com/ar/%D8%A3%D9%87%D9%85%D8%A7%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D9%8%D8%A7%D8%AA%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A-2019/>

³ مؤشرات التقرير الرقمي العالمي، اطلاق يوم: 2019/07/26، ساعة 23:21، متاح على الرابط: <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>

• بينما بلغ إجمالي عدد مستخدمي الإنترنت نحو 4.39 مليار مستخدم في عام 2019، بزيادة قدرها 366 مليون أي 9%، مقابل جانفي 2018 بمعدل 57% من إجمالي الأشخاص حول العالم.

• هناك 3.48 مليار مستخدم نشط على الشبكات الاجتماعية في 2019، بما يعادل زيادة قدرها 9% عن العام الماضي، لتصبح نسبة مستخدمي الشبكات الاجتماعية النشطاء 45% من إجمالي الأشخاص حول العالم

• فيما بلغ عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية عبر الهواتف الذكية نحو 3.26 مليار شخص في جانفي 2019، بزيادة 10% عن العام الماضي، ليكون معدل مستخدمي الشبكات الاجتماعية عبر الهواتف الذكية 42% من إجمالي الأشخاص حول العالم.

• المواقع الأكثر زيارة حول العالم:

- يتصدر المشهد محرك البحث الأكثر شهرة "جوجل"، حيث يضعه كل من Similarweb و Alexa في صدارة قائمتيهما لأكثر المواقع زيارة حول العالم، وتأتي منصة الفيديو الأشهر يوتيوب في المرتبة الثانية على كلا القائمتين، في حين يأخذ فيسبوك المركز الثالث.

- كما جاء محرك البحث Baidu في المرتبة الرابعة واحتفظت موسوعة ويكيبيديا بالمركز الخامس على كلا القائمتين، بينما اختلف ترتيب موقع التغريدات القصيرة تويتر حيث جاء في المركز السابع على قائمة¹ Similarweb في حين وضعته قائمة Alexa في المركز الحادي عشر.

- وتباين كذلك مركز موقع الصور انستجرام فجاء في المرتبة العاشرة على قائمة Similarweb وتراجع إلى المركز السابع عشر على قائمة Alexa، وواجه موقع أمازون نفس الوضع فوضعه قائمة Alexa² في المرتبة التاسعة فيما جاء ترتيبه العاشر على قائمة Similarweb.

فيما سجل مستخدمو الشبكات الاجتماعية لعام 2019، نمو ملحوظ على مستوى العالم إلى ما يقرب من 3.5 مليار في بداية عام 2019، مما دفع النسبة العالمية إلى 45% من إجمالي عدد الأشخاص

¹ استخدامات الإنترنت، 2019/07/26، الساعة: 00:33، الرابط: <https://www.similarweb.com/>
² إحصائيات الشبكات الاجتماعية، 2019/07/25، الساعة: 23:51، الرابط: <https://www.alexa.com/>

حول العالم. كما بلغ عدد مستخدمي الشبكات الاجتماعية عبر الهواتف الذكية نحو 3.2 مليار في جانفي 2019، ما يعادل 42% من إجمالي عدد الأشخاص حول العالم. فيما وصلت نسبة الذكور من مستخدمي السوشال ميديا نحو 57%، فيما كانت نسبة مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من الإناث 43%. ويبلغ متوسط الوقت الذي يقضيه المستخدمون على منصات الشبكات الاجتماعية، هذا العام نحو ساعتين و16 دقيقة يوميًا على المنصات الاجتماعية وهو ما يعادل ثلث إجمالي وقت الإنترنت تقريبًا.¹

وبالنسبة لمنصات التواصل الاجتماعي في عام 2019، تصدر موقع فيسبوك منصات الشبكات الاجتماعية، بعدد مستخدمين نشطين بلغ 2 مليار و271 مليون مستخدم، تلاه موقع يوتيوب بعدد مستخدمين نشطين بلغ مليار و900 مليون مستخدم نشط. واحتل الواتساب المرتبة الثالثة بين مواقع الشبكات الاجتماعية بعدد مستخدمين نشطين بلغ مليار ونصف مستخدم، فيما جاء ماسنجر في المرتبة الرابعة بعدد مليار و300 مليون مستخدم نشط.

وجاء "وي تشات" في المركز الخامس بعدد مليار و83 مليون مستخدم نشط، بينما بلغ عدد المستخدمين النشطين في موقع انستجرام نحو مليار مستخدم ما وضعه في المركز السادس. وقد تراجع موقع تويتر ليصبح عدد مستخدميه النشطاء 326 مليون مستخدم ويكون في المرتبة السابعة، فيما جاء "لينكد إن" في المركز الثامن بنحو 303 مليون مستخدم نشط.²

1.11- مستخدمي الانترنت والشبكات الاجتماعية في الوطن العربي والجزائر:

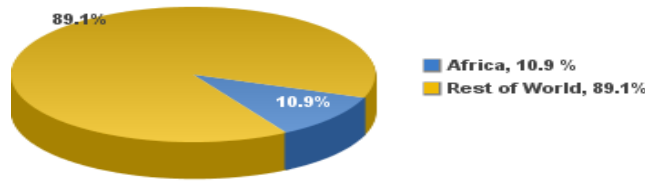
بلغ عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر والذي يتجاوز 20 مليون مستخدم، كونها أصبحت ضرورة من ضروريات الحياة في ظل اعتماد العديد من الخدمات الإدارية، الثقافية، الترفيهية، الرياضية، الاقتصادية عليها والجزائر ليست في منأى من الحراك العالمي لتبني هذه التقنية الثورية التي جعلت العالم قرية صغيرة. مؤخرا ظهرت العديد من الصور على وسائل التواصل الاجتماعي تبين تقدم أشغال الانترنت الفضائي والسرعات الممنوحة بأسعار معقولة لتقدمه للدول الغير مرتبطة بشبكة الانترنت أو لديها عجز في الربط بالألياف الدولية. شهدت الجزائر نموا ملموسا في تحسين خدمات الانترنت منذ

¹ إحصائيات عن العالم الرقمي، موقع <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>

² المرجع نفسه.

بداية 2018 حيث أصبح المتعاملين الثلاث للهاتف النقال في الجزائر (موبيليس، أوريدو، جيزي) يقدمون عروض بأحجام أنترنت أكبر وبسعر أقل عكس العام الماضي والذي قبله أين كانت أحجام الأنترنت صغيرة بأسعار خيالية. اتصالات الجزائر مؤخرا أيضا أعلنت عن تخفيض هام في أسعار الاشتراك وتصعيد الحد الأدنى للاشتراك إلى 02 ميغا وبسعر 1600 دج عوض 2100 دج. كلها مؤشرات توحى بأن عدد المستخدمين للأنترنت في الجزائر قد ارتفع بشكل كبير مقارنة بالسنوات الماضية. في بعض الإحصائيات المنقولة من المصدر تبين أن حجم المستخدمين في قارة إفريقيا قد زاد بشكل لافت لكنه مازال لم يصل للمستوى المطلوب بعد. إذ أن عدد المتصلين بالأنترنت في القارة السمراء لا يتعدى 45.3 مليون نسمة بينما العدد الإجمالي لسكان إفريقيا يتجاوز 1.2 مليار نسمة ما يمثل نسبة 35.1 % من المستخدمين فقط القارة الإفريقية يتصلون بالأنترنت، أما بمقارنة عدد مستخدمي الأنترنت بقارة إفريقيا والعالم فتقدر بـ 10.9 %¹.

**Internet Users in Africa
December 2017**



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com
453,329,534 estimated Internet users in Africa in Dec 31, 2017
with a 35.2 % penetration, representing 10.9% of the total world
Internet users. Copyright © 2018, Miniwatts Marketing Group

شكل رقم (1.5) مقارنة عدد مستخدمي الأنترنت في إفريقيا وباقي دول العالم²

وبالنسبة للجزائر والمقدر عدد سكانها بأكثر من 42 مليون نسمة، فإن عدد المتصلين بالأنترنت بها وصل لغاية 20 مليون نسمة بنسبة 47 % من النسبة الإجمالية لعدد السكان وفق آخر الإحصائيات المنشورة في جوان 2018 حسب الجدول رقم 5 الذي يؤكد ارتفاع في عدد المستخدمين مقارنة بسنة 2017 وفق إحصائيات الجدول رقم 6.

AFRICA 2018 POPULATION AND INTERNET USERS STATISTICS						
AFRICA	Population (2018 Est.)	Internet Users 31-Dec-2000	Internet Users 31-Dec-2017	Penetration (% Population)	Internet Growth % 2000 - 2017	Facebook subscribers 31-Dec-2017
Algeria	42,008,054	50,000	18,580,000	44.2 %	37,060 %	19,000,000

جدول رقم 5 : عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر الأرقام تدل على التطور والنمو الهائل في عدد مستخدمي

الأنترنت عام 2018 مقارنة بسنة 2000.

¹ إحصائيات حول الأنترنت في إفريقيا، مرجع سابق.

² المرجع نفسه.

Algerian Internet Usage and Population Growth:

YEAR	Users	Population	% Pen.	Usage Source
2000	50,000	31,795,500	0.2 %	ITU
2005	1,920,000	33,033,546	5.8 %	ITU
2007	2,460,000	33,506,567	7.3 %	ITU
2008	3,500,000	33,769,669	10.4 %	ITU
2009	4,100,000	34,178,188	12.0 %	ITU
2010	4,700,000	34,586,184	13.6 %	ITU
2012	5,230,000	37,367,226	14.0 %	IWS
2013	6,404,264	38,813,722	16.5 %	ITU
2014	6,669,927	38,813,722	17.2 %	ITU
2015	11,000,000	39,542,166	27.8 %	IWS
2016	15,000,000	40,263,711	37.3 %	IWS
2017	18,580,000	41,063,753	45.2 %	IWS

¹ جدول رقم 6: حجم مستخدمي الانترنت في قطاع الاتصالات في الجزائر 2019 .

Top Social Networking Apps Worldwide for May 2019 by Downloads			SensorTower
Overall Downloads	App Store Downloads	Google Play Downloads	
1 Facebook	1 Snapchat	1 Facebook	
2 TikTok	2 TikTok	2 TikTok	
3 Snapchat	3 Instagram	3 Snapchat	
4 Instagram	4 Facebook	4 Instagram	
5 Likee	5 Twitter	5 Likee	
6 Helo	6 Pinterest	6 Helo	
7 HAGO	7 Little Red Book	7 HAGO	
8 Twitter	8 WeChat	8 Sharechat	
9 Pinterest	9 QQ	9 Twitter	
10 Sharechat	10 Discord	10 Pinterest	

Note: Does not include downloads from third-party Android stores in China or other regions.

SensorTower Data That Drives App Growth sensortower.com

جدول رقم 7: إحصائية موقع SensorTower عن التطبيقات الأكثر تحميلًا على "جوجل بلاي" و"آب ستور" 2019. وقد كشفت آخر إحصائية نشرها موقع SensorTower عن التطبيقات الأكثر تحميلًا على كل من موقع جوجل بلاي و"آب ستور" 2019 واحتل تطبيق فيسبوك المرتبة الأولى على جوجل بلاي، في حين تربع تطبيق سناب_شات صدارة الترتيب على "آب ستور". لكن فيسبوك تفوق على سناب_شات بإجمالي عدد تحميلات وصل إلى 60 مليون تحميل، معظمها في الهند، إندونيسيا، والبرازيل. أما اللافت في الإحصائية، فهو تقدم تطبيق Tik Tok ووصوله إلى المرتبة الثانية في كل من المتجرين، مع تراجع كل من انستغرام، وتويتر². في إشارة للانتشار والاستخدام الواسع لهته المواقع وعلى رأسها الفيسبوك لما له من خصائص ملفنة تميزه عن غيره من المواقع ذكرناها سابقا.

¹ إحصائيات حول الانترنت في إفريقيا، مرجع سابق.

²The most downloaded social networking app worldwide for May 2019, accessed on 22/07/2019, Available at : <https://sensortower.com/blog/top-social-networking-apps-worldwide-may-2019-downloads>

الفصل السادس

استراتيجيات ونماذج التربية الإعلامية:

1. استراتيجيات-سياسات - التربية الإعلامية.

2- دليل التربية الإعلامية.

3- نماذج التربية الإعلامية.

الفصل السادس

استراتيجيات ونماذج التربية الإعلامية

1. استراتيجيات-سياسات- التربية الإعلامية:

1.1- إستراتيجية وسياسة التربية الإعلامية وفقاً لمنظمة اليونسكو:

الأخذ بالتربية الإعلامية يحتاج إلى إستراتيجية محددة وشمولية وهو الأمر الذي نبهت له اليونسكو وساعدت الدول على تبنيه. إذ ينبغي الأخذ بعين الاعتبار أن ذلك يشمل طرفين، الطرف الأول هم أصحاب الحقوق ويمثلون المواطنين ذكوراً وإناثاً بما في ذلك الطلبة والمعلمين ومجموعات المجتمع المدني، في حين يمثل الطرف الثاني الجهات المسؤولة وهم الحكومة، المؤسسات الإعلامية، المكتبات، المتاحف، مؤسسات التعليم والجهات الفاعلة في المجتمع المدني وغيرهم من مقدمي المعلومات بما في ذلك تلك الموجودة على الانترنت.

ويتم الربط بين سياسات التربية الإعلامية باستخدام إطار نظري تنموي يتضمن مجموعة من المقاربات غير المترابطة (أكثر من منحنى)، كما يلي: ¹

1. **المنحنى التقاربي (التجميعي):** يتضمن تعزيز فرص التعاون والشراكات بين الوزارات الحكومية المعنية لضمان تناغم وانسجام سياسات تنموية على المستوى الوطني. وفيما يلي يوضح الشكل المجالات التي توصي اليونسكو في إدراج سياستها لتحقيق المخرجات المتوقعة من تبني التربية الإعلامية.

2. **المنحنى القائم على مبادئ حقوق الإنسان:** حيث أن جميع الحكومات تعترف بمبادئ حقوق الإنسان وتتبنى تلك المبادئ في الحكم والتنمية، فمن المهم أن يتم رسم سياسة التربية الإعلامية أيضاً ضمن ذلك الإطار لضمان الاتساق والانسجام بين السياسات، ولا يركز هذا النهج فقط على حقوق الإنسان بذاتها ولكن أيضاً على استخدام معاييرها ومبادئها في توجيه عمليات تنمية التربية الإعلامية.

3. **منحنى التمكين:** إن الانتشار الواسع للمعلومات والإعلام والانترنت وغيرها من مزودي المعلومات يتطلب زيادة التركيز على تمكين المواطنين لضمان امتلاكهم للمهارات والاتجاهات والمعارف التي تمكنهم من التفاعل مع المحتوى في جميع أشكال وسائل الإعلام على نحو فعال وناقد، مما يعني أن العصر الرقمي يتطلب التحول من نهج 'الحماية فقط' إلى نهج التركيز على التمكين؛ حيث أن التركيز على الحماية وحدها قد يؤدي إلى وضع قيود مزعجة على وسائل الإعلام ومقدمي

¹ <http://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2012/05/mil-policyguidelines.pdf> , p 20-22. 17:23h, 22/07/2019.

المعلومات، علاوة على ذلك فإن الأطفال الذين لا يتم إعدادهم جيداً وتزويدهم بالكفايات اللازمة للتعامل مع وسائل الإعلام والمعلومات هم الأكثر عرضة للتأثير السلبي المحتمل للمعلومات ومحتوى وسائل الإعلام وأقل استعداداً للاستفادة من الفرص عندما يصبحون بالغين.

4. **المنحى القائم على مجتمعات المعرفة:** يعتمد هذا المنحى على أربعة مبادئ أساسية من شأنها تحويل المجتمعات من "مجتمع المعلومات" إلى "مجتمع المعرفة" كما دعت له اليونسكو عام 2003.

5. **المنحى القائم على التنوع الثقافي واللغوي:** أصبح مبدأ التنوع الثقافي واللغوي حاسماً في صناعة استراتيجيات التربية الإعلامية في عالم يزداد فيه تأثير العولمة على حياة الناس ويفهم التنوع الثقافي ضمن التعددية وتعدد الثقافات بأنه ضمان حقوق الإنسان العالمية وحرية التعبير والمشاركة الديمقراطية، لذا فإن التنوع الثقافي واللغوي هي موارد وركائز رئيسة في استراتيجيات وسياسات التربية الإعلامية من حيث كيفية تضمينها وتوضيحها من خلال اللغة والتعليم والتواصل لضمان حماية التنوع اللغوي وتعزيز التعددية اللغوية في المجتمعات وتمكين اللغات المحلية والعالمية.

6. **المنحى القائم على التنوع الاجتماعي والتنمية:** يتضمن الاعتراف بأنه ليس لدى النساء والرجال نفس القدرة في الوصول إلى المعلومات ووسائل الإعلام والتكنولوجيا من حيث الاستخدام والتشغيل والملكية كما ويعني أنه لا بد من إيلاء المزيد من الاهتمام للفئات المهمشة على المستوى الوطني، وفيما يلي أمثلة على طريقة صياغة سياسات تتعلق بالتربية الإعلامية، جمعتها اليونسكو من خبرات الدول التي طورت استراتيجياتها في هذا المجال:¹

- زيادة المشاركة الديمقراطية للمواطنين في الإنتاج الإبداعي للمحتوى الإعلامي بأسلوب نقدي.
- تعزيز الاندماج الاجتماعي حيث تهدف إلى تقليل " الفجوة في المشاركة " بين المواطنين الذين يشاركون في إيجاد المحتوى الإعلامي واستخدامه وأولئك الذين ليسوا كذلك.
- التعليم والتدريب لتطوير كفايات الأفراد في الإعلام (المعارف والمهارات والاتجاهات)، إضافة إلى خلق المعرفة والخبرة في مجموعة واسعة من وسائل الإعلام ومصادر المعلومات.
- تحديد المنافع الاقتصادية المرتبطة بالإعلام ومؤسسات الذاكرة وغيرهم من مقدمي المعلومات، بما في ذلك تلك الموجودة على الأنترنت، كما ستظهر كيف يمكن تطوير الخبرات والمهارات ذات الصلة بالإعلام والمعلومات والتي يمكن أن تؤدي إلى استحداث فرص جديدة للتجارة والتبادل التجاري.
- القدرة على الاستفادة من الفرص الثقافية التي تقدمها وسائل الإعلام وتكنولوجيا المعلومات.
- التعرف على فرص الاستفادة في الإعلام وتكنولوجيا المعلومات.

¹Media and information literacy: policy and strategy guidelines, p26 .
<http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-information-literacy-policy-and-strategy-guidelines/16:20h,>
 01/07/2019.

2.1- إستراتيجية التربية الإعلامية لمركز التربية الإعلامية والمعلومات CLEMI بفرنسا:

1.2.1-الأجندة الرقمية للتربية الإعلامية:

التحقيق في النصوص الرسمية الفرنسية والدولية في السنوات الأخيرة، لمعرفة من أين تأتي التربية الإعلامية والمعلومات (EMI) ولماذا أصبح هذا المفهوم راسخاً في فرنسا وماهية المخاطر التي يخدمها وإعادة تنظيم خدمات وزارة التربية الوطنية بعد إصلاح المدرسة وإطلاق الإستراتيجية الرقمية ؛ هو بمثابة مسألة مراقبة التوازن بين المكونات المعرفية المختلفة بين (المعلومات والوسائط والرقمية) بالنسبة للتربية الإعلامية والمعلومات (EMI) وما ينتج عن هذه التطورات، بالإضافة لفتح المجال الواسع أمام المدرسين في عملهم في هذا الخصوص. انتقلت التربية الإعلامية بسرعة إلى المشهد التعليمي وبرزت في قانون التوجيه لعام 2013، مسبقاً بمؤتمر وطني وإعادة إطلاق مركز CLEMI. وينعكس هذا التطور السريع بشكل طبيعي في عالم المعلمين الوثائقين، إذ ذكرت التربية الإعلامية في مشروع الأعمال لعام 2013 وملف Savoirs CDI، واثنين من Média doc ونشر مجلد من ملفات التدريس المخصصة.

1.1.2.1- تعزيز EMI أو EAM:

أصل تجربة EMI هو وضع الخطة والأطراف المؤسسة لإستراتيجية التربية الإعلامية والمعلومات ف"التربية الإعلامية" في حالتها الأولى كانت مدفوعة بخدمة مخصصة من طرف مركز¹ CLEMI، في حين أن الثانية "تعليم المعلومات" غير رسمية وغير محددة بشكل جيد إذ كانت في حالة منتشرة في المناهج الدراسية، بينما يتم المطالبة بها كعنصر للتعليم من قبل هيئة المعلمين الوثائقين.

كما يعد مفهوم " EMI " الذي يُترجم من محو الأمية والإعلام (MIL) بمصطلحات مثل محو الأمية أو الثقافة أو مجال الخبرة على المستوى الدولي كأداة تعليمية بفرنسا. وبالنسبة لليونسكو فقد قدمت هذا المفهوم في جوان 2007 في بيان أطلق عليه جدول أعمال باريس الرابع، بدعم من مجلس أوروبا ووزارة التعليم الفرنسي من خلال مشاركة Divina Frau-Meigs في هذا البرنامج التأسيسي الخامس والذي تم تأكيده في عام 2014 بقيادة CLEMI "مركز التربية على وسائل الإعلام والمعلومات"المسؤولة عن EMI.

2.1.2.1- محو الأمية الإعلامية" EMI " كامتداد للتربية الإعلامية:

¹L'Éducation aux Médias et à l'Information, https://www.ac-paris.fr/portail/jcms/p1_1010085/accueil.

من المهم الإشارة إلى أنه في هذه المرحلة لم يتم تسمية التربية على وسائل الإعلام والمعلومات EMI على هذا النحو، لكن هذا المفهوم موجود في شكل "تعريف شامل للتربية على وسائل الإعلام"، سعى مركز التربية على وسائل الإعلام والمعلومات من خلاله إلى دمج محور الأمية المعلوماتية¹. كما وحدت أجنحة باريس في جدول أعمالها بعد 25 عامًا من اعتماد إعلان green world (1982) بشأن محور الأمية الإعلامية اعتمادها له. فالبنود المقدمة هي رسالة تثقيفية لوسائل الإعلام، على غرار ما تقدم سواء من براغ (2003)، الإسكندرية (2005) أو ليوبليانا (2006) وكلها موجهة نحو تعزيز محور الأمية الإعلامية في السياق الاقتصادي "لمجتمع المعلومات". في الوقت الذي حاولت IFLA تجسيد هذا المنظور من خلال تضمين الوسائط في معرفة القراءة والكتابة الرقمية في نص توصيات ديسمبر 2011، كما حاول الاتحاد الدولي لجمعيات المكتبات ربط EMI بإرثها من معرفة القراءة والكتابة المعلوماتية وليس بمحو الأمية الإعلامية. لكن هذا الاقتراح لن يجد صدى بفرنسا، بينما كانت "ميراي لامورو" التي جلست إلى فرنسا في اللجنة الدائمة "لإفلا"، مسؤولة في الوقت نفسه عن مهمة EVS IGEN. يُظهر اقتراح "الإفلا" البديل أنه كان هناك خيار حتى عام 2013 بين نسب المعلومات وهي خبرة معلمي الأفلام الوثائقية وعضوية نسب الإعلام التي قدمها مركز التربية على وسائل الإعلام والمعلومات CLEMI إلى فرنسا ويعتبر الخيار الذي تم اتخاذه هو لصالح الخيار الثاني.

إن محاولة L'IFLA هي المثال الوحيد الذي خطى من البداية للتأسيس المعرفي بالتربية الإعلامية إلى جانب الاتحاد الأوروبي. باختيار مجال وسائل الإعلام لشرح محور الأمية الإعلامية. وبالإشارة إلى إعلان "green world" وجدول أعمال باريس فالمواقف التي اعتمدتها اليونسكو في ديسمبر 2008 بخصوص مفهوم EMI والتي يلتزم بها البرلمان الأوروبي، الذي كان مفضلاً لمصطلح "الكفاءة الإعلامية في عالم رقمي"، بالتوافق مع مشروعه "الكفاءات الرئيسية للتعليم والتدريب طوال الحياة" فهو يتناول محتوى المفهوم مع التركيز بشكل خاص على بعد الوسائط². هذا وتتيح المناقشات التمهيدية لصياغة قانون التوجيه الصادر في جويلية 2013، الذي يتيح العمل بشكل أفضل لإدراج جيل "التربية الإعلامية والمعلومات في المدارس"؛ حيث استند على العديد من النصوص والتقارير، بما في

¹M.E.N,L'EMI dans la stratégie d'un numérique, EDUSCOL, nov.2014. <http://eduscol.education.fr/cid72525/education-aux-medias-information.html>, 22:12h, 22/07/2019.

1. ² **La compétence médiatique dans un monde numérique.** Résolution du Parlement européen du 16 décembre 2008 sur la compétence médiatique dans un monde numérique. <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP/TEXT+TA+P6-TA-2008-0598+0+DOC+XML+V0//FR>, 14 :32H, 19-08-2019

ذلك التقرير الذي قدمته "كاثرين Becchetti- Bizot و آلان برونيت" في 2007-10¹، لإثبات الحاجة إلى إدراج في نص القانون نفسه التربية الإعلامية. التي لم تظهر من قبل إلا من خلال النواة المشتركة لعام 2006. وتشير المراجع إلى إعلان غرينوالد (1982) وجدول أعمال باريس (2007) وصولاً إلى توصية المفوضية الأوروبية (2009) إلى أن يتم أخذ مجال محو الأمية الإعلامية فقط في الاعتبار؛ حيث يتم الانفتاح التدريجي فقط في سياق تشبع المجتمع الرقمي وكان الاقتراح الأصلي الذي تقدمت به الحكومة لإدراج "التربية الإعلامية الرقمية" في محو الأمية الرقمية. نظراً لأن هذا الاقتراح يعتبر اختزالاً كبيراً كونه قلل من معرفة محو الأمية الإعلامية للوسائط الرقمية فقط وجزءاً من محو الأمية التكنولوجية، فقد تطور هذا الاقتراح إلى "التربية على وسائل الإعلام والمعلومات" (التربية الإعلامية والمعلومات)، بشكل شامل ومستقل وإلزامي. كذلك امتد إلى جميع وسائل الإعلام ومصادر المعلومات، ليصبح هذا المصطلح مأخوذ من برنامج اليونسكو لتعليم المعلمين (2011).

أخيراً، تم الاعتراف بالدور الذي لعبه برنامج CLEMI في هذا التعليم منذ إنشائه في عام 1983 ويقترح منحه الوسائل اللازمة لتنفيذ مهامه، مع العلم أن مجرد الكتابة في النص ليست كافية لضمان تطويرها الفعلي "فما زال هناك الكثير الذي يتعين القيام به".

3.1.2.1 - مركز "التربية على وسائل الإعلام والمعلومات" - CLEMI - مسيراً للتربية الإعلامية:

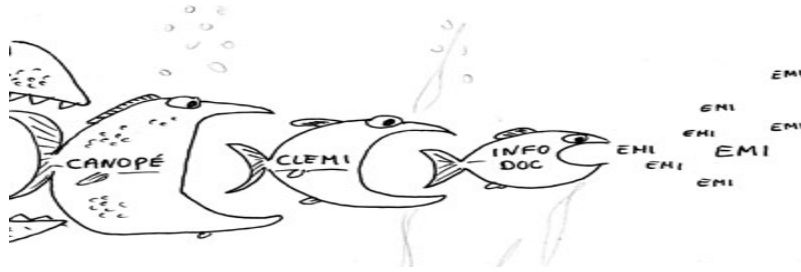
في الوقت الذي أصرت فيه لجنة مشروع قانون التوجيه على أن "النصوص التنظيمية لن تكون قادرة على الاستغناء عن نظام مرجعي واضح للكفاءات يسمح بتقديم الدروس وفقاً للمستويات الدراسية وتقييم الانضباط". يصبح بهذا CLEMI مرجعاً لمضامين EMI بفرنسا في شكل نظام وشبكة تقييم من خلال وضع منهج صارم والاندماج في البرامج الجديدة الأساسية المشتركة (2015). في هذا الصدد .. سيعمل الأساتذة في إطار منهج يحدده أو ينفذه برنامج CLEMI، بما في ذلك الطرائق والموارد والشراكات والمنظمات الخاصة بها، لكنّ مؤلفو التقرير الأخير حول التربية الإعلامية وسياساتها في فرنسا أظهروا قلقهم إزاء "هشاشة وضع IME" عندما أدركوا ضعف ونقص وضوح الميزانية الممنوحة لـ CLEMI مبررين أن "الوسائل" التي وعدت بها اللجنة ليست مدرجة في جدول الأعمال.²

¹ IGEN – IGAENR, L'éducation aux médias : enjeux, état des lieux, perspectives, Catherine Becchetti-Bizot, Alain Brunet (rapp.), Rapport n° 2007-083. IGEN – IGAENR, http://pressealecole.fr/wp-content/uploads/2007/12/rapport_inspection_generale.pdf, a23:44H, 11-06-2019.

² Frau-Meigs D., Boutin P. Politiques d'éducation aux médias et à l'information en France (2013). Mai 2014. http://www.enjeuxmedias.org/IMG/pdf/FRANCE_rapport_2014.pdf, 18:10H, 12-03-2019

وبالرجوع إلى محتوى التربية والوعد الذي قطعه الوزارة على موقعها الإلكتروني EDUSCOL في 15 جوان 2013، الذي تم تجديده في 16 نوفمبر 2014، قام التساؤل حول ما إذا كان برنامج Conseil supérieur des CSP سيقوم بالتحديث في الوقت الذي يعتبر فيه CLEMI "مستودع الكفاءات في مجال التربية الإعلامية" أو ما إذا كان سيتحرك نحو تطوير وثيقة غير منشورة. في هذه الحالة، هل ستعتمد على برنامج EMI التدريبي الطموح للغاية للمعلمين الذي نشرته اليونسكو في عام 2011 والذي قام به نائب المدير السابق لـ CLEMI إيفلين بيفورت و Frau-Meigs Divina.

4.1.2.1 CANOPE - تتولى المهام عن مركز التربية على وسائل الإعلام والمعلومات CLEMI، CNDP سابقا:



شكل رقم (1.6) : سلسلة التربية الإعلامية والرقمية (Duplessis et Daz. (2015)

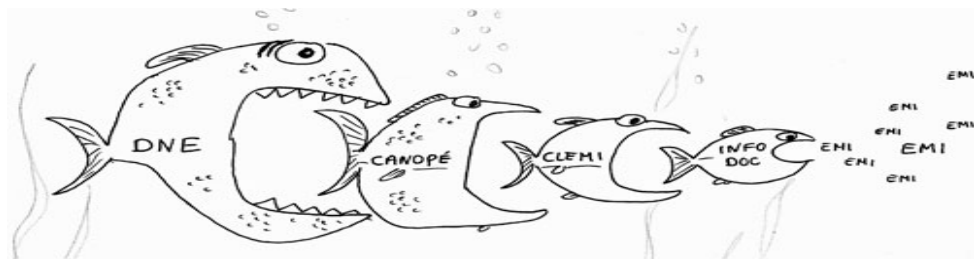
قام دليل CLEMI بتغيير عنوانه عام 2013 لتعزيز نظام التربية الإعلامية، بعدها ظهر شعار Canopé على غلاف طبعة 2014. هذا التركيز المفاجئ لـ CNDP سابقا على دعم التربية الإعلامية، هو علامة عن إعادة تأسيس تمس المدرسة من خلال خدماتها التقليدية، بما في ذلك شبكة Canopé و CLEMI. فبعد إصدار قانون التوجيه والبرمجة من أجل إعادة تأسيس مدرسة الجمهورية (جوان 2013) وفي الوقت الذي كانت فيه CLEMI على وشك الاحتفال بعيدها الثلاثين، شرعت محكمة مراجعي الحسابات في مراجعة لإدارة وحسابات CNDP منذ السنة المالية 2006. فالتقرير الذي نشر في فيفري 2014 هو الساحق، مما أثار التشكيك في كل من البنية التحتية وحساباتها واستراتيجيتها التحريرية. فحث المؤلفون الوزارة الأم على إجراء إصلاح شامل للخدمة بسرعة. تضمنت هذه الحاجة للإصلاح CLEMI المقدمة كواحدة من "الأنشطة الجانبية غير المتجانسة" لـ CNDP. تكرر المحكمة التأكيد على أنه على الرغم من أن هذه الخدمة الخاصة تمكنت بفضل وضعها الخاص من "التمتع بقدر كبير من الاستقلال الذاتي فيما يتعلق بـ CNDP التي التزمت بها من الناحية القانونية"، إلا أن هذا الموقف يمثل "كبح جماح الموارد". وتطوير التأزر فلا شيء كان يبرر الحفاظ على مثل هذه المنظمة "على أساس أن قانون التوجيه يكرس التربية الإعلامية والمعلومات للبرامج، فإنه دعي إلى دمج مهام CLEMI ضمن CNDP.

وقرأ جان مارك Merriau، المدير العام لـ CNDP في نفس التقرير: "أن مركز التربية الإعلامية والمعلومات يحتاج لتوضيح مخطط العمل مع CNDP. وبواسطة مشروع Scérén 2017 تم الإعلان عن إنشاء قسم علمي مخصص لخصائص مهمة CLEMI والقيام بالمفاوضات مع الولايات التي تهدف إلى تحسين تنسيق الموارد المتاحة لـ CNDP من قبل الأكاديميات لخدمة المهمة التعليمية لوسائل الإعلام". واعتباراً من جانفي 2014 تمت الاستجابة لتوصيات محكمة مراجعي الحسابات، بما في ذلك تحويل CNDP وهيكلها التحريري SCEREN إلى كيان واحد Canopé. وبالنسبة إلى CLEMI تم تعيين Divina Frau-Meigs على رأس هذا الاتجاه العلمي الجديد في الوقت نفسه كعضو في مجلس التوجيه والتطوير. ثم تم إجراء تحديث على كتيب CLEMI وكذلك على مواقع الخدمات المعنية. في الطبعة الأخيرة من الكتيب كتب أن CLEMI جزء من Canopé universe، بينما في الصفحة من نحن؟ CLEMI لديها ذكر "The Clemi هي خدمة كانوبي".

فقد أصبحت Canopé من خلال هذا الإصلاح ذات دور رئيسي في تنظيم التربية الإعلامية. وبالتالي يمكن شرح الخيار الأولي في فرنسا لوضع التربية الإعلامية في التيار الرئيسي لمحو الأمية الإعلامية. إلى جانب توفير CLEMI لمنع التوجه الذي كان من شأنه أن يعزز حماسة المعلمين التأديبيين بالوثائق من جهة، مع إبقائهم في ضمن CNDP - المظلة - من ناحية أخرى. والذي بدأ صراحة في عام 2000. فالدور المهم الذي لعبته هذه الجهات الفاعلة في تنفيذ استراتيجية التربية الإعلامية أصبح أكثر وضوحاً. كما نشير أيضاً لقلة وضوح هيئة معلمي الوثائق في مناقشات اللجنة في مايو 2013 التي خلصت إلى أن التربية الإعلامية التي تم إثبات القليل منها، تتمتع بهيكل تنظيمي محدد من قبل CLEMI بينما لم يتم إضفاء الطابع المؤسسي عليها، خاصة بسبب عدم وجود تفتيش عام مخصص.

لكن إعادة تنظيم وتوحيد خدمة Canopé-CLEMI لا تهدف فقط إلى السماح بإدارة أفضل للحسابات العامة أو حل المسألة التأديبية المتعلقة بتوثيق المعلومات، بل إنها تخدم أيضاً منطق التكامل الرقمي.

5.1.2.1 - إستراتيجية التربية الإعلامية والرقمية بفرنسا:



شكل رقم (2.6): سلسلة التربية الإعلامية والرقمية (Duplessis et Daz, 2015)

للتمكن من فهم ما تهدف إليه الإستراتيجية الوطنية للتربية الإعلامية بفرنسا وخصائصها، كان لابد من توسيع الأفق ليشمل إستراتيجية تدمج المدرسة بالتكنولوجيا الرقمية هذه الإستراتيجية التي أطلقها " فينسنت بيون Vincent Peillon وزير التعليم آنذاك في ديسمبر 2012 وضعت بصدد إدخال المدرسة إلى العصر الرقمي" ويعكس قانون التوجيه والبرمجة الصادر في جويلية 2013، ما تم تقديمه كطموح كبير لإعادة تأسيس المدرسة من خلال سلسلة من التدابير، أهمها:

- إنشاء خدمة تعليمية رقمية عامة من طرف المديرية الرقمية للتربية DNE:
- من أجل إعداد هذه الخدمة وتطويرها، تم إنشاء المديرية الرقمية للتربية DNE في 27 فيفري 2014. بعد شهرين، تم تعيين "كاثرين بزوت" Catherine Becchetti-Bizot رئيسة لهذه المديرية، التي أصبحت بعدها عضوة في وحدة Tice التابعة للمفتشية العامة؛ حيث تمثل مجموعة Letters والمساهمة في العديد من التقارير أحدها يتناول التربية الإعلامية والآخر عن الكتاب المدرسي الرقمي.
- تتمتع DNE بالإضافة إلى إعداد ونشر الخدمة التربوية الرقمية العامة، بكفاءة فيما يتعلق بإدارة وتنفيذ نظم المعلومات. يمكن أن تعتمد على المؤسسات العامة الخاضعة للإشراف (Canopé، CNED، ONISEP) التي تعيد هيكلتها عن طريق إعادة توجيهها نحو المهام الرقمية، مما يجعل هذه المنظمات أدوات في خدمة الإستراتيجية الرقمية.
- التربية الإعلامية من خلال هذه الهياكل المتشابكة تضع Canopé وCLEMI تحت وصاية DNE، إلى جانب إعادة هيكلة الإدارة المركزية للوزارة، يتم دعم التربية الإعلامية مباشرة أيضاً من خلال الخدمات الداخلية في DNE. وبالتالي ترتبط بالتربية الرقمية في قسم تطوير الاستخدامات وتثمين الممارسات. الذي يرأسه "بلانين راؤول ريا" Blandine Raoul-Réa من مكتب الاستخدامات الرقمية في DGESCO وهو الآن المسؤول عن ملف " التربية الرقمية والتربية الإعلامية والمعلومات".
- لذلك يعتمد مستقبل التربية الإعلامية على السياسة التي صممتها ونفذتها المديرية الرقمية للتربية DNE بفرنسا على يد "كاثرين" Becchetti- Bizot منذ تعيينها على رأسها، بهذا تسجل التربية الإعلامية على أنها من بين "الأعمال الأساسية" للمديرية، ولتكتب في وقت لاحق "ينبغي أن تكون التربية الإعلامية جزءاً من الإستراتيجية الرقمية".

فحقيقة أنه في جميع النصوص الرسمية الأخيرة لوزارة التربية الوطنية، لا تزال التربية الإعلامية مرتبطة بالرقمية، يجعلها لا تتفصل عن "الإستراتيجية الرقمية" كونها تحتاج لضبط وسياسة عمل في

ظل التربية الرقمية. السؤال الناتج هو معرفة ما قدمته اليونسكو وCLEMI في المقام الأول كتطور للتربية الإعلامية بالبيئة رقمية.¹

6.1.2.1- إستراتيجية التربية الإعلامية في ظل الانتقال الرقمي:

نص القانون رقم 595 لسنة 2013 المؤرخ 8 جويلية 2013 بشأن التوجيه والبرمجة لإعادة تأسيس مدرسة الجمهورية على " تطوير الطموح الرقمي في مجال التربية والتعليم الرقمي"²

فالجاء الأول، ركز على الأصول الدولية للتربية الإعلامية والمعلومات (EMI) وكيف ينظر إليها أولاً على أنها تعزز التربية على وسائل الإعلام. ثم إدخال EMI إلى الإستراتيجية الرقمية لوزارة التربية الوطنية بفرنسا وتم وضعها وضبطها من خلال إعادة هيكلة مسيرتها الرئيسيين، بما في ذلك CLEMI وCanopé وكلاهما وضع تحت وصاية مديرية التربية الرقمية (DNE). في حين ركز الجزء الثاني على الانتقال الرقمي وأهم تحدياته ضمن الإستراتيجية الخاصة بالتربية الإعلامية.

7.1.2.1- Canopé وCLEMI أساس الانتقال الرقمي:

انطوى تنفيذ الإستراتيجية الرقمية التي روجت لها وزارة التربية الوطنية بفرنسا على تشارك هياكل تنظيمية، أكد عليها IGEN Michel Reverchon-Billot في مداخلة من قبل IATICE في فيفري 2013: "شكل جديد من أشكال التنظيم يجمع DGESCO والمسيرين (CNDP، CNED، Onisep) ".³

فما تعلق بإعادة تنظيم الخدمات فإن إعادة تأسيس CNDP التي حددتها محكمة مراجعي الحسابات في فيفري 2014، كانت مطلوبة وتم إجراؤها لتكييفها مع متطلبات الخدمة العامة للتربية الرقمية. واعترف وزير التربية " فنسنت بيلون" رداً على مقرري المحكمة، بأن "CNDP برز كواحد من المشغلين الرئيسيين لدعم تنفيذ الإستراتيجية" لدمج المدرسة بالعصر الرقمي. وبصفحة "من نحن" في Canopé، كتب فيها: "إنه طرف رئيسي في إعادة إحياء المدرسة، فقد جمع بين الابتكار والتربية لإدخال المدرسة إلى العصر الرقمي". هذا وأحاط مدير شبكة Canopé جان مارك Merriaux علماً بالتوجه الجديد المعطى لـ Canopé في المقدمة التي اشترك فيها مع Divina Frau-Meigs للحصول على كتيب CLEMI، مما يؤدي إلى أعقاب الرقمية. وتشير الصفحة التي خصصها EDUSCOL إلى EMI في جوان

¹ <http://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2012/05/mil-policyguidelines.pdf> , p 22, 21:35h, -09-22 2020.

² <http://lestroiscouronnes.esmeree.fr/identite-professionnelle/partie-2-l-emi-dans-la-strategie-numerique>, 22:16h, 2020-09-22.

³ <http://lestroiscouronnes.esmeree.fr/identite-professionnelle/partie-2-l-emi-dans-la-strategie-numerique>, 21:44h, 2020-09-22.

2013 مباشرة إلى CLEMI من خلال الإبلاغ عن "تجديد مركز التربية على وسائل الإعلام والمعلومات (Clémi) للاستجابة للتحديات الجديدة.

8.1.2.1 - التربية الإعلامية EMI في التحدي الرقمي:

حتى قبل نشر قانون التوجيه والبرمجة لإعادة بناء مدرسة الجمهورية (2013)، ارتبطت EMI ارتباطاً وثيقاً بالإستراتيجية الرقمية التي لا زالت قيد الإعداد وقتها وهكذا فإن تقرير المشاورة الوطنية التحضيرية للقانون "إعادة تأسيس مدرسة الجمهورية"، الذي تم تسليمه في 9 أكتوبر 2012 إلى رئيس الجمهورية، ربط EMI المسمى بالفعل على هذا النحو بالبعد الرقمي. ومن اللافت للنظر أن ذكر EMI يظهر في فصل "محو الأمية الرقمية، أولوية للنجاح" وفي فقرة بعنوان "التعلم الرقمي"؛ حيث يحتوي هذا الجزء على نقطتين فقط، واحدة مخصصة لنظام EMI والثانية لتنفيذ خطة "رقمية أولية". منذ ظهورها في فرنسا قبل تسعة أشهر من إدخالها الرسمي في قانون التوجيه وعليه ترتبط EMI بشكل جوهري بالرقمية.

بعد ذلك بشهرين، في 14 ديسمبر 2012، ألقى "فينسنت بيلون" الخطاب الافتتاحي للإستراتيجية الرقمية. بشعار: "أدخل المدرسة في العصر الرقمي".. وتم تقديم EMI على أنها جزء لا يتجزأ من وسائل وأدوات الاتصالات الرقمية. على حد قول الوزير: "ما زالت EMI تكشف عن تثقيف إعلامي مكيف ومتجدد".

وأضاف البرنامج الوطني للتدريب 2013 PNF. إدراج EMI conf لشهر ماي 2013، بعنوان "التربية في مجال المعلومات والثقافة الرقمية" والذي تم تجسيده بعنوان آخر: "الثقافات الرقمية: التربية الإعلامية والمعلومات". وفي غضون خمسة أشهر اكتسبت التربية الإعلامية مكانة في وسائل الإعلام والمعلومات. وتم تقديمها كجزء لا يتجزأ من الثقافة الرقمية وعنصراً منها.

تجدر الإشارة إلى أن التأسيس الرسمي لـ EMI كان في قانون التوجيه وإعادة التأسيس في جويلية 2013؛ حيث تم الإبقاء على نص كامل لنظام التربية الإعلامية، ففي المادة 53 التي تنص على أن التربية الإعلامية إلزامية بالجامعة، لم يتم شرحها في نص النص الفعلي للقانون ويبدو أن الخطوط العريضة ومحتوياتها في ملحق الفصل "التعلم في العصر الرقمي" ولكن تحت عبارة "التربية الإعلامية وخاصة الرقمية فقط. تقول: "تهدف التربية الإعلامية بما في ذلك التربية الرقمية بالجامعة تدريب الطلاب على الاستخدام المنطقي لأنواع مختلفة من الوسائط والوعي بقضايا المجتمع والمعرفة المرتبطة بهذا الاستخدام" ما نلاحظه أن التركيز على الرقمية ثابت. ولا تخطئ صفحة EDUSCOL في تضمين EMI هذا المقتطف المقتبس من القانون: "طور طموحاً رقمياً رائعاً للتدريس الرقمي والتربية

الرقمية. ويشكل إتقان تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والاستخدام الجيد للموارد الرقمية وخاصة الموارد التربوية تحدياً وفرصة كبرى في مجال التعليم."

وبالتالي، فإن EMI تركز بقوة على مبدأ التربية الرقمية الذي ينص عليه القانون. في المقام الأول، مثل فتح خيار "علوم الكمبيوتر والعلوم الرقمية" في المحطة الطرفية ولكن يبدو أنها تأليفه أكثر فأكثر. في هذا الفصل من الملحق أيضاً، نجد نظراً لأنه نادر في النصوص الرسمية المتعلقة بـ EMI وجود معلم التوثيق. لكن حذار! إنه غير مرتبط بوسائل الإعلام ومحو الأمية في المعلومات ولكن بالتدريب على الأدوات الرقمية: "يجب أن يكون اختصاصيي التوثيق لدى المعلمين مهتمين بشكل خاص ويشاركون في التعلم الرقمي. الصفحة التي يكرسها EDUSCOL لمكان EMI في القانون لا تتعرف على هذا الحدث.

يتم إعطاء لهجة. وبالتالي سيتم صب EMI بالكامل في القالب الرقمي وسيخدم الطموح الكبير. عندما احتفلت CLEMI بمرور 30 عاماً على تأسيسها من خلال تنظيم مؤتمر دولي في نوفمبر 2013 ، تقترح مائدة مستديرة بعنوان "التكنولوجيا الرقمية، نحو تعليم جديد للإعلام والمعلومات". في مايو 2014 ، تم تنظيم ندوة وطنية ثانية مخصصة لـ EMI في CRDP في إيكس مارسيليا كجزء من PNF 2014. هذه الطبعة 2014، التي تواصل العمل الذي بدأته EMIconf 2013 في ليون، بعنوان "التربية الإعلامية والمعلومات" التحدي الرقمي ". في قلب هذه الندوة، يتم تقديم المائدة المستديرة الافتتاحية لـ Orme، "المدرسة الرقمية: مدرسة معززة؟"، أيضاً باسم "موضوع هذين اليومين".

9.1.2.1- التربية الإعلامية - محو الأمية الرقمية ، وهو B2I المجددة؟

بعد شهرين عرضت الوزارة و DNE موضوع "دمج المدرسة في العصر الرقمي". إذ تم تقديم أربعة موضوعات مخصصة للإجراءات الرقمية هي عدم المساواة وتحسين التعلم والتحديث والابتكار. تقدم إحدى الوحدات "الثقافة الرقمية [يعتبارها] محوراً جديداً للتربية الإعلامية والمعلومات". والمواضيع التي تم تطويرها في المستوى: ك"الثقافة الرقمية (الإنترنت المسؤول، B2i الجديد، إدخال الطلاب على الترميز وفهم العملية الحسابية..)". فالكثير من التحول المعرفي تبنته EMI في هذه الإستراتيجية الرقمية. وفقاً لكاترين Becchetti-Bizot على موقع Nextimpact في ماي 2014 ، قالت: يمكن اختزال EMI في المهارات البسيطة لـ B2i المجددة: "التعلم الرقمي من خلال العديد من الأنشطة في العديد من الدورات التدريبية" يسمح للطلاب على حد سواء بإثراء تفكيرهم واكتساب مهارات في استخدام البرامج المتخصصة وكذلك أدوات الإنتاج والنشر والمشاركة. ويستند هذا إلى فهم جيد للأدوات والخدمات كشكل جديد من أشكال التعبير والكتابة التي يمكن التحقق من صحتها من خلال B2i ، التي تم تجديدها وهذا لا يمكن أن يقتصر على التشغيل الآلي للمكاتب. ووسائل الإعلام

والمعلومات والرقمية والمضمنة في قانون التجديد والضروري لتدريب جميع الطلاب. "مدير DNE يتبع فقط واحدة من المقترحات التي قدمتها بحيث صاغوا تقريراً مهماً صدر في جويلية 2013 يدعم جدول الأعمال الرقمي ليعيد تقييم محتوى وحالة وتصنيف B2i. على هذا الحال سيكون حلاً اقتصادياً للوزارة وDNE إن B2i الذي تم تجديده والذي تم تحديثه وتزويده بالمهارات الرقمية ومهارات الكمبيوتر بالتاكيد، سيكون له ميزة نشر EMI بسهولة على المعلمين. كون الجهاز المعروف جيداً منذ تنفيذه في عام 2000، والذي تم إعادة تشكيله عدة مرات، انخفض وفقاً لدورات التعليم الابتدائي والثانوي والعالي ووفقاً للفروع المهنية المجهزة بأدوات التحقق من الصحة والمتكاملة في كليات Core Core و Brevet و des B2i ، لم يعد لديه لفرض نفسه في الممارسات كما هو الحال في الأرواح. كما أنه يضمن ظروف التقاطع والسياق ونهج المهارات (APC) التي هي مناسبة تماماً لـ "التعليم".

ومع ذلك، فإن B2i الذي تم تجديده لن يحل محل الإطار المرجعي الذي يحدد "أهداف IMS وتطبيقها الملموس في شكل تسلسل تربوي مقترح لمختلف التخصصات"، على أن يضعه المجلس الأعلى للبرامج CSP. وفقاً للمديرية العامة للملكية الفكرية في صفحة نوفمبر 2014 المخصصة لـ "EMI in the digital strategy"، فإن B2i، المذكورة مرتين، يجب أن تسمح فقط "بإجراء تقييم تدريجي للمهارات التي اكتسبها الطلاب" هذه هي الطريقة التي اعتبرها مدير DNE 2014 والتي ذكرناها للتو. وبالتالي ، سيقترح الإطار المرجعي الذي وضعه CSP نوعاً من برنامج متعدد المناهج لـ IMS سيتم التحقق من مهاراته التي اكتسبها التلاميذ من خلال اختبار B2i الجديد.

10.1.2.1 - مكان EMI في الإستراتيجية الرقمية:

منذ عام 2012 ، تسعى المؤسسة جاهدة إلى الظهور كمفهوم جديد وجهاز جديد في الوقت الذي تعرض فيه كوسيلة للإستراتيجية الرقمية. فيما يلي الأصول التي تخدم هذه الخطة: التعددية التي تتيح الوصول إلى جميع المعلمين وجميع الطلاب فرصة لتطوير الاستخدامات الرقمية من خلال الأدوات والمواد والتطبيقات الرقمية ولكن أيضاً استهلاك الموارد الرقمية، كذلك بناء المهارات الرقمية اللازمة للاستخدام المتزايد من أي وقت مضى. وتتيح دراسة النصوص الرسمية والتسلسل الزمني للأحداث التفكير في أن EMI ربما تكون في البداية أداة خارجية للإستراتيجية العددية ولكن تم دمجها على الفور، بل وفعالة لأن قد يفهم كل الاهتمام الذي يمكن استخلاصها منه. إذا كان الأمر كذلك فإن إعادة استخدامها يجعلها عمل أصليا وداخليا للإستراتيجية الرقمية لتحويل المدرسة إلى العصر الرقمي.

أخيراً ، لاحظ أن معرض EcritTech الأخير الذي أقيم في نيس في أبريل 2015، وضع EMI في إحدى ورش العمل التي تحمل عنوان "التربية الإعلامية في العصر الرقمي" في دورته السادسة طبعة

مخصصة للحياة الرقمية للطالب. فمن المثير للاهتمام إن لم يكن الأمر الملح محاولة فهم الأسباب التي دفعت الوزارة إلى التطوير بأكثر من وسيلة وسرعة لهذه الإستراتيجية الرقمية.

3.1- إستراتيجية التربية الإعلامية بالأردن:

ينطلق الإطار الوطني المقترح لنشر التربية الإعلامية في الأردن من التوجهات الوطنية الساعية إلى إحداث إصلاحات في الموارد البشرية والتي تعكسها في هذه المرحلة وثيقتين هما، وثيقة رؤية الأردن 2025 والتي تهدف إلى تطوير السياسات الاقتصادية والاجتماعية القائمة على إتاحة الفرص للجميع، وتعزيز سيادة القانون وتكافؤ الفرص وزيادة المشاركة وتحقيق الاستدامة. ووثيقة الإستراتيجية الوطنية للموارد البشرية" التي أطلقت تحت رعاية الملك عبد الله الثاني في أيلول 2016، جوهر الإصلاحات والفرص التي يوفرها منظور التربية الإعلامية والمعلوماتية في ضوء هاتين الوثيقتين تبدو في أربعة مداخل أساسية:¹

- تنمية الموارد البشرية من خلال إصلاح نظامي التعليم العام والعالي.
- الإدراك المتنامي بضرورة إحداث إصلاحات الثقافة المجتمعية التي تمثل الرأسمال الاجتماعي (إعادة بناء الثقة في المجتمع) في مواجهة مظاهر التطرف والانغلاق وتنمية القيم التي أسس عليها الأردن وفي مقدمتها التسامح والتنوع والتعددية واحترام الآخر.
- تحسين نوعية حياة الأردنيين.
- أن يصبح الأردن موئلاً للتربية الإعلامية والمعلوماتية في العالم العربي.

1.3.1-الرؤية:

مواطنون أردنيون يستخدمون وسائل الإعلام ومصادر المعلومات وتكنولوجيا الوسائط الجديدة بكفاءة تمكنهم للانتقال من مجتمع المعلومات إلى مجتمع المعرفة الذي تبني على أساسه نظم تعليم وأسواق ومؤسسات كفاءة ومستدامة تعمل على تحسين مستمر لنوعية الحياة والثقة العامة في المجتمع.

2.3.1-الأهداف الوطنية:

- إنَّ منظور التربية الإعلامية سوف يساهم بالمساعدة في تحقيق الأهداف الإصلاحية والتنموية التالية:
- استخدام منظور التربية الإعلامية باعتباره أداة من أدوات إصلاح التعليم وبناء الموارد البشرية الوطنية.
- تحسين قدرات المجتمع الأردني وتحديد الأجيال الجديدة والشابة في التعامل مع وسائل الإعلام ومصادر المعلومات.

¹ باسم الطويسي، شيرين صبحي، نيللي البناء، التربية الإعلامية والمعلوماتية في الأردن الحاجات والفرص: ورقة سياسة عامة، معهد الإعلام الأردني، 2016، ص 37-42.

- تمكين أفراد المجتمع وتحديدًا الشباب من حرية التعبير والتفكير النقدي والإبداع والريادة.
- المساهمة في تحسين قدرات المجتمع الأردني على المزيد من الاندماج الاجتماعي والمشاركة السياسية والاجتماعية والاقتصادية.
- تهيئة المجتمع للاستفادة من الفرصة السكانية (التغير في الهرم السكاني لصالح الشباب في سن الإنتاج).
- دعم جهود العدالة الجنديرية في المجتمع الأردني وتحسين قدرات المجتمع في ردم فجوات مشاركة المرأة السياسية والاجتماعية والاقتصادية.
- التحسين المستمر لقدرة المجتمع الأردني على تنمية الرأس مال الاجتماعي أي صيانة الثقة العامة وترشيد الثقافة المجتمعية .
- تعزيز مفاهيم حقوق الإنسان والحريات وسط المجتمع الأردني وتمكينه من التعبير عن نفسه والمشاركة الديمقراطية الفاعلة وتعزيز مفهوم المواطنة الرقمية.

3.3.1- الفئات المستهدفة:

إن السياسات الداعمة للتربية الإعلامية في الأردن تتطلب أن تستهدف المجتمع بشكل عام وفي إطار العمل البرامجي المحدد، وتتمثل الفئات المعنية كالاتي:

- أولاً: النظام التعليمي الوطني، يشتمل على:
- طلبة المدارس في التعليم الخاص والعام.
- المعلمين.
- طلبة الجامعات.
- أساتذة الجامعات.
- ثانياً: مؤسسات الرعاية الشبابية.
- ثالثاً: مؤسسات المجتمع المدني.
- رابعاً: مؤسسات التمثيل (البرلمان، البلديات، مجالس الحكم المحلي).
- خامساً: الفئات الخاصة (النساء والمجموعات المهمشة).

4.3.1- مجالات العمل:

- أولاً: مجال التعليم:
- تبنى سياسة داعمة للتربية الإعلامية وبمعني ذلك وجود رؤية وطنية في هذا المجال مدعومة بإرادة سياسية تتحول إلى إستراتيجية وتدعم قدرة صانعي القرار على فهم البيئة العامة للعملية

التعليمية وعلاقتها بمصادر المعلومات والإعلام وتمكنهم من اتخاذ القرارات الملائمة وإجراء المقارنات والمتابعة والتقييم.

- تطوير مناهج وأدلة وأدوات تدعم إدخال التربية الإعلامية للنظام التعليمي.
- إدخال مفاهيم التربية الإعلامية على شكل وحدات دراسية في كتب التربية الوطنية والاجتماعية للصفين السابع والثامن في مدارس القطاعين العام والخاص.
- وضع خطة وطنية لتدريب وبناء قدرات وطنية في مجال التربية الإعلامية من المعلمين في مسارين: الأول يستهدف المعلمين بشكل عام لمحو الأمية الإعلامية، الثاني يستهدف تطوير قدرات متخصصة من المعلمين في هذا المجال من خلال طرح تخصص يمنح درجة علمية في التربية الإعلامية في كليات إعداد المعلمين.
- تشكيل لجنة استشارية للإشراف على إعداد المبادئ التوجيهية للتربية الإعلامية والإستراتيجيات ذات العلاقة بمشاركة ممثلين عن وزارات التربية والتعليم والتعليم العالي والاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والثقافة والإعلام والشباب والمالية والقطاع الخاص والمكتبة الوطنية والمجلس الأعلى للمعاقين والأسرة والمرأة ومؤسسات المجتمع المدني ومعهد الإعلام الأردني ومكتب اليونسكو عمان ؛ بحيث ينبثق عنها لجنة فنية مختصة تمثل الجهات نفسها والتي يناط بها مهام إعداد الخطة التنفيذية والإشراف على تنفيذها سواء كان ذلك لبرامج التعليم النظامي أو غير النظامي.

● ثانياً: التعليم العالي والجامعات:

- إدخال التربية الإعلامية على الخطط الدراسية في الجامعات الأردنية وذلك من خلال مسارين:
- مسار يستهدف كافة طلبة الجامعة من خلال طرح مادة تدخل على متطلبات الجامعة الإلزامية والاختيارية ويمكن أن تبدأ بمادة تجريبية تطرح ضمن متطلبات بعض الكليات.
- مسار إدخال التربية الإعلامية ضمن برامج كليات إعداد المعلمين وذلك من خلال إنشاء برامج تمنح درجة علمية (بكالوريوس، دبلوم، ماجستير) في التربية الإعلامية، كما تعمل هذه الأقسام على تدريس التربية الإعلامية للمعلمين والمعلمات قبل الخدمة والتخطيط لتقديم برامج تدريب في التربية الإعلامية للمعلمين والمعلمات أثناء الخدمة.
- يبدأ هذا الإطار في كل من جامعتي آل البيت في الشمال وفي جامعة الحسين بن طلال في الجنوب، ثم يتبع ذلك بجامعة في منطقة الوسط (الجامعة الأردنية).
- خطة للتدريب وبناء القدرات : وضع مسار وطني واضح لبناء قدرات مجموعات من أعضاء الهيئات التدريسية في الجامعات الأردنية يستمر خمس سنوات ويستهدف بناء قدرات نحو 100 عضو هيئة تدريس من كليات العلوم التربوية والآداب والعلوم الإنسانية وتكنولوجيا

المعلومات. يتطلب أن تكون هذه المجموعة بمثابة الكتلة الحرجة لقيادة التغيير وإحداث الانتقال في الجامعات على محوري كليات إعداد المعلمين وطلبة الجامعة بشكل عام. ويشكل التدرج منهجية العمل؛ بحيث يستهدف في بدايات البرنامج في السنة الأولى نصف الجامعات والمفترض عددها 10 جامعات أخرى.

- إنشاء مركز علمي متخصص يربط التعليم بالإعلام ، يكون مقره في إحدى الجامعات ويعني بتطوير ومتابعة ربط التعليم بالتربية الإعلامية، ومن المفضل أن تتبنى إحدى الجامعات أو المعاهد المتخصصة بالإعلام إنشاء هذا المركز على غرار تجارب عالمية حيث تعمل هذه المراكز على تشجيع البحث العلمي وزيادة الوعي المجتمعي وتطوير السياسات العامة والتعليمية بهذا المجال.

وهناك أمثلة متعددة لتجارب من دول أخرى أسهمت مؤسسات التعليم العالي من خلال هذه المراكز على تطوير ممارسات التربية الإعلامية منها في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا حيث أنجزت جامعة "ماك جيل" McGill برنامجا في التربية الإعلامية تستفيد منه معظم المدارس في أمريكا الشمالية، كما بادرت سويسرا إلى إنشاء مركز تعليم الاتصال الجماهيري، كما أنشأت فرنسا بدورها مركز ربط التعليم بوسائل الاتصال CLEMI.

• ثالثاً: المجتمع المدني والأهلي:

دعم مبادرات مؤسسات المجتمع المدني التي تهدف إلى تقديم برامج متخصصة في مجال محو الأمية الإعلامية الموجه إلى المجتمع بشكل عام والتي على مبدأ التعلم مدى الحياة وتقسم هذه البرامج إلى مستويين:

1. المجموعات والفئات الخاصة التي تحتاج إلى رعاية واهتمام؛ حيث تساهم التربية الإعلامية إلى تمكين هذه الفئات من الوصول إلى حقوقها السياسية والاقتصادية ومن هذه الفئات: المرأة والأشخاص ذوي الإعاقات والمجتمعات التي تقطن في الأماكن النائية.
2. المجموعات والفئات المؤثرة: إن تمكين هذه الفئات من القدرات والمهارات والمعرفة في التربية الإعلامية سوف يساهم في أن ينعكس هذا التمكين على المجتمع بشكل عام. وتشمل هذه الفئات كل من:

- البرلمانين ورؤساء البلديات والمجالس المحلية ورؤساء النقابات والاتحادات المهنية ورؤساء المؤسسات المدنية والأهلية إضافة إلى صناع السياسات بشكل عام.
- المؤسسات الإعلامية والمكتبات وشركات خدمات الإنترنت والإعلام المجتمعي؛ حيث تستطيع هذه المجموعات دعم المشروع وتطوير سياسات خاصة بها تتعلق بالتربية الإعلامية.

• رابعاً: المؤسسات والبرامج الشبابية:

العمل على إدخال برامج متخصصة في التربية الإعلامية على أنشطة المؤسسات الشبابية وفي هذا الشأن توجه السياسات العامة في مجال الشباب إلى إطلاق برامج ضمن هذا المجال في:

- إطلاق برنامج وطني للتربية الإعلامية في مراكز الشباب والشابات المنتشرة في نحو 60 مركز في مختلف أنحاء المملكة.
- إدخال مفاهيم وبعض المهارات المتعلقة بالتربية الإعلامية في البرامج الموجهة للشباب ضمن الخطط النوعية، مثل: الخطة الوطنية لمواجهة التطرف وخطط مواجهة العنف في المجتمعات الطلابية.

5.3.1-التنفيذ-خارطة طريق أولية-:

وفق الرؤية والأهداف السابقة التي حددت في إطار العمل الوطني، فيما يلي مجموعة من الإجراءات الأساسية التي تقترح على مدى السنوات الثلاثة الموالية والتي تشكل معالم خارطة طريق أولية لنشر التربية الإعلامية:

تستند إلى الأهداف الوطنية المرجوة وإلى الفاعلين الأساسيين والفئات المستهدفة، لأن مرحلة التنفيذ تحتاج إلى أفعال واضحة ومحددة تبنى عليها خطة عمل تنفيذية أولية، فإن الإجراءات المطلوبة ستدرج حسب الفاعلين الأساسيين كالتالي:

- استدامة الإرادة السياسية الدافعة نحو المزيد من التبنى والاهتمام بالتربية الإعلامية والرقمية وذلك من خلال الحملات الإعلامية واستكمال جهود كسب تأييد السياسات العامة وتحديداً في مجالات التعليم والشباب والإعلام وهي عملية مستمرة.
- وضع خطة إستراتيجية لإدخال التربية الإعلامية للمناهج التعليمية في التعليم العام وفي الجامعات لمدة ثلاثة سنوات وخطة تنفيذية موزعة على مرحلتين.
- وضع خطة فرعية أخرى لإدخال برامج متخصصة في التربية الإعلامية على أنشطة المؤسسات الشبابية للشباب خارج المؤسسات التعليمية.
- توفير التمويل الإلزام لتنفيذ الخطة وتحديد الجهات التنفيذية والأدوار المحددة لكل منها.
- تشكيل وحدة لإدارة مشروع تنفيذ الخطة تتكون من الجهات المنفذة للخطة والجهات المستفيدة من البرامج والأنشطة التي تتضمنها من أجل استدامة التنسيق.
- تشكيل لجنة للمتابعة والتقييم، تقوم بوضع خطة فرعية للمراقبة والتقييم تتضمن مؤشرات أداء قابلة للقياس.
- إصدار تقرير ربعي عام يوزع على الجهات المعنية حول سير العمل في الخطة الإستراتيجية وتقرير سنوي ينشر للرأي العام.

2- دليل التربية الإعلامية:

1.2- دليل التربية الإعلامية وفق جمعية " سافوار دو فينير " بالشراكة مع الجمعية التونسية للإعلام البديل و جمعية " ايريكس أوروب":

في إطار الجزء الثاني من المشروع، تم تطوير هذا الدليل كأداة فنية تسمح لمنشطي دور الشباب بتطوير مشاريع التربية على وسائل الإعلام مع الشباب وذلك من خلال تطوير مهاراتهم التحليلية والفهم النقدي للمحتوى المنشور عبر شبكات التواصل الاجتماعية. تم تطوير هذا الدليل من قبل جمعية " سافوار دو فينير Savoir*Devenir " بالشراكة مع الجمعية التونسية للإعلام البديل و جمعية " ايريكس أوروب".¹ أنجز دليل التربية على وسائل الإعلام والمعلومات في إطار مشروع " صحافة القرب و المواطنة الفاعلة في ولاية توزر و قبلي " والذي تنفذه في تونس " إيريكس أوروب " بالشراكة مع الجمعية التونسية للإعلام البديل بدعم مالي من الاتحاد الأوروبي.

يهدف هذا المشروع إلى المساهمة في تطوير صحافة القرب وتحفيز المواطن في ولاية توزر وقبلي و ذلك من خلال إضفاء الطابع المهني على الإذاعات الجمعياتية والتربية على وسائل الإعلام لشباب المجتمع المدني الناشط في هذه المناطق.

يرتكز المشروع على محورين رئيسيين:

- تعزيز قدرات الإذاعات المحلية على إنتاج برامج إخبارية وبرامج تعبر عن آراء المواطنين بطريقة مهنية ومتواصلة.
- تعزيز قدرة الشباب والمجتمع المدني على التفاعل والمشاركة بمسؤولية في الإذاعات المحلية وفي وسائل الإعلام الاجتماعية.

1.1.2- مضمون الدليل:

تم تصميم دليل التربية على وسائل الإعلام EMI عبر دورة تكوين في مجال التربية على وسائل الإعلام والتي قدمتها الجمعية التونسية للإعلام البديل ATAMA بتونس العاصمة خلال شهر سبتمبر 2017 في إطار مشروع " صحافة القرب والمواطنة الفاعلة في ولايتي (توزر وقبلي) بالشراكة مع IREX Europe و Savoir Devenir وبتمويل من الاتحاد الأوروبي.

هذا المشروع موجه للمنشطين في دور الشباب لذلك فهو يأتي في المقام الأول كدليل للمدربين.

2.1.2- أهداف دليل "يلا إيمي YALA EMI":

¹ Bérangère Blondeau et Divina Frau-Meigs, Guide Yalla EMI, Un guide d'Education aux Médias et L'Information, IREX Europe, pp 3-12, 2018

- السماح للمدرّبين بتنفيذ مشروع التربية على وسائل الإعلام في نطاق إذاعة واب على شبكة الإنترنت عن طريق إتباع واحدة من الطرق المقترحة في الممارسات المعقولة الثلاثة (أي الإجراءات التي تكفل بالنجاح ويتقبلها المجتمع) المقدمة في هذا الدليل.
 - السماح للمدرّبين بإدراك ماهية التربية على وسائل الإعلام من خلال النقاط 10 الأساسية الخاصة بالتربية على وسائل الإعلام.
- لهذا السبب، يعطي هذا الدليل أدوات لإعمال العقل (الأساسية) ويعرض ثلاث مسارات نموذجية (الممارسات المعقولة)، فهو يعطي إشارات واقتراحات ولا يعطي "صفات جاهزة" لأن التربية على وسائل الإعلام تتكيف مع الأوضاع المحلية المتنوعة وتعتمد على مبدأ متعدد المسارات وهذا يعني أنه يمكن اكتشافه عن طريق عدة وثائق، البعض منها وثائق ورقية مثل الأساسية والممارسات المعقولة والبعض الآخر على الإنترنت مثل الدروس ومقاطع الفيديو التي تصاحب التدريب.
- إذ يمكن تعلم التربية على وسائل الإعلام من خلال تطبيقها على مقارنة كل مشروع ونقترح 5 مداخل في هذا الدليل للتنفيذ في الإطار المحلي.

3.1.2- تركيبة دليل التربية على وسائل الإعلام في الحصص التطبيقية:

1.3.1.2- يتألف من عناصر خمسة:¹

- جداولات مقدمة في شكل "أساسية التربية على وسائل الإعلام: تفسر الكلمات المفاتيح لفهم التربية على وسائل الإعلام في العالم الرقمي:
- على الصفحة الأولى، عرض نظري للمفهوم مع بعض المراجع المحلية.
- على الصفحة الثانية تفسير عملي للمفهوم بهدف إنشاء مشروع تربية على وسائل الإعلام.
- مخطط لسيناريو الأساسية.
- إشارات بيداغوجية موجهة.
- المهارات السبع للتربية الإعلامية.
- (الفهم، النقد، الإبداع، المواطنة، حل النزاعات، التواصل بين الثقافات، الاستهلاك).
- القيم الرئيسية للتربية على وسائل الإعلام (حرية التعبير، الحياة الخاصة، كرامة الشخص، أمن الشخص، المشاركة، التربية).

- ثلاث مقترحات لمشاريع واب راديو للتربية على وسائل الإعلام:

توضح كل منها أساسية التربية على وسائل الإعلام وتقدم مشاريع التربية على وسائل الإعلام جاهزة للاستعمال وقابلة للتأقلم مع جميع الأوضاع المحلية، يمكن المدرّبين في دور الشباب من تنفيذ مشاريع

¹ المرجع السابق.

التربية على وسائل الإعلام، يحقق كل مشروع منها وبأسلوبه الكلمات المفاتيح الواردة في هذا الدليل في شكل "أساسية التربية على وسائل الإعلام".

• جدول المصطلحات:

يفسر الكلمات للتكنولوجيا الرقمية والخلافات الناتجة عن التربية على وسائل الإعلام.

• الملحق:

التي توفر أدوات للتنفيذ العملي لمشاريع التربية على وسائل الإعلام، تمثل هذه الملحقات وثائق تكميلية... وهي أدوات تضمن التحقق من أن مشروع التربية على وسائل الإعلام يسير في الاتجاه السليم.

- الملحق 1: رؤية مشتركة للتربية على وسائل الإعلام.
- الملحق 2: خارطة طريق لتطوير مشروع التربية على وسائل الإعلام.
- الملحق 3: تقييم مشروع التربية على وسائل الإعلام: معايير النجاح التي يجب تحقيقها.
- الملحق 4: شبكة تقييم لمشروع التربية على وسائل الإعلام يتم تعميمها من قبل المدربين.
- الملحق 5: استمارة تقييم الإنتاج الإعلامي للشباب والمتعلمين يتم تعميمها من قبل المدربين.
- الملحق 6: عرض وتفسير لمختلف المكونات الإضافية PLUG-IN.
- برامج تعليمية ومقاطع الفيديو على الإنترنت.

2.3.1.2- كيفية استخدام الدليل:

هناك مداخل مختلفة يمكن النفاذ عبرها إلى هذا الدليل، من خلال 5 طرق مختلفة:¹

1. المدخل رقم 01: من خلال الممارسة المعقولة... مشروع من 6 جلسات:

- بناء مشروع انطلاقاً من صورة، شريط فيديو، مقطع صوتي.
 - اختيار الممارسة المعقولة المراد تطبيقها مع الشباب.
 - تحديد المراجع وتوفير المعدات اللازمة.
 - طباعة أو عرض فيديو للملاحق لتطوير مشروع التربية الإعلامية.
2. المدخل رقم 02: من خلال الأساسية... مشروع قصير من حصة إلى حصتين:
- اختيار 1-3 أساسية.
 - تحديد النقاط التي تريد دراستها مع الشباب في الأساسية.
 - تحديد الدورات التي يتم فيها تنفيذ الأساسية في الممارسات المعقولة.
 - طباعة أو عرض فيديو للملاحق من أجل تطوير مشروع التربية الإعلامية.

3. المدخل رقم 03: من خلال الاحتياجات المحلية (الأخبار والأحداث والقضايا الاجتماعية...) خط

سير متغير وفقاً للاحتياجات:

¹ . المرجع السابق.

- تحديد الاحتياجات المحلية.
 - اختيار محور البحث.
 - اختيار طريقة طرح الموضوع سواء عن طريق الصور (الممارسة 01) أو عن طريق أشرطة الفيديو (الممارسة 2).
 - المقاطع الصوتية (الممارسة 3) تحديد الأساسية التي يريدون تنفيذها بناء على الاحتياجات المحلية.
 - تحديد الحصص التي يتم فيها تنفيذ الأساسية في الممارسات المعقولة.
 - طباعة أو عرض فيديو الملاحق من أجل تطوير مشروع التربية الإعلامية.
4. مدخل رقم 04: حسب رغبات الشباب:
- البدء برغبات الشباب.
 - اختيار محور البحث
 - اختيار الدخول للموضوع إما عن طريق الصور أو أشرطة الفيديو أو المقاطع الصوتية.
 - تحديد الأساسية التي يريدون تنفيذها بناء على الاحتياجات المحلية.
 - تحديد الحصص الأساسية التي يتم فيها تنفيذ الأساسية في الممارسات المعقولة.
 - طباعة أو عرض فيديو الملاحق من أجل تطوير مشروع التربية الإعلامية.
5. مدخل رقم 05: من خلال المكونات الإضافية (PLUG-IN): وهي عبارة عن وحدات تتكون من حصة أو حصتين قابلة للتطبيق مباشرة وبدون إتباع كامل المسار البيداغوجي...دورة ذات حصة واحدة أو حصتين تتمحور حول استكشاف المفهوم.
- اختيار PLUG-IN أو إثنتين للتنفيذ.
 - تحديد الأساسية التي تم تطبيقها في هذه المكونات الإضافية PLUG-IN.
 - طباعة أو عرض فيديو للملاحق لتطوير مشروع التربية الإعلامية.
- 3.3.1.2- الممارسات التطبيقية لكتابة نص أساسية دليل التربية الإعلامية:
- الأهداف المنشودة: تمثل الممارسات المعقولة وسيلة لتوضيح أساسيات التربية الإعلامية، تقوم كل وحدة منها بتطبيق:¹
 - أساسية قواعد العالم الرقمي.
 - ثلاثة أساسيات أخرى (من أصل 11 أساسية في المجموع).
 - المنهجية: يتم تدعيم المنتجات الإعلامية لكل الممارسات المعقولة عن طريق الصوت أو الصورة الثابتة، ذلك حسب ما يقتضيه المشروع الأصلي، ثم يدمج الكل في مشروع جديد للتربية

¹ . المرجع السابق.

الإعلامية تم إنشاؤه لراديو الواب. وتسمح هذه الزيادة للمنتجات الإعلامية بأن تصبح جزءاً من ممارسات التكنولوجيا الرقمية، بذلك فإنها تتطور في الزمان والمكان، تراعي هذه المنهجية "المرنة" التغييرات والتعديلات التي يدخلها المشاركون والخبراء. وتتميز من ناحية أخرى بقابلية التحويل والتحويل بنسق منتظم، يمكن الحديث حينئذ عن الزيادة الرقمية.

تنقسم كتابة نص أساسية التربية الإعلامية إلى 6 جلسات، البعض منها مخصص للمبادرة البيداغوجية (المهارات والقيم والتقييمات). ويمكن أن تكون جزءاً من التعليم الشامل أو أن تتعلق بموضوع معين، يدمج هذا النص في منهج المشروع.

تمثل بعض الجلسات مكونات إضافية PLUG-IN أو وحدات للتوسع ويمكن تنفيذها بشكل مستقل عن الجلسات الأخرى أو نقلها إلى ممارسات عقلانية غير تلك المقترحة في هذا الدليل.

في كل الحالات، المنهجية هي : بداية من صورة موجودة أو فيديو أو مقطوعة صوتية، تقوم الأنشطة المختلفة التي نفذت من قبل الشباب خلال مشروع التربية الإعلامية بتحويل الممارسة الأصلية عن طريق الكلمات والمقاطع الصوتية والصور، تؤدي هذه العملية إلى إنشاء قصص رقمية.

- **التقييم في تنفيذ مشاريع التربية الإعلامية:** إن التقييم المقترح في هذا الدليل يثبت دقة التمشي الذي انتهجته التربية الإعلامية في المشاريع المنجزة. ويتم ذلك بطرق عديدة من قبل المدربين:¹
- استكمال شبكة التقييم في الملحق 3 الذي يعرض معايير نجاح مشروع التربية الإعلامية على أساس خارطة الطريق المطورة.
- تقييم المنتجات الإعلامية للشباب من خلال استكمال شبكة المعايير.

3- نماذج التربية الإعلامية:

تتعدد وجهات النظر حول الأساليب المناسبة لتفعيل برامج التربية الإعلامية. ففي الوقت الذي ينادي فيه البعض بضرورة أن يتعلم الطلاب مهارات التربية الإعلامية من خلال مادة أو مقرر خاص بالتربية الإعلامية ينادي البعض الآخر بدمج التربية الإعلامية في المنهج بدلاً من تقديمها في مادة منفصلة (Jenkins, et al, 2006)، في هذا السياق برزت عدة نماذج تساعد على تطبيق التربية الإعلامية، نذكر منها:

1.3- نموذج ديفيز Davis :

يقترح ديفيز (Davis 1992) نموذجاً للتربية الإعلامية تركز فيه على ثلاث مهارات رئيسية:²

1. **التحليل:** (مهارة مستهلك)، فالمثقف إعلامياً هو مشارك نشط في الحوار حول المعنى في المحتوى الإعلامي وواع بالعوامل المختلفة التي تؤثر بالحوار.

¹ . المرجع نفسه.

² Freed, ken(2003), Deep media literacy, <http://www.media-vision.com/ed.deepliteracy.html>, 11:24h, 23/07/2019. .

2. **البحث:** (مهارة مستخدم)، فالمتقن إعلامياً باحث نشط في تحديد المصادر الإضافية المناسبة لدراسة الموضوعات ذات الاهتمام الشخصي.

3. **التأثير:** (مهارة منتج)، فالمتقن إعلامياً هو القادر على تغيير معنى أو تأثير الرسائل الإعلامية.

2.3- نموذج فريد freed "الثقافة الإعلامية العميقة -التفاعلية-":

وعلى نحو مختلف يقترح "فريد" (freed,2003)، نموذجاً للتربية الإعلامية يتميز بالتركيز الكبير على مفهوم التفاعلية (Interactivity) الذي يميز وسائل الإعلام وتقنيات المعلومات الحديثة، والشبكات الرقمية المعاصرة هي كونه الطابع خصوصاً مع التوسع في الشبكات التفاعلية الكونية واسعة النطاق (Broadband) التي تتيح للأفراد الإنغماس (Immersion) في بيئات تفاعلية كونية. ولذا فإن مهارات التفكير الناقد والمهارات التقنية ليست كافية للبقاء دون فهم طبيعة وقوة التفاعلية نفسها وأن الفرد المتقن إعلامياً هو الذي يعترف بعمق التفاعل الكوني، لذلك يصبح الوعي الكوني (Global Sensibility) مفتاح الثقافة الإعلامية وهو ما يعني أن الحياة المعاصرة تفاعلية ويقترح لتحقيق فهم التفاعل الكوني كأساس للتربية الإعلامية المعاصرة نموذجاً أسماه الثقافة الإعلامية العميقة (Deep Media Literacy)، الذي يتكون من ثلاث مستويات هي:¹

- مهارات استخدام تقنيات المعلومات وتصفح الشبكات الرقمية.
- مهارات التفكير الناقد لمحتوى الرسائل الإعلامية.
- تقدير التفاعلية الكونية.
- كما يقترح ثلاثة استراتيجيات لتدريس الثقافة الإعلامية، هي:²
- تطوير رؤية إعلامية مشتركة.
- مناقشة الاختيارات الإعلامية.
- مناقشة التفاعلية الكونية.

3.3- نموذج التربية الإعلامية -دليل محو الأمية الإعلامية- لوزارة التعليم بـ"أونتاريو":

تعود فكرته من مقدمة إلى دليل موارد محو الأمية الإعلامية الذي نشرته وزارة التعليم في "أونتاريو" في عام 1989 لتوجيه تنفيذ محو الأمية الإعلامية في فنون اللغة في مدارس "أونتاريو" الثانوية. كتب الدليل أعضاء جمعية محو الأمية الإعلامية / "كندا":³

¹ المرجع السابق.

² رمزي أحمد عبد الحي، مرجع سابق، ص 227.

³ Canada Offers Ten Classroom Approaches to Media Literacy, CML, centre for media literacy, site : <http://www.medialit.org/reading-room/canada-offers-ten-classroom-approaches-media-literacy> , 18:43h, 2020-09-21

1.3.3- النموذج الإستقرائي:

1.1.3.3- مبادئ النموذج الإستقرائي:

- يركز هذا الدليل على التعليم الاستقرائي ويبدأ كلما كان ذلك ممكناً بتجارب الطلاب المباشرة مع وسائل الإعلام. إذ تتمثل الطريقة الأساسية للدراسات الإعلامية في "منهج حلزوني" ، وهو مفهوم طورته المعلم "جيروم برونر" Jerome Bruner. المبدأ الأساسي لهذه الطريقة هو أن المفاهيم الأساسية لأي تخصص يمكن تدريسها بشكل ما للطلاب في أي مستوى. وبالتالي فإن المفاهيم المقدمة في البداية في شكل بسيط على المستوى الابتدائي في السنوات المتعاقبة يتم استكشافها وتطويرها وتوسيع نطاقها بطرق متزايدة التعقيد مع نضوج الطالب وتطويره، فقد يبدأ تلاميذ المدارس الابتدائية في استكشاف مفهوم الآثار التجارية لوسائل الإعلام من خلال التحدث عن البرامج التلفزيونية التي يشاهدونها ويتجيبه من المعلم، فالتمييز بين مواد البرنامج والإعلانات التجارية وتحديد الأغراض المختلفة للكل. في مرحلة لاحقة، يمكنهم من النظر في مجموعة متنوعة من الإعلانات التجارية التي تستهدف الأطفال ومناقشة ردود أفعالهم تجاههم وربما البدء في تقييم فعاليتها. كما يمكن أن يتحدثوا أيضاً عما سيضعونه في الإعلانات التجارية للأطفال إذا كانوا يقومون بذلك. يمكن أن يبدأ الأطفال الأكبر سناً في تحليل تقنيات ونداءات الإعلانات التجارية والتخطيط لبعض القصص الخاصة بهم. يمكنهم أيضاً استكشاف العلاقة بين الإعلانات التجارية والبرمجة وربما فحص العلاقة بين شخصيات الرسوم المتحركة للأطفال ومبيعات المنتجات ذات الصلة مثل الدمى أو الملابس. مع تقدمهم عبر النظام التعليمي، يمكنهم الانتقال، إلى اختبارات أكثر تفصيلاً للإعلانات التجارية، بالإضافة إلى دراسات عن آثار الاعتبارات الاقتصادية على البرمجة والمحتوى والتقنيات أو البحث في قضايا مثل آثار الملكية والسيطرة على وسائل الإعلام، ونظراً لأن الطلاب غارقين في وسائل الإعلام، يجب أن يكون دور المعلم هو دور الميسر والمشارك. يجب على المعلم مساعدة الطلاب على التفاوض بشأن المعنى والمشاركة في الاستفسار والبحث وتحديد الأنماط وإنشاء منتجات الوسائط الخاصة بهم.

- التأكيد على الإيجابية: من المهم التأكيد على السمات الإيجابية لوسائل الإعلام بدلاً من التركيز على التفاصيل السلبية.

- من الضروري أيضاً تشجيع الطلاب على استكشاف القيم والأذواق المرتبطة بسياقهم الثقافي المباشر.

هذه الفرضية الأساسية لتعليم القيم تعني أن المعلم يجب ألا يفرض مجموعة من القيم النخبوية على الفصل، قد يكون من الصعب العثور على قيم استرداد اجتماعية في العديد من البرامج التي تتمتع بتقييمات جمهور عالية أو مقاطع فيديو صخرية ولكن هذه الأمثلة هي ذاتها التي يتوق طلابنا إلى

مناقشتها. باستخدام مبادئ التربية الإعلامية في المناقشة النقدية، يمكن للمدرس تمكين الطلاب من اكتشاف المعنى من تلقاء أنفسهم وبالتالي منحهم استقلالية نقدية.

فبسبب التنوع الهائل في وسائل الإعلام والكم الهائل من المعلومات، قد يشعر المعلمون بالارتباك إذ يقدم دليل الموارد هذا مجموعة كاملة من استراتيجيات المواجهة:

أولاً: هناك العديد من السبل المتاحة للتربية الإعلامية. فعلى سبيل المثال، تقدم معظم تخصصات المواد طرقاً للموضوع والعديد من الأنشطة المقترحة لتنمية مهارات التحدث والاستماع والكتابة.

ثانياً: التشجيع على تعدد الأساليب، بما في ذلك تطبيق وجهات نظر متعددة التخصصات واستراتيجيات التفكير الناقد والإبداعي.

ثالثاً: سيكون على مدرسي وسائل الإعلام الانتقائية، للمحتوى المتغير باستمرار للإعلام والثقافة الشعبية إلى جانب العديد من الأشكال والتقنيات الجديدة والمتطورة، إذ يتطلب مفهوم "النص المنقول" الذي يتكون من المعلم أو الفصل أو كليهما معاً. قصاصات الصحف والمجلات الحالية والفيديو الجديد والأشرطة الصوتية وألبومات التسجيل وأفراد المصادر من المجتمع. في مثل هذا المشروع، يجب أن يكون من الواضح أن الدراسة الإعلامية مناسبة بشكل مثالي للقوة التعاونية المكتسبة من التدريس الجماعي.

لتجنب تكرار الأنشطة والمواد السمعية والبصرية كل عام، يتعين على المعلمين ورؤساء الأقسام ومديري المدارس التخطيط لبرنامج متماسك وفي كثير من الحالات، لبرنامج دراسات وسائط متسلسلة. وقد يدفع ذلك إلى تشكيل لجان للتربية الإعلامية في مجلس الإدارة والتي يمكنها تنظيم ورش عمل للمعلمين وتصميم مناهج إعلامية مناسبة بشكل خاص للاحتياجات المحلية.

سيحتاج المعلمون الذين ليسوا على دراية بالمعدات الأساسية مثل أجهزة عرض الشرائح ومسجل أشرطة الفيديو إلى تطوير الكفاءة المطلوبة لجعل التربية الإعلامية جديرة بالاهتمام لطلابهم. على سبيل المثال، يمكن أن يؤدي الاستخدام الفعال لإطار التجميد أو آلية المسح الضوئي على جهاز VCR إلى تعزيز استخدام الفيديو بشكل كبير.

يوجد في هذا الدليل العديد من الفرص لإنتاج الوسائط العملية وهو بُعد مهم يكمل تطبيق المفاهيم الأساسية وتمارين فك التشفير. إذ يجب ألا تصبح الأنشطة العملية غاية في حد ذاتها خلاف ذلك قد يتم تجاهل التحقيق الحاسم الذي يعد أساسياً للدراسة الإعلامية.

2.3.3 - النموذج الاستقصائي The Inquiry Model:

نموذج الاستقصاء عبارة عن إطار منظم يساعد الطلاب على التعرف على المشكلات الأساسية ويوفر استراتيجيات لتطوير محتوى الموضوع. يساعد هذا النموذج في تحفيز الأسئلة المفتوحة ويشجع الطلاب على أن يكونوا فضوليين حول العالم ؛ كما يتطلب أن يكون لديهم الأدوات المناسبة للبحث والمناقشة الهادفة. نظرًا لأن العديد من الموضوعات التي تهم الطلاب (مثل الرقابة والتحيز في التغطية الإخبارية واتجاهات الثقافة الشعبية) تحتاج إلى التركيز في أقرب وقت ممكن ، فإن هذه المنهجية مناسبة بشكل مثالي للدراسة الإعلامية.

يناسب نموذج الاستقصاء بشكل خاص إدخال أنشطة محو الأمية الإعلامية في الفصل الدراسي. على سبيل المثال ، يمكن للمرء بسهولة تطبيق النموذج على فيلم قصير استقرازي ، أو فيلم وثائقي تلفزيوني ، أو مقتطف من فيديو فيلم روائي يكشف عن معضلة أخلاقية قوية. من خلال تجربة مشتركة مكثفة تثير مجموعة كاملة من القضايا يتم تمكين الطلاب لمعرفة قيمة إطار منظم لتسهيل البحث المركز والتفكير النقدي.

يمكن استخدام النموذج الاستقصائي، على سبيل المثال، لاستكشاف السؤال التالي: "لماذا يبدو أن الكنديين يفضلون وسائل الإعلام الأمريكية؟" قد يتم التحقيق في الحلول البديلة التالية:

- المحتوى الإعلامي من الأفلام إلى التلفزيون، هو في الغالب أمريكي الأصل.
- البرامج الأمريكية أرخص عادةً في الشراء؛ لديهم قيم إنتاج أفضل والتي تعكس الميزانيات الفخمة ويكون لها وتيرة أسرع من معظم البرامج الكندية.
- قد تعكس البرامج الكندية عالية الجودة هويتنا ولكن لا مبالاة معظم الكنديين حيال هذا المجال أو انعدام الأمن في هذا المجال يجبرهم على تجنب المساعي التي تعرقل مجتمعا.
- تضمن المنافسة الشديدة في الولايات المتحدة مشاهدة المنتجات التجارية الأكثر رواجًا فقط.

يمكن للطلاب بعد ذلك استكشاف البدائل من خلال جمع البيانات بالطرق التالية:

- تتوفر الإحصاءات في الموارد المتعلقة بصناعة السينما الكندية ، مثل Cinema Canada (ملاحظة المحرر: لم تعد قيد النشر) ومن تقارير اللجان المختلفة حول البث وصناعة السينما.
- يمكن للطلاب التحقق من شبكات التلفزة الكندية من التكاليف المقارنة لشراء برنامج أمريكي - خاصة تلك التي تعيد تشغيلها - وإنتاج سلسلة كندية.
- يمكن للطلاب مشاهدة بعض العروض الكندية النموذجية ومقارنتها مع المنتج الأمريكي من أجل ملاحظة الاختلافات في السمات والتوصيف والسرعة.

- يمكن للطلاب التحقق من تصنيف واحد من أفضل المسلسلات التلفزيونية الكندية ويأخذ شبك التذاكر بعض أفلامنا المشهورة. بالإضافة إلى ذلك ، من خلال صياغة استبيان وإجابة مقطع عرضي من الناس عليه.
- يمكن للطلاب تحديد ما إذا كانت النتائج تؤكد أو تنكر فكرة أن الكنديين غير مباشرين أو غير آمنين برؤية صورهم المصورة.
- يمكن للطلاب الكتابة أو التحدث إلى محترفي الإعلام الكنديين بشأن الادعاءات المتعلقة بفوائد المنافسة في الولايات المتحدة.

3.3.3- نموذج التفكير الناقد Critical-thinking strategies:

ساعدت حركة التفكير النقدي في الثمانينيات في توفير بعض الاستراتيجيات المهمة لمعلمي محو الأمية الإعلامية. وفقًا لروبرت إينيس Robert Ennis ، يشير التفكير النقدي إلى مجموعة من المهارات والقدرات الفكرية التي تمكن الفرد من اتخاذ قرار عقلائي بما يؤمن به أو يفعله. ويشمل أيضًا مجموعة من القيم: كالسعي وراء الحقيقة والإنصاف أو الانفتاح العقلي والتعاطف والاستقلال الذاتي والنقد الذاتي. فالمفكر الناقد "بالمعنى القوي" هو الشخص الذي يسعى جاهداً للعيش وفقاً لقيم التفكير النقدي والقادر على التفكير في حوار، إذ تتضمن قضية وسائط الإعلام النموذجية المزج بين الاستجابات الفكرية والعاطفية والأخلاقية. كما تتطلب العديد من القضايا التي تنشر في وسائل الإعلام أن نتحرك جيئةً وذهاباً بين وجهات النظر المتعارضة. وهنا يمكن أن يساعدنا التفكير الحواري الجيد. كما ويتضمن التفكير الحواري حواراً أو تبادلًا موسعاً بين وجهات النظر أو الأطر المرجعية.

1.3.3.3- مبادئ التفكير النقدي:

- التمييز بين الحقائق القابلة للتحقق ومطالبات القيمة.
 - تحديد موثوقية الادعاء أو المصدر.
 - تحديد دقة بيان يميز بين المطالبات المبررة وغير المبررة.
 - الكشف عن التحيز الذي يحدد الافتراضات المعلنة وغير المعلنة.
 - الاعتراف بالتناقضات المنطقية.
 - تحديد قوة الحجة.
- لمزيد من المعلومات حول هذه الأساليب استشارة الكتب والمقالات الحالية حول التفكير النقدي في المجالات التعليمية مثل القيادة التربوية و فاي دلتا كابان Phi Delta Kappan .

4.3.3- نموذج القيم التعليمية Values education:

تعد وسائل الإعلام موردًا مثاليًا لمناقشة المعضلات الأخلاقية وتطوير التفكير الأخلاقي واستخدام تقنيات مثل توضيح القيم. كما يمكن أن يلعب التفكير المنطقي الذي تم وصفه كجزء هام من التفكير النقدي، دورًا مهمًا في مناقشات مواضيع مثل إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام الجماهيرية وسيطرة الحكومة على وسائل الإعلام، الرقابة، الإعلان، والقيم الأخلاقية المحددة في التلفزيون والأفلام الشعبية.

5.3.3- نموذج وسائل الإعلام من منظور تخصصات الموضوع:

فيما يتعلق بتحليل التربية الإعلامية في سياق الموضوع، من المهم التأكيد على أن المدرسين سوف يحتاجون إلى تجاوز مفهوم الوسائط ببساطة كأدوات مساعدة سمعية وبصرية. تشمل الأفكار التي يمكن للمعلمين استخدامها لدمج التربية الإعلامية في فصولهم، ما يلي:

- **اللغة الإنجليزية:** مقارنات الأدب السينمائي، كتابة النصوص والوحدات المواضيعية للوسائط المتعددة (أي استكشاف كيفية التعبير عن مواضيع مثل طبيعة الشجاعة، البطل والكوميديا في وسائل مختلفة).
- **العلوم الاجتماعية:**
 - التاريخ: عرض الشخصيات التاريخية، التحيز التاريخي ووجهة النظر، تسويق السياسيين والدعاية.
 - الجغرافيا: مقارنة صور المدن في الأفلام والتلفزيون مع الحقائق الاجتماعية والاقتصادية لتلك المدن، تفكيك أفلام السفر، التحيز في الأفلام التي تنتجها الحكومات أو الشركات، تصوير الدول كما صورتها الحكومات مقابل "الغياب المنظم"، الصور التي لم يتم تضمينها في الصورة الرسمية.
- **دراسات الأسرة:** تمثيل الأسرة في الإعلانات والسينما ؛ الجنس والقوالب النمطية الجنسية في وسائل الإعلام ؛ وثقافة العنف.
- **العلوم والتكنولوجيا:** بالإضافة إلى معاملتهم في الخيال العلمي، هناك العديد من الإشارات إلى العلوم والتكنولوجيا في الصحف والأفلام والمجلات والروايات. فالتلفاز في كل من برامج الأخبار والترفيه، يحزم باستمرار القضايا العلمية والمعلومات، يمكن دمج بعض هذه المواد في مناهج العلوم من خلال الإشارة إلى الروابط بين القضايا العلمية التي تثيرها وسائل الإعلام والمبادئ العلمية التي تقوم عليها. يمكن للطلاب أيضًا استكشاف نقاط القوة والقيود الخاصة بعرض مواضيع العلوم في وسائل الإعلام.

- **الفنون المرئية:** إن إمكانيات التربية الإعلامية في الفنون المرئية هائلة. تستند العديد من القرارات المتخذة في وسائل الإعلام إلى الاعتبارات الجمالية. دور الفن في مجتمع تهيمن عليه وسائل الإعلام هو مصدر قلق كبير للفنانين الطموحين. إذ يحتاج مدرسو الفن إلى تقييم أكثر من مجرد مبادئ إرضاء شكل عند النظر إلى وسائل الإعلام، إنهم بحاجة إلى النظر في جميع الجوانب التي تم تحديدها في القسم الخاص بالمفاهيم الأساسية في الفنون البصرية الأقسام المتوسطة والعليا ، دليل المنهج (تورنتو: وزارة التعليم ، أونتااريو ، 1986).
- **الموسيقى:** ينغمس الطلاب في موسيقى الروك وفيديو روك. في حين يستخدم بعض مدرسي الموسيقى موسيقى الروك كمورد ، يعتبر الكثيرون أنها غير ملائمة لدورات الموسيقى الخاصة بهم. ومع ذلك ، هناك العديد من الروابط القيمة التي يمكن إجراؤها من خلال مقارنة الموسيقى التقليدية والشعبية. تُمكن الموسيقى الشعبية مدرسي الموسيقى من مساعدة طلابهم في استكشاف الجوانب الجمالية ورسائل القيمة والآثار التجارية لهذا النموذج المتقشي.
- **التربية البدنية والصحية:** العنف والرياضة المتلفزة في وسائل الإعلام كلها طرق يمكن استكشافها في الفصل الدراسي.
- **الرياضيات:** سيجد مدرسو الرياضيات أن الكثير من الأبحاث في وسائل الإعلام تعتمد على الإحصاءات. وبالتالي ، فإن مهارات التجميع والرسوم البيانية ستكون مهمة. في مجال التلفاز تعتمد طرق تصنيف البرامج الأكثر مشاهدة في أوقات الذروة على الاستخدام الدقيق للمعلومات الرياضية.
- **معلمو مركز الموارد:** لا تحتوي مراكز الموارد اليوم على كتب فحسب، بل تحتوي أيضاً على مقطع عرضي جيد من الدوريات الشائعة وسجلات الفونوغراف والشرائح والصوت والفيديو وأشرطة الفيديو. في مجال الطباعة، كما لا تتطلب العديد من الدوريات، مثل Time و Maclean، مهارات القراءة التقليدية فحسب، بل تتطلب أيضاً مهارات فك تشفير محو الأمية الإعلامية. يمكن لمعلمي مركز الموارد أن يلعبوا دوراً مهماً من خلال مساعدة الطلاب والمدرسين على فهم نقاط القوة والقيود الخاصة بكل وسيط عند اختيارهم لمواد المصادر.

6.3.3- نموذج دراسات عبر وسائل الإعلام واستراتيجيات متعددة التخصصات:

تتعرض القضايا والاتجاهات والأحداث الخاصة في عصرنا في وقت واحد في الجميع أو العديد من وسائل الإعلام. وبالتالي، سواء كان الموضوع هو سباق التسلح أو الترويج لنجم موسيقى الروك أو حملة إعلانية أو النشاط الجنسي والعنف في وسائل الإعلام، فمن الضروري إجراء تحليل عبر الوسائط. يعتمد التطبيق الفعال للمفاهيم الأساسية للوسائط على تكامل العديد من الوسائط. مناقشة

العنف في وسائل الإعلام، فعلى سبيل المثال: قد تجمع بين المعرفة من التاريخ والأدب وعلم الاجتماع وعلم النفس ونظرية الاتصالات واللغويات.

7.3.3- نموذج الخبرات الإبداعية:

بالإضافة إلى القدرة على "فك تشفير" الرموز التي تهيمن على مجتمعهم، يجب أن يكون الطلاب قادرين على "تشفيرها". كما يجب علينا دمج الكتابة مع تطوير مهارات القراءة، يجب علينا دمج تحليل الوسائط الرسمي مع الإنتاج الإعلامي وبالتالي يجب أن تكون الأنشطة الإبداعية أو أنشطة الإنتاج مكوناً أساسياً في الدراسات الإعلامية في الفصل الدراسي. إذ يمكن أن تتراوح هذه الأنشطة الإبداعية بين شيء قصير وبسيط مثل تسلسل سلسلة من الصور الفوتوغرافية إلى مشروع معقد مثل إنتاج فيديو روك. لن يدرك العديد من الطلاب المادة التحليلية إلا إذا مروا بتجارب إنتاجية. بالإضافة إلى السيميائية (السميوتيات) فهي علم العلامات وتهتم في المقام الأول بكيفية توليد المعنى في الأفلام والتلفزيون والأعمال الفنية الأخرى. تشعر بالقلق إزاء ماهية العلامات والطرق التي يتم بها تشفير المعلومات فيها. تستخدم بعض أنشطة فك التشفير / التفكيك في هذا الدليل استراتيجيات من علم السيميائية. هذا النهج الذي كان له تأثير كبير على الأكاديميين ومعلمي وسائل الإعلام الأوروبية، بدأ الآن في تطبيقه في أمريكا الشمالية. في حين أنه قد يبدو صعباً فكرياً ومجرداً إلى حد ما، إلا أنه يمكن أن يدر الكثير من المكافآت لمعلم الوسائط المتقاني.

8.3.3- نموذج قراءة بيئة الوسائط:

لكل وسيلة اتصال تحيزاتها وأيديولوجيتها. عندما نتفاعل مع وسيلة اتصال، نتأثر بقدر شكل الوسيلة مثل رسالتها. لاستكشاف هذه الفكرة بشكل أكبر، يجب أن نطرح السؤال التالي حول كل وسيلة اتصال: كيف سيكون شكل الحياة بدون هذه الوسيلة؟ قد يساعدنا العثور على إجابات للأسئلة التالية في فهم تأثيرات تفاعلاتنا مع وسائط الاتصال لدينا بشكل أفضل:

- كيف تعمل (على سبيل المثال، من الناحية الفنية، الفسيولوجية)؟
- متى / كيف تم اكتشافه / اختراعه؟
- كيف تطور استخدامه (اجتماعياً واقتصادياً وسياسياً)؟
- من هم المستخدمون البارزين؟ ماذا يتواصلون؟ كيف؟
- ما هي الاتفاقيات الحالية للوسيط؟ كيف تطوروا؟
- ما هي القيود الحالية؟ كيف يتم استغلالها بشكل أفضل؟
- كيف تؤثر الوسيلة على مستخدميها وكيف تؤثر عليها؟

- كيف أثرت وسائل الإعلام الأخرى على هذا؟

9.3.3- نموذج وجهات النظر البديلة:

كعداء لوسائل الإعلام الجماهيرية والتي تكون بشكل عام محافظة وتشكل صناعة رئيسية يكون الدافع وراء الربح فيها أمراً بالغ الأهمية، يمكن للمدرسين اعتماداً على مستوى الفصل عرض الأفلام ومقاطع الفيديو التي تقدم رؤية بديلة أو نوعاً مختلفاً من الإدراك والخبرة، إلا أن وسائل الإعلام الرئيسية يجب أن تكون مكملاً لدراسة النماذج الشائعة وليس لتحل محلها، فالعديد من الأفلام الروائية والوثائقية الممتازة التي أعدها المجلس القومي للسينما في كندا والعديد من صانعي الأفلام التجريبية وفناني الفيديو، على سبيل المثال سوف تتحدى طرق الطلاب في رؤية العالم وسيفعل الشيء نفسه الأدب الجيد والفن.

بالتأكيد يمكن إلقاء الضوء على الثقافة المعاصرة من العديد من المصادر: من خلال مجلة صغيرة التداول ذات وجهة نظر بديلة مميزة، من خلال برنامج وثائقي راديو CBC استقزازي، من خلال سجل لموسيقى الجاز الانصهار المعاصرة أو فرقة موسيقى روك صغيرة مستقلة أو أعمال فنان / موسيقي مثل لوري أندرسون.

10.3.3- نموذج دورات الانتماء الكامل في التربية الإعلامية:

من المحتمل أن يتم تقديم هذه الدورات على مستوى المدارس الثانوية كواحدة من الدورات الاختيارية في اللغة الإنجليزية أو الفنون المرئية وستعكس تنوعاً كبيراً في الأساليب. فيما يلي أمثلة على المجالات التي تغطيها هذه الدورات:

- ثقافة البوب: فهم لبعض الأمور التالية: الثقافة الشعبية والاتجاهات ؛ تغطية الملوك ؛ جاذبية النجوم الصخرية الحالية ؛ سحر ثقافة البوب بالطوقس ؛ طبيعة وقوة المشاهير ؛ Fashion TV (البرامج التلفزيونية التي تهتم بعالم الموضة وتعرض أحدث الاتجاهات ومصممي الأزياء التتميط) ؛ سعادة الوجبات السريعة (التسويق المكثف لمطاعم الوجبات السريعة من خلال الحملات الإعلانية التي تنقل فكرة أن مثل هذه المطاعم تجلب السعادة من خلال حل جميع مشاكل الفرد) ؛ البدع من صخور الحيوانات الأليفة إلى دمي الملفوف التصحيح. جاذبية مراكز التسوق ؛ ثقافة البوب في بلد أجنبي ؛ ثقافة اللعب جاذبية أنماط عبادة الأفلام في أفلام المراهقين ؛ الصيغ في الأكثر مبيعا. نداء روايات المهرج الرومانسية. ثقافة البوب من الخمسينيات والستينيات.

- عالم الصور: صور وسائل الإعلام للرجال والنساء، تحليل الصور مجلات المراهقين تحليل الإعلانات، العلامات والرموز، تقسيم العالم.
- مجتمع المعلومات: نظريات وأبحاث حالية حول تأثير الوسائط الإلكترونية، نظريات مارشال ماكلوهان بشأن القرية العالمية وطبيعة الإدراك واستخدام حواسنا، ديناميات تكنولوجيا الموجة الثالثة (التكنولوجيا الإلكترونية واستخدام أجهزة الكمبيوتر) ؛ ثورة الكمبيوتر ؛ دور التكنولوجيا الجديدة والناشئة.
- دراسة وسائط معينة أو نوع ما داخل وسيط: غالباً ما تركز وحدات المقرر للدراسة المتعمقة لوسيط معين (مثل السينما والتلفزيون والصحيفة). يمكن تقسيم دراسة الوسيط بشكل أكبر من خلال دراسة أنواع محددة. وحدة على النوع في الأفلام قد تستكشف طبيعة أفلام الرعب في الراديو، الدراما المعلقة، في التلفزيون وتطور المسرحية الهزلية.
- الإنتاج التلفزيوني: طبيعة الوسائط التلفزيونية، ديناميات الإنتاج التلفزيوني، كتابة السيناريو واللوحات المصورة. استخدام كاميرا الفيديو المحمولة، إنشاء فيلم وثائقي صغير وإعلاني، استخدام المؤثرات الخاصة، تطبيقات الاستوديو المحمول ¹.

11.3.3 - نموذج الثقافة التشاركية (Lenhard & Madden, Jinkins, et, al, 2006):

وتقدم أدبيات أخرى حديثة نماذج حول التربية الإعلامية في إطار مختلف يعتمد بصورة خاصة على ما أتاحتها تقنية الإنترنت وتطبيقاتها المختلفة من فرص المشاركة النشطة التي يتعلم من خلالها المشاركون ويكتسبون مهارات مختلفة، مثل نموذج الثقافة التشاركية، فقد بينت دراسة حديثة (Lenhard & Madden, Jinkins, et, al, 2006)²، أن أكثر من نصف فئة اليافعين في الولايات المتحدة الأمريكية، أنتجوا محتوى إعلامي وثلاث الذين يستخدمون الانترنت شاركوا في المحتوى الذي أنتجوه. هؤلاء المشاركون فيما أسماه "جنكنز" وآخرون (Jinkins et al, 2006) الثقافة التشاركية (Participatory Culture) من خلال الصيغ المختلفة للمجتمعات الافتراضية على الانترنت التي تتيح فرص التعبير الجمالي والمشاركة الحضارية والدعم القوي وتوفير تدريب غير رسمي، تنتقل فيه معرفة الخبراء إلى المبتدئين ويشعر فيها المشاركون بموقع مهم لمساهماتهم وبروابط اجتماعية مع الآخرين. لهذا تركز هذه الدراسة على مفهوم الثقافة التشاركية بدلاً من مفهوم التفاعلية لأن الأخيرة خاصة للتقنية بينما المشاركة خاصة للثقافة. إن أهم فوائد هذه الثقافة هي فرص التعلم بين الأقران، وتغيير الاتجاه نحو الملكية الفكرية والتنوع في التعبير الثقافي وتطوير مهارات ذات قيمة في مواقع العمل وتطوير اتجاهات قوية نحو المواطنة ولذا ينبغي أن تكون الثقافة التشاركية التي تمثل منهجاً خفياً قد يحدد نجاح أو

¹ المرجع السابق.

² رمزي أحمد عبد الحي، مرجع سابق، ص 229.

تخلف الشباب في المدرسة أو موقع العمل أساس التربية الإعلامية في القرن الحادي والعشرين. لهذا كله تقترح الدراسة ضرورة المعالجة التنظيمية والتعليمية لثلاثة قضايا مهمة هي:

- **فجوة المشاركة (Participatory Gap):** كان التركيز ولا يزال على إغلاق الفجوة الرقمية بالنسبة لتوفير فرص الوصول للإنترنت ولكن من الخطأ تبسيط المشكلة بكونها ثنائية بين من يملك ومن لا يملك تلك الفرص برغم أهميتها، لأن التجربة بينت أن الأهم هو المهارات التقنية التي تمكن الطلاب من تطوير مهارات التربية الإعلامية. لذا فإن فجوة المشاركة ترتبط بعدم المساواة في الوصول على خبرات غنية ومهارات ومعرفة تهيب الشباب للمشاركة الكاملة في عالم الغد، بعبارة أخرى كيف نضمن أن لكل طفل يمكنه الحصول على المهارات والخبرات ليصبح مشاركاً بشكل كامل في المستقبل الاجتماعي والثقافي والاقتصادي والسياسي للمجتمع؟
- **مشكلة الشفافية (Transparency Problem):** تتعلق هذه المشكلة بالتحديات التي تواجه الشباب لتعلم الطرق التي يشكل فيها الإعلام قدراتهم حول العالم وبعبارة أخرى كيف نضمن أن كل طفل لديه المقدرة على فهم الطرق التي يشكل بها الإعلام المعاصر إدراكاً ته وتصوراته عن العالم من حوله؟
- **التحديات الأخلاقية (Ethics Challenges):** في وقت تنهوى فيه الصيغ التقليدية للتطوير المهني والتنقيف التي يمكن أن تعد اليافعين لأدوارهم العامة، لتحل محلها المجتمعات الافتراضية على الإنترنت التي تضع الضوابط الأخلاقية بين ما ينشر وما لا ينشر، يصبح من الضرورة التدخل التعليمي لأعداد اليافعين لأدوارهم كصانعين للمادة الإعلامية ومشاركين في المجتمع. وبعبارة أخرى كيف نضمن أن كل طفل يدرك المعايير الأخلاقية التي تشكل ممارساته كمساهم في صناعة المحتوى الإعلامي ومشارك في المجتمعات الافتراضية على الإنترنت؟ لمعالجة هذه القضايا، ينبغي إعادة التفكير بالمهارات الجوهرية التي ينبغي أن يكتسبها الأطفال من خبرات التعلم المدرسية وهي تقريبا جميعها مهارات اجتماعية يتم تنميتها من خلال التعاون (Collaboration) والاتصال الشبكي (Networking). وتشمل المهارات الجديدة-التي لا تلغي المهارات التقليدية مثل القراءة والكتابة ومهارات البحث والتحليل الناقد- ما يأتي اللعب:¹
- اللعب (Play): القدرة على التجريب مع الآخرين كأسلوب لحل المشكلة.
- الأداء (Performance): المقدرة على تبني أدوار جديدة من ثقافات مختلفة، وفهم المشكلات من وجهات نظر متعددة.
- المحاكاة (Simulation): المقدرة على تفسير وبناء نماذج ديناميكية لعمليات العالم الحقيقي.

¹ ، رمزي أحمد عبد الحي، مرجع سابق، ص 229.

- التخصيص (Appropriation) : المقدرة على تحليل الفرد الهادف للمحتوى الإعلامي وإعادة تشكيله.
- المهام المتعددة (Multitasking) : المقدرة على تحليل الفرد لبيئته الخاصة وتحويل التركيز عند الحاجة.
- الشراكة الفكرية (Distributed Cognition) : المقدرة على التفاعل الهادف مع الأدوات التي تدعم القدرات الذهنية.
- الذكاء الجمعي (Collective Intelligence) : المقدرة على تحصيل المعرفة من خلال العمل مع آخرين للوصول إلى هدف مشترك.
- إصدار الأحكام (Judgment) : المقدرة على تقويم الثقة والمصداقية لمصادر إعلامية مختلفة.
- الابحار عبر وسائل إعلامية متعددة (Cross-Media Navigation) : المقدرة على تتبع المعلومات عبر قنوات إعلامية متعددة.
- التواصل الشبكي (Networking) : المقدرة على البحث عن المعلومات ودمجها ونشرها.
- التفاوض (Negotiation) : المقدرة على التنقل في مجتمعات افتراضية متنوعة وتمحيص واحترام وجهات نظر متعددة.¹

4.3- نموذج استخدام تقنيات الواقع الافتراضي في التدريس :

و في أحد المحاولات لاستخدام إحدى المجتمعات الافتراضية في التعليم يسمى whyville تم تصميم تجربة بحثية من قبل جامعة كاليفورنيا بلوس انجلوس وبالتعاون مع كلية التربية و المعلومات وفي هذه التجربة افترض الباحثون وجود فيروس يدعى whypox تظهر أعراضه على أشخاص في تلك البيئة الافتراضية يدور حوار طويل و مستطرد حول هذا الفيروس في ظهور بعض البقع الحمراء كأعراض للمرض و تدور التساؤلات في المجتمع الافتراضي حول الأسباب التي تقف وراء انتقال العدوى بالفيروس و أسباب انتشاره في المجتمع سواء بمقابلة أشخاص آخرين يحملون هذا المرض أو تناول أطعمة معينة تسبب هذه الأعراض أو التردد على أماكن تكون سببا في انتقال الفيروس، ثم يستطرد المجتمع الافتراضي الأساليب المناسبة للوقاية من انتشار هذا المرض وأين يذهب حين يكتشف أحد أعراض المرض وعبر هذا الحوار يتعرف التلاميذ على مصادر المعلومات الأساسية التي يمكن الاطلاع عليها حول هذا الفيروس والأشخاص الذي يمكن الرجوع إليهم من أصحاب النظريات العلمية التي دارت حول هذا الفيروس ويكون هذا كله مسار المناقشات في الفصول الدراسية.

¹ المرجع السابق، ص230.

و استخلص الباحثون أنه من خلال البيئة الافتراضية whyville والمحاكاة لانتقال الفيروس ما يأتي:¹

- تناول الطلاب لمشكلة ذات معنى كان إثراء لفهمهم.
- المشاركة و الانهماك من جانب الطلاب بصورة فعالة.
- استقاء المعلومات من مصادرها الأساسية عن طريق البحث.
- تنمية التعاون بين الطلاب و القدرة على التفكير الناقد.

5.3- نموذج نيتسيف (2016) "Netsafe" لمحو الأمية الرقمية:

قدمت نيتسيف Netsafe 2016 نموذجاً لمحو الأمية الرقمية يدمج بين الإطار العام لمنظمة التعاون الاقتصادي 2016، OECD ومخرجات دراسة Westheimer & Kahne 2014 وموقف وزارة التربية والتعليم نيوزيلاندا - نحو محو الأمية الرقمية والطلاقة الرقمية - Ministry of Education, 2016 وقد تضمن النموذج ما يلي:²

- الثقة والاستخدام بطلاقة.
- مزيج من: مهارات واستراتيجيات للوصول للتكنولوجيا، وللاتصال، والتعاون، والتشارك، والإنشاء، ومواقف وقيم تعزز السلامة الشخصية، والعلاقات الإيجابية مع الآخرين، وفهم ووعي بالبيئات الرقمية وسياقات عملها وكيفية التكامل بين الفضاءات على الخط وخارج الخط.
- تعزيز الحياة (الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية، المدنية) وتحقيق أهدافها بفوارق مهمة.
- يتضح من النموذج السابق أنّ الطلاقة الرقمية شرط للوصول إلى المواطنة الرقمية، حيث تعدّ الطلاقة الرقمية مجموعة من الكفايات والتصرفات عبر الأجهزة الرقمية وبرمجياتها، بينما تعدّ المواطنة الرقمية مخرجات ذات مستوى عالٍ من محصلات الطلاقة الرقمية، والتي تطبق في سياقات مختلفة ومتعددة؛ لتحقيق السلامة على الإنترنت، وذلك بالتقاطع بين المهارات الرقمية والمعرفة والقيم، والتي يمكن أن تتضح من النموذج السابق كما يلي:
- وضع استراتيجيات ومهارات من شأنها أن تقلل من مخاطر الإنترنت.
- فهم إمكانيات ومحددات البيئات الرقمية.

¹ Mike s, Ribble and Gerald D, bailey, **Digital Citizenship at All Grade Levels**, learning and learning with technology, international society for technology in education ; us and canada, 2006, p30, available at : www.whyville.net/press/L_Mar06Whyville

² مهدي حسن رابحي، الوعي بالمواطنة الرقمية بين مستخدمي الشبكات الاجتماعية وعلاقتها ببعض المتغيرات، المجلة الدولية لنظم إدارة التعلم، المجلد (6)، العدد (1)، 2018، ص 11-24.

- المواقف نموذج موجّه للمجتمع بحيث تعزز الرفاهية والمرونة والنموذج الايجابي للعديد من مزايا التكنولوجيا.

- يعمل المجتمع معاً لتحديد المخاطر والمشكلات المحتملة من الإنترنت.
- إدراك أهمية دمج مهارات محو الأمية الرقمية في برامج تعليم وتعلم فعالة.

6.3- نموذج فهد بن عبد الرحمان الشميمري:

هذا النموذج هو محاولة للإجابة على السؤال التالي، ماذا نحتاج لاكتساب مهارة التعامل مع الإعلام وقد تم تمثيل النموذج بشكل جدول موجز.¹

1.6.3- مكونات النموذج:

1.1.6.3- المدخلات: وهي تشمل معرفة البيئة الإعلامية والإطار العام للتربية الإعلامية.

المهارات والعمليات المطلوبة:

- المعرفة والتذكر. ب. الفهم والاستيعاب. ج. التطبيق.
- الكلمات المفتاحية الأساسية: كيف تعمل وسائل الإعلام؟
- التأثير: كيف تؤثر وسائل الإعلام؟
- الحقوق والواجبات: ما هي مقومات المتلقي؟ ما هي واجبات وسائل الإعلام؟ ما هي القوانين التي تحكم أداء وسائل الإعلام؟ ما هي الأخلاقيات المهنية التي يجب أن تلتزم بها وسائل الإعلام؟
- التفكير الناقد: كيف نقرأ الرسالة الإعلامية ونتلقاها ونحلها؟ كيف نحكم عليها سلباً أو إيجاباً؟
- الفعل الإيجابي: ما هو دورنا الإيجابي المؤثر في مجال الإعلام؟ كيف نمارس هذا الدور؟

2.1.6.3- المعالجة والأدوات.

وهي تشمل تحليل الرسالة الإعلامية والحكم عليها .

- المهارات والعمليات المطلوبة: أ. التحليل. ب. التركيب ج. التقديم .
- الكلمات المفتاحية:
- من؟: من الذي يملك الوسيلة الإعلامية؟ ولماذا ينفق عليها ويتحمل تكاليفها؟ وما هي أهدافه؟ من هو المسؤول عن صياغة الخطاب الإعلامي وإدارة السياسة الإعلامية في الوسيلة؟ من الذي قام بتصنيع المحتوى وتجميع المضمون، وتركيب الرسالة الإعلامية؟ هل يتصف بالخبرة والإطلاع والمعرفة في مجاله؟ هل يتصف بالأمانة والاستقلالية هل هو محل للثقة والمصادقية؟.

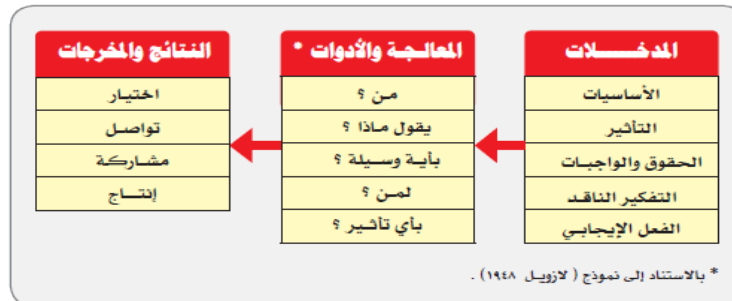
¹ فهد بن عبد الرحمان الشميمري، مرجع سابق.

- يقول ماذا ؟ هل هذه الرسالة والمحتوى: خبر، أم رأي، أم حقيقة، أم انطباع، أم خيال ؟ ما هي المعلومات أو وجهات النظر التي حذفها المرسل واستبعدوها، فلم تظهر في الرسالة ؟ ما هي المعلومات أو وجهات النظر التي أقمها المرسل على الموضوع، وهي لا ترتبط به ؟
- بأية وسيلة ؟ :هل لتقنيات الوسيلة وإمكانياتها تأثير على الرسالة والمحتوى ؟ مثل: حجم الصورة، وزاوية التقاطها، وإضاءتها، ونوعية الصوت، والمؤثرات الصوتية..الخ ماذا لو كان المحتوى نفسه معروضاً في وسيلة إعلامية أخرى، ما الذي سيتغير؟
- لمن ؟ :من هو الجمهور المستهدف ؟ لماذا يستهدف هذا الجمهور ؟
- بأي تأثير ؟ :من هو المستفيد من هذه الرسالة والمحتوى والمضمون ؟ ما هو هدف المرسل من الرسالة ؟ ما هو الهدف الذي تحقق ؟ ماذا فهمت من هذه الرسالة ؟ ما هو أثرها عليك ورد فعلك عليها ؟ هل جميع الجمهور فهموا نفس الفهم ؟ كيف كان اختلاف رد الفعل لدى الجمهور ؟

3.1.6.3- النتائج والمخرجات:

وهي تشمل وصف السلوك الواعي إعلامياً.

- **المهارات والعمليات المطلوبة:** أ. الانتباه. ب. الاستجابة. ج. الاهتمام. د. تكوين الاتجاه. و. السلوك. ز. الممارسة. ح. الابداع.
- **الكلمات المفتاحية :**
- اختيار: اتخاذ قرار التعرض الانتقائي لوسائل الإعلام والمحتوى والمضمون.
- تواصل: التواصل مع الوسيلة الإعلامية للتعبير عن الرأي سلباً أو إيجاباً.
- مشاركة: تفعيل الحوار والمشاركة في الرسالة والمضمون والمحتوى نفسه، بطرح الأسئلة.
- إنتاج: إنتاج المحتوى الذي يعبر عن الذات والرؤية ووجهة النظر وإيصاله إلى الجمهور.



شكل رقم (3.6) نموذج "فهد بن عبد الرحمان الشميمري" للتربية الإعلامية -مختصراً-

 نموذج فهد للتربية الإعلامية FAHAD'S MODEL FOR MEDIA EDUCATION VOL. 1.0 هذا النموذج محاولة لبناء نظرية عربية للتربية الإعلامية ، التي تهدف إلى إكساب الفرد مهارة التعامل مع الإعلام.		
جوانب التربية الإعلامية	الكلمات المفتاحية	أمثلة على الأسئلة والتوجيهات
المدخلات معرفة البيئة الإعلامية والإطار العام للتربية الإعلامية المهارات والعمليات المطلوبة المعرفة والتدبر والفهم والاستيعاب والتطبيق	الاساسيات التأثير الحقوق والواجبات التفكير الناقد الفعل الإيجابي	كيف تعمل وسائل الإعلام ؟ كيف تؤثر وسائل الإعلام ؟ ما هي حقوق المتلقي ؟ ما هي واجبات وسائل الإعلام ؟ ما هي القوانين التي تحكم أداء وسائل الإعلام ؟ ما هي الأخلاقيات المهنية التي يجب أن تلتزم بها وسائل الإعلام ؟ كيف نقرأ الرسالة الإعلامية ونحللها ونحللها ؟ كيف نحكم عليها سلباً أو إيجاباً ؟ ما هو دورنا الإيجابي المؤثر في مجال الإعلام ؟ كيف نمارس هذا الدور ؟
المعالجة والأدوات تحليل الرسالة الإعلامية والحكم عليها بالاستناد إلى نموذج (لازويل ١٩٤٨) للاتصال الجماهيري المهارات والعمليات المطلوبة التحليل التركيب التقويم	من ؟ يقول ماذا ؟ بأية وسيلة ؟ لمن ؟ بأي تأثير ؟	من الذي يملك الوسيلة الإعلامية ؟ ولماذا ينفق عليها ويتحمل تكاليفها ؟ وما هي أهدافه ؟ من هو المسؤول عن صياغة الخطاب الإعلامي وإدارة السياسة الإعلامية في الوسيلة ؟ من الذي قام بتصنيع المحتوى ، وتجميع المضمون ، وتركيب الرسالة الإعلامية ؟ هل يتصف بالخبرة والإطلاع والمعرفة في مجاله ؟ هل يتصف بالأمانة والاستقلالية ؟ هل هو محل للثقة والمصداقية ؟ هل هذه الرسالة والمحتوى : خير ، أم رأي ، أم حقيقة ، أم انطباع ، أم خيال ؟ ما هي المعلومات أو وجهات النظر التي حذفها المرسل واستبعدتها ، فلم تظهر في الرسالة ؟ ما هي المعلومات أو وجهات النظر التي أقحمها المرسل على الموضوع ، وهي لا ترتبط به ؟ هل لتقنيات الوسيلة وإمكانياتها تأثير على الرسالة والمحتوى ؟ مثل : حجم الصورة ، وزاوية التقاطها ، وإضاءتها ، ونوعية الصوت ، والمؤثرات الصوتية ، الخ . ماذا لو كان المحتوى نفسه معروضاً في وسيلة إعلامية أخرى ، ما الذي سيتغير ؟ من هو الجمهور المستهدف ؟ لماذا يستهدف هذا الجمهور ؟ من هو المستفيد من هذه الرسالة والمحتوى والمضمون ؟ ما هو هدف المرسل من الرسالة ؟ ما هو الهدف الذي تحقق ؟ ماذا فهمت من هذه الرسالة ؟ ما هو أثرها عليك ورد فعلك عليها ؟ هل جميع الجمهور فهموا نفس الفهم ؟ كيف كان اختلاف رد الفعل لدى الجمهور ؟
النتائج والمخرجات وصف السلوك الواعي إعلامياً المهارات والعمليات المطلوبة الانبعاث الاستجابة الاهتمام تكوين الاتجاه السلوك المقارسة الإبداع	اختيار تواصل مشاركة إنتاج	اتخاذ قرار التعرض الانتقائي لوسائل الإعلام والمحتوى والمضمون ، واكتساب مهارة حسن الاختيار . التواصل مع الوسيلة الإعلامية للتعبير عن الرأي سلباً أو إيجاباً ، وتطبيق آلية " رجع الصدى " . تفعيل الحوار والمشاركة في الرسالة والمضمون والمحتوى نفسه ، بطرح الأسئلة ، والتعليق ، والتعقيب ، والمداخلة . إنتاج المحتوى الإعلامي الذي يعبر عن ذاتك ورؤيتك وجهة نظرك ، وإيصاله إلى الجمهور المستهدف .

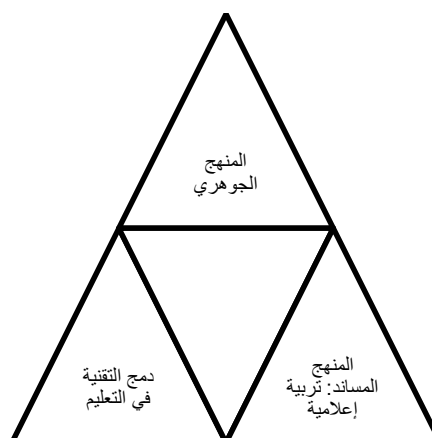
© جميع الحقوق محفوظة لفهد بن عبد الرحمن الشميمري المشرف العام على مؤسسة التربية الإعلامية - الرياض ١٤٣١هـ - ٢٠١٠م

جدول رقم 8 : نموذج "فهد بن عبد الرحمن الشميمري" للتربية الإعلامية

7.3- نموذج "رمزي أحمد عبد الحي":

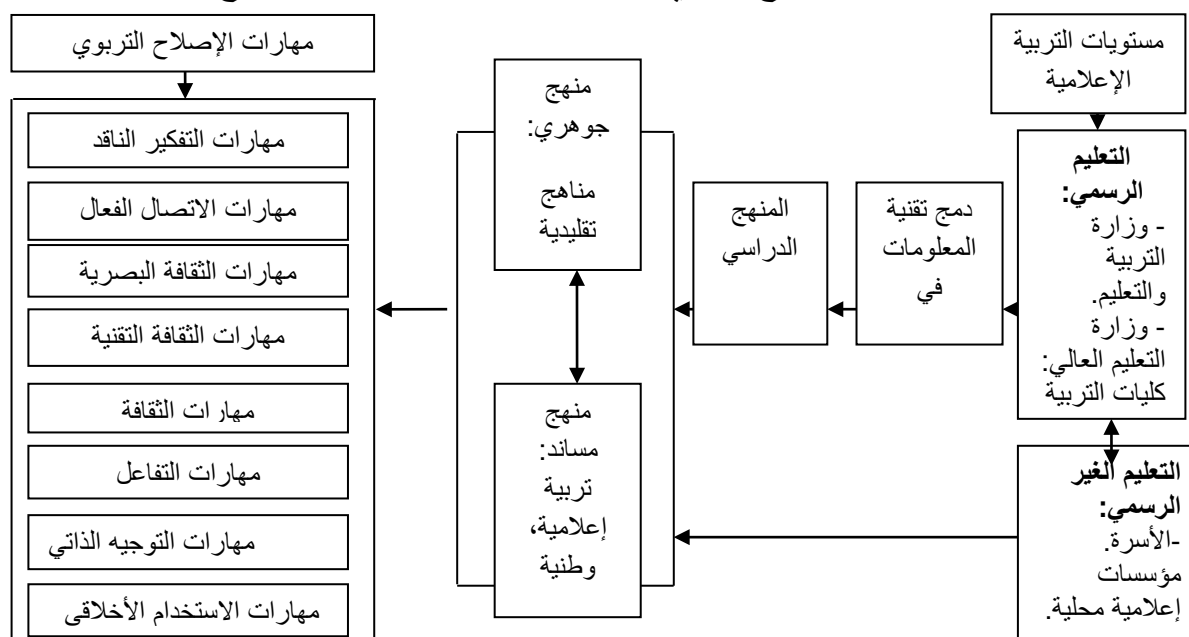
جاء هذا النموذج بناءاً على مراجعة الأدبيات ذات العلاقة في مجالي التربية الإعلامية والثقافة المعلوماتية والتحولت في التقنية والفكر التربوي المعاصر وأساليب التعلم الجديدة المعتمدة على هذه التحولات وتوجهات الإصلاحات التربوية الحديثة، يقترح "رمزي أحمد عبد الحي" إطاراً للتربية

الإعلامية ينطلق من رؤية منظومية شاملة لعملية الإصلاح التربوي، تمثل فيها التربية الإعلامية أحد مكونات هذا الإصلاح ، دون إغفال دور التعليم غير الرسمي في دعم التربية الإعلامية.¹



الشكل رقم (4.6): التربية الإعلامية أحد مكونات الإصلاح التربوي الشامل

من منظور الرؤية الشاملة للإصلاح التربوي، يمكن مناقشة مكونات الإطار المقترح للتربية الإعلامية:



الشكل رقم (5.6): نموذج "رمزي أحمد عبد الحي" الإطار المقترح للتربية الإعلامية في التعليم العربي.²

1.7.3- مستويات التربية الإعلامية:

كما يبين الشكل رقم (5.6) الذي يتضمن الإطار المقترح مؤسسات رسمية وغير رسمية ينبغي أن تسهم في مجال التربية الإعلامية، ويمكن تصنيفها في مستويين هما:

¹ رمزي أحمد عبد الحي، مرجع سابق، ص 233-234.

² رمزي أحمد عبد الحي، مرجع سابق، ص 235.

• المستوى الأول - التعليم الرسمي:

1. وزارة التربية والتعليم: عملية التخطيط الإستراتيجي التي ينبغي تصميمها وتنفيذها من قبل الوزارة وإدارات التعليم التابعة لها لتحقيق أهداف الإصلاح التربوي في ضوء حاجات المجتمع من جهة والتحول في التقنية والنموذج التربوي من جهة أخرى. وينبغي أن تتضمن تلك الجهود دمج مهارات التربية الإعلامية في المنهج الدراسي كجزء من عملية الإصلاح التربوي الشامل وتدريب المعلمين والمعلمات أثناء الخدمة في مجال التربية الإعلامية ومن المعروف أن الخطة الإستراتيجية للوزارة تشمل العديد من المكونات والعمليات والمهام والإجراءات، من بينها المكونات والعمليات والمهام الخاصة بدمج تقنية المعلومات في التعليم. وتهدف تلك الخطة إلى تحقيق العديد من الأهداف التي يمكن إجمالها في تحسين فاعلية النظام التعليمي وكفائته الداخلية والخارجية المتمثلة بمتعلمين قادرين على المساهمة الإيجابية في نهضة وطنهم الأم وأمتهم العربية والإسلامية ومحيطهم العالمي.

2. وزارة التعليم العالي: العمليات والمهام التي ينبغي تنفيذها من قبل كليات التربية والمعلمين لدعم جهود الإصلاح التربوي في مجال دمج تقنية المعلومات في التعليم بما في ذلك تدريب المعلمين والمعلمات في مجال التربية الإعلامية من خلال مقررات نظامية.

• المستوى الثاني - التعليم غير الرسمي:

يشمل هذا المستوى منظومتين رئيسيتين في المجتمع هما الأسرة والمؤسسات الإعلامية المحلية خصوصاً الرسمية منها وكل منهما يمكن أن يلعب دوراً مهماً في التوعية الإعلامية وتدريب الناشئة واليافعين في مجال التربية الإعلامية على: تقديم الدعم المالي لنشاطات التربية الإعلامية، توفير المصادر الإعلامية المطلوبة وتفعيل مفهوم المتلقي النشط.¹

2.7.3 - دمج تقنية المعلومات في التعليم:

تتطلب عملية دمج تقنية المعلومات في التعليم توفير ما يأتي:

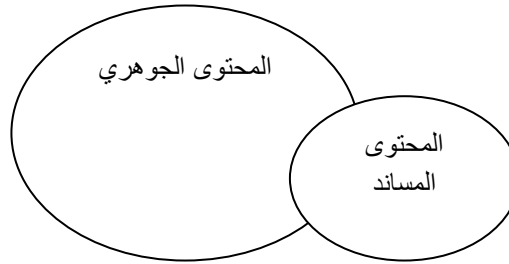
- البنية التقنية التحتية والربط الشبكي والأجهزة والبرامج التي تيسر وصول المتعلمين للانترنت وأدواتها وتطبيقاتها المختلفة.
- الدعم الفني للمعلمين والطلاب والبنية التقنية.
- برامج تدريب وتطوير مهني على رأس العمل تقليدياً وإلكترونياً.
- مناهج دراسية تحتوي نشاطات تعلم يعتمد تنفيذها على مصادر إلكترونية من بينها مواقف مدمجة في المنهج ترتبط بالتربية الإعلامية.

¹ المرجع نفسه، ص 236.

- مصادر معلوماتية إلكترونية ترتبط بمحتوى المناهج ونشاطات التعلم ومن بينها قضايا التربية الإعلامية.
- تبني أو تكييف (أو تطوير) معايير تقنية (Technology Standards) لتوجيه جهود دمج التقنية في التعليم، وقياس مستويات هذا الدمج.

3.7.3- تطوير منهج التربية الإعلامية:

- تطوير المناهج الدراسية (سواء كانت منفصلة أو مدمجة) بحيث تتضمن نوعين من المحتوى، هما:
- **المحتوى الجوهري:** يتكون هذا المحتوى من المفاهيم التي تشكل المادة الدراسية (رياضيات، كيمياء... الخ).
- **المحتوى المساند أو الموازي:** يعالج هذا المحتوى المفاهيم الخاصة بالتربية الإعلامية وغيرها من مفاهيم (تربية وطنية، تربية مرورية، تربية سياحية... الخ).
- إن هذه الرؤية لمفهوم المنهج أو المحتوى المساند ربما تكون مدخلاً مناسباً في عصر تتغير وتتوسع فيه المعرفة والمهارات على نحو غير مسبوق، مما يعني ضرورة إعادة النظر في المهارات التي تتطلبها المرحلة وتضمن المناسب منها في المحتوى المساند وفي الوقت نفسه الحفاظ على المنهج الجوهري أو تطويره في نسقه الخاص عندما تدعو الضرورة.
- لا يعني وجود نوعا من المحتوى المذكورين أنفاً سواء أكانا في مادة مطبوعة أو إلكترونية عبارة عن كتابين في كتاب واحد، وإنما يتم دمج مفاهيم ومهارات التربية الإعلامية (وغيرها من أنواع التربية الحياتية مثل التربية المرورية والسياحية وغيرهما في المحتوى المساند) ضمن نشاطات التعلم في المحتوى الجوهري ويتطلب تحقيق ذلك:
- تحديد المستوى التعليمي الذي ينبغي أن تقدم لهم فيه مفاهيم التربية الإعلامية.
- تحديد المواد الدراسية التي ينبغي أن تقدم من خلالها مفاهيم التربية الإعلامية ويمارس الطلاب خلالها مهارات هذه التربية.
- تبني أو تكييف أو تطوير مهارات التربية الإعلامية كمنظومة فرعية ومدمجة ضمن منظومة المهارات في الإصلاح التربوي الشامل.
- تطوير مواقف تعلم للتربية الإعلامية في سياق المواد الدراسية المناسبة.
- توفير المصادر الإعلامية في صيغ مختلفة ومناسبة لمواقف التعلم والمستوى التعليمي.



شكل رقم (6.6) دمج المحتوى المساند (التربية الإعلامية) ضمن المحتوى الجوهرى.¹

أن الإشارة إلى النوعين المذكورين من المحتوى هو فقط للتذكير بأهمية المحتوى المساند أياً كانت طبيعته. هذا تذكير مهم لمطوري المناهج وأيضاً للمهتمين بقضايا التربية الإعلامية ليس لأن المناهج الحالية متضخمة وهي كذلك ولذا فهي ليست بحاجة لمزيد من المواد وإنما لأن توجه الإصلاح التربوي هو التركيز على الأفكار الرئيسة والفهم المتعمق لها ودمجها في المواقف الحقيقية وتنمية مهارات التفكير العليا بدلاً من الفهم السطحي لمناهج مطولة. كذلك من الملاحظ مطالبة المهتمين بقضايا معينة مثل الوعي المروري والسياحي بضرورة تدريسها في المدارس، مما يعني تضخم المناهج المتضخمة أصلاً من ناحية وتقديم الخبرات الجديدة بطريقة تقليدية تدفع المتعلمين لحفظها مما يؤدي إلى صعوبة تطبيقها في حياتهم العملية ومزيد من ضعف الحافز للتعلم وهو ما يتعارض مع الإصلاحات التربوية الحديثة.

4.7.3- تدريس التربية الإعلامية:

ينبغي أن يصاحب تطوير المنهج تقرير نموذج التعلم (Learning Paradigm) الأكثر ملائمة لممارسة مهارات التربية الإعلامية. ورغم أن تقرير أساليب التعلم والتدريس عموماً هو قضية خلافية بين التربويين، إلا أن الإصلاحات التربوية المعاصرة تؤكد على أهمية أن تعتمد هذه الأساليب على البنائية الاجتماعية (Social Constructivism)، التي توظف أسلوب تدريس غير مباشر (Indirect Instruction)، يشجع التعلم المعتمد على حل المشكلة والعمل التعاوني والتعددية في وجهات النظر والشاركة الفكرية (Distributed Cognition) والتأمل (Reflection) وهي خصائص تتلاءم ومتطلبات مجتمع عصر المعرفة ومهارات التربية الإعلامية.

5.7.3- مهارات الإصلاح التربوي للتربية الإعلامية:

بالرجوع إلى أدبيات الإصلاحات التربوية الحديثة، يلاحظ تركيزها الشديد على دمج تقنية المعلومات والاتصال (Information and Communication Technology) في العملية التعليمية بجميع مكوناتها:

¹ رمزي أحمد عبد الحي، مرجع سابق، ص 238.

تعليم وتعلم ومناهج وإدارة ولذا فهي إصلاحات تربوية موجهة بالتقنية (Technology-Oriented Educational Reform)¹

ولا يقصد بالتقنية هنا العتاد والأدوات والأجهزة والشبكات والبرامج وغيرها من متطلبات البنية التقنية التي تمثل ضرورة حتمية لتحقيق عملية الدمج وإنما تهيئة المتعلمين لعالم مختلف موجه بالتقنية ويتميز بشفافية ثقافية واجتماعية وتنافس اقتصادي وحضاري. لهذا تختلف المهارات المطلوبة للعمل والحياة في العصر الحاضر اختلافاً نوعياً كبيراً عن المهارات التي كانت مطلوبة في حقبة العصر الصناعي (Reigeluth, 1999)، لذلك تتادي الإصلاحات التربوية بما تسميه بعض الأدبيات مهارات القرن الحادي والعشرين، التي اشرنا لبعضها آنفاً هذه المهارات نفسها تقريباً يمكن توظيفها في مجال التربية الإعلامية وبعبارة أخرى الذي يختلف هو المحتوى وطبيعة القضايا التي يجري تناولها فمهارات التفكير الناقد يستخدمها الطالب في حل مشكلات التعلم في مجال دراسي معين، كما يمكن أن يستخدمها عند تناول محتوى إعلامي معين، لهذا يمكن تحديد الفئات الرئيسية التالية المقترحة لمهارات الإصلاح التربوي وعينة من المهارات الرئيسية في كل منها في مجال التربية الإعلامية بناءً على أدبيات الإصلاح التربوي والتربية الإعلامية والثقافة المعلوماتية:

1.5.7.3- مهارات التفكير الناقد (Critical Thinking Skills):

- التفكير الإبداعي: إنتاج مواد إعلامية أصيلة على المستوى الشخصي (أصيلة بالنسبة للفرد نفسه) والمستوى الثقافي (إضافة هادفة لمجال ثقافي معين).
- توظيف مهارات التفكير العليا مثل التحليل والمقارنة والاستنتاج والتفسير والتقويم والدمج عند تناول قضايا إعلامية معينة.
- إصدار الأحكام حول الثقة والمصادقية لمصادر إعلامية محددة.

2.5.7.3- مهارات الاتصال الفعال (Effective Communication Skills):

- استخدام تقنيات الاتصال عن بعد في التعاون والنشر والتفاعل مع الأقران والخبراء وأفراداً آخرين في مجال القضايا الإعلامية ذات الاهتمام الشخصي.
- استخدام أنواعاً متعددة من التقنيات لنقل المعلومات والأفكار الخاصة بالتحليل أو النقد.

3.5.7.3- مهارات الثقافة البصرية Visual Literacy Skills:

- تحليل الرسائل الإعلامية البصرية وتحديد مكوناتها وتفسير العلاقة بين تلك المكونات.

¹ مرجع سابق، ص 239.

- التعبير عن وجهة النظر حول قضية معينة بصيغة بصرية.
- تقويم مغزى الرسائل الإعلامية البصرية وإصدار الحكم حول مصداقيتها.

4.5.7.3-مهارات الثقافة التقنية Technological Literacy Skills:

- استخدام تقنيات المعلومات في تحديد مواقع ومصادر معلوماتية حول القضايا الإعلامية.
- استخدام تقنيات المعلومات في تحليل المحتوى الإعلامي وتقويمه.
- استخدام تقنيات المعلومات في تكوين وجهات نظر معينة حول محتوى إعلامي معين.
- استخدام الأدوات التقنية لمعالجة البيانات في قضايا إعلامية معينة وعرض النتائج.

5.5.7.3-مهارات الثقافة المعلوماتية Information Literacy Skills:

- استخدام المعلومات بفعالية وكفاءة لتحقيق أهداف محددة.
- استخدام المصادر التقنية لحل المشكلات واتخاذ قرارات منطقية.
- اختيار مصادر معلوماتية وابتكارية تقنية بناءً على ملائمتها لإنجاز مهام محددة.

6.5.7.3-مهارات التفاعل الشبكي Networking Interaction Skills:

- فهم وتقدير التنوع والاختلاف الثقافي على المستويات المحلية والعربية والعالمية.
- المشاركة في مجتمعات افتراضية وتحليل وجهات النظر المتعددة حول قضايا ثقافية أو اجتماعية.
- العمل كعضو في فريق واكتساب المعرفة والمساهمة في توليدها من خلال التفاعل الإيجابي.

7.5.7.3-مهارات التوجيه الذاتي Self Direction Skills:

- استخدام تقنيات المعلومات في متابعة الاهتمامات الشخصية حول القضايا المختلفة.
- تحديد أهداف واضحة للاهتمامات الخاصة وإدارة الوقت والجهود وتقويم فاعلية وكفاءة الانجاز.
- استخدام أدوات الإنتاجية التقنية في تطوير مهارات إنتاج محتوى إعلامي بصيغ مبتكرة.

8.5.7.3-مهارات الاستخدام الأخلاقي والاجتماعي لتقنيات المعلومات:

- فهم القضايا الأخلاقية والثقافية والاجتماعية المرتبطة في تحليل المحتوى الإعلامي ونقده ونشره.
- استخدام تقنيات المعلومات استخداماً مسؤولاً في التعامل مع القضايا الإعلامية.
- تطوير اتجاهات ايجابية نحو استخدام تقنيات المعلومات في التعامل مع القضايا الإعلامية.¹

¹ مرجع سابق، ص 241-242.

الفصل السابع

عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية الميدانية:

1 - عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية.

2 - عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية.

الفصل السابع

عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية الميدانية

تمهيد:

يتناول هذا الفصل عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية الميدانية بدءاً بعرض وتحليل البيانات المتعلقة بالدراسة التحليلية، من خلال تحليل محتوى صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك، لمعرفة كيفية توظيف الصفحة لمواد التربية الإعلامية بالتطرق إلى فئات الشكل والمضمون من منطلق وحدة الموضوع للمنشورات ونوعها وما تحتويه من مضامين، بالاعتماد على أداة تحليل المضمون لاستخراج بيانات الدراسة. تلاها بعد ذلك شق الدراسة الميداني الذي نتناول فيه عرض وتحليل البيانات المتعلقة بإجابات أفراد عينة الدراسة - 300 مفردة- من المنضوون بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك، باعتبارهم الطرف المستهدف بالتوعية عن رسائل وسائل الإعلام خاصة من النشء والشباب من مستخدمي الشبكات الاجتماعية، من خلال دراسة استخداماتهم للصفحة المعنية بالدراسة ومعرفة إمكانية تلبية حاجاتهم عن ترشيد التعامل نحو المضامين والوسائل الإعلامية بالتطرق لأنماط استخدامهم لها ودوافعهم وكذا الاشباعات المحققة عن التربية الإعلامية جراء انضمامهم لهته الأخيرة. بتوظيف أداة استبيان الإستمارة الإلكترونية. وللتعمق أكثر في طرحنا الأكاديمي عن الدعائم الأساسية لترشيد استخدام محتوى الرسائل عبر مختلف المنصات والوسائط الرقمية، توجهنا لطرف آخر فاعل في هذه الدراسة وهو القائم بالاتصال على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك من منطلق أنه مرسل ومصدر للمضامين الإعلامية باستبيان المقابلة النصف مقننة لمعرفة دوره فيها وكذا أهدافه وواقع ممارسة التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية والتوجهات التي تتخللها، ولربط ما سبق ذكره من دراسة للواقع ومعيقاته من عدة رؤى ببعضه البعض وجعله كل متكامل فيما يتعلق بدراسة التفعيل للتربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية تستدعي الدراسة إيجاد مقترحات لاستكمال مثلث التفعيل من خلال إدراج عينة أخرى وهي عينة الخبراء الأكاديميون -20 مفردة- من علوم الإعلام والاتصال وعلوم التربية لما لهم من قرب بالموضوع المتناول ودراية حول تقنيات الاتصال ومعايير بناء وتحرير الرسالة الإعلامية وفهم ردود وسلوكيات المستخدمين لها بحكم اطلاعهم وخبرتهم، بمحاولة إيجاد سبل

الإعداد لوضع سياسات خاصة بالتربية الإعلامية بالجزائر لتجسيد وجودها وتفعيلها عبر الشبكات الاجتماعية عن طريق التوجه لهم باستبيان الإستمارة.

ففيما يتعلق بالدراسة التحليلية شمل تحليل المحتوى 43 منشور وهو ما قامت إدارة الصفحة بنشره منذ تاريخ تأسيسها في 02 جويلية 2019 وإلى غاية 02 جانفي 2020، وقد يتم تصنيف البيانات المستخلصة في 20 جدول تبعاً للفئات التي سيتم التفصيل فيها، بغية معرفة كيفية تناول الصفحة المعنية بالدراسة لمدى تجسيد التربية الإعلامية ومدى تفعيل دورها الإرشادي للمستخدمين نحو المضامين الإعلامية من خلال منشوراتها عبر صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور".

فيما يخص الدراسة الميدانية فقد تم توزيع استبيان الإستمارة الإلكترونية على 300 مبحوث، المكون من 33 سؤال موزعة على أربعة محاور وفقا للأسئلة المطروحة بهدف الكشف عن سبل تفعيل التربية الإعلامية ودورها بالاستعانة بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" في ترشيد المستخدمين للشبكات الاجتماعية نحو المضامين الإعلامية ومنهم عينة الدراسة المنضوون بالصفحة. كذلك ما يتعلق باستبيان المقابلة النصف مقننة فقد يتم التوجه بها للقائم بالاتصال على الصفحة؛ بحيث يتم تصميم المقابلة بنمط الأسئلة النصف مقننة والمكونة من 13 سؤال، مستهدفين بها معرفة رأي مسيرها بواقع ممارسة التربية الإعلامية من قبل النشء والشباب عبر الفيسبوك وأهدافه من خلال صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" في تعزيز تداولها وتحديات تجسيدها على أرض الواقع على غرار تحدي محو الأمية الرقمية والمواطنة الرقمية.

وكتكملة لما سبق يتناول هذا الجزء أيضا تحليل بيانات الدراسة الميدانية استنادا للمعطيات المحصل عليها من استبيان الاستمارة التي يتم توزيعها على أفراد عينة الدراسة من الخبراء الأكاديميون من علوم الإعلام والاتصال وكذا من علوم التربية الجزائريون والبالغ عددهم 20 مبحوث طيلة مدة التوزيع خلال شهر ديسمبر 2019 وإلى غاية فيفري 2020 التي استهدفت تقييمهم لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك من خلال الإطلاع عليها بتزويدهم برابط الصفحة ومتابعة منشوراتها كشرط للإجابة على استبيان الاستمارة، لأخذ نظرة فاحصة عن واقع التوعية بها عبر الشبكات الاجتماعية (الفيسبوك) -محل الدراسة- لمتابعة سبل الترشيح للتربية الإعلامية على الوجه الذي يخدم البيئة المحلية الجزائرية بالوقوف على واقع ومعوقات وسبل مساهمة مؤسسات النظام التربوي الرسمي

وغير الرسمي الجزائرية في تضمين مواد التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية، وكيف يرون وجود مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر. وقد تضمن الاستبيان 42 سؤال موزع على خمسة محاور، كما يتم تبويب الإجابات في شكل جداول تحمل تكرارات ونسب مئوية يتم التعليق عليها كما وكيفا لإيجاد تفسيرات لأجوبة المبحوثين.

1: عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية:

1.1- التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر موقع الفيسبوك:

الجدول رقم 9: تحليل العناصر التعريفية لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" على وسائل التواصل الاجتماعي

العناصر التعريفية	متوفرة	غير متوفرة
اسم النادي	/	/
الشعار	/	/
ألوان النادي	/	/
الهوية التصويرية	/	/

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أنّ العناصر التعريفية معظمها غير متوفرة على غلاف صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك والمتمثلة في اسم النادي، الشعار وألوان النادي، لتبرز فقط الهوية البصرية وهذا يدل على أن الصفحة لا تولي أهمية للعناصر التعريفية السالفة الذكر ولكنها تركز على هويتها البصرية المتمثلة في إيصال صورة فريق النادي للمستخدمين في تأكيد منها على أهمية العمل الجماعي الميداني وهو ما يتوافق مع مساعي التربية الإعلامية لاكتساب المهارات للتدريب على التعامل مع المضامين الإعلامية وكذا وسائل الإعلام، التي تتجسد عن طريق الممارسة والأنشطة الميدانية من مكان العمل وهو ما أكدته صورة الغلاف المعبرة عن تواجد المنخرطين من شباب النادي مع الرئيسة بقاعة الاجتماع. بالإضافة إلى أنّ عدم توفر باقي العناصر التعريفية يؤكد نقطتين الأولى أن الصفحة ليست مؤسسة ذات طابع ربحي فلا تسعى للترويج أو التسويق الإلكتروني، كونها تهتم بما تقدمه من منشورات في حد ذاتها عن نشاطات النادي وكذا منشورات متعددة ذات العلاقة بالتربية الإعلامية فهدفها تدريبي تعريفي تثقيفي لهذا تحتل العناصر التعريفية أهمية ثانوية في هذه الصفحة، النقطة الثانية أن العناصر التعريفية من شعار وكذا ألوان واسم نادي بارز على الغلاف

سيعزز من ثقة المتابعين لها ويدعم نسبة تفاعل المستخدمين بها كون الصورة واضحة المعالم بالنسبة لهم وهذا يشجع من تحسين انتشار ثقافة التربية الإعلامية عبر الفيسبوك والشبكات الاجتماعية.

طبيعتك نقل 10: المصدر عند شذوئك شذوئك لشذوئك فشح بـ "مئخ طكة نط بـ عكو هزؤلكو لأعلل لةز تهذ" عاذ

طبيعتك نقل

العناصر التعريفية	متوفرة	غير متوفرة
إسم النادي	//	
الشعار		//
ألوان النادي		//
الهوية التصويرية	//	

المصدر: هذه الدراسة

من خلال الجدول أعلاه المتعلق بتبيان عناصر الصورة المصغرة لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك، نلاحظ أن العناصر التعريفية المتوفرة على الصورة المصغرة هي إسم النادي والهوية التصويرية، وبالنسبة لباقي العناصر التعريفية وهي الشعار وألون النادي فهي غير متوفرة للمتصفح لها يمكن رده إلى إيلاء مسير الصفحة الاهتمام بمحتوى المنشورات.

طبيعتك نقل 11: يانر علا لبطكة مئخ فطكر نط ذك فشح بـ "مئخ طكة نط بـ عكو هزؤلكو لأعلل لةز تهذ" عاذ

طبيعتك نقل

علامة التوثيق الزرقاء	
متوفرة	
غير متوفرة	//

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول أعلاه عدم توفر العلامة الزرقاء في صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور"، وهذا يمكن رده لكون الصفحة ليست ذات أصول تجارية ربحية تسعى لتحقيق رأس المال ما يتطلب منها تعزيز ثقة جماهيرها بها عبر الفيسبوك عن طريق علامة التوثيق لكسب المزيد من الجماهير، هذه العلامة التي ترمز إلى الاعتراف بالصفحة من قبل إدارة الموقع ككيان وتنظيم واقعي له ممثليه. بالإضافة إلى أنه لاكتساب علامة التوثيق على مؤسس الصفحة عبر الفيسبوك أن يمتلك موقع على شبكة الويب باسم الهيئة الممثل لها. ومع هذا فهذه الصفحة المعنية بالدراسة بحكم طبيعة المنشورات التي تقدمها وملاحظة ما تقوم بالتركيز عليه من مضامين فهو البحث عن تقديم مادة علمية تسعى من خلالها لتمرير رسالة النادي "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" ليس كتعريف به وإنما بالتعريف

بمضمون التربية الإعلامية من أساسيات ممارستها وغيرها من المهارات التي تدعو لها، فيبرز هذا الاتجاه في جل الأشكال المعبرة عن المحتوى بالمنشور سواء نص أو صورة أو فيديو.

كشحتك نفي 12: مصدر اصداهم فزل "لجك لكة حرك" فبحر "مئخ طكة نفي د عكو هز فلكو لأعلل لة زهذ"
عانظي زلهق

معلومات حول الصفحة	متوفرة	غير متوفرة
إسم الصفحة	/	
تاريخ التأسيس	/	
وظيفة الصفحة	/	
البريد الإلكتروني	/	
موقع الويب	/	
رقم الهاتف	/	
خدمات النادي	/	

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول أعلاه أن مضمون قسم "المعلومات حول صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" التي تتيح معرفة كل من اسم الصفحة وتاريخ التأسيس وكذا وظيفتها بالإضافة إلى بريدها الإلكتروني ورقم الهاتف وخدماتها لمن يرغب بالتواصل أكثر، بهدف خلق نوع من الثقة المتبادلة واعتماد إدارة الصفحة على سياسة توفير المعلومات وتقديم تسهيلات للتواصل حتى لا تبقى الصورة مبهمة عن طبيعة الصفحة أو لمن يرغب في الحصول عن استفسارات عن التربية الإعلامية والتي يعرضها النادي من خلال منشوراته عبرها. ما يؤكد حرص الصفحة ومن ورائها النادي على إيلاء الاهتمام بتكريس نشر ثقافة التربية الإعلامية بين المنضوين بها وغيرهم من رواد صفحات الفيسبوك باعتبارهم يستخدمون الوسائط الرقمية ويوظفون المنصات الإلكترونية ويتعاطون مع مختلف المضامين الإعلامية، باعتبارها وسيلة تقدم معلومات عن طرق الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام، قد يتعرض لمحتواها أي زائر لموقع الفيسبوك، فتعمل على لفت انتباهه نحو ترشيده للاستخدام الواعي لمضامين التربية الإعلامية. كما نشير إلى عدم إدراج موقع الويب ضمن قسم معلومات حول الصفحة ويمكن رده إلى عدم اهتمام النادي -التربية على وسائل الإعلام بتستور- بإنشاء موقع خاص به. رغم كونه يعمل على تكثيف جهود النادي وخلق متابعين ممتدين للصفحة عبر موقع الفيسبوك، فالموقع "مجموعة من الصفحات والنصوص والصور ومقاطع الفيديو المترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل يهدف إلى عرض ووصف المعلومات والبيانات عن جهة ما أو مؤسسة ما بحيث يكون الوصول إليه

غير محدد بزمان ولا مكان وله عنوان فريد يميزه عن بقية المواقع على شبكة الانترنت، وفي إشارة لأهمية موقع الويب كوسيلة لتعزيز انتشار تداول الأصول النظرية وكذا التعرف على السياسات المنتهجة حول التربية الإعلامية نذكر منها¹، استخدام تقنية لغة النص المترابط أو المتشعب HTML والذي يسهل الوصول إلى مختلف أنواع المعلومات عن طريق التنقل بين الصفحات والملفات المخزونة في مواقع مختلفة، وفق نظام يسهل التشعب من خلال عبارات مفتاحية مرتبطة مع بعضها تسمى الوصلات LINKS، بالإضافة إلى الوصول إلى المعلومات المرئية والمسموعة كالصور الثابتة والرسومات والصور المتحركة والصوت واللقطات والنصوص. كما يسهل استخدام تقنيا وفضاءات فعالة أخرى كنقل الملفات FTP وخدمة قوائم المستعرض Explorer. وتسهيل النفاذ إلى معلومات الشبكة العالمية بخدمة Mosaic. بالإضافة لتسهيل الوصول إلى معلومات الشبكة بواسطة آلية نظام آخر يسمى Gopher عن طريق استخدام قوائم خيارات رئيسية وفرعية لقراءتها أو تحميلها.

طبيخهك نفل 13: يطيحك لبحكك ة ولاح شئ ة حكك لمسمو ة فبحر "مئخ طكة نفل ر عو هزوك
و لأعل لة زهذ" عانطه زلهق

النسبة	التكرار	معلومات وإحصاءات
09.29%	811	إعجاب
08.34%	950	إعجاب+تعليق
81.36%	1026	إعجاب+تعليق+مشاركة
100 %	2787	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يوضح الجدول أعلاه المتعلق ببعض المعلومات والإحصاءات حول منشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك والتي تشير إلى حجم توظيف تقنيات الفيسبوك المتاحة على الصفحة عن المنشورات المقدمة حسب درجة تفاعل المستخدمين لها، إذ نالت تقنيات الإعجاب + التعليق + المشاركة موظفة معا أعلى نسبة مقدرة بـ 36,81%، تليها استخدام تقنيتي الإعجاب + التعليق موظفة معا بنسبة 34,08% وأضعف تقنية موظفة هي الإعجاب بنسبة 29,09%، ما يشير إلى أن المنضوين بالصفحة يبدون الاهتمام بما يتم التفصيل فيه من مضامين عن التربية الإعلامية وأيضا تمكنهم من التقنيات وفهم وظيفة كل منها. فالرغبة بالمنشور يأتي التعبير عنها بالإعجاب والتأكيد عليها يبرز من خلال البحث عن استفسارات عبر التعليقات أو بإعادة نشرها، ما يعكس أهمية المحتوى المقدم وكذا حاجة المنضوي للمعرفة من جهة وكذا الحاجة للممارسة السليمة للمضامين

¹ عامر ابراهيم قنديلجي، ايمان فاضل السامرائي، شبكات المعلومات والاتصالات، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص 155-156.

الإعلامية وكمؤشر آخر على أن الصفحة تنشط على الوجه الذي يترك انطباع بالاستمرارية والمتابعة لما يتم تداوله من مضامين عن التربية الإعلامية وليس فقط عرض لمواضيع عامة أو خارج الموضوع الأساسي الذي يندرج تحته عنوان الصفحة ما نلمسه عبر التعليقات أو عن طريق إعادة مشاركتها مع الآخرين، ما يدل كذلك على ديمومة النشر والتقديم المتواصل من قبل إدارة الصفحة التي تحرص على لفت الانتباه وكسب منضوين جدد على الدوام من خلال النشاطات الميدانية التي تقوم بها مسؤولة النادي وتعمل على عرضها عبر الصفحة والمتعلقة بالتربية الإعلامية ما يترك صورة عن المسؤولية الاجتماعية والبحث في بناء مجتمع رقمي بقيم إنسانية وفق عاداته وتقاليده وسلوكياته دون الإخلال بالنظام العام المجتمعي وإن اختلف المجال والحيز من التقليدي إلى الرقمي في التواصل مع الأشخاص أو في التعامل مع المضامين الرقمية وكذلك فواقعية نشاط النادي وممارسته الفعلية للتربية الإعلامية والمعبّر عنها نصيا وتضمينها بالمنشورات المرفقة بالصور التوضيحية عن الأعمال المنجزة في خضم التدريبات على أساسيات التربية الإعلامية، يدعم القبول لدى المنضوين بالصفحة ويشجعهم على الاهتمام بما يتم تقديمه من منشورات عبر صفحة النادي على الفيسبوك .

وفي إشارة إلى عوامل أخرى يمكن أن تعزز من عملية دعم المتابعة وتحقيق نسب تفاعل عليا بواسطة تقنيات التواصل التي يتيحها موقع الفيسبوك، نشير إلى عامل توقيت النشر فعلى الرغم من عدم وجود توقيت بعينه لكن يمكن اعتبار توقيت الذروة الذي تسجل فيه المنشورات تزايد عدد الإعجاب والتعليق والمشاركة به إن نشرت فيه، كونه يشهد حضور المستخدمين للصفحة على الموقع يمكن أن يزيد من فرص حصول المنشور على تجاوب مرتفع نسبياً عن باقي ساعات اليوم المتبقية، وتتبع الباحثون هذا التوقيت ليجدوا أن الساعة هي الثالثة عصرًا. كذلك يعتبر يوم النشر من العوامل الداعمة للاهتمام بالمنشور ودفع المنضوي بالصفحة للفت انتباهه نحوه، وتوصلت الإحصاءات¹ إلى أن يوم الأربعاء من كل أسبوع له نصيب الأسد من عدد زيارات المستخدمين في مختلف أنحاء العالم. ويربطها بموضوع الدراسة فالصفحة لها أجندة عمل أخرى أساس النشر فيها قائم على الأيام التي تبرمج فيها ورشات عمل بالنادي عن حصص للتربية الإعلامية، الذي تعمل له تغطية بأهم ما قام به الطلبة ويعاد تنظيم العمل ليتم نشره في نفس يوم النشاط الذي ضبطه النادي ليتوافق وكما أشرنا سابقا مع خصائص الممارسة الواقعية والوجود في جل المنشورات على الصفحة. بالإضافة إلى ما ذكر فعامل عدد مرات النشر يعمل على تعزيز تعرض المنضوين بالصفحة لمواضيع التربية الإعلامية فينعكس

¹ NATALIA SELIVERSTOVA ,**LES REGLES DE LA PUBLICATION EN FACEBOOK**, 12:08 22.03.2017, accédé le/ 09.03.2020/ 21.02h , site web / <https://arabic.sputniknews.com/mosaic/201703221022984301-%D9%82%D9%88%D8%A7%D8%B9%D8%AF%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A5%D8%B9%D8%AC%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D8%AA/>

على دعم مداركهم ومعارفهم عن التربية الإعلامية. وهذا حسب الملاحظة بالمشاركة يتوافق والسياسة العامة لصفحة نادي التربية على وسائل الإعلام، بحيث نجد المنضوين بالصفحة يثبتون تواجدهم من خلال التفاعل بالتقنيات المتاحة (إعجاب، تعليق أو مشاركة) مع المنشور في توقيت يتزامن تقريبا ووقت نشر المنشور على الصفحة.

في الجدول التالي 14: يوضح مظهر المساهمة في نشر المنشور على وسائل الإعلام

البيانات

النسبة	التكرار	نوع المنشور
0%	//	نص
9.09%	4	صورة
11.36%	5	فيديو
63.63%	28	نص + صورة
4.54%	2	نص + رابط
0%	//	نص + رابط + صورة
6%	3	نص + فيديو
4.54%	2	نص + رابط + نوع الفيديو
100%	44	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول أعلاه المتعلق بنوع منشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك، أنّ المضامين المنشورة على شكل نص + صورة تمثل أعلى نسبة بـ 63.63%، تليها المنشورة على شكل فيديو بنسبة 11.36 % والمنشورة على شكل صورة فبلغت نسبة 9.09%، والمنشورة على شكل نص + فيديو بنسبة 6% ، لتسجل المواضيع المنشورة على شكل نص + رابط وكذلك نص + رابط + نوع الفيديو نفس النسبة وهي 4.54%. أما المواضيع المنشورة على شكل نص و نص + رابط + صورة فقد انعدمت فيها النسبة، هذا يمكن رده لعدم توظيف إدارة الصفحة لهذه الأساليب المقدمة للمضمون.

من خلال ما سبق يتضح أنّ الصفحة تولي أهمية في تنويع عرض منشوراتها عن التربية الإعلامية، للمنضوين بها لجذب انتباههم نحو المضمون الذي يعكس الهدف من نشاط النادي - التربية على وسائل الإعلام بتستور-، فحسب الأبحاث التي أجرتها شركة "Kissmetrics" المختصة في هذا المجال عام 2017. تعد الصورة أحد عوامل الجذب الكبير لمنشورات الفيسبوك، فأتناء تنقل المستخدم بين

محتويات الصفحة الرئيسية قد لا يلفت النص نظره بقدر ما تفعل الصورة التي تعتبر الباب الذي يدخل منه إلى المحتوى النصي، لكن ينبغي مراعاة ألاّ تنتهك الصورة لوائح الفيسبوك كأن تكون مؤذية لمشاعر الآخرين، وهو ما يتوافق والنتائج المبينة بالجدول أعلاه إذ تشير أعلى نسبة إلى اعتماد إدارة الصفحة الأسلوب الذي يجمع بين الصورة والنص فالصورة تعمل على الجذب والنص يقوم بمهمة تعزيز والتوثيق لمعاني الصورة ودلالاتها أو مناسبتها ودورها بالنسبة لهدف الصفحة في تحقيق التوعية حول التربية الإعلامية، ووفقاً للإحصاءات، فإن إرفاق الصور بالمنشور يزيد من فرص حصوله على الإعجاب بنسبة 53%، وزيادة التعليقات بنسبة 104%، حسبما ذكر موقع "postplanner".¹

كما وسجلت المنشورات التي تعتمد على الأسلوب النصي في عرض المضامين ذات العدد القليل من الكلمات إعجابات وتعليقات أكثر من تلك الطويلة، ووفقاً للدراسات فإن المنشورات التي تحتوي على أقل من 80 حرفاً تحصل على نسبة تفاعل أكبر بـ 66% من غيرها، فكتابة المنشورات التي تصل إلى 1000 حرفاً تصيب قراء المنشور بالملل فلا يكملون قراءتها وبالتالي لا يتفاعلون معها. وهو ما يفسر عدم توظيف إدارة الصفحة في عرض موضوعاتها على الأشكال النصية في منشوراتها، ما يدل على أن حجم المنشور يؤثر على لفت الانتباه إليه، وهذا الاتجاه نلاحظه في النصوص التي وظفتها إدارة الصفحة في التوجه بالمنشورات التي قامت بعرضها طيلة مدة الدراسة التحليلية وهذا ما يفسر اعتلاء النص + الصورة أعلى نسبة من حيث الأشكال التي تعرض بها مضامينها فتهدف إلى جذب الانتباه بما يخدم دعم استخدام وتداول التربية الإعلامية.

وبالنسبة للمضمون الذي يظهر على شكل فيديو فهو صيغة معبرة عن المحتوى التي تتمتع باهتمام من قبل المنضويين بالصفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور عبر الفيسبوك، وخصوصاً عندما يتم التحضير لها والإعداد لفكرة الموضوع على النحو الذي يخدم التربية الإعلامية ويساعد في ترشيد استخدام وسائل الإعلام والتعامل معها، ومن خلال توظيف أداة الملاحظة بالمشاركة نرى أنّ إدارة الصفحة وظفت وسيلة الفيديو لإيصال رسالتها لكن ليس بالقدر الذي يبرز في كل المنشورات إذ ربطته بمناسبات قامت بالترتيب لها مسبقاً والإعداد لها بالنادي كالفديوهات المتعلقة بالاحتفالية الخاصة بالتأسيس للنادي عن التربية الإعلامية وكذا كيفية إجراء حصة إذاعية وكذا مقابلة تصويرية بالإضافة إلى سيناريوهات لخرجات ميدانية من إعداد أعضاء النادي في إطار دعم التربية الإعلامية وجعلها سلوك يومي مرافق لما يقوم به الإنسان من نشاطات مرتبطة باستخدامه لوسائل الإعلام

¹ - المرجع السابق.

باختلاف أشكالها، كما وقامت إدارة الصفحة بالتفاعل مع التعليقات على هذه الفيديوهات في استجابة ورد للمطلعين على الفيديو الذي بالاطلاع عليه نجد محتواه في الغالب تربيوي توعوي تثقيفي عن التربية الإعلامية.

كما تهتم صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بتوظيف أسلوب النص+الرابط بنسبة 4.54% وكذا بنفس النسبة لـ النص+الرابط+الفيديو، لتقديم المنشورات المتعلقة بالتربية الإعلامية للتوضيح وإيصال فكرة المحتوى، فالرابط يعد وسيلة داعمة تعزز من شرح المضمون ويحتوي على تفاصيل أكثر ويقدم معلومات معمقة بأمثلة توضيحية. حرصا على إيصال الرسالة بكل الأساليب المتاحة والتي تساعد على الفهم، هذا ما يؤكد التنوع في توظيف الفيديو إلى جانب النص والرابط باعتباره يتميز بالمزج بين النص والحركة والصوت والصورة وتوظيف الألوان والرسومات التي تعمل على تعزيز إيصال المحتوى وكذا تعزيز متابعة المستخدمين للمحتوى المقدم عبر المنشورات.

وهذا راجع لطبيعة المواضيع التي تستدعي الإيضاح أكثر وتتطلب تفصيلات أعمق كون التربية الإعلامية مجال فيه الكثير من الشرح، على مستوى التمكن التقني نحو الوسائل أو المهاراتي مع المضامين وكيفية توظيف كل منهما وما للمدرب من دور في عملية التوجيه التي تحتاج إلى سياسة ودليل عمل توضيحي لا تستطيع الصفحة عبر منشوراتها تضمينه بكل تفاصيله ما يستدعي الحاجة للاستعانة إلى ملفات التحميل للاستفادة أكثر عن التربية الإعلامية. فمن خلال الملاحظة بالمشاركة كان هناك منشورات مدعمة بملفات تحميل وقد لاقت متابعة وتعليق من قبل المنضوون بالصفحة ما يعني حرص الصفحة على إيصال محتوى التربية الإعلامية بالأساليب التي ترى أنها تخدم من يسعى للتدرب على وسائل الإعلام كذا التعامل مع المضامين الإعلامية.

طبيعتهم نفي 15: يولي موكف بك لزة نخ لرب المسموعة فبح د "مئخ طبة نفي د ع و هز و لعي الأعلل

لأز تهمذ" لعي زلهق

النسبة	التكرار	اللغة المستخدمة
70.45%	31	لغة عربية فصحي
//	//	لغة عربية عامية
9.09%	4	لغة انجليزية
11.36%	5	لغة فرنسية
9.09%	4	لغة مختلطة (عربية + انجليزية)
100%	44	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يوضح الجدول أعلاه اللغة المستخدمة بمنشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك، إذ بلغت نسبة اللغة العربية 70.45% كأعلى نسبة، تلتها اللغة الفرنسية بنسبة 11.36%، وبلغت اللغة الإنجليزية واللغة المختلطة (عربية+إنجليزية) بنفس النسبة والمقدرة بـ 9.09% كأضعف نسبة، من خلال القراءة المتصفحة للجدول نلاحظ أن اللغة المستخدمة من إدارة الصفحة هي اللغة العربية الفصحى وهذا يمكن رده إلى كونها لغة مفهومة لغة بسيطة أسلوبها واضح موجز ومباشر، يعتمد على المصطلحات التي توظف وتعزز اكتساب مفاهيم عن التربية الإعلامية، فمهمة اللغة إيصال المعلومة وتكوين الفهم والإرشاد بها سواء كانت حروفاً، رموزاً أو إشارات باستخدام وسائط الاتصال الرقمية واللغة عموماً - أي لغة كانت - لها ثلاث وظائف، هي: أن اللغة هي الركن الأول في عملية التفكير. وهي وعاء المعرفة. وهي الوسيلة الأولى للتواصل والتفاهم والتخاطب، وبثّ المشاعر والأحاسيس. وهذا القدر من أهمية اللغة مشترك بين الإنسان واللغات كافة في كل مكان وزمان¹. ولقد ساعدت اللغة العربية - منذ نزل بها القرآن على نحو خاص - على تشكيل الهوية العربية، وعلى التفتّح على ثقافات العالم السابقة عليها والمعاصرة لها، وقد كان شعارها في التفتّح²، ولهذا يرجع توظيف اللغة العربية الفصحى إلى طبيعة المجتمع العربي الموجهة إليه باعتبارها اللغة الأولى التي يستخدمها وكذا موضوع الصفحة فهو ليس موضوع يتناول باللغة العامية عند عرض المنشورات كونه يتناول مادة معرفية تربوية علمية، تقوم على الجانب النظري وكذا التطبيقية بحكم أن التربية الإعلامية لها إطارها ومفاهيمها الخاصة بها التي من الصعب استبدالها بمصطلحات عامية فهي مجال علمي له مفاهيمه ومصطلحاته التي تضبطه ولهذا فدور الصفحة هو تبسيط هذه المفاهيم وجعلها قابلة للفهم والتداول ما يفسر توظيف الأشكال المختلفة الأساليب في عرض المنشورات بهدف تعزيز الاستخدام الواعي للمضامين الإعلامية وهو ما يفسر انعدام اللغة العامية التي تحد بعض كلماتها من فهم المعنى المباشر لمحتواها وهدفه.

والى جانب هذا فقد وظفت اللغة الإنجليزية والفرنسية بنسب متقاربة في المنشورات على اعتبار أنّها لغة عالمية تستخدمها فئة معتبرة من المنضوين بالصفحة أو غيرهم من مستخدمي موقع الفيسبوك لا

¹ سعد بن عبد الله الحميد، صادق بن محمد الهادي، أهمية اللغة العربية ومميزاتها،

https://www.alukah.net/publications_competitions/0/36097، 14:55، 2020-08-28.

² أحمد درويش، أهمية اللغة العربية في المحافظة على الهوية وتوطيد المعرفة

https://www.alukah.net/literature_language/0/24128/#ixzz6GQXzuvrK، 17:05، 2020-08-28.

يمكن إغفالها، لمن تعذر عليه فهم اللغة العربية، فتكون اللغة الأجنبية بديل لإيصال المعنى وتوضيح المغزى من المنشورات، ولاستقطاب شرائح متنوعة لدعم انتشار التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية.

الجدول رقم 16: بيان تكرار نشر المنشورات في الصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام" بنسبة

النسبة

عدد مرات النشر في اليوم	التكرار	النسبة
مرة واحدة	28	84.84 %
مرتين	2	6.06 %
ثلاث مرات	1	3.03 %
أكثر من ثلاث مرات	2	6.06 %
المجموع	33	100 %

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يبين معدل تواتر النشر اليومي لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك، إذ مثلت أعلى نسبة معدل نشر لـ "مرة واحدة" في اليوم بنسبة 84.84 %، تليها بنفس النسبة الضعيفة لكل من "مرتين" و "أكثر من ثلاث مرات" بنسبة 6.06 %، ونسجل أضعف نسبة نشر يومي لـ "ثلاث مرات" بنسبة 3.03 %.

من خلال ما سبق يمكن القول أن صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" تعتمد على النشر بمعدل مرة واحدة في اليوم وبحسب الملاحظة بالمشاركة فقد قدرت الفترة المسائية كفترة تعتمد إدارة الصفحة لنشر مضامينها عن التربية الإعلامية، باعتبار أن النادي ينشط في الموقع بالفترة الصباحية أو بعد الظهر، في أغلب المنشورات الظاهرة على الصفحة، لتكون المنشورات معدة وجاهزة للنشر مساء ليطلع عليها المنضوون بالصفحة والمتابعين لها وهو الوقت الذي يتناسب وإياهم فمعظم المستخدمين لموقع الفيسبوك لهم انشغالات يومية في معظم الأحوال تكون بالنهار كالعمل والدراسة ليتفرغوا مساء للإطلاع على منشورات الموجودة بالفيسبوك، لكن مرات النشر المتبقية والمتقاربة في النسب الضعيفة، تفسر على نحو سلبي مما يقلل من تواجد المضامين التي تعمل على تبسيط وتعزيز الفهم حول التربية الإعلامية، خاصة وأن الموضوع ليس متداول على عبر موقع الفيسبوك وتزاحمه الآلاف من الصفحات المغربية التي تستهوي مستخدمي الفيسبوك فتشدد انتباههم وتقلل من متابعتهم لمضامين التربية الإعلامية في الوقت الذي تشهد فيه هي الأخرى قلة عددها لهذا نوع من الصفحات مقارنة بباقي الصفحات الاجتماعية والسياسية كالموضة والطبخ ... ، ما يزيد من تكثيف الجهود في

الحرص على مضاعفة مرات النشر كون الموضوع - التربية الإعلامية - على أهمية كبيرة يحتاجها المنضوون بالصفحة من خلال مضاعفة مرات النشر، لتحسين مستوى تعاطيهم مع المضامين الإعلامية والوسائط الرقمية في الوقت الذي يشهد استخدامهم لهذه التكنولوجيات المتطورة إقبالا كبيرا.

في ختام هذا الفصل، نلخص في الجدول التالي نتائج الدراسة الميدانية
للتربية الإعلامية في نادي التريية على وسائل الإعلام

عدد الصور	التكرار	النسبة
صورة واحدة	6	18.75%
صورتين	//	//
ثلاث صور	2	6.25%
أكثر من ثلاثة صور	24	75%
المجموع	32	100%

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول أعلاه عدد الصور المرافقة لمنشورات صفحة "نادي التريية على وسائل الإعلام بتستور عبر الفيسبوك"، إذ تمثل أعلى نسبة 75% ممثلة في المنشور المرفق بأكثر من ثلاث صور، تليها المنشور المرفق بصورة واحدة بنسبة 18.75%، وأضعف نسبة للمنشور المرفق ب ثلاث صور بنسبة 6.25 %، لتتعدم النسبة في المنشور المرفق بصورتين، ومن خلال قراءة الجدول يمكن القول أن النادي ينشط بالميدان ويعمل على توثيق ما يقوم به بالصور التي يقوم بنشرها على حائط الصفحة مدعمة للمنشور، ما يوحى على حرص النادي على الاستمرارية والمتابعة الواقعية للعمل على نشر التربية الإعلامية وتفعيلها عبر الفيسبوك ما يخلق ثقة ومبادرة بالعمل عليها من قبل المنضوون بالصفحة ويحفز المطلعين عليها على الانضمام بها، وهذا راجع لما للصورة من أثر في عملية تلقي الرسالة فالصورة أبلغ من النص كونها معبر وصادقة ومباشرة وسهلة الفهم ما يجعل المتلقي لها يشارك ويبادر بالاستفسار والرغبة عن ما هو أعمق وهي نقطة الطرح الجوهرية للتربية الإعلامية وهي كيفية التعامل مع المضامين الإعلامية. فهي تحمل التوضيحات والتفاصيل الشاملة كما تعتبر انعكاس للكلام النظري الذي قد يتعذر على الفهم لدى بعض المنضوون بالصفحة فتكون الصورة بمثابة تقريب للفهم وتبسيط للمعنى.

2.1- التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك:

في ختامه في 18 تموز من هذا العام، تم إعداد هذا التقرير الذي يهدف إلى عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية الميدانية.

النسبة	التكرار	مواضيع المنشورات
25 %	11	منشورات إعلامية
9.09 %	4	معلومات إرشادية وتحذيرية
2.27 %	1	قوانين الاستخدام للمضامين الإعلامية
18.18 %	8	منهجية العمل للتربية الإعلامية
45.45 %	20	دروس نظرية ونشاطات تطبيقية
100 %	44	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول أعلاه أنّ الدروس النظرية والنشاطات التطبيقية تمثل أعلى نسبة مواضيع منشورة على صفحة النادي بـ 45.45 %، تليها المنشورات الإعلامية بنسبة 25 %، ثم المواضيع التي تنطرق إلى منهجية العمل على التربية الإعلامية بنسبة 18.18 %، كما نسجل بنسب أقل مواضيع عن المعلومات الإرشادية والتحذيرية بنسبة 9.09 %، أما أضعف نسبة فتعود إلى قوانين الاستخدام للمضامين الإعلامية المقدرة بـ 2.27 %.

يعتبر التدريب على فنيات تحرير الخبر والقوالب التي تتضمنه عملية تحتاج للتخطيط وهي مطلب أساسي للتمكن من مهارات التربية الإعلامية، لذا دعت الحاجة إلى مدرب يرشد عملية التأصيل النظري لتكون عملية التطبيق على الوجه الصحيح بهدف تطوير ومتابعة مدى التقدم ومعرفة الخل لتجنبه، فالتدريب عن طريق التطبيق يسمح بمعرفة مكامن القصور فيصححها ويقف على نقاط التمكن فيطورها وهو ما تدعو له خطة عمل مسير الصفحة للتدريب على التربية الإعلامية من خلال تتبع مختلف منشوراتها منذ بدايتها في 02 جويلية 2019 وإلى غاية 02 جانفي 2020، باعتبار أن التدريب هو: "نشاط مخطط يهدف إلى تزويد الفرد بالمعلومات والمعارف والتي تكسبه مهارة في أداء الأعمال أو تنمية مهاراته ومعارفه وخبراته باتجاه زيادة الكفاءة الحالية والمستقبلية"¹. ويربطها بالنادي الذي يعد مصدر لها فالجو العام له وطبيعة العمل فيه تستدعي تقديم جانب معرفي مفاهيمي عن الموضوع المتناول بالدراسة يتبعه نشاط تطبيقي لمعرفة مدى قدرة المتدربين المنضوين بالنادي لنسبة وعيهم بالتربية الإعلامية وما قدمه نشاط النادي من محتوى للصفحة هو مواضيع متعلقة بأساسيات

¹ خالد عبد الرحيم اللاهيتي، إدارة الموارد البشرية، دار وائل للنشر، ط1، عمان، 2003، ص222.

الكتابة الصحفية وفنيات التحرير الإذاعي وغيره متسلسلة ومتداخلة بحسب وقت ممارسة التدريب عليها بالنادي لتتشر على حائط الصفحة على النحو التالي مصادر الخبر-الأشكال الصحفية-القيم الخبرية-أنواع الصحافة-قواعد القرب-الهرم المقلوب-الأخبار الكاذبة-معالجة الصورة-الفوتوشوب-الأخلاقيات-الإبحار الآمن على الانترنت-اكتساب الفكر الناقد-التعامل المسؤول-إعداد مجلة حائطية-إعداد حصة إذاعية- وكذا مواضيع أخرى ذات الصلة. وهذا يتطلب بالأساس تمكن المدرب من أساسيات الإعلام والاتصال كمجال قائم بذاته له فروعته التي يعمل على توضيحها وتبسيطها للمتدربين حتى يستطيع شرح مهارات التربية الإعلامية التي يحتاجونها، فقدرته المدرب على إيصال المعلومة ومتابعتها تطبيقياً يحفز المتدرب على التركيز وتقديم مستوى من الاهتمام والقراءة يسمح له بالتدريب على التمكن من أساسيات ومجالات التربية الإعلامية وعرضها على الصفحة عبر الفيسبوك لتعم الفائدة على من يتصفحها، لتأهيلهم للانخراط في التعاطي مع وسائل الإعلام ومضامين المنصات الرقمية، وفي دراسة حديثة عن أهمية التدريب للأستاذة "بشرى أنور"، باحثة في علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الخامس بالرباط، أكدت أن: 42 % من المهنيين الصحفيين يرون أن التدريب ضروري لتطوير الأداء المهني فيما أكد 37 % أنه ضروري لتعزيز المكتسبات المعرفية واتفق 21 % على أنه ضروري لتطوير المكتسبات المعرفية. وقد شملت عينة الدراسة مئة مهني، موزعين بين رؤساء تحرير وصحافيين وتقنيين ومتخصصين في الديكور ومهنيين بقسم الإنتاج¹. ما يدل على وعي واهتمام إدارة صفحة النادي بلفت الانتباه إلى أهمية الجمع بين الدروس النظرية والنشاطات التطبيقية في هذه العملية التي الهدف منها التوعية حول الاستخدام الآمن للفضاء الرقمي والشبكات الاجتماعية. ومن خلال الملاحظة نجد أن "نادي التربية على وسائل الإعلام" يسعى لتقديم حصص تطبيقية ملموسة تهدف للإعداد المدروس للمنضوين بالنادي وتمرير رسالتها للمستخدمين للتكنولوجيات الجديدة عبر صفحة الفيسبوك ؛ حيث لا يغلب عليها الطابع الشكلي في الإعداد والعرض، بل هناك جهد جماعي وتنظيم مستمر من قبل أعضاء النادي الذي ينعكس إيجاباً على الروح المعنوية للمتدربين الشباب ما يجعل قابليتهم للاستيعاب وفتح مجال الحوار يثري مخزونهم المعرفي عن التربية والمضامين الإعلامية. والذي تمت المشاركة به من خلال المنشورات المعروضة على صفحة النادي، إذ يعتبر المحتوى الرقمي من بين المضامين التي تلاقي إقبالا ومتابعة من قبل مستخدمي الشبكات

¹ نهى بلعيد، التدريب في مجال الإعلام والاتصال: من التقليدي إلى الإلكتروني، المرصد العربي للصحافة AJO،

14-03-2020، متاح على الرابط: <https://ajo->

[ar.org/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%88%D8%AF%D8%A9%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AF%D8%B1%D9%8A%D8%A8-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%AC%D8%A7%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84](https://ajo-ar.org/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%88%D8%AF%D8%A9%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AF%D8%B1%D9%8A%D8%A8-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%AC%D8%A7%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84)

الاجتماعية، وللتواصل والتكيف مع هذا الزخم من الرسائل الرقمية. ومن زاوية أخرى ولدعم التربية الإعلامية على صعيد النظام الرسمي تسعى العديد من المراكز الجامعية لتكوين الصحفيين عبر قاعات التحرير الصحفي والإذاعي التي يتدرب منها الطلبة على مختلف أنواع الكتابة الصحفية، والكتابة للإذاعة والتلفزيون وأستوديو للتدريب على الإلقاء الإذاعي والتلفزيوني والإخراج السمعي البصري، فالكليات والمعاهد والجامعات تحاول وضع مواد تدريبية على الانترنت تمت الإشارة إليها في فصل الدراسات السابقة، وكيفية الاستفادة منها في البحث عن المعلومات والإخبار والتخزين والتوثيق والاستفادة منها.

كما وأظهرت نتائج تحليل المحتوى اهتمام إدارة صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك بنشر معلومات إعلامية، بهدف توطيد صلتها بالمنضوين بالصفحة والعمل على تقديم مواضيع تهمهم وتلبي حاجياتهم المعرفية الاجتماعية، بالإضافة إلى إدراج منشورات تحذيرية عن المضامين الإعلامية الهدامة وكذا الخروقات التي قد يقع فيها مستخدمو الفضاء الرقمي، بهدف الوقاية من مخاطر الانترنت وتجنب الوقوع في سلبات الاستخدام السيئ للتكنولوجيات الحديثة. وعرض سبل حماية تقي المستخدم منها. والتي دعمها المنشورات التي تنطرق إلى قوانين الاستخدام الآمن للفضاء الرقمي والملاحظ أن هذا النوع من المواضيع لا يعتبر من أولويات التي تركز عليها صفحة النادي مقارنة بتركيزها على تقديم منشورات تحسن من مهارات اكتساب التربية الإعلامية.

الجدول رقم 19: تحليل محتوى المنشورات الإعلامية على وسائل التواصل الاجتماعي

البيانات

النسبة	التكرار	المنشورات الإعلامية
19.60 %	20	الأنشطة الإذاعية
4.90 %	5	الأنشطة المسرحية
30.39 %	31	الأنشطة الصحفية
12.74 %	13	الحفلات
7.84 %	8	المعارض
2.94 %	3	استضافة في وسائل الإعلام
5.88 %	6	زيارة إلى المؤسسة
15.68 %	16	أنشطة اجتماعية
100 %	102	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

من خلال إحصائيات الجدول المبينة أعلاه نسجل أنّ الأنشطة الصحفية تمثل أعلى نسبة من حيث طبيعة المنشورات الإعلامية التي تدرجها الصفحة بالفيديو بـ 30.39 %، تليها الأنشطة الإذاعية بنسبة 19.60 %، ثم الأنشطة الاجتماعية بـ 15.68 %، وفيما يتعلق بالمنشورات الإعلامية حول الحفلات المقامة فنسبة منخفضة 12.74 % وينسب ضعيفة مقارنة لكل من المنشورات الإعلامية إقامة المعارض بنسبة 7.84 % وزيارة إلى مؤسسة بنسبة 5.88 % والأنشطة المسرحية بـ 4.90 % وبأضعف نسبة للاستضافة في وسائل الإعلام بـ 2.94 %.

مما سبق نستنتج أن المنشورات الإعلامية تعمل على تقديم معلومات تحتوي على طرح فكرة أو شرح خطوات عمل لموضوع متداول للنقاش، من خلال شواهد وأمثلة مدعمة لتبسيط الفكرة وتعزيز الوعي بها، ولتنوع وتعدد المنشورات الإعلامية وتداخلها تم تقسيمها وفق ما سبق ذكره ؛ حيث أظهرت النتائج أن الأنشطة الصحفية هي أعلى المنشورات تقديمًا بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيديو ويرجع اهتمام إدارة الصفحة بها إلى اعتبار أنّ الكتابة للصحافة وفهم أبجديات صناعة الخبر تعد مرحلة أساسية في العملية الاتصالية كما أنها تساعد على تحرير باقي الأشكال والأنشطة الإعلامية، فهي تقدم خدمة خبرية يصعب على المتصفح العادي تحديد مكوناتها وأهدافها لتنوع مجالاتها وتنوع قرائها، وقد حدد " لاسويل " ثلاث وظائف مهمة للأنشطة الصحفية، وهي مراقبة البيئة المحيطة، العمل على ربط أجزاء المجتمع ووحدته في مواجهة البيئة والاهتمام بنقل التراث الثقافي عبر الأجيال المختلفة...، وللقيام بدور فعال ونشر الوعي وإيصال الرسالة للمتلقي، هناك ركائز يقوم عليها تحرير الخبر وهي ذات الأسس التي سطرها نادي الصفحة وسعى لعرضها من خلال التدريب على حسن القراءة الواعية وأساسيات النقد ومهارات الإبداع وفق خطة بدأت بدروس تمهيدية بالنادي وتزامن نشرها عبر الصفحة ثم التعمق أكثر في مكونات مجال الصحافة وفق تسلسل منهجي. وحسب ما توالى على الكتابة الصحفية من تطورات متلاحقة من حيث وظيفتها أو أهدافها دفع بالنادي إلى تبني مبدأ المسؤولية الاجتماعية نحو أعضائه وكذا المنضويين بالصفحة، في إطار دعم نشر التربية الإعلامية لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية، ومع تطور صحافة المواطن التي لاقت اهتمام واستخدام واسع النطاق يستدعي المتابعة الأكاديمية وفق أسس علمية لمخرجاتها، مراعاة لتوخي الصدق في مصادر المعلومة وكذا الصياغة السليمة تفادياً للتضليل والتعتيم المغلط للرأي العام، كما وما لعامل التقنية من دور في نشر هذه النوع من الصحافة من حيث التطور الذي يشهده والسهولة والعالمية في تجسيد الأفكار والآراء على مستوى جذاب ومغري يسمح بالتفاعلية والتواصل وجعلها مجانية وعبر وسائل محمولة كالهاتف وإمكانية تحميلها عبر التطبيقات، هذه الميزات تفسر سبب تسجيل الأنشطة الصحفية أعلى نسبة من بين الأنشطة التي تقدم عبر الصفحة. وبتوظيف أداة الملاحظة بالمشاركة نجد أن المنضويين بالصفحة بدورهم يبدون اهتمام ومتابعة لهذا النوع من الأنشطة

خاصة وأنها تتشر نشاطات تطبيقية لأعضاء النادي وغيرها. ما يجعل من عامل ممارستها أمر ممكن ومساعد على الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام، ومن بين ما تم نشره من أنشطة صحفية كيفية كتابة الخبر بالهرم المقلوب والمعتدل ومكوناته، إعداد مجلة حائطية...، كما تم الاهتمام بالصور ومواقع توظيفها باعتبارها تجسد الخبر ومصاحبة له فتطبع نوع من المصادقية والحركة على المضمون في الوقت الذي يغيب فيه رئيس وفريق التحرير عن منصات الشبكات الاجتماعية التي تتعامل بنوع من العاطفة في تداول جل مضامينها مثيرة لمشاعر المتصفحين لها ومحاولة إغفال العقل في طرح الأفكار. هذا وقد دعمت الصفحة منشوراتها الإعلامية بنوع آخر وهو الأنشطة الإذاعية باعتبارها عامل آخر داعم لتبسيط التربية الإعلامية، من خلال عرض كيفية استخدام هذه التقنية وأوجه الاستفادة منها عبر الوظائف التي تؤديها كالوظيفة الإخبارية التتموية التثقيفية الترفيهية ومن حيث كيفية التدريب على الحصول على المعلومة ومصادرها الموثوقة، كذلك الحضور بالإذاعة ومشاهدة أعضاء النادي خطوات إعداد الحصص وكيفية إجرائها حسب نوع البرنامج وإذا ما تم فتح خطوط الهاتف أم لا، وأهمية مشاركة الضيف في الحلقة المبرمجة ومشاركتها عبر الصفحة، بالإضافة على التدريب على تقنيات الإلقاء وأهمية الاستماع في عملية التواصل فهي تعزز من فهم الرسالة الإعلامية على جذب انتباه المستمعين، فمن المهم التمكن منها باعتبارها وسيلة جماهيرية مرافقة في كل وقت ومكان ولا تتطلب الجلوس والاقتران بحيز محدد. وإذا ما اقترنت بالنشاط الطلابي الصفي أو غير الصفي نجد أنها تعزز من نمو شخصية الطالب واستقلالية أفكاره، من خلال تَعَوُّده على الإلقاء وقابلية الاستجابة والتواصل وتجنب الانفعال، كما تعمل على زيادة التركيز على الهدف المطلوب، من إعداد برنامج ما وتوخي التسلسل والبساطة في طرح الأفكار حسب الظرف والمجال المواتي، رياضي، فني، تاريخي...، لذا فاكْتِسَاب مهارات الأنشطة الإذاعية يتطلب جهد وتركيز من المذيع والمستمع، "قُبعِدَ مرور أكثر من مئة عام على أول بث إذاعي لا يزال الراديو وسيطا إعلاميا مهما في أنحاء العالم كافة، فقد بسط الراديو سلطانه ليس فقط عبر الأثير بل على الفضاء الافتراضي أيضا، فأصبح بإمكان جماهيره الاستماع إلى مئات المحطات الإذاعية دون الحاجة إلى مذياع عبر الإنترنت ومن خلال تطبيقات على أجهزة الهواتف الذكية، بل أفاد الراديو ذاته من ثورة التكنولوجيا الرقمية."¹، هذا وفي نشر لإحصائيات عام 2017، حسب قناة بي بي سي BBC، ففي عام 2016 تجاوز عدد مستخدمي الإذاعة عدد مشاهدي التلفزيون ومستخدمي الهواتف الذكية، كما واستمع إليها أسبوعيا 94 بالمئة من البالغين أسبوعيا، وأكثر من 800 محطة إذاعية في البلدان النامية ونصف سكان العالم

¹ محمد رياض العشيري، اليوم العالمي للراديو: هل هناك مستقبل للإذاعة مع هيمنة وسائل التواصل الاجتماعي، بي بي سي أخبار، <http://www.bbc.com>، تاريخ الاطلاع: 19-03-2020، ساعة: 16:55.

تقريباً (3,9مليار شخص) لا يزالون غير قادرين على الاتصال بشبكة الانترنت كما حصل في جنوب إفريقيا 9000 طفل على التعليم من خلال الراديو.

كما واعتمدت إدارة الصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك على إدراج منشورات إعلامية حول الأنشطة الاجتماعية باعتبارها عمل اجتماعي يعالج قضية تهم فئات المجتمع بصفة عامة ضمن فريق متكامل فيساعد في تعزيز الثقة بين أعضاءه في نشر رسالته واقتناعه بالهدف الذي يطمح له. وتعتبر الأنشطة الطلابية ميداناً فعّالاً وخصباً في تنمية العلاقات والقيم الاجتماعية والخلقية من خلال الخبرات العملية التي توجد في الأنشطة الجماعية مثل: المعسكرات، والتمثيل المسرحي للمناهج، والمقصف المدرسي، وخدمة البيئة المحلية والأعمال التطوعية، فهي تقدم فرصاً واسعة ومنظمة وهادفة لتنمية وتوثيق العلاقات الإنسانية بين الطلاب، وإكسابهم عادات ومهارات وقيم وأساليب تفكير لازمة لمواصلة التعليم، وتحقيق المواطنة الصالحة لهؤلاء الطلاب. وقد توصلت دراسة (برجين Bergin) إلى أن الأنشطة الطلابية التي يمارسها طلاب المدارس العليا عقب الانتهاء من المدرسة تعد أكثر فاعلية وترفيهية وخاصة في مجال العلاقات الاجتماعية¹. كما يساعد في التعريف ونشر التربية الإعلامية في مختلف المناسبات ويفتح المجال للإطلاع على ماهية النشاط الاجتماعي وأهميته في بناء المجتمع ومساعدته في المحافظة على تكامل النظام الاجتماعي لدى الطلبة وغيرهم ممن لهم اهتمام بالتربية الإعلامية. بالإضافة إلى المنشورات الإعلامية الأخرى التي تمت الإشارة لها كإقامة معارض وزيارات إلى مؤسسات تدخل في إطار تعزيز عملية التواصل وتحقيق نوع من الثقة في إيصال الرسالة والتفاعل معها.

¹ عادل عمر، دور الأنشطة الثقافية والاجتماعية في الجامعات في بناء الشخصية، مركز موقاديشو للبحوث والدراسات، تاريخ الاطلاع: 29-03-2020، ساعة: 23:00، رابط الاطلاع:

<http://mogadishucenter.com/2019/12/%D8%AF%D9%88%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%86%D8%B4%D8%B7%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7>

في جنيف في 20 يوليو، لم يصيظك لجهلك في الأنسج، بـطية حي في دافح بـ"منج وطة نط بـ عـ و هـ و قـ و الأعل
لـة نـهـذ" القـيـر لـمـق

معلومات إرشادية تحذيرية	التكرار	النسبة
إرشاد حول نظم البرمجيات	//	//
مخاطر الأنترنت	15	14.28%
كيفية استخدام الوسائل التكنولوجية	12	11.42%
التنبية عن المواقع السلبية	26	24.76%
الوعي بالمواطنة الرقمية	29	27.61%
تحدي محو الأمية الرقمية	23	21.91%
المجموع	105	100 %

المصدر: هذه الدراسة

يوضح الجدول المبين أعلاه أن الاهتمام والوعي بالمواطنة الرقمية يمثل أعلى نسبة بـ 27.61% فيما يتعلق بالمنشورات عن المعلومات الإرشادية والتحذيرية بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك، تليها مواضيع التنبيه عن المواقع السلبية بـ 24.76%، ثم المضامين المتعلقة بتحدي محو الأمية الرقمية بنسبة 21.91%، وبخصوص مواضيع مخاطر الأنترنت فقد سجل 14.28%، وأضعف نسبة لكيفية استخدام الوسائل التكنولوجية بـ 11.42%، ونسجل انعدام النسبة في الإرشاد حول نظم البرمجيات.

ما يشير إلى أنّ صفحة النادي تولي اهتمام بالتوعية والترشيد الهادف نحو وسائل الإعلام لتعزيز التنمية الثقافية والمعرفية بخصوص التربية الإعلامية عبر الفضاء الرقمي، ودفع المستخدمين له لتوخي الحذر بخصوص استخدام الشبكات الاجتماعية فيما يتعلق بالمواضيع ذات الأبعاد الأخلاقية والمعرفية والسلوكية والوجدانية في جل مناحي المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية والتربوية والفنية لدعم قيم المواطنة الرقمية وتقليص محو الأمية الرقمية، خاصة بعدما تم تجاهل ممارسات الأطفال الصغار عبر الإنترنت إلى حدّ كبير على مدى العقد الماضي من قبل صانعي السياسات في معظم البلدان¹. ما دعا إلى تكاثف العديد من الدول عبر العالم للإهتمام بها كون محو الأمية الرقمية تحدي راهن تسعى المؤسسات لوضع استراتيجيات وخطط عمل له. دعماً للتنمية المجتمعية الثقافية في التعامل مع الإعلام الرقمي الذي يتأتى بنشر ثقافة المواطنة الرقمية في ضمن النظامين الرسمي وغير الرسمي وفق تكوين علمي وأخلاقي يسمح بامتلاك مهارات التربية الإعلامية وهذا وفق البناء

¹ Tomé, Vitor (2016): **Developing Digital Citizenship in Children Aged from 3 to 9: A Pilot Project in the Portuguese Region of Odivelas**, MEDIA EDUCATION – Studies & Research, Vol. 7, No. 2, pp. 196-214. http://riviste.erickson.it/med/wp-content/uploads/4%20MED_Novembre.pdf, 19-03-2020, 22:28h.

التكاملي الذي يجمع بين المستوى المعرفي والمهاراتي للتربية الإعلامية، بما يحقق التكامل ومقاربة الفجوة بين كل من محو الأمية الرقمية والمواطنة الرقمية، لتنشئة جيل تقوده ثقافة المعرفة والتعلم في بيئة آمنة. وعلى المستوى العربي لا زالت التربية على المواطنة الرقمية من الموضوعات التي لم تحظ بالاهتمام الكافي، في حين أن الدول المتقدمة مثل بريطانيا وأستراليا والولايات المتحدة الأمريكية حرصت على إعداد المواطن الرقمي من خلال إطلاق المبادرات وتضمين المواطنة الرقمية في مناهجها التعليمية.¹ وهو ما يفسر اهتمام الصفحة بنشر مضامين عن الاستخدام والتوعية بمخاطر الفضاء الرقمي. بالإضافة إلى ما سبق فانعدام النسبة في الإرشاد حول نظم البرمجيات يمكن رده إلى نقص التأطير من قبل مسيري الصفحة باعتباره اختصاص تقني يتطلب الدقة والخبرة ولغة خاصة به في الوقت الذي تعتبر فيه الصفحة موجهة لجمهور عام يهتم بالتربية الإعلامية وليسوا خبراء ومختصين في مجال برمجيات الإعلام الآلي ما يعيق من توظيفها.

طابعتهم نقي 21: هي مصححة وهي مطبوعة بالكمبيوتر مع أصلي موعلا في صلاطك ساقط هي الإجابة لنقي د عاذ
فبحر "مخطة طلبة نقي د عاذ" من طلبة الأعلل لة زعمذ" لقي زلمق

القوانين المشرعة لاستخدام المضامين الإعلامية	التكرار	النسبة
قوانين دولية	//	//
قوانين محلية	//	//
قوانين منظمات	//	//
قوانين جمعيات	//	//
قوانين للأنظمة الإعلامية	//	//
قوانين للمؤسسات التربوية	//	//
المجموع	0	0 %

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المنشورات المتعلقة بالقوانين المنظمة لعملية التربية الإعلامية باعتبارها نشاط يستدعي تكاتف فريق من المدربين والمتدربين وفق إدارة متابعة ومرافقة لهذه العملية المستمرة عبر النظامين الرسمي الذي يدرجها حسب ما يتطلبه كل مستوى دراسي عبر مختلف المراحل التعليمية وحتى الجامعية وما تستدعيه من وسائل ومعدات وكذا النظام الغير الرسمي في

¹ الصمادي، هند سمعان إبراهيم (2017): تصورات طلبة جامعة القصيم نحو المواطنة الرقمية (دراسة ميدانية على

عينة من طلبة جامعة القصيم)، مجلة دراسات نفسية وتربوية، مخبر تطوير الممارسات النفسية و

التربوية، ع(18)، صص: 175-184 <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/23715>.

مختلف القطاعات من المؤسسات المجتمعية سواء المحلية أو الدولية منها كالجمعيات والنوادي وحتى على مستوى القطاع الواحد خاصة القطاعين التربوي والإعلامي بنوعيه التقليدي والرقمي الجديد عبر الشبكات الاجتماعية والمدونات والمواقع الرسمية لم تشر إليها صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك، بالرغم من الجهود المتواصلة من قبل الدول الرائدة في تكريس استراتيجيات وإدراج التربية الإعلامية ضمن مؤسساتها التربوية على غرار كندا وأستراليا وفنلندا بالإضافة إلى جهود المنظمات الرامية للخروج بدليل عمل يكفل الممارسة الناجعة لها، كمنظمة اليونسكو الذين يسعون من خلال عقد الاجتماعات وإقامة الملتقيات وتنظيم ورشات العمل للخروج بتوصيات ونقاط تهدف لتبسيط الرؤية حول الدليل والمنهج المقوم لعملية التربية الإعلامية لدعم انتشارها عبر العامل، كون أن الإعلام الرقمي الجديد استوغل في جل القطاعات ما يستلزم الاستزادة العلمية وكذا المهارتية وفق قوانين تنظم سير ترشيد استخدام وسائل الإعلام وهذا منذ الستينيات ونذكر منها ملتقى فيينا عام 1982 الذي وضع الخطوط العريضة الجادة لتجسيد عملية التربية الإعلامية. ويمكن إرجاع إغفال صفحة النادي للقوانين المنظمة لعملية التربية الإعلامية إلى أنه لا يوجد اتفاق شامل على إستراتيجية واضحة وقوانين متفق عليها بين الدول لممارسة التربية الإعلامية وحسب القراءات المعمقة عن الباحثين الذين تناولوا التربية الإعلامية ونتائج البحوث السابقة نجد أنها لم تصل بعد لكونها قوانين بل توصيات لجهود مبذولة من قبل دول العالم من خلال الملتقيات التي تعقدها وكذا منظمات تركز دليل عمل يساعد المربين على القيام بترشيد الاستخدام الواعي للمضامين الإعلامية.

هذا الجدول أعلاه بناء على النتائج المتحصل عليها أن منهجية العمل على التربية الإعلامية تعتمد على التنسيق بين منشورات الصفحة وبرنامج عمل النادي وتمثل نسبة 45.45 % تليها عملية تحديد الأساليب والوسائل بنسبة 29.54 % ثم تسطير الأهداف والفئة المستهدفة بنسبة 25 % . ومرد ذلك أن "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" يعتمد على منهجيته الخاصة من خلال وسائل وأساليب

منهجية العمل	التكرار	النسبة
تسطير الأهداف والفئة المستهدفة	11	25 %
التنسيق بين منشورات الصفحة وبرنامج عمل النادي	20	45.45 %
تحديد الأساليب والوسائل	13	29.54 %
المجموع	44	100 %

المصدر: هذه الدراسة

يوضح الجدول أعلاه بناء على النتائج المتحصل عليها أن منهجية العمل على التربية الإعلامية تعتمد على التنسيق بين منشورات الصفحة وبرنامج عمل النادي وتمثل نسبة 45.45 % تليها عملية تحديد الأساليب والوسائل بنسبة 29.54 % ثم تسطير الأهداف والفئة المستهدفة بنسبة 25 % . ومرد ذلك أن "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" يعتمد على منهجيته الخاصة من خلال وسائل وأساليب

في شرح وتقديم أسس ومعايير العمل بالتربية الإعلامية باعتبارها عملية تكوينية شاملة جامعة لعدة عناصر هي المدرب والمتدرب والمادة المقدمة بالإضافة إلى طريقة تقديمها ومدى تمكن المدرب من توصيل هذه الرسالة المزدوجة بين البناء المعرفي والذي يتعلق ب لفت انتباه المتدرب إلى سياق الرسالة وكذا مجالاتها الأخلاقية والمعرفية والوجدانية والسلوكية وتمييز أبعادها من حيث تلك المعطيات التي وردت فيها هذه الرسالة بما يطلق عليه السياق العام للوضع الاجتماعي وربطها بمستوى المهارات التي يستطيع المدرب أن يوجه المتدربين على الأخذ بها في مستويات عدة منها مستوى القراءة وكذا التحليل والتفسير لتصل لمستويات عليا هي القدرة على المشاركة والإنتاج - الإبداع- كخطوة متقدمة في عملية التربية الإعلامية لبنائها المتكامل. وربطها بما قدمته الصفحة من منهجية في الطرح نجد أنها تعتمد على طريقة عمل تجمع بين درس نظري ونشاط تطبيقي حول التربية الإعلامية لما تم تداوله بين أعضاء النادي بدأً بأمر تمهيدية بسيطة حول المعالجة الإعلامية للخبر وفنياته ومن ثم التعمق أكثر في كيفية قراءة الصورة ومكوناتها وكذا إجراء المقابلات وحيثياتها والتحضير لها وغيره من الدروس المقدمة بالنادي والمعرضة على الصفحة. كما يمكن تفسير عدم وجود استراتيجيات قائمة بذاتها تعمل وفقها صفحة النادي وتنتشر مضامينها أنه في نلاحظ عدم وجود سياسة وطنية واضحة تكفلها الدول من قبل للسير وفقها للعمل بها، ما يجعلها فقط جهود فردية وجماعية لأعضاء للنهوض بالتربية الإعلامية وجعلها واقع ملموس لدى النشء والشباب، فما يتوافق مع مجتمع لا يتوافق مع آخر بسبب مستوى التكوين وكذا بيئة التعليم بالإضافة للموارد المالية والتجهيزات المخصصة للتقدم في هذا المجال، بغية انتقاء النخبة منهم على وجه مبكر وتطوير مواهبهم وتهيئة العام منهم للتعاطي مع هذا الزخم من الرسائل الإعلامية على الوجه البناء الذي يكفل وعيهم بالرسالة الإعلامية ومجرياتها.

الجدول رقم 23: مضمون البحث في زوايا مختلفة من البحث في مجال الإعلام في تونس
من زاوية الأعلام في تونس

النسبة	التكرار	دروس نظرية ونشاطات تطبيقية
8.37%	53	مفاهيم أساسية حول التربية الإعلامية
7.58%	48	الحصول على المعلومة
6.79%	43	مصادر الخبر
5.21%	33	أشكال تحرير الخبر الصحفي
//	//	كتابة المقال الصحفي
0.78%	5	تصميم مجلة
8.53%	54	تصميم مجلة حائطية

إعداد مقابلة صحفية	24	3.79%
قراءة دلالات الصورة	111	17.53%
تركيب فيديو	7	1.10%
إعداد روبرتاج	16	2.52%
كيفية الإنتاج التلفزيوني	3	0.47%
كيفية الإنتاج الإذاعي	84	13.27%
كتابة القصة	//	//
الكتابة المسرحية	5	0.78%
إقامة معرض	4	0.63%
كيفية استعمال وسائل تقنية وبرمجيات	15	2.36%
طرق توظيف مهارات القراءة	35	5.52%
طرق توظيف مهارة الكتابة	32	5.05%
طرق توظيف مهارة النقد	44	6.95%
توظيف مهارة المشاركة بالمعلومة	17	2.68%
المجموع	633	100%

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول أعلاه أن مواضيع الدروس النظرية والنشاطات التطبيقية لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيديو ، قد مثلت فيها قراءة دلالات الصورة أعلى نسبة بـ 17.53%، تلاها كيفية الإنتاج الإذاعي بـ 13.27%، ثم وينسب ضعيفة مقاربة لكل من تصميم مجلة حائطية بـ 8.53% ومفاهيم أساسية حول التربية الإعلامية بـ 8.37%، تلاها الحصول على المعلومة بنسبة 7.58%، وطرق توظيف مهارة النقد 6.95%، مصادر الخبر بنسبة 6.79%، طرق توظيف مهارات القراءة 5.52% ثم أشكال تحرير الخبر الصحفي بنسبة 5.21%، فطرق توظيف مهارات الكتابة 5.05% وفيما يتعلق بإعداد مقابلة صحفية بنسبة 3.79%، وبخصوص توظيف مهارة المشاركة بالمعلومة بنسبة 2.68%، وإعداد الروبورتاج نسجل نسبة 2.52%، ولكيفية استعمال الوسائل التقنية والبرمجيات بنسبة 2.36% ونسبة جد ضعيفة لتركيب الفيديو بـ 1.10%، وبالنسبة للبقية فقد كادت تنعدم فيها النسب لكل من تصميم مجلة 0.78%، الكتابة المسرحية 0.78%، إقامة معرض 0.63%، كيفية الإنتاج التلفزيوني 0.47%. هذا وقد انعدمت النسب في كل من كتابة المقال الصحفي وكتابة

القصة. وعليه ومن خلال النسب المتحصل عليها وعن طريق الملاحظة بالمشاركة نستنتج أنّ صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك تسعى جاهدة الذي لتقديم دروس ونشاطات تطبيقية حول أسس وفنيات التحرير الصحفي وغيره وتعمل على توصيل رسالتها عن ضرورة الوعي بالتربية الإعلامية ومن خلال النتائج نلاحظ أنّ قراءة دلالات الصورة والتدريب عليها يكتسي أهمية وتركيز من خلال إبراز دورها وقوتها في إيصال الرسالة الإعلامية وما تضيفه للخبر من مصداقية، كما تناولت المنشورات أنواع الصورة والمواقع التي تتخذها سواء بالجريدة أو عبر السمي البصري في الكثير من المنشورات التي لاحظنا أنها تعتمد على العديد منها في المنشور الواحد تأكيداً على الأثر الذي تتركه في ذهن المتلقي فهي أبلغ من الكلام واختصار للمساحة والزمن في شرح المحتوى خاصة إذا كانت تحاكي المجال الأخلاقي والعاطفي الإنساني فهي تحدث تأثير في الاستجابة للرسالة والتفاعل معها، لذا فالتدريب على تقنياتها وفهم مغزاها وربطها بالحدث الذي على أساسه وضعت فيه والسياق الذي تحاكيه له أهمية في تصميم الرسالة الإعلامية لتحقيق استجابة من قبل المتلقي وكذا فهم القائم بالاتصال أساسيات الإقناع والتأثير والحفاظ على الموضوعية في إعداد المضامين الإعلامية، هذا وقد اتخذت كذلك المنشورات المتعلقة بكيفية الإنتاج الإذاعي اهتمام متكرر حسب الملاحظة بالمشاركة من قبل إدارة صفحة النادي، لما لهذه الوسيلة من أهمية في إيصال الرسالة وانطوائها على أحد أهم المهارات التي تستدعي من المتدرب على عملية التربية الإعلامية امتلاكها وتطويرها وهي مهارة الاستماع والإلقاء عبر الأثير والتي تتأتى من خلال ما يتم تناوله عبر الأنشطة المدرسية اللصافية، فالنشاطات اللامنهجية نشاطات مختلفة مناسبة لأعمار التلاميذ والطلاب وإمكاناتهم، يمارسونها خارج حدود الفصول والمناهج. وسميت (لا منهجية) لأنها تقع خارج نطاق المناهج المدرسية المقننة ويقال لها (لا صفة) أيضاً ؛ لأنها تقع خارج حدود الفصول المدرسية المعروفة¹. وكما هو الحال بنادي التربية على وسائل الإعلام فقد اختار إذاعة "واب ستور" لتطبيق ما تم تناوله نظرياً ومشاركته بالصفحة عبر الفيسبوك، إذ تقوم جماعة بتنظيم الإذاعة المدرسية من حيث برامجها وأوقاتها وترتيب الإسهام في نشاط الإذاعة المدرسية وتنسيقها بين فصول المدرسة والمواد المختلفة والتدريب على استعمال الأجهزة الإذاعية المتوفرة في المدرسة². إذ وضحت المنشورات وظيفة الإذاعة ومميزاتها انطلاقاً من موقع فعلي وتبيان المعدات والكيفية التجهيز والتحضير للبرنامج الإذاعي

¹ هيثم بن إبراهيم الرغبان ، قضايا تربوية من الميدان، مرجع سابق، ص155.

² المرجع نفسه، ص 160.

ومصادر الخبر فيه أنواع الحصص التي يتناولها ونطاقها ومقابلة منشطين بالإذاعة وعمل تدريبات على طرق الإلقاء وفنون الرد على المباشر في إطار التدريب الجماعي على الأخبار الإذاعية وطبيعتها، هذا بالإضافة كذلك إلى تقديم النادي بالصفحة منشورات عن المجلة الحائطية ودورها في التدريب على الكتابة وترتيب الأفكار وعرضها على نحو يسمح بإيصال رسالتها للجمهور وما تتضمنه المجلة الحائطية من مواضيع وكيفية التنسيق لإعدادها ضمن فريق يختار مواضيع مهمة تحقق الغرض للفئة الموجهة لها. ومن خلال ملاحظة منشورات صفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور نجد أنّ أعضاء النادي قاموا بإعداد مواضيع متعلقة بالتربية الإعلامية كأهمية الخبر، الصورة، المقابلة، القوالب الصحفية... كما تم عرضها في يوم التعريف بالنادي والتأكيد على أهمية التربية الإعلامية للجميع بمختلف الفئات العمرية سواء بالمدرسة أو بين أفراد الأسرة أو ضمن المؤسسات المجتمعية الداعمة لها بصفة عامة. وبالنسبة لضعف النسب للدروس النظرية والنشاطات التطبيقية بصفحة النادي، فيمكن تفسيرها بكون النادي يسير وفق برنامج يقوم فيه بعرض خطة عمل متسلسلة لمحتوى التربية الإعلامية تبدأ بالتعريف بأساسيات النشاط الإعلامي ومن ثم التعمق في محتواها لكل من البناء المعرفي والمهاراتي كمهارات القراءة والتحليل والمشاركة وغيرها كونها تتطلب مستوى فكري واعي لتوظيفها وهذا المستوى يأتي بالخبرة والممارسة المستمرة وكما اشرنا سابقا فالنادي ليس بتلك الأقدمية وإنما حديث النشأة يسعى لتمكين المتدربين من أبجديات التربية الإعلامية المشار إليها ومن ثم ترشيدهم لكيفية توظيف مهاراتهم في التعامل مع المضامين الإعلامية عبر الصفحة.

في ختام هذا الفصل، نذكر في الجدول التالي نتائج تحليل البيانات المتعلقة بالوسائل الإعلامية المستخدمة في الدراسة.

النسبة	التكرار	الوسائل والمؤسسات الإعلامية التي قامت الصفحة بنسب الأخبار والمعلومات إليها
//	//	مواقع التواصل الاجتماعي
6.38 %	3	الدليل والنصوص والمراجع المعمول بها
14.89 %	7	المختصون والمدرّبون
78.72 %	37	مدير الصفحة والقائمين عليها
100 %	47	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يوضح الجدول أعلاه أن الوسائل والمؤسسات الإعلامية التي قامت صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك بنسب الأخبار والمعلومات إليها، تتمثل في مدير الصفحة والقائمين عليها بأعلى نسبة وهي 78.72 %، تليها فئة المصادر من قبل المختصون والمدربون بنسبة 14.89 % وأضعف نسبة هي الدليل والنصوص والمراجع المعمول بها 6.38 % من خلال إحصائيات الجدول وتوظيف أداة الملاحظة بالمشاركة نجد أن الصفحة تعتمد على مصادرها الخاصة المتمثلة في القائمين على النادي وكذا إدارة الصفحة التي تعتبر إمتداد له، وهذا راجع لطبيعة نشاط صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك الذي تقدم كما سبق وأشرنا في تحليل سابق أن محتوى منشوراتها يعتمد بشكل أساسي على ما يتم برمجته بالنادي من دروس نظرية وكذا نشاطات تطبيقية متعلقة بأساسيات التربية الإعلامية التي تعتمد في جمع المادة العلمية المقدمة بالمنشورات على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" وبحسب الملاحظة بالمشاركة تتمثل فيما تجتهد فيه وتخطط له من تنظيم ومتابعة حول التربية الإعلامية، بالإضافة إلى اعتماد الصفحة على ما يقدمه المنضوون بها من معلومات وإضافات مساندة ومشجعة للعمل على التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية وإن كان حجم التفاعل بمعدلات متوسطة وأحيانا ضعيفة، إلا أنه يبقى في خدمة ترشيد الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام وداعم لكثير من المنشورات عبر الصفحة والتي تسعى إدارة الصفحة بدورها للاستمرار في عملية تفعيل ونشر التربية الإعلامية للحماية وكذا للتمكن من التعامل مع التطورات التكنولوجية الحاصلة عبر الفضاء الرقمي، ويمكن تفسير عدم اعتماد الصفحة على مصادر خارجية لكونها مكلفة وتحتاج لموارد مادية وبشرية لتحضير وتقديم المادة العلمية ومن ثم نشرها بالصفحة، إلى جانب نقص المادة العلمية الموضحة لسبل الممارسة العملية للتربية العلمية بشكل بسيط وغير مكلف فما تم طرحه وتداوله بحسب الملاحظة هو تركيز على اكتساب المهارات وعرض لدليل عمل يتطلب إستراتيجية وطنية تشارك فيها أطراف عدة للتنسيق والمتابعة طيلة هذه العملية وبمقارنتها بإمكانيات النادي وكذا الفاعلين فيه نجد تطبيقها تحدي صعب لهذا يمكن تفسير اعتماد النادي على مصادره الخاصة في تمرير رسالته عن التربية الإعلامية عبر صفحته بالفيسبوك، والتي أشرنا إلى أنها لا تتطوي على الجانب النظري وحسب بل وتشتمل على الجانب التطبيقي ما يسهل على مستخدم الصفحة الوعي بما يتم تناوله من مادة نظرية وهو ما يتماشى ومنهج التربية الإعلامية القائم على الممارسة والتدريب بهدف التمكن مستقبلا، ولهذا وإن قلت مصادر الصفحة من حيث تعددها وتنوعها إلا أن هذا لا يعني عجزها في إيصال رسالتها عن التربية الإعلامية.

في ختامه نفي 25 من الشهر المذكور، أفصح "مخطة نفي" عن هزول الإعلام لـ "الزهد" العزله

الفاعلون	التكرار	النسبة
المشرف على النادي	131	52%
أعضاء النادي	15	5.95%
الجهات الإعلامية	2	0.79%
المختصون والخبراء	1	0.39%
المشتركون بالصفحة	103	40.87%
المجموع	252	100%

المصدر: هذه الدراسة

تبين إحصائيات الجدول أعلاه أن المشرف على النادي يعتبر من بين الفاعلين الأكثر نشاطاً ضمن صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بأعلى نسبة 52%، يليه المشتركون بالصفحة بنسبة 40.87%، وبنسبة أقل لأعضاء النادي بنسبة 5.95%، ثم الجهات الإعلامية بنسبة 0.79%، وأضعفها تفاعلاً المختصون والخبراء بنسبة 0.39%. ويمكن القول أن إدارة الصفحة تنشط من خلال قدرة المتابعة وإمكانية التفاعل من قبل المشرفة على النادي مع المضامين المنشورة بالصفحة عن طريق النشر أو الرد على التعليقات، باعتبارها على اطلاع بأساسيات وموضوعات التربية الإعلامية من جهة وبحكم إشرافها على النادي ما يضيف للصفحة مصداقية ويخلق ثقة متبادلة تشجع المتصفحين عبر موقع الفيسبوك للانضمام لها ويدفعهم لطرح انشغالاتهم وتساؤلاتهم عن التربية الإعلامية وفق احتياجاتهم كمستخدمين للتكنولوجيات الجديدة، من خلال المعلومات والتوضيحات التي تقدمها عبر الصفحة سواء بالصور أو الفيديوهات أو النصوص المختصرة ما قد ينعكس إيجاباً على استفادة المنضوين منها، فمن خلال الملاحظة بالمشاركة أيضاً نجد أن تفاعل المشرفة على النادي بالصفحة له أبعاد منها بروز جهود أعضاء النادي من خلال النشاطات التي يقومون بها باستمرار طيلة مدة إجراء الدراسة التحليلية عن التربية الإعلامية التي تستدعي الممارسة والمتابعة لتطوير القدرات المعرفية والمهاراتية للتعامل مع المضامين الإعلامية وهي بدورها تحتاج لمن يسيرها كعملية منظمة تسعى لخدمة المنضوين بالنادي والمتابعين للصفحة. لهذا نجد المشرف (المشرفة) على النادي دوره اكتشاف المواهب ورعايتهم بالتوجيه والإرشاد من خلال تهيئة بيئة ملائمة من النادي وتنسيقها على الصفحة عبر الفيسبوك، لتبادل وتشارك الخبرات وتجاوز النقائص كما أن العمل بروح الفريق يضيف جو من الراحة النفسية تشجع المنضون بالنادي على الاندماج والتفاعل مع المنشورات عبر الصفحة، كما يمكن تفسير انخفاض النسبة وضعفها فيما يتعلق بحجم تفاعل المختصون والخبراء عبر الصفحة راجع لحدثة إنشائها ما يجعل عدم معرفتهم بها سبب في انخفاض تفاعلهم عبرها وبالإضافة

إلى قلة المختصون في مجال التربية الإعلامية على المستوى العربي إذا ما نظرنا لمدى ممارستها بالقطاع التعليمي، الذي يعتبر مقياس لمدى فهم المدربين والمختصين ونشرهم لها على الأصعدة والمؤسسات المجتمعية والمنصات الرقمية.

الجدول رقم 26: بيان أهداف أنشطة النادي على وسائل الإعلام الإلكترونية

أهداف المنشورات	التكرار	النسبة
التعريف بنشاطات النادي	394	25.19%
توفير معلومات لخلق فهم ووعي بالتربية الإعلامية	580	37.08%
التفاعل مع نشاطات النادي ومنشوراته	146	9.33%
التكوين والتدريب	143	9.14%
خلق الاتجاهات	65	4.15%
التدرج مع التكوين على تعزيز المعرفة بالخصوصية الرقمية	25	1.59%
التدرج مع التكوين على دعم المواطنة الرقمية	196	12.53%
التدرج مع التكوين على محو الأمية الرقمية	15	0.95%
المجموع	1564	100%

المصدر: هذه الدراسة

يبرز الجدول أعلاه أهداف صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك والمتمثلة في توفير معلومات لخلق فهم ووعي بالتربية الإعلامية بأعلى نسبة هي 37.08%، تليها التعريف بنشاطات النادي بنسبة 25.19%، ثم التدرج مع التكوين على دعم المواطنة الرقمية بنسبة 12.53%، وبنسبة ضعيفة للأهداف التالية للصفحة التفاعل مع نشاطات النادي ومنشوراته على الصفحة بنسبة 9.33% والتدريب والتوجيه للتمكن من توظيف مضامين إعلامية وكذا التكوين والتدريب بنسبة 9.14%، خلق الاتجاهات بنسبة 4.15%، التدرج مع التكوين على تعزيز المعرفة بالخصوصية الرقمية بنسبة 1.59%، وأضعف تمثل التدرج مع التكوين على محو الأمية الرقمية بنسبة 0.95%. من خلال ما سبق نلاحظ أن أهداف صفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور تتمحور حول توفير معلومات لخلق فهم ووعي بالتربية الإعلامية كمهمة أساسية لترشيد الاستخدام وتلبية حاجيات المنضويين المعرفية عن أساسيات وسبل التمكن من القراءة الواعية والتحليل السليم لمكونات الخبر ومصادره وكشف أبعاده بالإضافة لتكوين صورة مبسطة ممارساتية عن أهمية المتابعة والتدريب في عملية اكتساب التربية الإعلامية لتشكيل أسس تسمح بالتمييز بين المضامين الإعلامية بغرض التفاعل الواعي نحوها، كونها تصب ضمن اهتماماتنا الوجدانية والمعرفية والسلوكية

والأخلاقية في مختلف المجالات التي يلقي المتعاطي مع المضامين الإعلامية نفسه مهتما بها. لهذا تسعى الصفحة ومن خلال الملاحظة بالمشاركة للتأكيد على أهمية المعرفة بجوانب التربية الإعلامية وأساسيات المادة الصحفية والإذاعية وكذا مختلف الوسائل الناقلة للمضامين الإعلامية وكيفية توظيفها، كما تهتم الصفحة بتحقيق هدف آخر وهو التعريف بالنادي باعتباره أساس قيام المجهود المبذول من طرف أعضائه وكذلك لفت الانتباه لأهمية هذه الفضاءات للالتقاء والتحاور بين الطلبة لنيل مهارات تساعد على اكتساب معارف وسلوكيات تدعم تعاطيهم مع المضامين الإعلامية، وفي إشارة إلى أهمية النادي الذي يعتبر نشاط طلابي وملتقى مهم لاكتشاف وتطوير المواهب الطلابية، والعمل على تشجيع الابتكار والإبداع، من خلال القيام بأعمال وبرامج وأنشطة ذات صبغة تطوعية، في أماكن احتضان النشاطات الطلابية وفق النشاط المستهدف وبتيح التواصل مع رواد هذه الأنشطة داخل الكلية/المعهد وخارجها¹. إذ يمكن اعتبار التعريف بالنادي عامل يدعم الثقة وكذا يضيف منحى تواصل واقعي مبسط للحديث عن التربية الإعلامية، التي تسعى العديد من الدول لعبر العالم لإدراجها ضمن مناهجها الدراسية حتى يستزيد منها الطلبة، ولحين ذلك فالنادي يعتبر فضاء يساعد على توصيل الرسالة ومساعدة المتدربين على الاستفادة منه. وبالنسبة لقلّة اهتمام الصفحة حول الخصوصية الرقمية وكذا محو الأمية الرقمية كهدف تسعى للوصول إليه بالمعالجة عبر الصفحة، فهذا يمكن تفسيره بكونهما هدفين وان كانا يتشاركان مع التربية الإعلامية في الغاية والأثر المطلوب وهو الاستخدام المتمكن الواعي والأمن للفضاء الرقمي إلا أن لكل منها معايير وعملية التوجيهية والتنسيقية التي تحتاج للمتابعة التفصيلية والتوضيحية بالشرح، وهذا يستدعي خبراء ومختصين وكذا وسائل وموارد تتعدى تأطيرها على مستوى نادي بتجهيزات بسيطة وإمكانات محدودة أو عبر صفحة بالموقع وفي نفس الوقت مع برنامج التربية الإعلامية المعمق فكما التربية الإعلامية تحتاج لنشاطات كذلك المواطنة الرقمية ومحو الأمية الرقمية يحتاج لتسويرهما خطة بتطبيقات ودروس تعالج المادة المقدمة فالنادي بطبيعته ميداني وباعتبار التربية الإعلامية نشاط يمارس فكذا يتطلب خطة عمل لمدة زمنية هذه المدة وظيفها النادي بالتركيز على التربية الإعلامية وفقا للملاحظة بالمشاركة وتبعا للدراسة التحليلية. هذا يحتاج لنادي أخرى داعمة للتربية الإعلامية وتعمل على تحقيق أهدافها المباشرة وطبيعة الصفحة المرتبطة بهت والتنسيق المستمر مع النوادي ذات العلاقة وكذا عبر الفضاء الرقمي.

¹ المادة الأولى، الضوابط المنظمة لأندية النشاط الطلابي، كلية الجليل الجامعية، كلية الجليل الصناعية، معهد

الجليل التقني، المملكة العربية السعودية، اطلاع يوم: 2020-03-27، ساعة 03:49، الرابط:

<http://ucj.edu.sa/en/admission/Documents/ByLaw/%D8%A7%D9%84%D8%B6%D9%88%D8%A7%D8%A8%D8%B7%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%B8%D9%85%D8%A9%20%D9%84%D8%A3%D9%86%D8%AF%D9%8A%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B4%D8%A7%D8%B7%20%D8%A7%D9%84%D8%B7%D9%84%D8%A7%D8%A8%D9%8A.pdf>

في جهك نل 27 ني لكتوة جمة لصللي ملك لسمخة مسمخة لتي يولأ علالي ب عو فح ب "متخ طمة لتي ب عو
هز و لولأ علالي لة زامد" لتي زامد

اتجاهات المضامين		مؤيد		محايد		معارض	
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
35	79.54%	5	11.36%	4	9.09%		
27	61.36%	11	25%	6	13.63%		
31	70.45%	9	20.45%	4	9.09%		
40	90.90%	4	9.09%	//	//		
15	34.09%	27	61.36%	2	4.54%		

المصدر هذه الدراسة:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن اتجاهات مضامين المنشورات نحو التربية الإعلامية على صفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك تتسم بالتأييد بالنسبة لمضامين التربية الإعلامية بنسبة 79.54% يليها الحياد بنسبة 11.36% وتتعدم فيها النسبة للمعارضة، وفيما يتعلق باتجاه مضامين المنشورات عن وسائل التربية الإعلامية نسجل بنسبة 61.36% لكونها مؤيدة لها، وبنسبة 25% للحياد وبنسبة 13.63% للمعارضة، وبخصوص الاتجاه عن مهارات التربية الإعلامية نجد نسبة 70.45% للتأييد وبنسبة 20.45% للحياد وبنسبة 9.09% للمعارضة عليها، وبشأن الاتجاه حول أبعاد التربية الإعلامية فمنشورات الصفحة تؤيدها بنسبة 90.90% وتحايد بنسبة 9.09% فيما تتعدم للمعارضة، وعن اتجاه المنشورات حول سياقات التربية الإعلامية نجد بنسبة 61.36% للحياد وبنسبة 34.09% للتأييد عليها وبنسبة 4.54% للمعارضة عليها.

نجد بنسبة 79.54% أن اتجاهات مضامين المنشورات نحو التربية الإعلامية على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك فيما يتعلق بمضامين التربية الإعلامية أنها تتجه نحو تأييدها وقد يرجع هذا لطبيعة محتوى الصفحة الداعم لنشر وتداول سبل التعريف بفهم أساسيات الكتابة الصحفية والوعي بفنون وأشكال الرسائل الإعلامية سواء نص أو صورة أو فيديو أو متعددة خاصة ما يتعرض له النشء والشباب، يليها الحياد عنها بنسبة 11.36% وقد يفسر هذا لكون منشورات الصفحة تقتصر على عرض جزئيات من وحدة الموضوع الكلي للتربية الإعلامية دون التعمق في تقديم شروحات وتفصيلات عن فحوى الصور أو الفيديوهات أو النصوص ما يستدعي الحياد في إمكانية التمييز لفهم وإدراك المحتوى كما قد يعود لخصائص محدودة مساحة موقع الفيسبوك بحد

ذاته. هذا وتنعدم فيها النسبة للمعارضة وقد يعود هذا لكونها تهدف إلى الاهتمام بنشر معلومات تساعد المستخدمين على التعامل البناء للتمكن والحماية من مضامين وسائل الإعلام.

نسجل بنسبة 61.36% لكون اتجاهات مضامين المنشورات نحو التربية الإعلامية على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك مؤيدة لوسائل التربية الإعلامية وقد يرجع هذا لكونها تبحث عن خلق إدراك عنها وتقديمها على نحو مجسد وليس فقط كما هو معروف عنها بأنها وسيلة لنقل الأخبار وغيرها من الثقافات بل محاولة التعمق فيها بالوقوف على مكوناتها وكيفية توظيفها وخصائصها وآثارها هذا وبنسبة 25% للحياة نحوها ويمكن أن يكون راجع لكيفية تقديمها إذ هي الأخرى تشهد نقص من حيث قلة التعمق في توظيف المعلومات والمعارف عنها إذ تشهد المنشورات عرض للوسائل لكن دون توسع في استيفاء الفهم من قبل المستخدمين للصفحة وهذا ما يعكس ملاحظة قلة التفاعل بالتعليقات والرد عليها وبنسبة 13.63% للمعارضة لكونها قد تفتقر لنشر أبحاث خبراء وما توصلت إليه الدراسات العربية أو الأجنبية عن دور وأهمية هذه الوسائل وكذا التنويه بتاريخ نشأتها وتطورها أو روادها الذين ساهموا فيها فهذا يعزز من ثقة وقابلية متابعة المستخدمين لها.

كذلك نسجل نسبة 70.45% للتأييد تجاه محتوى منشورات الصفحة المعنية بالدراسة حول مهارات التربية الإعلامية وهذا راجع لاهتمامها بمهارة القراءة الواعية وكذا مهارة التفكير الناقد في عديد المنشورات مدعمة بالصور في إشارة لأهمية الوقوف على مكتسبات التعامل الواعي. هذا ونسجل نسبة 20.45% للحياة وقد يرجع هذا لقلة المرجعية والخبرة بشأن تقديمها كذلك لنقص المواد الداعمة لها وبنسبة 9.09% للمعارضة عليها الأمر الذي يعكس محدودية مضامين الصفحة في التطرق ومعالجة مهارات التربية الإعلامية والتي تتجلى من قلة تكرارها عبر منشورات الصفحة طيلة فترة إجراء الدراسة كما قد يفسر قلة تفاعل المستخدمين لها بالتعليقات والاستفسارات عنها.

ونجد بنسبة 90.90% اتجاه مضامين منشورات الصفحة مؤيد حول أبعاد التربية الإعلامية كونها قد تسعى للمضي في تكوين المواطنة الرقمية القائمة على الوعي بالبعد المعرفي والوجداني والجمالي والسلوكي ومما يلاحظ على محتوى الصفحة أنها تراعي حيثيات وتفاصيل عديدة داعمة للوقوف على أبعاد التربية الإعلامية من مضامين ووسائل، هذا وتحاييد بنسبة 9.09% وقد يرجع لكونها تتجه لفئة النشء والشباب الذي تتجه نحوه بمضامين تعالج مادة معرفية تخاطب العقل وتعكس البعد المعرفي على نحو يصعب فيه معرفة مدى فاعليتها ما ينعكس أيضا على باقي الأبعاد الوجدانية والسلوكية والأخلاقية كونها تتطلب ممارسات ومحاكاة لردود الأفعال من قبل المرسل والمستقبل على السواء وبحكم عرضها على موقع الفيسبوك يصعب متابعة ومعرفة وظيفة هذه الأبعاد سواء من قبل المرسل

والمستقبل، فيما **تتعدّم** للمعارضة يمكن أن يكون مرده هدفها القائم على التربية على وسائل الإعلام فطبيعة الصفحة ودورها أساسه بناء قائم على التكوين والتوعية بالسبل المتاحة على التعامل الواعي.

ونلاحظ بنسبة 61.36% **لحياد** اتجاه منشورات الصفحة عن **سياقات التربية الإعلامية** وقد يرجع هذا لكونها تركز على التمكين من استخدام الوسائل والتعريف بأساسيات الكتابة باعتبار الصفحة تخاطب مستخدمين مختلفين في المستويات الإدراكية وكذا ربطها بالسياقات قد يشنت تركيزهم عن هدفها الرئيسي وهو نشرها وتداولها وهذا بحسب الملاحظة بالمشاركة وتحليل مضمون المنشورات وبنسبة 34.09% باعتبارها **تؤيد** وجود سياقات للمحتوى المنشور بسبب تعزيز الفهم وكذا التدريب على الربط بين النص وحيثياته وعدم النظر له على أنه نص ينقل خبر فقط وإنما له تداعياته وخلفياته التي جعلته يظهر على ما هو عليه وبنسبة 4.54% كونها **تعارض** نشر المحتوى مع الإشارة لسياقاته وقد يرجع لكونها تتطلب مستوى إدراك لدى المستخدمين يمكنهم من الفهم والوعي بالمحتوى من جهة وكذا القدرة على تحليله من خلال قراءته بالجو العام المصاحب للرسالة وهي السياق الاجتماعي التاريخي السياسي الاقتصادي للحدث وكيفية معالجة وسائل الإعلام له وبالرجوع لطبيعة الفروقات المتعددة والمحدودة لمستخدمي الصفحة.

طبخجتهك نقي 28: بي لك قول فبح د "مئخ طمجة نقي د عو هز طمجة لأعلل لة ز تهذ" لقي ز لهق

القيم	التكرار	النسبة
البعد المعرفي	190	12.14%
البعد الجمالي	107	6.84%
البعد التربوي	177	11.31%
البعد الثقافي	98	6.26%
البعد الاقتصادي	49	3.13%
البعد السياسي	162	10.35%
البعد الترفيهي	165	10.54%
البعد الاتصالي	182	11.63%
البعد الإنساني	98	6.26%
البعد الاجتماعي	140	8.95%
البعد النفسي	9	0.57%
البعد اللساني	187	11.95%
المجموع	1564	100%

المصدر هذه الدراسة:

يبين الجدول أعلاه القيم التي تعمل إدارة الصفحة بالفيديو على لفت الانتباه إليها ودعهما في إطار تعزيز مجالات التربية الإعلامية لمستخدمي المضامين الإعلامية والمتفاعلين نحوها، إذ يمثل البعد المعرفي نسبة بـ 12.14%، يليها البعد اللساني بنسبة 11.95% الذي يحمل قيم متعلقة بالاستخدام والتمكن من توظيف الكلمات أثناء عملية التواصل وحفظ وستر الآخر، ثم البعد الاتصالي بـ 11.63% الذي يهدف لحسن التواصل مع الآخر واتباع أسلوب الحوار مع الآخر وممارسة الإقناع بدل التسلط عليه وتوظيف فن التفاوض والحلول الوسطى والجدل والتي هي أحسن والتبسم له، بعدها البعد التربوي بـ 11.31% الهادف إلى حب العلم وطلبه وتقدير أهله والحرص على الأمانة العلمية، فالبعد الترفيهي بـ 10.54%، وبنسبة 10.35% للبعد السياسي الرامي إلى العدل ومعرفة الحقوق والواجبات تجاه النظام وكذا الوعي بالإيجابيات والسلبيات للقضايا وخلفياتها، وبنسبة ضعيفة للبعد الاجتماعي بـ 8.95% والذي يشير إلى حسن الجوار والتعاون والصداقة والعمل التطوعي والتكافل مع الآخر واحترامه والتحلي بالمسؤولية الاجتماعية خدمة للصالح العام وعن البعد الجمالي نسجل نسبة 6.84% الذي يركز على الذوق والجمال والفن ومواهبه وتنميتها، وللبعد الثقافي والبعد الإنساني نلاحظ نفس النسبة بـ 6.26% ويشيران إلى احترام الإنسان كإنسان وقبول التنوع الثقافي واللغوي والسياسي والعنصري والترحيب به وكذا احترام الأديان الأخرى، وبنسبة جد ضعيفة للبعد الاقتصادي بـ 3.13% الذي يرمي إلى إتقان العمل والاستثمار البناء والاعتدال في الاستهلاك واحترام ملكية الآخرين، وبأضعفها للبعد النفسي بـ 0.57% الذي يعنى بالخصوصية وما تحمله من احترام للآخر وتقدير للذات والثقة بها والقدرة على ضبطها والصدق والأمانة في القول والفعل وترشيد الاستهلاك والاعتدال والرضا، ومنه يمكن القول أنّ صفحة نادي التربية على وسائل الإعلام ترى في القيمة المعرفية أهمية تفوق باقي القيم إذا ما ربطناها بموضوع التربية الإعلامية وتفعيلها عبر الشبكات الاجتماعية وكذا من جهة مدى وعي الناس وإدراكهم لها وممارستهم اليومية نحو المعالجة للمضامين الإعلامية التي يقل فيها التعامل الواعي وكذا الاستخدام الرشيد للفضاءات الرقمية والوسائل التكنولوجية لتصبح القيمة المعرفية حاجة للمنضوون بالصفحة تلبي رغبتهم في معرفة أساسيات وكذا وسائل وأساليب التربية الإعلامية وهي هدف في حد ذاته تسعى إدارة النادي عبر الصفحة الوصول إليه فمن خلال الملاحظة نجد أن جل المنشورات مضمونها شرح وتوضيح معلومات بشكل مبسط عن الخبر

القوالب الصحفية أنواع الخبر وسائل الإعلام، خطر الإبحار عبر الأنترنت كذلك أهمية تدريب الطلبة وتوجيههم من خلال النشاطات التي يتدربون عليها لتعزيز ثقتهم بالتواصل وتقديم معلومات عن الرسائل التي يتفاعلون حولها، كذلك لفت الانتباه إلى أهمية اكتساب المهارات المساعدة على التفاعل مع النصوص الإعلامية كتوجيه السليم نحو القراءة الواعية وكذا تبيان طرق تحليل المضامين وتفسيرها باعتبارها مهارة تعكس القدرة على الرد ومدى التجاوب مع المضمون بالإضافة إلى التواصل والمشاركة في صنع المحتوى وهو الملاحظ أيضا من قبل أعضاء النادي الذي يدعم عمل الطلاب المتدربون على التربية الإعلامية لتشجيع وتعزيز الثقة بأنفسهم وبمجتمعهم، حتى يتمكنوا من التعامل الواعي مع وسائل الإعلام فالهدف من التمكين ليس فقط القدرة على الحماية والتعاطي مع المضامين وإنما كذلك القدرة على الإنتاج والإبداع بمختلف الأشكال سواء صورة نص فيديو... عبر مختلف المنصات الرقمية. وبالنسبة لباقي القيم كالترفيهية والجمالية والإنسانية والاجتماعية وغيرها التي سجلت نسب ضعيفة والمشار إليها سابقا، فيمكن تفسير قلة تركيز صفحة النادي بها إلى طبيعة المضامين التي تعالجها الصفحة فهدفها معرفي توعوي يهدف للتدريب والإرشاد كشكل أساسي في حين الجماليات والترفيه فبعدها فني كماله ثانوي إذا ما ربطناه بموضوع التربية الإعلامية الذي هو معرفي تربوي مهاراتي قائم على التفاعل مع مضامين تقوم على أعمال العقل والمنطق في فهمها وكذا توظيفها.

2 - عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية:

1.2- عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية لمستخدمي صفحة "نادي التربية على

وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك:

1.1.2- البيانات العامة لأفراد عينة الدراسة:

يتميز المبحوثين من المستخدمين لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك بجملة من الخصائص والصفات السوسيوديمغرافية، تتمثل في:

جهازك نقل 29 : تموز أغسطس 2017 / التي نظمها

النوع	التكرار	النسبة
ذكر	104	34.8%
أنثى	196	65.2%
المجموع	300	100 %

المصدر: هذه الدراسة

في قراءة للجدول أعلاه المتعلق بنوع عينة الدراسة من المستخدمين لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك تبين أن الإناث تمثل أعلى نسبة بـ 65.2% في مقابل الذكور بنسبة 34.8 %، ومنه يمكن القول أن مضامين التربية الإعلامية بالصفحة تلقى اهتماما من طرف الأنثى كونها قد تمثل الأم أو الطالبة أو العاملة التي تسهر باستمرار على البحث عن السبل الكفيلة والناجعة لضمان مستقبل تعليمي وتكوين واعي لها ولأبنائها، في الوقت الذي يمكن أن ينشغل فيه الرجال بحكم اهتماماتهم التي تفرضها طبيعة الأعمال التي يمارسونها كمشاغل العمل وتوفير المتطلبات الحياتية الشيء الذي يبيقهم على اتصال بأمور أخرى لقضاء حاجياتهم كالعمل على تحقيق الربح أو حضور مؤتمرات أو مناسبات وغيره لكن تبقى النسبة معتبرة ويمكن أم تساعد في دعم تفعيل التربية الإعلامية للأسرة أو للأفراد المستخدمين باختلاف أعمارهم واهتماماتهم في الوقت التي تستهدف فيه الصفحة كلا الجنسين والفئات باعتبارها تعالج موضوع التربية على وسائل الإعلام الذي يخدم المجتمع بصفة عامة.

جاءت في 30: تموز 2017م في 1/ التي تظهر

النسبة	التكرار	السن
62%	185	من 10 إلى 25 سنة
13%	41	من 26 إلى 35 سنة
5%	15	من 36 إلى 45 سنة
20%	59	46 سنة فما فوق
100 %	300	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول أعلاه أن الفئة العمرية الغالبة على الصفحة هي فئة من 10 إلى 25 سنة من النشء والشباب بأعلى نسبة 62%، تليها فئة 46 سنة فما فوق بنسبة 20%، ثم بنسبة متقاربة للفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة بـ 13% . لنسجل أضعف نسبة للفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة بنسبة 5%.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها أن النشء والشباب فئة من 10 إلى 25 سنة لديهم قابلية عالية لتعلم التربية الإعلامية، يمكن تفسيرها بطبيعة أعمارهم فالطلبة في هذا السن يكونوا متفرغين لكسب المعارف باعتبارهم على استعداد لبذل الجهد والوقت لكسبها والتمرن عليها بهدف تنمية مداركهم وتطوير مواهبهم وصقلها وعلى استعداد لتقبل التعليمات والتوجيه ممن هم أكبر منهم سنا خاصة المعلمون وإن كان هذا النشاط خارج المدارس وعبر الفضاء الرقمي، بالإضافة إلى حاجتهم للحماية والتمكن من المضامين الإعلامية لدعم تنشئة إعلامية بطرق واعية قادرة على نقد ما تقدمه وسائل

والتميز بينها باعتبارهم شباب الغد الواعد وأمهات وآباء المستقبل، كذلك فالمستخدمون للصفحة من فئة 46 سنة فما فوق يعتبرون ثاني فئة مهمة بمتابعة منشورات الصفحة عن التربية الإعلامية وهذا يمكن رده لحاجتهم في حماية وتوجيه أبنائهم مما يجعل الترحيب بالتربية الإعلامية والتعرف على مضامينها يأخذ حيز معتبر من أولوياتهم أو حاجتهم لتعلم مهارات التعامل مع وسائل الإعلام بغرض مناقشتها مع المحيطين بهم خاصة الأسرة أو في مجال العمل إذا كانوا أساتذة أو مدربين...، كما يمكن رد حصول الفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة بنسبة على أضعف نسبة لكونها تهتم أكثر بصفحات شبابية تعنى بمضامين قريبة لميولاتهم نحو اللعب والتسلية وإثبات الذات كالرياضة، الموضة الغناء تتماشى ورغباتهم الحياتية في الوقت الذي تقدم فيه صفحة النادي مادة تحتاج للاهتمام والمتابعة والتركيز للتعلم.

جزيءك نفي 31: تموزك أنفك كجزيءك جز 1 التي نيك لزمك كجزيءك لي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
ابتدائي	/	%
متوسط	39	%13
ثانوي	65	%21.7
جامعي	196	%65.2
المجموع	300	% 100

المصدر: هذه الدراسة

يوضح الجدول أعلاه المستوى التعليمي لمفردات العينة، الذي مثل فيها فئة الجامعيون أعلى نسبة من المتصفحون بـ65.2%، تليها فئة الثانوي بـ21.7%، ومثلت فئة مستوى التعليم المتوسط أضعف نسبة بـ13%، فيما انعدمت النسبة في مستوى التعليم الابتدائي. ومنه نلاحظ أن المنضوون بالصفحة متحصلون على مستوى تعليمي يؤهلهم لاستيعاب أهداف التربية الإعلامية التي تدعو لها، مما يساعد في عملية الترشيد للاستخدام الواعي للمضامين الإعلامية وتحسس خطورة قلة الوعي نحو الرسائل الإعلامية الغير هادفة. ما يدفعهم للمتابعة والاهتمام بالمنشورات المقدمة عبر الصفحة من خلال التواصل عبر الرسائل أو التعليقات والبحث عن أجوبة لاستفساراتهم، ما يخدم بدوره النادي ويدفعه لمواصلة نشاطه بالنادي ويشجع على طرح الأسس النظرية والمنهجية بصورة يسهل فهمها باعتبار التربية الإعلامية تخصص علمي له مفاهيمه ومنهجه الخاص.

جاءت في 32: تموز أعفطهم بجز 1 التي نظمهم بكم لى

النسبة	التكرار	النشاط المهني
15.4%	46	إطار سامي
26.33%	79	مهن حرة
15.4%	46	موظف
12%	36	متقاعد
30.8%	93	بطل
100 %	300	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

من خلال معطيات الجدول أعلاه المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب مستواهم المهني نجد أن المتصفّحون للصفحة هم من فئة البطالون بأعلى نسبة 30.8%، تلاها فئة أصحاب المهن الحرة بنسبة 26.33%، فيما مثل كل من فئة الإطار السامي والموظف نفس النسبة 15.4% وأضعفها لفئة المتقاعد بـ 12%، مما سبق نجد أنّ المنضويين بالصفحة تتقارب النسب فيما بينهم من حيث النشاط الذي يمارسونه ويمكن تفسير تسجيل فئة البطالون لأعلى نسبة، إذا ما ربطناه بجدول سابق والمتعلق بنوع الجنس إذ سجل الإناث أعلى نسبة فيه ما يشير إلى أن فئة البطالون غالبيتها قد تكون من ربات البيوت والماكنات فيه، كما لو ربطناها بالملاحظة بالمشاركة نجد أغلبية الإعجابات والتعليقات من طرف فئة النساء وهو عامل مساعد في كسب وقت للاطلاع والتصفح والاستفادة من المنشورات حول التربية الإعلامية، ما يؤهل لتربية جيل واعي بمضامين وسائل الإعلام، كذلك يعتبر تنوع المهن تابع من تعدد فئات المجتمع وبالتالي تنوع الثقافات والقيم والمعارف التي يكتسبها فيخدم بذلك مستوى الأفكار والقدرة على التواصل والتفاعل مع منشورات الصفحة، ما ينعكس على انتشار التربية الإعلامية بين الأفراد في مجالات عدة كون محتواها يخدم كل الشرائح مهما كان نوع النشاط المهني الذي يمارسونه، باعتبارهم مستخدمون للتكنولوجيات الحديثة ويتفاعلون حول مضامين إعلامية شتى. لا ننظر لهم على أساس مهنهم ولا مستواهم بل على مدى قدرتهم من فهم مضامينها وتحليل أهدافها والتمكن من استخدام تقنياتها والمشاركة الفاعلة عبر المنصات الرقمية بطريقة واعية.

2.1 أنماط استخدام صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك :

يستخدم المنضويون بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر موقع الفيسبوك الصفحة بأنماط متنوعة تتعدد من مستخدم لآخر كل حسب اهتماماته وحاجاته وتتمثل في هذه الدراسة على النحو التالي:

جاءت في 33: يظن أنك لتتبع ذلك فبحر ممتعة نظرياً وعو هزواً للأعلام لتزعمه "عاطفي زاهق

المتابعون	التكرار	النسبة
نعم	235	%78.3
لا	65	%21.7
المجموع	300	% 100

المصدر: هذه الدراسة

تمثل إحصائيات الجدول أن المتابعين لصفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بلغ نسبة 78.3%، كأعلى نسبة في مقابل 21.7% لغير المتصفح لها، ما يعني أنه من بين 300 مستوجب من العدد الكلي لأفراد العينة منهم 235 متابع لمنشورات صفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور، وهي نسبة معتبرة، هذا نرجعه ربما إلى أن المنضون يتفرغون للإطلاع على الصفحة كونهم لهم دوافع واستخداماتهن وهذا ما تفسره نظرية الاستخدامات والإشباع كما قال "كاتز" من خلال نموذجته لتفسير النظرية أن "أفراد هذا الجمهور المتلقي للرسائل الإعلامية نشط وأن استخدامهم لوسائل الإعلام يتم بغرض تحقيق أهداف معينة وأن أفراد الجمهور لهم المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع حاجاته واختيار وسائل إعلامية ومحتويات معينة يرى أنها تحقق هذه الغاية". فإذا ربطناها بمتغير النوع نجد أن النساء يولين أهمية للصفحة ويرون فيها بعد معرفي يتمثل في اكتسابهن سواء كن طالبات أو أمهات أو عاملات مستوى إدراكي لفهم مجال التربية وكذا مجال الإعلام ووسائله بالإضافة إلى تنبيههن للحفاظ على حماية خصوصيتهن وخصوصية أبنائهن تجاه الكم الهائل من الرسائل المختلفة المصادر والأهداف التي تسبق مستوى إدراكهن لها وما يقدم من أسس نظرية ومفاهيم مبسطة مع أمثلة ونشاطات تطبيقية للطلبة يمكن للمتصفح أن تعمل على تدريب نفسها وكذا محيطها الأسري على مبادئ التربية الإعلامية، كذلك متابعة الصفحة وإن بدا ضعيف من قبل الرجال إلا أن متابعتهم كانت حاضرة وهذا يساعد في عملية نجاح عملياتهم التواصلية عبر الفضاء الرقمي سواء البريد الإلكتروني أو عبر المنصات التفاعلية المهنية التي تستدعي معرفتهم بتقنيات توظيف هذه الوسيلة وكذا كيفية صياغة محتوى رقمي وإرساله، ليكون بمتابعتهم للصفحة بعد معرفي يمكنهم من تحسين مستوى أدائهم وزيادة كفاءتهم، كذلك باعتبارهم أباء وباحثين يهتمون بمجال التربية الإعلامية وتطويره فيستفيدون ويفيدون من خلال متابعتهم للصفحة. ما يلاحظ أيضاً من قبل إدارة الصفحة اهتمامها بتبسيط المعلومة المقدمة وكذا الاستمرارية في التقديم ما يسهل على المتصفح عملية الفهم باعتبار

الصفحة تتجه لفئات عمرية تختلف في السن وكذا المستوى التعليمي ، ما يستدعي أن تكون طبيعة المعلومات تراعي كل هذه العوامل وهو ما نلاحظه في الشرح المفصل بالصور والتعليقات للاستزادة المعرفية، فسبب الإطلاع يرجعه "هارولد" إلى ثلاث جوانب هامة نوردها في البحث عن المعلومات لتشكيل انطباعات ذهنية لمؤثر معين داخل حدود معرفة المستخدم والقاعدة الإدراكية لمجموعة متغيرات برنامج "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الصفحة. كما يمكن القول إذا ما تم ربطه بمتغير المستوى التعليمي للمنضوين بالصفحة نجد أغلبهم مستوى جامعي وهو سبب إضافي يفسر النسبة العالية للمتابعين للصفحة، فالشخص المتحصل على مستوى تعليمي منخفض من المحتمل أن يتعرض للقبول وللتأثر بالرسائل التي تقوم وسائل الإعلام بالترويج لها خاصة في ظل انتشار الأخبار الكاذبة التي برزت مع صحافة المواطن عبر الفضاء الرقمي لقلة مصداقيتها وعدم تقديمها للتفاصيل عن المواضيع المنشورة والحديث التي تصاحب الحدث ومصادره وبالإضافة لغياب الرقابة ما جعل سقف التحديات التي تواجه الصحافة الالكترونية عبر الفضاء الرقمي يرتفع في ظل احترام ممارسات المهنة الأخلاقية بين التعامل مع شكل تقني متعدد القوالب ويفرض شروط ممارسة مهنية جديدة وكذا الواقع الذي يشهد متابعة المستخدمين الذين أصبو منافسين غير مؤهلين لنشر زخم هائل من الرسائل عبر الفضاء الرقمي التي تعرض المستخدمين العاديين إلى تشكيل رأي عام خاطا يؤثر على البيئة المجتمعية، وبالتالي فعامل المستوى التعليمي له تأثير على الوعي بأهمية التربية الإعلامية وبما أن المنضوون بالصفحة أغلبهم خريجي جامعات فوعيهم بأهمية الصفحة يمكن ملاحظته من مدى المتابعة المحققة لها وهو الحاصل من خلال نتائج الجدول. كذلك لو تم ربط المتابعة للصفحة بعامل المدة الزمنية التي بدأت فيها الصفحة نشاطها عبر الفيسبوك وهو 02 جويلية 2019 نجد أنها صفحة حديثة النشأة من جهة وكذلك تداول موضوع التربية الإعلامية عبر الفيسبوك أيضا ومع ذلك فالنسبة المرتفعة لعدد المتابعين لها عامل مساعد في تفعيل التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في نشر الوعي بين المستخدمين.

جنتك نل 34: يطي م نل لعلك اللعلك فح ب مئخ طلة نل ب عو هز و لعل لعل لعل لعل عا نطه ز لعل

ديمومة المتابعة	التكرار	النسبة
دائماً	104	34.8%
أحياناً	157	52.2%
نادراً	39	13%
المجموع	300	100%

المصدر: هذه الدراسة

من خلال الجدول نلاحظ أن ديمومة متابعة المنضوون بالصفحة كانت متفاوتة بحيث كانت أعلى نسبة لـ "أحياناً" بـ 52.2%، تليها بصفة "دائماً" بنسبة 34.8%، أما آخر نسبة وهي "نادراً" فبنسبة 13%، يمكن رد هذه النتائج إلى الدور الذي يحاول فيه النادي على أرض الواقع تمرير رسالته التوجيهية عن دور التربية الإعلامية في التعامل الواعي مع المضامين الإعلامية، بالإضافة إلى مساهمة الفيسبوك كوسيلة للتعريف بها، ودعم انتشارها بين الأوساط الشبابية خاصة والتي تغريها التطبيقات والتقنيات المتاحة فلا تهتم بالتركيز على المحتوى كشرط القبول للموقع والنتائج المترتبة عليه، بقدر ما تنهافت لاستعراض قدراتها في الحصول على آخر التطبيقات والتقنيات ومشاركتها أو التعليق عليها دون التأكد من مصداقية المحتوى الذي تتطوي عليه المنشورات. وهو الجانب الذي تسعى الصفحة إلى لفت الانتباه له بمحاولة التدريب على مهارات القراءة والتحليل الناقد لفحوى المضامين وترشيد استخدام الوسائل الإعلامية والتي يحرص النادي على تكوينها من خلال خلق ثقة متبادلة من خلال الممارسة الفعلية عبر النادي ومتابعتها بالتواجد المستمر بالنشر عبر الصفحة وكذا الاهتمام بتفسيرات المنضوون بالرد عليها ما يشجع على تصفحها. وبحسب الملاحظة بالمشاركة والتي كان من بين هؤلاء المتابعون متصفحوون جزائريون من خلال تتبع الباحثة لحساباتهم الشخصية عبر الفيسبوك، هؤلاء المتصفحوون محتملون لأن يكونوا خبراء أو مواطنون من المحتمل أن يضعوا في اعتباراتهم ممارسة أساسيات التربية الإعلامية عند التعاطي مع المضامين الإعلامية والتفاعل عبر الفضاء الرقمي بالمجتمع الجزائري ما يساعد على انتشارها بين المستخدمين، ويربطها بمتغيرات الدراسة التي لها علاقة بالنتائج المتوصل إليها بالجدول أعلاه نجد أن لفئة النشء والشباب [10_25] وكذا الذين سنهم 46 سنة فما فوق لهم تأثير على نسب حجم المتابعة لـ "أحياناً" و"دائماً" باعتبارهم مستخدمون نشطون عبر الفيسبوك، كذلك ما أتاحتها صفحة النادي من توعية عن التربية الإعلامية بمناحي إدراكية وأخلاقية وفنية وكذا جمالية تشجع على المتابعة وما تقدمه من دعم تربوي إعلامي يساعد في صقل قدرات ومهارات الطالب وتنبيه الأولياء على المخاطر المحتل أن يتعرض لها أبناؤهم، كذلك ما توفره الصفحة من خدمات كالرد على الاستفسارات والتفاعل مع التعليقات يزيد من

متابعة المستخدمين للصفحة فحاجة الفئتان العمريتان للمعرفة بسبل التواصل والمضامين الإعلامية التي تتمتع بمصداقية ومهنية يجعلهم على اهتمام بها، رغبة في متابعة الأولياء لأبنائهم عند تعرضهم واستخدامهم لوسائل الإعلام أو مدى قدرة الأبناء في التعبير عن آرائهم وإنتاجهم لمواد إعلامية ومشاركتها عبر المنصات الرقمية ودور الأسرة في دعمهم لهم.

كذلك إذا ما تم النظر إلى ديمومة المتابعة بربطها بمتغير النشاط المهني نجد لفئة البطالة -كأعلى نسبة- قد تؤثر إيجابا على ديمومة المتابعة من حيث التفريغ للتصفح والاستفادة من منشورات الصفحة سواء كانوا طلبة أم أولياء أمور مقارنة بباقي المهن فالإطار السامي سجل أضعف نسبة بحكم طبيعة عمله الذي قد يتفريغ بصفة ضعيفة بحكم التزاماته وأولويات المهنية، مع العلم أن متغير المستوى التعليمي الجامعي أيضا سجل أعلى نسبة ما ينعكس على الوعي بأهمية التفاعل ومتابعة المنشورات. ما يدل على أن المتغيرات ذات علاقة وظيفية تخدم جانب تعزيز الصفحة لمضامينها واهتمام المستخدمين بالتربية الإعلامية، ما يفسر كنتيجة لما سبق تسجيل المتابعة لمنشورات الصفحة بشكل "نادرا" فطبيعة متغيرات العينة لها عامل دعم في اهتمام متابعيها بمنشوراتها.

جاءت في 35: عينة من طلبة التربية الإعلامية في جامعة الجزائر 1. عينة من طلبة التربية الإعلامية في جامعة الجزائر 1. عينة من طلبة التربية الإعلامية في جامعة الجزائر 1.

النسبة	التكرار	نمط التصفح
30%	91	تصفح كل المحتوى الموجود
70%	209	التوجه نحو معلومات يحتاجها
100 %	300	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول أعلاه أنّ أغلب مستخدمي صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك يتوجهون مباشرة لما يحتاجون إليه من معلومات وذلك بنسبة 70 % في مقابل من يتصفحون كل المحتوى الموجود بها بنسبة 30 %.

وقد يفسر تقصير أفراد عينة الدراسة نمط التوجه لما يحتاجون إليه فقط من معلومات إلى اعتبارات عديدة كانشغالهم بالتزامات أخرى كالدراسة والعمل والسفر وغيرها، فلا يسمح وقتهم بتصفح كل المحتوى الموجود على الصفحة أو ربما تشد انتباههم مواقع ومصادر أخرى فيرون في الصفحة عامل دعم ثانوي، كذلك يفسر باهتمامهم بنوع معين من المضامين المنشورة على الصفحة دون غيرها فتشد انتباههم وهذا يرجع ربما إلى تفاوت مستوى إدراك المضامين حول التربية الإعلامية فما يبدو حاجة

معرفية سلوكية أو فنية جمالية عند البعض يعتبر إشباع عند الآخر وهذا بحسب درايتهم تعمقهم من المضمون وأهمية المعلومة لديهم.

على غرار المستخدمين الآخرون من أفراد عينة الدراسة الذين يفضلون تصفح كل المحتوى الموجود على الصفحة لما يرون فيه ربما من جدية في الطرح وكذا الإستمرارية والواقعية في نشر المضامين حول التربية الإعلامية تلفت انتباههم لكل التفاصيل المقدمة وكذا أيضا يمكن تفسيره بكونها فئة لم تكن على دراية مسبقة بالتربية الإعلامية فوجدت من الصفحة فضاء مناسب للمعرفة والتقصي حولها، فهذه الفئة بذلك نجدها تخصص وقت إضافي دون غيرها لمتابعة كل مضامين الصفحة سواء المنشورات كانت نصوص أو صور أو فيديوهات وربما حتى متابعة التعليقات والردود سواء بالتفاعل معها أو الإكتفاء بالتصفح.

جهازك نقل 36: يبين طبيعة تفاعل المستخدمين بصفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر الفيسبوك:

طبيعة التفاعل	التكرار	النسبة
إعجاب	146	59%
تعليق	60	24%
مشاركة	25	10%
رسالة على الخاص	12	5%
نشر على حائط الصفحة	5	2%
المجموع	248	100 %

المصدر: هذه الدراسة

يتضح من خلال هذا الجدول أنّ أغلبية المستخدمين يعبرون عن تفاعلهم حول مضامين الصفحة من خلال إبداء الإعجاب بها بأعلى نسبة هي 59%، تليها تفاعلهم من خلال التعليق على المنشورات بنسبة 24%، في حين نسجل وبنسب ضعيفة مقاربة أن طريقة التفاعل بالمشاركة هي 10% وتواصل من خلال رسالة على الخاص بـ 5% وبأضعف نسبة 2% فيما يتعلق بالنشر على حائط الصفحة كنمط للتفاعل مع المضامين المنشورة بها.

مما سبق نستنتج أنّه بنسبة 59% من المبحوثين يرون أنه من خلال توظيف تقنية الإعجاب بالمنشور يعبرون عن انتقائية دون غيرها من التقنيات المتاحة لإبداء التفاعل حول المضامين المنشورة وهذا يمكن تفسيره بإظهار نيتهم الجادة في متابعة ما يقدم لهم على الصفحة، فيرون في هذه الكيفية وسيلة يستخدمونها تتماشى وحاجتهم من المضامين فيكتفون بها ما يعني أنه على القائم بالصفحة أن يولي

أهمية أكبر لهذه الفئة من خلال التجديد والتنويع في المضامين المقدمة على مستوى الشكل والمضمون حرصاً على دفعهم للتعمق أكثر نحوها بالتعليق عليها والمشاركة بها. كونها وظيفة مهمة تتطلب من القائم بالاتصال وضع قواعد عمل تراعي كلا الجانبين جانب المحتوى والهدف من الصفحة وجانب دوافع واهتمامات المستخدمين منها.

هذا ما نجده في سياق مكمل لما سبق فينسبة 24% من المستخدمين يقومون بالتعليق على المنشورات التي يتصفحونها أي أنهم يتعاملون معها بانتقائية ووعي منهم كونهم بحاجة إلى التعبير عن ما شد انتباههم فإذا كان التعليق في سياق المضمون فهذا يوحي بأن طريقة إيصال المعلومة من قبل القائم بالاتصال قد وصل مبتغاه ودفع بالمستخدمين للتعليق والاندماج في المنشورات، ما يمكن تفسيره بأن متابعة المتلقي للمحتوى المتضمن راجع من جهة لطبيعة الموضوع كونه على قدر من الأهمية وكذا لغة الحوار وأسلوبها وما تدعم به من صور وفيديوهات ونصوص معززة للفهم والاستيعاب كذلك يمكن أن تفهم على اعتبار أن لديهم الوقت للتعليق والمحاورة إذا ما تم ربطها بأن أغلبية المبحوثين بطالين ولا التزامات وضغط المراقبة يؤثر عليهم ما يعني أن عامل الوقت عامل مساعد على معرفة وفهم التربية الإعلامية من خلال تخصيص وقت لها. وفيما يتعلق بتراجعها مقارنة بالإعجاب فيمكن أن يفسر بأن المبحوثين لا يرون في المعلومات الغموض أو النقص الفادح في الإحاطة بها ما يجعل نسبة التعليقات تقل، كذلك قد تعود لطبيعة المستخدمين أنفسهم في عدم ترحيبهم بتوظيف هذه التقنية وإن كانت في صالحهم لزيادة الوعي بما يقدم وهذا ربما يرجع أيضاً لقلة خبرتهم بالمحتوى الذي يعلقون به على اعتبار أن التربية الإعلامية تحتاج لمعرفة وإلمام بالكثير من التفاصيل وهم غالبيتهم مستخدمون عاديون وليسوا خبراء حسب نتائج متغيرات الدراسة المتحصل عليها التي تبين أن أغلبهم في طور التعليم العام أو الجامعي فيرون أنها مرحلة قراءة وبعدها ربما بمرور الوقت مع زيادة مكتسباتهم تصبح لديهم الكفاءة للتعليق على مواد التربية الإعلامية ومناقشة مضامينها أو يمكن أن يفسر عزوفهم عن التعليق لقلة الوقت الذي يملكونه للبقاء والمحاورة حول ما يثير حفيظتهم ويدفعهم للتساؤل على اعتبار أن هناك فئة وإن كانت قليلة فهي تلك التي تمثل الإطار السامي والذين يمتنون المهن الحرة فتؤثر على نسبة التعليق على المنشورات.

كما نسجل نسبة 10% من المبحوثين يقومون بمشاركة المنشور وهذا يعتبر بالنسبة للقائم بالاتصال وكذلك المستخدم مؤشر مشجع على مواصلة العمل وأن مستوى الفهم وصل لمستوى مقبول مكنهم من مشاركة المنشور لالتماسهم الأهمية فيه وهو عامل يدفع كل من المستخدمين وكذا القائم بالاتصال للتحري عن الجديد من المنشورات كونها بالنسبة للقائم بالاتصال تعمل على نشرها على نطاق أوسع ومعرفة بالصفحة وبالتربية الإعلامية والتشجيع على انضمام مستخدمون جدد لها فالمشاركة تمثل أن

هذا المحتوى وصل لدرجة أنهم ربما اقتنعوا به لدرجة مشاركته على صفحتهم وليس فقط مشاركة الآخرين ممن يعرفونهم حوله للنقاش أو الإعجاب.

وكما نلاحظ أن نسبة 5% من المبحوثين يعبرون عن تفاعلهم من خلال إرسال رسالة على الخاص لاعتقادهم أنه سيحصلون على معلومات إضافية وكذا تفاصيل لا يتضمنها المنشور تأكيداً منهم على أن المعلومات التي حصلوا عليها من مصدر مقرب وباتصال شخصي من مدير الصفحة، كذلك ربما يرجع لطبيعة شخصيتهم التي تميل للتفرد والبحث عن الخصوصية في الحصول على المعلومات فيجدون في توظيف تقنية إرسال الرسائل متنفس للتعبير عن أفكارهم التي ربما يرون أنها لو وضعت في خانة التعليق سيجدون إخراجاً إذا قرءها متصفحو آخرون ظناً منهم بأنهم ربما سيكشفون ضعف استيعابهم للمضامين أو عدم تمكنهم من التواصل.

من جهة أخرى نجد نسبة 2% من المستخدمين أفراد عينة الدراسة نمطهم في التفاعل يتجه إلى النشر على حائط الصفحة، أي أنهم يرغبون في أن ينشطوا كالقائم بالاتصال ويكونوا مصدر للمعلومة على الصفحة، كذلك فضعف النسبة يمكن أن ترجع إلى كونها آخر اهتمامات المبحوثين على الصفحة فلا يرون فيها دافع لمتابعتها بقدر ما يركزون على وظيفة الاستفادة مما يقدم لهم من قبل مدير الصفحة.

جهدك نفي 37: يبين مدى مواجهة العوائق عند استخدام المنضون لصفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام

بتستور" عبر الفيسبوك

النسبة	التكرار	التعرض للعوائق
21.7%	65	نعم
78.3%	235	لا
100 %	300	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يتضح من خلال الجدول أن المبحوثين بنسبة 78.3% لا يواجهون عوائق عند استخدامهم لصفحة النادي، في مقابل ذلك نسجل 21.7% ممن يواجهون العراقيل أثناء تصفحهم للمنشورات.

ويمكن إرجاع نسبة 78.3% للمبحوثين الذين لا يواجهون عراقيل عند استخدامهم للصفحة إلى المستوى التعليمي الجامعي الذي يتمتع به أغلب أفراد عينة الدراسة حسب نتائج جدول متغير المستوى التعليمي سابقاً، وهو ما يسمح بتصفح وتتبع المنشورات بشكل يقل فيه التعرض للعراقيل مهما كان نوعها، فاستخدام الصفحة يحتاج معرفة بالتطبيقات الموجودة على موقع الفيسبوك والتي يوظفها القائم بالاتصال على الصفحة في خدمة تنمية معارف المستخدمين لها حول التربية الإعلامية، في مقابل

ذلك على المستخدمين إدراك السبل والتقنيات التي تخول لهم الاستخدام على الوجه الذي يدعم حاجاتهم وإشباعاتها من مضامين منشورات الصفحة ما يتطلب منهم المعرفة بتطبيقات التكنولوجيات وإعداداتها وشروط الانتساب وكذا كيفية الإبحار عبر الإنترنت وكذا المعرفة باللغات أيضاً يساعد على فهم المحتوى إذا ما ربطناها بأن المصادر والمراجع الأولى حول التربية الإعلامية الموجودة على الإنترنت هي بلغات أجنبية فالمعرفة بها يساعد على متابعة أفضل للمنشورات التي أحيانا تحيل المستخدمون على روابط بلغات أجنبية من خلال الملاحظة وتحليل المحتوى، بحيث تتضمن معلومات تنمي قدرتهم على التعامل مع وسائل الإعلام، وبالنسبة للغة التي تعتمد عليها الصفحة فهي اللغة العربية وهو عامل مساعد يمكن أن يكون سبب في انضمام المستخدمين العرب ومنهم الجزائريون لها حسب ما أعرب عنه مدير الصفحة -القائم بالاتصال عليها- وكذا ما تتيحه من توضيحات مرافقة بالصور والفيديوهات فلا يرى المبحوثين عائق يمنعهم من متابعة منشوراتها. وهو ما يبينه نسبة الإعجاب بالمنشورات المعتبرة التي تساعد على تبادل المعلومات واكتساب معارف وصادقات أثناء الوقت الذي يقضوه في الاستخدام.

كما نسجل كذلك 21.7% من المستخدمين الذين يواجهون عوائق عند استخدامهم للصفحة، قد تكون هذه النسبة تمثل فئة المستوى التعليمي المحدود الذين يعانون أثناء استخدامهم للصفحة، على الرغم من أن إبداء الإعجاب أو المشاركة والتعليق لا يحتاج لمستوى تعليم عالي حتى يتمكن الفرد من التواصل ومتابعة مضامين المنشورات على الصفحة. ومع هذا نجد هذه الفئة من المستخدمين تصر على حضورها الرقمي ومواجهة العوائق المعرفية والتقنية واللغوية التي تتعرض لها، وهذا ما يفسره مدخل الاستخدامات والإشباعات الذي له رؤية تكمن في إدراك أهمية الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام.¹ أما يسفر استعانة المستخدمين بإرسال رسالة على الخاص أو غيره من الأساليب التي تلبي حاجتهم وهنا يكمن دور القائم بالاتصال على الصفحة في توجيههم وإرشادهم على النحو الذي يساعد في تخطي العوائق التي يتعرضون لها فيشجعهم على التواصل والتفاعل حول منشورات الصفحة.

¹ فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام: تصميماتها وإجراءاتها وتحليلها، دار النشر للجامعات القاهرة، مصر،

النسبة	التكرار	عوائق تقنية
76.9%	50	نعم
23.1%	15	لا
100 %	65	المجموع

صعوبات تقنية	التكرار	النسبة
ضعف تدفق الإنترنت	60	92 %
سوء استخدام الأنترنت والتطبيقات	5	8 %
سوء تسيير الصفحة	//	//
المجموع	65	100 %

494

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن الصعوبات التقنية التي يتعرض لها المستخدمون تتمثل في ضعف الإنترنت بنسبة 92 %. تليها نسبة 8% من المبحوثين الذين يعانون من سوء استخدام الإنترنت والتطبيقات في حين تتعدم النسبة لسوء تسيير الصفحة.

نستنتج أن نسبة 92 % ضعف الإنترنت يشكل أكبر عائق تقني يواجهه المستخدمون عند استخدامهم للصفحة ما يعني أن المشكل ليس متعلق بقدرتهم على استخدام الوسيلة وإنما في سوء تدفقها فيتعذر عليهم متابعة المنشورات أو التفاعل حولها بالتعليق أو المشاركة على منصات أخرى أو القيام بأفعال أخرى، وهو مشكل قد يؤثر على رغبتهم في المتابعة وإن كان لديهم استعداد وقدرة على الاستيعاب أو اهتمام بالموضوع وتخصيص وقت للتصفح، فيصبح هذا العائق عامل ينفر من تعلم التربية الإعلامية وإن كان للمتدرب أو المستخدم القدرة والإمكانيات التي تساعده على التمكن من مواد التربية الإعلامية للتقدم وتنمية مهاراتهم حول التربية الإعلامية.

كذلك نسجل نسبة 8% من المستخدمين ممن لديهم عائق على مستوى استخدام الإنترنت والتطبيقات المتاحة عبرها، وقد يرجع سبب ذلك إلى تعدد التقنيات المتعلقة بالتفاعل وكذلك كيفية الولوج للروابط وتحميل المضمون منها أو حفظ الفيديوهات والصور للعودة إليها مرة أخرى أو قلة المعرفة بالتقنيات المتاحة للتواصل فيتعذر على المستخدمون إبداء رأيهم كذلك وهذا قد يرجع للمستوى التعليمي المحدود لهؤلاء المبحوثين.

في حين نلاحظ أن النسبة تتعدم فيما يتعلق بسوء تسيير الصفحة من الجانب التقني إذ لم يشر لها أي مبحوث وهذا قد يعود لقدرة القائم بالاتصال على تنظيمها وتمكنه من توظيف كل التقنيات المتاحة على موقع الفيسبوك توفير البيانات عن الصفحة وتوظيف صور معبر عن طبيعة نشاط الصفحة واستخدام أساليب تساعد على إبراز المنشورات في صورة واضحة غير غامضة يسهل فهمها والتعامل معها.

جاءت نتيجه 40 : يطيح ضعف الانترنت كأكبر عائق تقني يواجهه المستخدم عن متابعة المنشور فبحسب "مستوى عائق تقني" عوائق لغوية

النسبة	التكرار	عوائق لغوية
46.2%	30	نعم
53.8%	35	لا
100 %	65	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يوضح الجدول أن المبحوثين الذين يجدون عوائق عند استخدامهم للصفحة يرون أنها لا تتمثل في العائق اللغوي بنسبة 53.8% في مقابل ذلك منهم من يرى أن اللغة تعتبر عائق لديهم بنسبة 46.2% عند التواصل حول المضامين على الصفحة.

من خلال القراءة نلاحظ أن نسبة 53.8% من المستخدمين لا يتعرضون لعوائق لغوية ما يمكنهم من التواصل والتفاعل حول منشورات الصفحة بسهولة وهذا راجع لقدرتهم على القراءة الواعية فعلى الرغم من أن هؤلاء المبحوثين عبروا عن وجود عوائق يعانون منها إلا أنها من خلال هذه النتائج لا ترتبط باللغة ما يساعدهم على تلبية حاجياتهم من فهم مضامين الترشيد على التربية الإعلامية. وهذا راجع إلى أغلبية أفراد عينة الدراسة مستواهم جامعي يعرفون القراءة والكتابة.

فتسجيل نسبة 46.2% من المبحوثين يرون وجود عائق لغوي يمكن تفسيره بأن المستخدمين يقومون بالمتابعة لكن فهمهم محدود للمضامين، وهذا يرجع للغة التي يستخدمها القائم بالاتصال ما يعني أن عليه أن يعتمد في طريقة مخاطبته لهم على لغة تراعي هذه الفئة خاصة إذا كانت تستسيغ نوما معين من اللغة ولا تفضل اللغة الأجنبية المتعلقة بطرق تحميل الملفات أو أن تكون النصوص مكتوبة بها، حتى يتمكن هؤلاء المستخدمون من فهم مضمونها خاصة إذا ما ربطناه بمتغيرات الدراسة فهناك فئة من المبحوثين مستواها التعليمي محدود ما يقف دون فهمهم للمضامين سواء ما تعلق بما ينشر على الصفحة أو ما يقوم به المستخدمون من تفاعل فيما بينهم من خلال التعليقات.

جدول رقم 41: يظهر مظهر من مظهر العوائق اللغوية التي يواجهها المستخدم عند استخدامه للصفحة "مخاطر صحية" وعوامل أخرى
والأعلى لدرجة ذلك "عوائق لغوية"

النسبة	التكرار	نوع العوائق اللغوية
35.38%	23	عربية
36.92%	24	فرنسية
20%	13	أسلوبها بسيط
7.69%	5	أسلوبها معقد
100%	65	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يتضح من خلال الجدول أن لغة الكتابة تمثل عائق أثناء استخدام المبحوثين للصفحة بأعلى نسبة للغة الفرنسية 36.92% تليها اللغة العربية بنسبة 35.38%، ثم هناك عوائق في أسلوب الكتابة إذ نسجل 20% ممن يرون أن أسلوبها بسيط، في مقابل 7.69% أسلوبها معقد .

فتسجيل نسبة 36.92% من المبحوثين الذين يرون أن اللغة الفرنسية تعتبر عائق لديهم قد يرجع لعدم إتقانهم أبجديات الكتابة والقراءة حولها باعتبارها لغة أجنبية لم يهتموا باستخدامها أو لم يضطروا لتوظيفها في عملياتهم التواصلية التي يجرونها في مختلف المجالات الحياتية من قبل، في حين حاجاتهم من مضامين التربية الإعلامية ووسائلها ومختلف المنشورات ذات العلاقة بها على الصفحة جعل هذا العائق يبرز أمامهم ومع ذلك أبدى المبحوثين اهتمام ومتابعة للصفحة من خلال الجهد الذي يبذلونه في التعامل مع هذه اللغة وترجمة كلماتها التي يتعامل بها مستخدمون آخرون على الصفحة أو يوظفها القائم بالاتصال عند الربط بمضامين مكتوبة بالفرنسية حرصا على الأمانة العلمية أو للتدريب على الحصول على المعلومة من مصادرها.

وفي ذات السياق سجل 35.38% من المستخدمين يعانون من استخدام آخر من نفس النمط للصفحة المتعلق بالكتابة باللغة العربية للنصوص والتعليق على المنشورات، وقد يرجع هذا إلى ضعف تمكنهم من اللغة العربية التي تعتمد عليها الصفحة في منشوراتها ما يضطرهم ربما إلى بذل جهد وتركيز في فهم معانيها. وهي نقطة مهمة على القائم بالاتصال أن يولي اهتمام لها بتكييف لغة الكتابة انطلاقا من مراعاة نمط كتابة المستخدمين عند توظيف اللغة العربية أو الفرنسية على حد سواء خاصة أن النسبة مقارنة بينها.

نسجل كذلك نسبة 20% من المبحوثين الذين يرون أن العائق اللغوي لديهم يتمثل في الأسلوب البسيط الذي تعتمد عليه الصفحة ويمكن تفسيره بأن المستخدمين يتوقعون نمط أسلوب يناسب مستواهم الجامعي فيبحثون على أسلوب يجدون فيه تلبية لحاجاتهم ويتماشى ونمط الأسلوب الغوي الذي اعتادوا على توظيفه عند تعاملهم مع مواضيع مماثلة لموضوع التربية الإعلامية ما يعني أنهم لا يكتفون بتلبية حاجات معرفية بل يهتمون لحاجات فنية جمالية تساعدهم على التعمق أكثر والاستزادة من التربية الإعلامية كمادة علمية لها مصطلحاتها القابلة لأن يستوعبها المبحوثين وليس فقط تقديم مصطلحات بسيطة وجمل عادية ما يشير أن مستوى اهتمامهم بالتربية الإعلامية يشجع على انتشارها عبر الشبكات الاجتماعية وعلى القائم على الصفحة أن يضاعف من جهوده في اختيار الكلمات وأسلوبها ويرفع من مستوى تقديم المنشورات تلبية لهؤلاء المبحوثين الذين يفضلون مستويات عليا للنقاش والحوار حول التربية الإعلامية.

نلاحظ كذلك تسجيل نسبة 7.69% من لمبحوثين يرون أن العائق اللغوي الذي يعترض استخدامهم للصفحة يتمثل في كون أسلوبها معقد، وقد يرجع إلى أن هؤلاء المستخدمين مستواهم التعليمي محدود ما يعني أن استيعابهم للمضامين التي تنشرها الصفحة يقل وهنا على القائم على الاتصال بالصفحة أن يكيف أسلوب الكتابة بما يتماشى ونمط أسلوب اللغة الذي يفهمون وفقا له للمنشورات على الصفحة

فرغم ما يعانون من الأسلوب العقد الذي يتمثل ربما في شرح المهارات أو تقديم الأشكال والقوالب الصحفية خاصة لمن ليست لهم ميولات مسبقة ومعارف بمجال الإعلام والاتصال يجدون هذه المصطلحات تحتاج لمزيد من التبسيط حتى يتمكنوا من فهم المعلومة.

جدول رقم 42 : يبيّن مدى فهم المشاركين لمفاهيم البحث في الصحافة فصل جـ "مفاهيم البحث في الصحافة"
الأعلى للزمن "عائلي زلهق"

النسبة	التكرار	عوائق معرفية
61.5%	40	نعم
38.5%	25	لا
100 %	65	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أن مستخدمي صفحة النادي يواجهون عوائق معرفية بنسبة 61.5%، في مقابل ذلك نجد 38.5% لا يعانون من صعوبات معرفية، وقد يعود هذا إلى طبيعة موضوع التربية الإعلامية المقدم من قبل مدير الصفحة الذي لم يوفق في طريقة إيصاله للرسالة والمعنى حول المنشور بالشكل الذي يساعد على الفهم ويجعلهم يقبلون على التفاعل ومناقشة المحتوى الموجود، ولهذا على مدير الصفحة أن ينوع ويحدث من طريقة إيصاله للرسالة وقد يرجع للفروقات الفردية الاجتماعية فيما يتعلق بطريقة استيعاب المستخدمين عبر الفضاء الرقمي للمضامين على الصفحة والذي يتخلف عنه في حجات التدريب بالمدارس والنادي التي يكون فيها الاتصال مباشر وقدرة التفاعل والتواصل حول المحتوى أحسن، فهذه العوامل كلها إذا وضعت في الاعتبار كتكثيف المعلومات النظرية والتطبيقية بطريقة مبسطة مع رسم تخطيطي توضيحي مرفق بخطوات العمل قد يحسن من مستوى فهم المنشورات ولا تبقى على مستوى أعضاء النادي فقط من خلال الصور المنشورة فهذه المستخدمين من الانضمام للصفحة هو حاجتهم في معرفة واكتساب طرق التعامل وليس فقط الحصول على المعلومات أو نشاطات يقوم بها جماعة أخرى فبدورهم يسعون لأن يكونوا على مستوى تلك الجماعة من الفهم والممارسة طالما أبدوا ترحيبهم وقبولهم بالانضمام للصفحة.

فضلاً عن ذلك نسجل نسبة 38.5% من المبحوثين لا يواجهون صعوبات معرفية ، يمكن أن يفسر ذلك بامتلاكهم لمستوى تعليمي جامعي والذي يتمتع به أغلبية المبحوثين فلا يرون عائق في فهم منشورات الصفحة حول التربية الإعلامية وقد ترتبط صعوبات المتابعة ربما لضعف الإنترنت أو قلة الوقت الذي يقضونه في متابعة جديد منشورات الصفحة.

جدول رقم 43: يبيّن مخططاً يوضح كيف يعرض المستخدم محتوى الصفحة "مخططاً يوضح كيف يعرض المستخدم محتوى الصفحة" على أعلام الأعلام

نوع العوائق المعرفية	التكرار	النسبة
صعوبات في متابعة الجديد	13	20%
نقص المعلومات	29	45.5%
قلة التفاعل والرد على الصفحة	23	35.38%
المجموع	65	100%

المصدر: هذه الدراسة

يشير الجدول أعلاه إلى نوع العوائق التي يتعرض لها المبحوثين ممن يرون أن هناك عوائق تعترض استخدامهم للصفحة فنجد نسبة 45.5% راجع لنقص المعلومات، يليها بنسبة 35.38% قلة التفاعل والرد على الصفحة وبنسبة 20% ممن يواجهون صعوبات في متابعة الجديد.

ومنه نستنتج أن نسبة 45.5% من المبحوثين يرون أن هناك نقص في المعلومات وقد يرجع هذا إلى أن القائم بالاتصال لا يقدم تفاصيل كثيرة عن مضامين ووسائل التربية الإعلامية التي يقدمها فقد يكون هناك صور لكن ربما المستخدمون يحتاجون لفيديو يعلق عليه ويتضمن كيفية إعداد المجلة خطوة بخطوة من بداية التصميم إلى غاية الحصول على شكلها النهائي فوجود الصور دون قراءة لها من قبل المدرسين يقلل من نسبة فهم المستخدمون للمضمون كذلك النصوص المتضمنة بالصور قد تكون فكرة عامة عن محتوى المنشور ومع ذلك ربما المستخدمون يحتاجونها لمعلومات يعرفون من خلالها ما أهمية ما دور ما أثر تلك الوسيلة أو المحتوى الإعلامي، كذلك قد يرجع إلى أن على الرغم من مشاركة النادي بنشاطاته على الصفحة إلى أنها ربما قد تفتقد لروح العمل الجماعي على الصفحة فتقل التعليقات عليها ربما لقلة فهمها وهنا على القائم بالاتصال أن لا يكتفي بعرض النشاطات كصور أو فيديوهات أيضاً يقدم قراءة وتعريف ليس فقط لأعضاء النادي وإنما للمستخدمين للصفحة أيضاً ما يضيف متابعة فعلية للمنشور واستفادة أكثر مما يهم هو المحتوى وليس صور عن النشاط يمكن أن تكون في البداية كحافز وتشجع للمتابعة لكن المستخدم هو الآخر له حاجات يود أن يحققها كما حققها أعضاء النادي فلا يكتفي فقط بالمشاهدة وإنما يريد المشاركة أيضاً من خلال المعلومات التي يتحصل عليها ويعمل على تطبيقها.

ونسجل نسبة 35.38% من المبحوثين يواجهون عائق في قلة التفاعل والرد على الصفحة، ويمكن أن يفسر بقلة الوقت الذي يحد من التفاعل حول المنشورات خاصة أن هناك فئة معتبرة حسب متغير النشاط المهني لمن يمارسون مهنة حرة أو يشتغلون بإطارات سامية بالدولة فلا تسمح وظيفتهم بأخذ

وقت والاطلاع على جديدها أو الرد على تعليقات الأعضاء بسبب ضغط والتزامات العمل. كما يمكن رده إلى المبحوثين الذين يفضلون المتابعة ويكتفون بالتصفح دون إبداء الرأي أو المشاركة على الصفحة لعوامل شخصية كعدم الرغبة في الظهور والتواصل وضعف قدرتهم على تركيب الجمل والدخول في حوارات مع أشخاص آخرين فيفضلون الاستفادة في صمت مما يقدم على الصفحة حول التربية الإعلامية.

كما نجد بنسبة 20% من المستخدمين للصفحة يواجهون صعوبات في متابعة الجديد ويمكن تفسير هذا بضعف تدفق الإنترنت التي تحجب عنهم المنشورات كما قد يرجع إلى طبيعة تواتر نشر مدير الصفحة على نحو يقلل من متابعتهم للمنشورات بشكل دائم.

جدول رقم 44: يظهر هذا الجدول المصنف حسب نوع التفاعل الذي يلاحظه المستخدم مع المنشور
من حيث نوع التفاعل مع المنشور

النسبة	التكرار	التفاعل
30.4 %	91	دائماً
52.2 %	157	أحياناً
17.4 %	52	أبداً
100 %	300	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يوضح الجدول أعلاه أن أفراد عينة الدراسة أحياناً ما يتفاعلون مع مواد التربية الإعلامية المنشورة بصفحة النادي بنسبة 52.2%، تليها صفة "دائماً" بنسبة 30.4 % وبأضعف نسبة "أبداً" بنسبة 17.4% من تفاعل المبحوثين.

من خلال هذه الإحصائيات يمكن تفسير تفاعل المبحوثين بأحياناً إلى كون الصفحة ربما تتيح معلومات توضيحية معززة بالصور والفيديوهات التعليمية المرشدة لكيفية التعامل مع المضامين الإعلامية ودور ووظائف وسائل الإعلام فيقل بذلك الغموض بشأنها فيستغنون عن حاجتهم للتساؤل عن المضامين كون المحتوى المنشور اشتمل على جل حيثياته وإذا ما اعتبرنا أن أغلبية أفراد العينة مستواهم جامعي فإن قدرتهم على الفهم مقبولة، وهذا ما أكدته الجدول رقم 37 الخاص بكيفية التواصل مع منشورات الصفحة حول التربية الإعلامية الذي أخذ فيها التواصل بإبداء الإعجاب أعلى نسبة ما يدل على متابعة واهتمام أفراد العينة بما ينشر على الصفحة. وإذا ما تم ربط التفاعل بالهدف منه حسب الجدول رقم 46 نجد أن الإطلاع والفضول وكذا الحصول على المعلومات هو غاية جل أفراد عينة الدراسة، ويربط هذه النقطة بالدراسة التحليلية بالجدول رقم 27 المتعلق بفئة أهداف الصفحة من

خلال النشر نجد أن توفير المعلومات لخلق فهم ووعي بالتربية الإعلامية أخذ أعلى نسبة تليه هدف التعريف بنشاطات النادي عن التربية الإعلامية. كما يمكن إرجاع قلة التفاعل إلى عامل الوقت والاهتمام بمشاغل أخرى تحيل دون التفاعل الدائم مع منشورات الصفحة حول مواد التربية الإعلامية على غرار صفحات ومواقع أخرى تلبي حاجيات مختلفة يوميا، كذلك يفسر بضعف تمكن أفراد العينة من مواد التربية الإعلامية فيبدون الإعجاب لكن لا يستطيعون تقديم إضافات تعبر عن رأيهم أو التعليق بمعلومات من مصادر أخرى.

هذا ويشير تفاعلهم الدائم مع المنشورات بنسبة مقبولة إلى اعتبار أن مكاسبهم عن التربية الإعلامية في نمو تدريجي مع استمرار نشاط صفحة النادي وهو ما بينته نتائج جدول رقم 72 المتعلق بارتباط معدل تغيير تعامل المستخدمين من أفراد عينة الدراسة نحو تعاطيهم مع المضامين الإعلامية جراء متابعتهم لصفحة النادي، كذلك بربطها بأعلى نسبة لمتغير الإناث من النوع ومتغير البطالة من النشاط المهني ومتغير الجامعي للمستوى التعليمي، نستنتج أن لهذه المتغيرات دور داعم في التفرغ للمتابعة والتفاعل بوعي مع ما يتم نشره على صفحة النادي باعتبار أن هناك وقت للتفاعل، كذلك اهتمام البنات والأمهات بتشجيع ودعم منشورات الصفحة ومن خلال تفعيل أداة الملاحظة بالمشاركة نجد أن أغلبية المنضوون بالصفحة إناث يحرصون على الاستزادة المعرفية بمواد التربية الإعلامية كون صفحة النادي تتيح عرض النشاطات وكذا تقدم معلومات عنها بطريقة مدروسة ومستمرة حسب ما أكدته نتائج الدراسة التحليلية بالجدول رقم 20 أن طبيعة منشورات حول التربية الإعلامية لنادي التربية على وسائل الإعلام عبر صفحته "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك أغلبها حول مواد التربية الإعلامية من مضامين كالأندية الصحفية والإذاعية وكذا الترشيد عن وسائل الإعلام المختلفة، ما يحفز المنضوون على إبداء رأيهم بالشكر عن المعلومات المقدمة لهم أو بالاستفسار وطلب توضيحات عنها.

كذلك يمكن أن يفسر عدم تواصل أفراد العينة حول مواد التربية الإعلامية عبر صفحة النادي، إلى طبيعة الموضوع الذي يمكن أن يتجاهله أفراد العينة كونه يحتاج للتركيز والفهم الواعي وبالنظر إلى طبيعة الموقع الفيسبوك الذي لا يشترط الارتباط لا بوقت ومكان ولا بمال هذا يدفعهم للاهتمام بصفحات أخرى كصفحات المواضيع الاجتماعية الأخرى المسلية. كما يمكن أن تكون غايتهم من الصفحة هو الفضول والتصفح بغض النظر عن حاجتهم للتواصل حول المنشورات المقدمة.

جدول رقم 45: يظهر مخطط المصنفات حسب المصنفات فاحيد من مخطوطات يدوية ورسومات لأعمال لة زهراء
عائلي زاهد

النسبة	التكرار	الهدف من التفاعل
29%	72	الإطلاع والفضول
6%	15	النشر على الصفحة
20%	49	الحصول على المعلومات
14%	35	إبداء الرأي
2%	5	الإستفسار
6%	15	تخصصك في نفس النشاط
//	//	إعادة النشر ضمن صفحة أخرى
14%	35	إعادة النشر على الصفحة الشخصية
2%	5	إعادة النشر ضمن مجموعة
7%	17	إضافة أصدقاء
100 %	248	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أنّ المبحوثين هدفهم من التفاعل هو الإطلاع والفضول بأعلى نسبة هي 29%، تليها الحصول على المعلومات بنسبة 20% ثم إبداء الرأي وإعادة النشر على الصفحة الشخصية بنفس النسبة 14% فيما تمثل إضافة الأصدقاء نسبة 7%، كما نسجل كذلك بنسبة متقاربة لكل من هدفهم من التفاعل هو النشر على الصفحة والتخصص في نفس النشاط بـ 6% لتبقى أضعف نسبة لكل من الاستفسار وإعادة النشر ضمن مجموعة بـ 2%، أمّا إعادة النشر ضمن صفحة أخرى فتتعدم فيه النسبة.

نستنتج أنّ هدف المبحوثين من التفاعل هو رغبتهم في الفضول والإطلاع بنسبة 29% على المستجدات سواء ما تعلق بنشاطات النادي أو مختلف أنواع المضامين الأخرى ذات العلاقة بالتربية الإعلامية ما يعني قبولهم المبدئي بما يطرح من مضامين والذي يعكس أن خاصية التجديد والإستمرارية والواقعية هي من أولويات مدير الصفحة في جذب المستخدمين حسب الملاحظة المسجلة لتواتر النشر على الصفحة.

وفي نفس السياق نسجل نسبة 20% من المبحوثين دافعهم نحو استخدام الصفحة هو المعرفة والحصول على المعلومات حول التربية الإعلامية إذ تعتبر محفز ثاني بالنسبة لهم للتفاعل مع ما

يجدونه وتعد عملية التفاعل حول الحصول على المعلومات عملية متداخلة طابعها معرفي أخلاقي وجداني سلوكي يحث على إعمال الفكر وتوظيف المكتسبات والتدريب على مهارات محددة وتوظيفها وفقا للوسيلة وأطرافها، وهذا يتم وفقا لنظام فردي حسب كل مستخدم وتأثير عوامل أخرى عليه في التطبيق الصحيح لهذه المعلومات ومنها خلفيات المستوى الثقافي والاجتماعي والاقتصادي للفرد وغيرها كالمسئولية والمستوى التعليمي ودخله والإشباع الذي يريد المستخدم الحصول عليه من مضامين الصفحة، إذ لكل هذه المتغيرات أو بعضها تأثير على اختياراته للمضامين الإعلامية التي يريد متابعتها وهذا ما يفسر رغبة المبحوثين في الحصول على المعلومات. خاصة في عصر تزدهم فيه آلاف الرسائل الإعلامية عبر مختلف المنصات الرقمية بأساليب ووسائل مغرية تحيده عن التركيز على أهدافها الخفية التي تعكس مصلحة سياسات إعلامية ومؤسسات ربحية مروجة لها، فالتفتن لها يكون من خلاف المعرفة وإدراك مواد التربية الإعلامية باعتبارها مساعدة على التعامل الواعي مع وسائل الإعلام.

فضلا عن ذلك نلاحظ وجود نسبة 14% من المبحوثين يهتمون بإبداء الرأي وإعادة النشر على الصفحة الشخصية وهذا يرجع ربما إلى ارتباطها ببعضهما في الوقت الذي يستطيع المستخدم إبداء رأيه فهو يعبر عن مستوى معين من الوعي والمعرفة بأهمية المعلومة التي اطلع عليها فيقوم بعملية تأكيدها من خلال إعادة نشرها كسلوك يبرز للآخرين وله أن هذا المضمون يلفت انتباهكم ورسالة منه لنشر التربية الإعلامية بين مختلف المتابعين له على صفحته الشخصية، كذلك يبرز جهد القائم بالاتصال بأنه على وتيرة متوافقة من حاجات المستخدمين للصفحة.

إلى جانب ذلك نجد نسبة 7% من المبحوثين يتوجهون نحو إضافة الأصدقاء هذا يمكن تفسيره بأن حاجاتهم الاجتماعية في تكوين علاقات هي شغلهم الذي يتوقعون حدوثه جراء تفاعلهم حول منشورات الصفحة ما يعني أن البحث على أشخاص يثقون بهم عامل يوضع في الاعتبار ونقصد هنا الأشخاص الذين يمكن أن يفيدونا بمعلومات نعتبرها مرجعية في حال تطبيق مواد التربية الإعلامية. وهذا يحيلنا لطرح أعمق وهو أن يعتمد مدير الصفحة على تحديث إدارة الصفحة بإضافة مختصين وتجارب إضافية واقعية لممارسات من مصادر مختلفة تعزز ثقة المبحوثين فيما يتلقونه من مضامين حول التربية الإعلامية من هؤلاء الأشخاص. كذلك البحث عن أصدقاء يعني حاجتهم في الشعور بالراحة البعيد عن الضغط في الحصول على المعارف المختلفة من الصفحة خاصة التربية الإعلامية كما سبق وتمت الإشارة إليها أنها تحتاج لبناء متكامل كونها عملية متشعبة ونظرية تحتاج لمرافقة منشطة ومدرّب أكثر من أستاذ بتعليمات داخل حجرة التدريس وهذا ما نلاحظه من خلال الصور التي

يقوم مدير الصفحة بنشرها فنلتمس جو فريق جماعي بنظام متكامل كل حسب مقدرته ويمكن أن يكون هذا ما يود المبحوثين أن يشعروا به أثناء استخدامهم للصفحة.

نسجل كذلك نسبة 6% من المستخدمين أفراد عينة الدراسة بصفحة النادي هدفهم من التفاعل هو النشر على الصفحة والتخصص في نفس النشاط وهذه الفئة يمكن القول أنها على علاقة وطيدة بمجال الإعلام والتربية على أساس أن توقعها هو أن تفيد مجالها المهني كتدريب أشخاص آخرين داخل المؤسسات الاجتماعية المختلفة أو كونها بقطاع الإعلام فتحاول أن توفق في إستراتيجية إعدادها لمضامين وسائل الإعلام مواكبة للتطورات الحاصلة في القطاع التربوي لتكوين نظام نشط يخدم الصالح العام، أو يمكن أن يكون هؤلاء المبحوثين من أولياء الأمور أو متدربون يهتمهم أن يستفيدوا مما ينشر على الصفحة من مضامين حول موضوع التربية الإعلامية.

نلاحظ أيضا وجود نسبة 2% من المبحوثين يفضلون الاستفسار وإعادة النشر ضمن مجموعة، ويرجع ربما إلى رغبتهم في الحصول على توضيحات أكثر فلا يكتفون فقط بما يقدم لهم على الصفحة بل يبحثون عن معلومات تكسبهم معرفة تقريبية أكثر للمفهوم وطرق التعامل مع المضامين الإعلامية وهذا من خلال ترك تعليقات على المنشور أو إرسال رسالة على الخاص لمدير الصفحة أو ربما من خلال التحوار بين المستخدمين، ما يعطي صورة حسنة عن استيعاب مضامين ووسائل التربية الإعلامية، كذلك تعتبر نقطة النشر ضمن مجموعة تدل على وعي المبحوثين بضرورة الاستفادة من التربية الإعلامية ليس فقط على المستوى الشخصي وإنما بنشرها على نطاق واسع ضمن مجموعات حتى يصبح لما تعلموه مغزى وصدى فالاستخدام للمضامين يعتبر على مستوى شخصي لكن تأثيره يمكن أن يكون على العديد من الأشخاص خاصة إذا كانت المضامين الإعلامية تحمل توجهات غربية معاكسة لقيم وثقافة ودين المجتمع. فكلما انتشر الوعي بالتربية الإعلامية قلت سطوة الصحافة بمختلف أنواعها سواء المقروءة ، المسموعة، المرئية أو الإلكترونية وخاصة منها صحافة الموبايل أو صحافة المواطن التي تحمل العديد من التداعيات بخصوص قلة التحري عن صدق المعلومة والتشهير ونقل أخبار كاذبة كل هذا التمسسه المبحوثين فوجدوا في النشر ضمن مجموعات أخرى وسيلة لتلبية حاجاتهم في الحماية والتمكن من المضامين الإعلامية.

فين حين تتعدى النسبة لإعادة النشر ضمن صفحة أخرى وهذا يمكن تفسيره بأن المبحوثين كما سبق وأشرنا يبحثون عن التواصل والنشر ضمن مجموعات تفاعلية يتوقعون منها استجابة أفضل من النشر على صفحة أخرى فالغاية ليس النشر وإنما التفاعل حول المنشور والاستفادة منه مرة أخرى في التعامل الواعي حول مضامين وسائل الإعلام.

مما سبق يمكن القول أن المبحوثين لهم خلفيات متنوعة تجعلهم يضعون توقعات على منشورات الصفحة المعنية بالدراسة كل حسب هدفه من التفاعل مردها حالة الفرد الداخلية وميوله النفسية وتوقعاته لإشباع حاجاته من خلال التصفح والمتابعة، وتعتبر التوقعات مرحلة هامة في عملية تفاعل المستخدمين مع المضامين المنشورة، فهي تتناسب مع خاصية النشاط التي يعنى بها المستخدمون حسب نظرية الاستخدامات والإشباع، التي تستدعي الوعي بمختلف البدائل التي يتعاملون معها عبر وسائل الإعلام التقليدية أو الرقمية، فالتفاعل ينشأ من احتمال أن يكون لهذا الفعل التواصل عبر التقنيات المتاحة على الفيسبوك وكذا المضامين التي تطرحها الصفحة حول التربية الإعلامية مساهمة في إشباع احتياجاتهم المختلفة. لهذا تحسب عمليتي التوقع والتقييم في استخدام الوسائل الاتصالية ومنها صفحات الفيسبوك عبر الشبكات الإجتماعية كمدخل هام للكشف عن طبيعة المضمون الاتصالي الذي يبحث عنه الفرد لإشباع حاجاته، علماً أن استخدام هذه الوسائل يتغير ويتطور باستمرار مع تطور تكنولوجيا الاتصال وتعدد الوسائل الاتصالية.¹

جدول رقم 46: يظهر مستوى إشباع المبحوثين من حيث إشباعهم لمتطلباتهم في استخدام وسائل الإعلام
على أعلى المستويات

النسبة	التكرار	المشاركة
68.2%	170	نعم
31.2%	78	لا
100 %	248	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

تشير إحصائيات الجدول أعلاه أنه بنسبة 68.2% من المبحوثين يشاركون أصدقاءهم الحديث حول ما يجده من مضامين على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في حين نجد 31.2% منهم من يفضلون عدم الدخول في المناقشات.

ويمكن أن نفسر نسبة 68.2% إلى كون المبحوثين طابعهم اجتماعي يفضلون التواصل والتفاعل مع الآخرين وفي شتى المواضيع، فيرون بذلك أن محتوى الصفحة حول التربية الإعلامية قد يدعم هذا الميول ويلبي توقعاتهم من خلال ما يجده، والنسبة المعتبرة المتحصل عليها قد تشير أيضا إلى أن

¹ السيد بهنسي حسن، مدى تأثير الاتجاه السائد بوسائل الاعلام المصرية على تشكيل اتجاهات الرأي العام، المجلة المصرية لبحوث الراي العام، العدد 13، القاهرة، 2001، ص 12.

المستخدمين في قيامهم بمشاركة الحوار يبدون عن رضاهم بمستوى الصفحة وكذا يلفتون القائم بالإتصال إلى نقطة مهمة أن المبحوثين يتجاوبون مع ما يقوم به من نشر وأن ما وضعه من قواعد مسيرة قد تأتي على هذه الشاكلة التي تهتم بما يبذله من جهد في إيصال رسالته عن التربية الإعلامية. من خلال مشاركة الحوار عن التربية الإعلامية مع معارفهم فتصبح مفهوم متداول وأبعاده أيضا ما يقدم تصور مستقبلي على أن التعامل مع المضامين الإعلامية سيكون بوعي مبني على دراية بطرق التعامل معا. كذلك يمكن تفسير نسبة المشاركة المرتفعة بمتغير فئة الإناث الغالب على المبحوثين نجدهم بطبعهم يحبذون الدخول في مناقشات وحوارات هذه الفئة التي تعيد سرد ما تجده على الصفحة أمام زوجها وأولادها فتنفعهم وتحفزهم على الدخول في النوادي والمواقع التي تدرب على التربية الإعلامية على غرار الصفحة وترافق عملية استخدامهم للوسائل التكنولوجية بطريقة سليمة بعيدة عن الضغط الأسري، كذلك إذا ما نظرنا في متغير المستوى التعليمي الجامعي الغالب على أفراد عينة الدراسة نجد طريقة تفكيرهم الواعية قد تدعم نشر التربية الإعلامية انطلاقا من استشعارهم لأهميتها وضرورة التمكن من الوسائل الإعلامية من قبل أفراد المجتمع كونهم يستخدمون التكنولوجيات الرقمية ويتداولون المضامين الإعلامية المختلفة المصادر والثقافات الغربية التي هي دخيلة عن مجتمعاتنا العربية.

في حين نلاحظ أن نسبة 31.2% من المبحوثين لا يقومون بمشاركة ما يجذوه على الصفحة من مضامين، وقد يرجع إلى كونهم أشخاص انطوائيين في طبعهم مستوى تفاعلهم مع الآخرين ضعيف فيرغبون بمشاركة ما يجذوه مع أنفسهم فقط ويعززون قدراتهم في التعامل مع المضامين الإعلامية بغض النظر عن حاجة الآخرين من الاستفادة من مضامين هذه الصفحة أو ربما يرجع لكونهم لا يجدون الوقت للدخول في حوارات مع الآخرين لاهتمامهم بانشغالات أخرى كالعمل أو الدراسة أو ربما تصفحهم لمواقع أخرى تلبي حاجياتهم المتنوعة وهو نفس السبب الذي يجعل المبحوثين يترددون في محاورة أصدقائهم عن التربية الإعلامية فطبع الأشخاص عادة يتجه لصفحات الترفيه والتسلية والتي تتناول مواضيع الموضة والطبخ والرياضة وغيرها فيظنون أن هذا النوع من الصفحات لا يشد انتباه أصدقائهم. أو ربما يرجع لقلة خبرتهم وتمكنهم من الخوض في مناقشات حول التربية الإعلامية خاصة إذا تم طرح أسئلة عليهم فيتعذر عليهم الإجابة لهذا يمتنعون عن مشاركة ما حصلوا عليه من صفحة النادي إلى فرص أخرى يصبحون فيها لهم مستوى يمكنهم من فهم التربية الإعلامية والتعاطي مع المضامين الإعلامية على اعتبار أن جل المبحوثين حسب المتغير بطالون وجامعيون أي يمكن أن يجدوا الوقت للتعلم والتدرب على التربية الإعلامية خاصة إذا ما ربطناهم بمستوى إعجابهم المعتبر حول مضامين الصفحة والذي عبروا عنه في جدول سابق رقم 35 والمتعلق بديمومة المتابعة.

3.1 دوافع استخدام صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك:

ينضوي المبحوثين من المستخدمين لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك انطلاقاً من دوافع يرغبون في تلبية الحاجات حولها والتي نشير إليها من خلال الجداول التالية:

جدول رقم 47: يظهر من مخطط لوزة نخ لمك فبح د مئخ وطبة نل د عو هز و لول الأعلال لة ز تهمذ" عانظفم ز لهق

النسبة	التكرار	دوافع الاستخدام
25%	75	دوافع مهنية
60%	180	دوافع معرفية
3%	9	دافع المصداقية والثقة
10%	30	البحث عن الذات والانتماء
2%	6	الهروب من الروتين اليومي والتسلية
100%	300	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول أعلاه أن أغلب المبحوثين لديهم دوافع معرفية لاستخدام صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك بنسبة 60%، تليها الدوافع المهنية بنسبة 25%، بعدها دافع البحث عن الذات والرغبة في الانتماء بنسبة 10% ثم دافع المصداقية والثقة بنسبة 3% لتبقى آخر دوافع المستخدمين نحو الصفحة هي الهروب من الروتين اليومي والتسلية بنسبة 2%.

وتقوم الباحثة عند وضع احتمالات دوافع المبحوثين الأخذ في الاعتبار تصنف "دنيس ماكسويل" الذي ضبط أربع فئات للدوافع وهي التسلية والهروب من المشكلات والانطلاق العاطفي واكتساب الهوية الشخصية من خلال دعم قيم الأمن وفهم الذات واكتشاف الحقائق، بالإضافة إلى محاولة الأخذ بما ما قام به "كاتز" بإعادة تصنيف 35 حاجة ودافع مأخوذة من البحث في وظائف وسائل الإعلام ووضعها في إطار خمس فئات رئيسية وهي الدوافع المعرفية، الدوافع الوجدانية، دافع المصداقية والثقة، دافع الانتماء، دافع التخلص من التوكل والهروب والتسلية¹. وتحاول تكييفها وفقاً لطبيعة وأهداف الدراسة.

¹ حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 242.

فتسجيل نسبة 60% كنسبة غالبية معتبرة للدوافع المعرفية يمكن تفسيره بالفئة العمرية فصحة النادي أغلب مستخدموها من فئة النشء والشباب وكذلك إلى عامل المستوى التعليمي الجامعي الذي يتميز فيه هؤلاء المبحوثين برغبتهم في تجديد معارفهم والاطلاع على علوم مختلفة تساعدهم على مواكبة التطورات الحاصلة في مجتمعهم سواء من أجل إبرازها في مناقشات مع الأصدقاء أو توظيفها على مستواهم الشخصي بتنمية مهاراتهم المختلفة، فتتيح صفحة النادي إمكانية الإطلاع على معلومات متجددة تخدم الجانب الفكري السلوكي للمستخدمين فمن خلالها تنمو معارفهم حول مضامين ووسائل التربية الإعلامية ويكتسبون معارف ربما لا تتيحها مواقع أو صفحات أخرى بالطريقة التي تقدمها صفحة النادي خاصة وأنها توسع أفقهم في جانب كيفية التطبيق من خلال صور توضيحية عن نشاطات النادي وغيرها من الأساليب التي تعتمد عليها لدفعهم لاستخدامها كمتابعة أساسيات الصحافة بالمرحلة من إعداد الخبر إلى غاية مثلاً تصميم مجلة والتنقل للمهارات وكيفية امتلاكها وتنميتها وتوظيفها كل هذه المعلومات يرى فيها المبحوثين أنها تعمل على ترشيدهم وتوجيههم نحو الاستخدام الأمن والمتمكن للمضامين والوسائل الإعلامية. خاصة إذا ما وضعنا في الاعتبار أن عملية التواصل حول المضامين الإعلامية عملية معقدة ترجع إلى عدة عوامل متشابكة منها خلفياتهم الثقافية وذوقهم الشخصي بالإضافة إلى عوامل أخرى كالنوع، السن، الدخل، المستوى التعليمي ونوع الإشباع الذي يريدون الحصول عليه من هته المضامين. فيرون في الصفحة أنها ترشدهم نحو خطوات صحيحة لفهم وممارسة التربية الإعلامية على اختلاف شخصياتهم.

هذا وهناك نسبة 25% من المبحوثين يرون أنّ دوافع استخدامهم للصفحة هي دوافع مهنية على اعتبار أن الصفحة ذات طابع تعليمي تدريبي توعوي قد يهتم فئة المعلمين والأساتذة من قطاع التربية والتعليم على اختلاف أطوارهم كما يهتم الناشطين بالنادي والجمعيات وغيرها من المؤسسات المجتمعية كالأُسرة فتتيح لهم صفحة النادي نافذة للإطلاع على عمليات سير التربية الإعلامية سواء بالنشاط على الواقع من خلال مشاركة مسؤولة النادي وأعضائها لنشاطاتهم بالصور والفيديوهات والتعليق عليها أو من خلال المنشورات المختلفة التي تعمل على التوعية بالتربية الإعلامية، فيجد هؤلاء المستخدمين فرصة للوقوف على كيفية الممارسة وحيثياتها وأخذ فكرة قد تفيدهم في مجالهم.

نلاحظ كذلك نسبة 10% من المبحوثين دافعهم نحو الصفحة هو البحث عن الذات والرغبة في الانتماء، وقد يرجع هذا إلى عامل فئة النشء والشباب التي ترغب في كشف ما تستطيع القيام به

وتحاول تطوير ما تتمتع به من مواهب كذلك صقل الجانب الأخلاقي والوجداني من خلال الحوارات والمناقشات التي يجريها الأعضاء فيما بينهم فيتعلم المبحوثين آداب الحوار مع أشخاص مختلفين عنهم في السن أو المستوى التعليمي والثقافي والاجتماعي فيلاحظون ما يقومون به ويحاولون الاستفادة منهم كأسلوب تمرير الرسالة وما تتضمنه ومحاولة تقبل الرأي الآخر بفكر بناء فيتقاسمون معهم الاهتمامات ويتبادلون الأفكار من خلالها ما يخلق لديهم الشعور بأن هناك جماعة ينتمون لها تشاركهم أهدافهم فيرسمون على ضوءها هدفهم الخاص بهم انطلاقاً من النجاحات التي يحققها غيرهم فيشجعونهم على المتابعة والاستمرارية خاصة وأنّ العمل بروح الفريق يساعد على إبراز المكونات التي يتحلى بها المستخدمون على نحو ايجابي وينبهونهم للنقائص والسلبيات فيرغبون في استكشاف كل هذا من خلال انضمامهم للصفحة.

ثم نجد نسبة 3% من المستخدمين دافعهم هو المصداقية والثقة، ويمكن تفسير هذا لكون هؤلاء المبحوثين على قدر كاف من الوعي بأن ليس كل ما يتم تداوله من معلومات عبر المنصات الرقمية هو صحيح ويشير أيضا إلى عامل توظيف هؤلاء المبحوثين لعنصر الإنتقائية عند تعرضهم للمضامين الإعلامية وكذا إدراكهم بأهمية موضوع التربية الإعلامية كفاءة الإطارات السامية وخريجي الجامعات ومنهم كذلك أولياء الأمور الذين لا يركزون اهتمامهم في الحصول على المعلومة بقدر تأكدهم من كفاءة صاحب المعلومة وهو مصدرها كونه يلعب دور رئيسي فالمعلومة التي ينشرها مدير الصفحة تحمل أبعاد وأثار سلوكية مترتبة عنها فالقيام بعملية المتابعة للمنشورات يرغب أن يكون هؤلاء المبحوثين ذو نتيجة بناءة تخدم كيانهم المعرفي والسلوكي بمعنى يتوقعون أن لا يكون انعكاس ما اهتموا به مجرد متابعة عشوائية لمعلومات قد تكون عامة تنقصها الكفاءة والمصداقية، وهذا ربما ما يجعل من مدير الصفحة يقوم بتضمين ونشر ما يفعله من نشاطات عن التربية الإعلامية على الصفحة وبالتزامن تقريبا مع وقت حدوثها، هذا وبحسب طبيعة الموضوع المتداول أيضا على الصفحة فهو دافع منطقي، فعلى الرغم من انتشار وكثرة المعلومات المتداولة على الإنترنت ووسائل الاتصال والإعلام المختلفة إلا أن في مقابل ذلك تشهد قلة في المصداقية والثقة من قبل المتصفحين لها.

في حين نلاحظ أن نسبة 2% من المستخدمين الذين يقبلون على صفحة النادي دافعهم الرغبة في الهروب من الروتين اليومي والبحث عن التسلية، ويمكن أن يكون هذا بسبب رغبتهم في الحصول على فترة من الراحة الفكرية والترويح عن النفس بتمضية وقت الفراغ بالتصفح والتفاعل حول منشورات

صفحة النادي، لاسيما وأنها تمنح مجال للإطلاع على عمل النادي وكأن المستخدم في حالة قريبة من الممارسة الواقعية مع فريق النادي في جو ودي غير مكلف للرسميات من خلال نشر الصور والفيديوهات عن النشاطات التي يقومون بها، في الوقت الذي تقل فيه المرافق الثقافية والاجتماعية بالمجتمع، ما يدفعهم إلى النظر للصفحة على أنها متنفس لهم من جهة ويخدم معارفهم ومكتسباتهم عن التعامل حول المضامين الإعلامية من جهة ثانية. وهو ربما ما يفسر سبب انطلاق نشاط النادي والصفحة بالفترة الصيفية مراعاة لخلق فضاء مناسب لقضاء هذه الفترة بما ينفع خاصة منهم النشء والشباب فتعمل على دفعهم لمتابعتها انطلاقاً من العوامل التي يشعرون بها، وبالموازاة مع الكم الهائل من المضامين الإعلامية والرسائل المختلفة التي تنتشر عبر الفضاء الرقمي أو التقليدي يجد المستخدم نفسه في حالة تشويش فيحاول الانتقاء من بينها حسب حاجياته منها، وفي خضم هذه العملية يأتي دور الصفحة كداعم لأساسيات وطرق الإنتقاء الآمن لها بأسلوب محبب بعيد عن الرقابة والضغط الذي نجده في حيز نيل المعلومة من النطاق الرسمي كالمؤسسات التربوية.

جدول رقم 48: يبيّن مدى إدراك عينة من عينة تلاميذ الأندية الرياضية في عازة "مخيم طلبة تلاميذ عازة"
هذه العينة لأغراض الدراسة

النسبة	التكرار	نوع الحاجات
40%	120	المعرفة بمضامين التربية الإعلامية
31%	93	الترشيد على استخدام وسائل التربية الإعلامية
19%	57	الوعي بالمضامين الإعلامية
8%	24	التدرب على مهارات التربية الإعلامية
2%	6	الاستفادة في مجال العمل أو الدراسة
100 %	300	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن صفحة النادي تلبي للمبحوثين حاجتهم للمعرفة بمضامين التربية الإعلامية بنسبة 40% وكذا الترشيح على استخدام وسائل التربية الإعلامية بنسبة 31%، تليها تلبية حاجتهم للوعي بالمضامين الإعلامية بنسبة 19%، ثم حاجة التدرب على مهارات التربية الإعلامية بنسبة 8%، وفيما يتعلق بالاستفادة في مجال العمل أو الدراسة بنسبة 2%.

وهذا يشير إلى أن نسبة 40% من المستخدمين يرون أن صفحة النادي تلبي حاجتهم المعرفية بمضامين التربية الإعلامية وقد يعود إلى وجود معلومات متوفرة حولها كأساسيات الصحافة من الأشكال والفنون الصحفية وقواعد تحرير الخبر وغيرها، كذلك مدير الصفحة ربما لا يكتفي بتقديم عشوائي وإنما يتبع منهجية منظمة في طريقة النشر من حيث التسلسل والتدرج في المواضيع المتعلقة بمضامين التربية الإعلامية والتي يدعمها بالشرح والصور والفيديوهات، كذلك الربط بمواقع ومراجع مهمة أحيانا عن مضامين التربية الإعلامية التي يصعب الحصول عليها في مواقع أو مراجع أخرى خاصة من ناحية تقديم عروض تطبيقية توضح كيفية ممارسة التدريب على مضامين التربية الإعلامية مرتبطة بنشاطات النادي حسب الملاحظة.

نجد كذلك نسبة 31% من المستخدمين لصفحة النادي تلبي لهم حاجة الترشيد على استخدام وسائل التربية الإعلامية إذ نلاحظ أن الصفحة تعمل على تخصيص منشورات للتعريف بوسائل التربية الإعلامية كالصحافة المقروءة والمرئية والسمعية وصحافة الموبايل وأهم الفروقات بينها وكيفية توظيفها على غرار إعداد المجلة الحائطية والتعريف بالإذاعة ودورها ومحاولة إعداد برنامج إذاعي والتي خصصت لها العديد من المنشورات تزامنا مع اليوم التعريفي بالنادي ونشاطه ومساعدته حول التربية الإعلامية، كذلك من بين وسائل التربية الإعلامية التي تعمل الصفحة على تدريب على استخدامها هي الكمبيوتر وتوظيف تقنيات لفوتوشوب وكذا التصوير بالهاتف باحترافية وتعديل الصورة، ما يشجع المستخدمين على التفاعل ومتابعة الجديد عبرها.

كما نسجل نسبة 19% من المبحوثين الذين يرون أن صفحة النادي تغطي حاجتهم نحو الوعي بالمضامين الإعلامية، وقد يرجع هذا إلى المنشورات التي تقدم معلومات حول أهمية الانتباه لمصادر الخبر والتمييز بين الأخبار الكاذبة والصحيحة بالإضافة إلى التوعية بسبلاتها والعمل على أخذ الحيطة عند الإبحار عبر الإنترنت وكذا التوعية بدور وأهمية الصورة الصحفية وما تتضمنه بالإضافة إلى الترشيد على أنواع الأخبار وأهدافها والآليات التي تتحكم ومحاولة ربطها بالسياق الاجتماعي والثقافي والاقتصادي ليكون فهم المضمون ملم بجوانب عديدة لأخذ رأي منطقي عنه وهذا يتأتى بالتدريب والاستمرارية في متابعة منشورات صفحة النادي. وربطها بالممارسات الواقعية نحو الوعي بالمضامين الإعلامية.

نجد نسبة 8% من المستخدمين لصفحة النادي تلبي لهم هته الأخيرة حاجة التدريب على مهارات التربية الإعلامية، وهو ما يمكن تفسيره من خلال ملاحظة المنشورات التي يعتمد فيها مدير الصفحة على دعم مهارة التفكير الناقد والتحليل لمضامين الصحف اليومية ونقد ما جاء فيها بهدف الوعي بأهدافها الخفية والمعلنة وتحفيزهم على التعبير والمشاركة بمواد إعلامية من إنتاجهم وهذه المنشورات

جاءت بعد تقديم الصفحة لأساسيات مضامين ووسائل التربية الإعلامية ما يشير إلى مواصلة مدير الصفحة السير بخطوات منطقية في نشر محتوى التربية الإعلامية، إذ يساعد على المعرفة بأساسيات التربية الإعلامية ضمن المنشورات الأولى حسب الملاحظة وبعدها التمرس على مهارات التفكير العليا كالتحليل والنقد والتقييم والمشاركة والإبداع وهو ما يساعد المستخدمين للصفحة في ترشيد تعاملهم مع المضامين الإعلامية. وهو ما يفسر اهتمام نظرية الإستخدامات والإشباعات بمفهوم الجمهور النشط الذي حول دراسة علاقة الجمهور بوسيلة الإعلام من الإجابة على سؤال (ماذا؟) إلى الإجابة على سؤال (لماذا؟)، فالباحثون بذلك يهتمون بالمشاركة الايجابية للجمهور في بناء معاني خاصة بالوسائل التي يستقبلها وذلك في إطار مقارنة نفسية اجتماعية وتفاعلية مع الديناميكية الثقافية للمحيط الذي ينتمي إليه هذا الجمهور.¹

فبنسبة 2% من المبحوثين يرون أن صفحة النادي تلبّي حاجة الاستفادة في مجال العمل أو الدراسة، وقد يرجع لطبيعة المجال الذي التربوي الإعلامي الذي له علاقة بكل القطاعات فاستخدام وسائل الإعلام أصبح حاجة واهم منها كيفية توظيفها خاصة ممن يتقلدون مناصب تعليمية ولهم اهتمام بالتدريب على التربية الإعلامية من أساتذة ومعلمين وعلى حد سواء من الإعلاميين والصحفيين الذين يرغبون بتكثيف مجال عملهم في خدمة المجتمع من خلال المضامين التي يقدمونها كذلك المر بالنسبة للطلبة الذين يعتبرون الفئة الأولى المستهدفة من التدريب والترشيد في التعامل مع المضامين الإعلامية وبالملاحظة نجد أنّ جل الأعضاء النشطين بالنادي هم من فئة النشء والشباب.

جدول رقم 49: يبيّن ضوابط إعداد نصيطة نظرية إعلامية يتطلع إليها لذة نخ لهم ك فح ب "متخ طية نظرية عو
هز قلم لأعل لة ز تهذ" عا نظري ز لهق

النسبة	التكرار	طبيعة المضامين
43.5%	140	منشور نصي خاص بمسير الصفحة
73.9%	222	صور وفيديوهات
8.7%	26	خدمات
34.8%	104	معلومات ودروس عن التربية الإعلامية
21.7%	63	الاستفسار
30.4%	91	زيارات ميدانية للنادي
52.2%	157	ورشات عمل النادي
100 %	300	المجموع

¹ فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه ونظرياته ووسائله، دار الفجر، ص 30.

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول أعلاه طبيعة مضامين صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عن التربية الإعلامية التي تثير اهتمام المبحوثين، فأظهرت النتائج أن 73.9% يهتمون بمحتوى الصور والفيديوهات التي تنشرها الصفحة عن التوعية بالتربية الإعلامية، تلاها اهتمامهم بورشات عمل نادي التربية على وسائل الإعلام بنسبة 52.2%، ثم المنشورات النصية الخاصة بمسير صفحة النادي بنسبة 43.5%، كذلك الاهتمام بالمعلومات والدروس عن التربية الإعلامية بنسبة 34.8% والزيارات الميدانية للنادي بنسبة 30.4%، وبخصوص الاستفسار عن جديد نشاطات النادي بلغت نسبة 21.7%، لتبقى فئة الخدمات كأخر شيء يهتم به المستخدمون للصفحة بنسبة 8.7%.

وما يمكن ملاحظته أنّ هناك نسبة 73.9% من المبحوثين يجدون من خلال انضمامهم للصفحة منشورات مدعمة بالصور والفيديوهات التي يقوم مسؤول النادي على الصفحة بتلبية حاجتهم نحوها باعتبارها المرشد والمكون فهم يرغبون في معرفة ما يقوم به فريق النادي من نشاطات تحفزهم على التطبيق وممارسة ملموسة أثناء تعرضهم للمضامين عبر مختلف الوسائط، فتعمل الصور والفيديوهات ذاك الربط الذي يشعرون بالتواجد بالمكان ويضعهم في ذلك الجو ما يحسّسهم بالواقعية التي تخلق رضا وثقة لديهم مما يقومون بالتدريب عليه وهما -الصور والفيديوهات- كوسيلة داعمة لما يكون المحتوى يتطلب مستوى من التركيز والفهم كموضوع التربية الإعلامية، خاصة مع ما يسود المفهوم من تناخلات وعدم وضوح في التطبيق على مستوى المؤسسات التربوية الرسمية وغير الرسمية.

نسجل كذلك نسبة 52.2% من المستخدمين للصفحة يهتمون بورشات عمل النادي حول التربية الإعلامية ما يشير ترحيبهم وقابليتهم بفكرة إنشاء نوادي وكذا جمعيات داعمة للتربية الإعلامية واضحة الأهداف والخطط، ورغبتهم في معرفة المعلومات لتطوير مداركهم وفق مهارات التربية الإعلامية بالإضافة لدعم مراقبة الأبناء من قبل الأولياء بطريقة سليمة ومنهجية بعيدة عن العنف والترهيب من استخدامات وسائل الإعلام دون العناء والبحث بين المختصين التربويين والإعلاميين والاستفسار في مختلف المنابر والمناسبات وانتظار فرص لعرض انشغالاتهم فمن خلال النادي وكذا الصفحة ساعد على جعل التربية الإعلامية واقع ملموس يمكن تجسيده بمحاولات تحتاج لجهد وتصميم.

كما نسجل نسبة 43.5% من المستخدمين للصفحة النادي تستهويهم المنشورات النصية الخاصة بمدير الصفحة فيرونها حاجة بالنسبة لهم، وقد يرجع إلى حرصهم على أخذ المعلومة من مصدرها وقلة ثقتهم في مصادر أخرى عبر الأنترنت لكثرتها وقلة مصداقيتها ، وهذا ما يشير إلى أن هؤلاء المبحوثين على استعداد للتعلم أكثر في التربية الإعلامية في الذي هناك من يعتبروه مرجع لهم عند

الحاجة اليه في طرح الانشغالات أو الاستفسارات. فيهتمون بقراءة ما ينشره مدير الصفحة على الحائط خاصة إذا ما ربطنا هذه الفئة بمتغير المستوى التعليمي وكذا أولئك الذين يملكون وقت لمتابعة وانتظار ما ينشره القائم بالاتصال ما يعني شعورهم بالثقة مع أعضاء الصفحة والتماسهم للانتماء والترحيب بهم كونها تلبي حاجات معينة عن التربية الإعلامية لديهم، كذلك تفسر بأن القائم بالاتصال يبدي مستوى معرفي ثقافي اجتماعي معتبر أثناء تواصله مع المستخدمين دفعهم للشعور بالحاجة إليه، ربما لم يجده عند غيره من القائمين بالاتصال في مواقع ومنصات أخرى التي قد تتيح مراجع ومعلومات عن التربية الإعلامية لكنها ربما تفتقر لأساليب الحوار والتواصل والتشجيع على المواصله في التدريب على التربية الإعلامية.

كذلك نجد نسبة 34.8% من المبحوثين يهتمون بالدروس والمعلومات عن التربية الإعلامية يرجع هذا إلى رغبتهم في فهم المفهوم وتحليل مضامينه باعتبار التربية الإعلامية خطوة أولى رئيسية للإبحار الأمن نحو المضامين الإعلامية فتساعدهم في كيفية القراءة الواعية وتدريبهم على أعمال العقل بتحليل النصوص وكشف سياقات الرسالة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وأهداف القائم بالاتصال وسياسة المؤسسة الإعلامية وأهدافها الربحية وكذا سلطة القوى الضاغطة عليها بالإضافة إلى فهم مجالات الرسالة الوجدانية والإدراكية والفنية والأخلاقية، وترشدتهم نحو المواقع الهادفة وكذا الوسائل الإعلامية وكيفية استخدامها الداعمة لتعزيز قدراتهم على التعبير والمشاركة بالنقد الواعي لما يتعرضون له.

كما نسجل نسبة 30.4% من المستخدمين تلقت انتباههم الزيارات الميدانية للنادي وقد لاقت استحسانهم وهذا راجع ربما لطبيعة اهتمام الفئة الشبانية التي يوضحها الجدول رقم 31 الخاص بالفئات العمرية للعينة أن فئة النشء والشباب هي الغالبة في عينة الدراسة، هته الفئة التي تهتم بالمغامرات والتجوال والخرجات الاستطلاعية تلبية لرغبة الفضول وكشف الأمور على واقعها وهو نفس الانشغال لأولياء الأمور حرصا منهم على معرفة البيئات التي يمكن أن يتواجد فيها أبنائهم مستقبلا وتكون على مستوى من المنفعة وتدعم جوانب ثقافية ومعرفية لديهم وتربطهم بمحيطهم وتعرفهم به دون الحاجة للتنقل والعناء فالنادي عبر الصفحة يحاول تغطية تلك الخرجات بالصور والفيديوهات وتنزيلها بالصفحة متزامنة معها.

نجد أيضا نسبة 21.7% من المبحوثين يعبرون عن حاجتهم للاستفسار، وقد يرجع هذا لكون هؤلاء المبحوثين يمثلون فئة الطلبة المتمدرسين الذين لهم شغف البحث والسؤال وأسألتهم ممن يرغبون في تطوير معارف ومكتسبات جديدة للطلبة، كذلك يمكن أن يكونوا خريجي الجامعات الذين اندمجوا مع منشورات الصفحة وتفاعل مع أعضاءها فتحصلوا على مستوى مقبول يخول لهم الاستفسار عن معلومات جديدة أخرى تدعم جانب التعامل مع المضامين الإعلامية، كذلك نجد منهم أولياء الأمور

الذين يرغبون بتطوير معارفهم على النحو الذي يخدم تعاملهم مع أبنائهم حول التوجيه السليم لوسائل الإعلام في الوقت الذي يجدون فيه صعوبة في ضبطهم مع سطوة الإغراءات والتسهيلات التي تتيحها التكنولوجيات الجديدة وكذا تطبيقات الألعاب الإلكترونية ومواقع الدردشة التي يقضون معظم أوقاتهم فيها فتؤثر على تحصيلهم الدراسي وكذا قد تؤدي لانحرافات وسلوكيات عدوانية غير أخلاقية فيحاولون الاستفسار عن سبل تمكنهم من مرافقة أبنائهم.

نسجل كذلك نسبة 8.7% من المستخدمين تهتم بالخدمات التي يعرضها النادي على الصفحة وهذا يمكن تفسيره باهتمامهم بتوفير الصفحة معلومات عامة عن النادي وتلك المرتبطة بالتعريف بالصفحة كذلك محاولتهم لفت انتباه القائم بالاتصال لأهمية الخدمات التي يقدمها بالنسبة لهم من معلومات عن المضامين الإعلامية كمستخدمين للتكنولوجيات الحديثة من خلال ما تم ذكره ، كما يمكن رده لحاجتهم لمعرفة كيفية الاستفادة من الخدمات التي يتيحها النادي عبر الصفحة كإرسال رسالة أو طرق التواصل مع إدارة النادي المتاحة عبر الصفحة من خلال التقنيات المتوفرة أيضا.

جيمك نفى 50: يطي م معظ اصلي مطه نفى بوالاعلامي يطه نفى تحتفظ لازمة نفى عو فاحد ب"منح مطه نفى ب عو هز نفى ع لاعلي لازمة نفى ع انطه نفى زلفق

نوع المضامين	التكرار	النسبة
دروس نظرية	13	5.6%
دروس تطبيقية	60	20%
نشاطات النادي	257	65.8%
عروض خاصة	7	2.33%
نشاطات وطنية ودولية	13	4.3%
المجموع	300	100 %

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول نوع مضامين التربية الإعلامية الموجودة على صفحة النادي والتي يراها المبحوثين حاجة لديهم، فبنسبة 65.8% يرون أنّ هناك حاجة لمضامين عن نشاطات النادي، ثم الحاجة لدروس تطبيقية بنسبة 20%، تلاها حاجتهم من تقديم الصفحة لمنشورات متعلقة بالدروس النظرية بنسبة 5.6% ونشاطات وطنية ودولية ب 4.3%، كذلك عروض خاصة بنسبة 2.33%.

فتسجيل نسبة 65.8% من المبحوثين يرون حاجتهم في الحصول على معلومات عن نشاطات النادي، وقد يرجع هذا إلى كونها تساعد على الوعي وترشيد الاستخدام لوسائل الإعلام دون بذل جهد

أو صرف أموال في تعلمها أو التنقل بين المكتبات ومواقع الإنترنت أو زيارة أماكن مخصصة للتربية الإعلامية إن وجدت، لذا فمبادرة النادي يمكن اعتبارها خطوة للنظر في أهمية تكريس التربية الإعلامية بالمجتمع. كما أنّ النادي يعتبر الصفحة وسيلة تواصل للتعريف بالتربية الإعلامية ومهمة في نشر مضامينها، وكذا في التعريف بدوره وأهدافه. وهو ما يؤكد التحول من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام.¹ فالنشاطات المنشورة على الصفحة تشير إلى وضوح رسالة وأهداف النادي التوعوية التربوية ومهمته في تقديم عمل ملموس يساعد المستخدمين في التعامل مع وسائل الإعلام.

نسجل كذلك نسبة 20% من المستخدمين الذين يرون أنّ حاجتهم في الدروس التطبيقية ويمكن أن يكونوا يمثلون الطلبة من النشء والشباب الذين يحبذون طريقة الأعمال التجريبية والتمارين لكي يقفوا على المفاهيم ونوعها فتتضح لهم الصورة وتكون لهم خلفية ملموسة عنها والتي تستهدف التمرن على أساسيات الصحافة ككتابة الأخبار وتوظيف القوالب والأشكال الصحفية والتميز بينها والرسائل التي تتناسب وخصائص كل وسيلة وغيرها، فهذه الدروس التطبيقية تساعد على تقريب الجانب النظري وتخطي الغموض في النقاط الغير واضحة أثناء الممارسة.

نجد أيضاً نسبة 5.6% من المبحوثين نوع المضامين التي يتابعونها متعلقة بالدروس النظرية، ويمكن ربطها بمتغير المستوى التعليمي الجامعي الذي يتمتع به المستخدمون في كونهم يجدون ربما في قراءة المراجع والمؤلفات الرقمية جانب موضوعي أكاديمي ألفوا أخذ واستخلاص المعلومة منه كونه يحتوي الكثير من المعلومات وبمصادرها ومراجعها التي لا يسعها المنشور كذلك بإتاحة الصفحة لهذا النوع من المضامين تكون قد وفرت للمستخدمين عناء الانتساب لمواقع تفرض شروط معينة لا يتمتعون بها أو ربما مواقع إلكترونية تشترط الدفع وشراء المؤلف عن التربية الإعلامية، في الوقت الذي تشهد فيه الكتب الورقية قلة في المراجع بالمكتبات وهذا راجع لطبيعة الموضوع الذي في طور التحديث بالعديد من الدول. ما يزيد حاجة المبحوثين لفهم التربية الإعلامية والبحث في الكتب والمراجع الإلكترونية سواء ما يجتهد به مدير الصفحة أو ما يقدمه من مضامين رقمية عبر الرابط الإلكتروني.

نسجل كذلك نسبة 4.3% من المستخدمين الذين تشد اهتمامهم المضامين المتعلقة بالنشاطات الوطنية والدولية ، وقد يرجع هذا إلى فئة من المبحوثين المتابعين للشأن الوطني والدولي من إطارات سامين يعينهم هذا النوع من المضامين كونه في مجال تخصصهم سواء كانوا إعلاميين فيطلعون من خلال الصفحة على أهم الأحداث الجارية سواء ندوات ملتقيات مناقشات و كذا منهم الأساتذة والباحثين

¹ حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 239

فيعرفون مستجدات التربية الإعلامية وفعاليتها التي إن كانت مواضيعها تساعدهم على توسيع الأفق ربما يتابعونها عن كثب أكثر أو يشاركون بها بهدف تنمية خبراتهم حولها والاستفادة منها.

نجد أيضا نسبة 2.33% من المبحوثين يتجهون للعروض الخاصة كنوع من المضامين التي يرونها تلبي حاجاتهم، وربما يعود هذا إلى فئة النشء والشباب التي ترغب في الإطلاع على الفرص التي تتيحها الصفحة كتنقديم تغطية عن حدث متعلق بالتدريب على إعداد لمقابلة صحفية أو الشرح بالصور والفيديوهات لكيفية إعداد برنامج إذاعي أو كيفية التمكن من تصميم الصور الصحفية أو متابعة مختلف الخرجات الميدانية، بمعنى تتيح فرصة الإطلاع والاكتشاف على أشياء ربما لا يجدونها عبر منصات أو وسائل إعلامية أخرى كذلك يعود إلى أنهم يستفيدون دون بذل أي جهد مادي أو جسدي ولا تتطلب منهم التنقل فقط المتابعة والتفاعل من خلال الرسائل أو التعليقات على الصفحة.

جهازك نقل 51: يطمح من هذه الصفحة التي هي لأغراض إعلامية إلى أن تكون لأغراض أخرى غير إعلامية نفعي لهم عبر صفحة "معرض طلبة نيل د عو هز فاكس لأعمال لة زة هذ" عا نطلي زاهق

وسائل التربية الإعلامية	التكرار	النسبة
الإذاعة	105	35%
التلفزيون	165	55%
المجلة	102	34%
الصحيفة	72	24.1%
المطوية والملصقة	81	27%
المعرض	36	12%
المسرح	24	8%
السينما	45	15%
الكمبيوتر وبرمجيات الانترنت	201	67%
المجموع	300	100%

المصدر: هذه الدراسة

يتضح من خلال الجدول أعلاه أنّ المبحوثين يرون في الكمبيوتر وبرمجيات الانترنت وسيلة هم بحاجة لها بأعلى نسبة بـ 67%، تليها حاجتهم من التلفزيون بنسبة 55%، ثم الإذاعة كوسيلة للمعرفة بها وبدورها بنسبة 35% في الوقت الذي نسجل فيه وبنسبة متقاربة حاجتهم من قواعد وطرق إعداد المجلة بـ 34%، هذا ويهتم المستخدمون بالمعرفة والتدريب على المطوية والملصقة بنسبة 27%، بالإضافة إلى الصحيفة كوسيلة يرغبون بمضامين حولها بنسبة 24.1%، كما تسجل آليات صناعة

السينما وأبعادها حاجة لديهم بنسبة 15 %، ودافعهم نحو المعرض كوسيلة يودون التعرف على كيفية إقامته والتحضير له بنسبة 12 %، وبنسبة 8 % لاهتمامهم بمضامين عن المسرح على الصفحة.

من خلال هذه القراءة نسترجع وجهة نظر الأستاذين حسن عماد مكاي وليلى حسين السيد اللذان يريان أنّ الجمهور هو الذي يختار الوسيلة والمضمون اللذان يشبعان حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.¹

فتسجيل نسبة 67 % من المستخدمين للصفحة يعبرون عن حاجتهم لتقديم مضامين عن الكمبيوتر وبرمجيات الأنترنت، وقد يرجع هذا لكون هذه الفئة تمثل فئة النشء والشباب الذين تساعدهم هذه الوسائل في التحصيل العلمي من ناحية المعرفة بتقنيات الكمبيوتر كلوحة لمفاتيح ووظيفه كذلك تقديم معلومات مبسطة حول فنيات كتابة النصوص على برنامج word وتصميم بعرض موجز بطريقة PowerPoint من جهة وكيفية التحميل وحفظ النصوص وتعديلها وكذلك يستخدمونها في حسن تتبع خطوات تحميل التطبيقات الموجودة على الأنترنت التي يرغبون بها ضمن حواسيبهم أو هواتفهم المحمولة، لما تشهده هذه الأخيرة من تقنية عالية في استيعاب وقبول تحميل أغلب التطبيقات المستجدة في عالم التكنولوجيا ما تعلق بالثقافة العامة والعلوم أو التسلية والترفيه كذلك معرفتهم بكيفية البحث على الأنترنت وطريقة حماية ملفاتهم من التلف وكيفية استرجاع الملفات المفقودة بسبب القرصنة على مواقع معينة وكذلك في نفس الإطار تتدرج ربما حاجتهم لفهم المواقع والحيثيات التي لا تظهر للعيان وربما تستغل بياناتهم الشخصية لأغراض دعائية وتجارية فيتعرفون على طرق حماية بياناتهم الشخصية وما الداعي لحجبها.

نجد كذلك نسبة 55 % من المبحوثين يرون أن هناك حاجة من الصفحة في تضمين منشورات عن التلفزيون كوسيلة إعلامية تلقى إقبالا جماهيريا معتبرا خاصة من النشء والشباب الذين يملكون وقت للتعرض له وقت فراغهم أو ربما كون المبحوثين أغلبهم من الإناث والعاطلين عن العمل حسب نتائج متغيرات الدراسة فيجدون متعة في استخدام هذه الوسيلة خاصة إذا كان تعاملهم مع مضامينها بإدراك وفقا لتتبع خطوات التربية الإعلامية، ويمكن أن يفسر كذلك بالخصائص التي يتمتع بها التلفزيون في حد ذاته كالصوت والصورة والنص والحركة وتنوع المضامين التي يبثها وتعدد ما يشتمل انتباه المستخدمين للتمييز بين الهادف منها ودون ذلك، فيرون حاجة لفهم هذه الوسيلة وطرق توظيفها والتعامل معها من حيث التعرض للمضامين خاصة فهم الرسائل التي يبثها والوعي بأبعادها كذلك التمكن منه ك تقنية من حيث التعرف على كيفية البث الحي والإرسال والربط بالمراسلين وأهمية

¹ حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 241.

الإضاءة في البلاط وكيفية ترتيب الأدوات المستعملة فيه و تقنيات الإخراج وكيفية وصول كل ما ذكر وغيره للمستخدم وكيف يتعامل معها.

كما نسجل نسبة 35% من المستخدمين الذين ينظرون للإذاعة كوسيلة مهمة تلبي حاجياتهم من خلال أهمية التعرف عليها وعلى مكوناتها ودورها وخصائصها بمتابعة ما تنشره عنها الصفحة من مضامين، وقد يرجع تفضيل فئة المبحوثين لها لكون هته الأخيرة غير محدودة بمكان معين كالتلفزيون فيمكن الاستفادة مما يتيح والمستخدم لها مسافر أو جالس بمكان عام أو بأي زاوية بالمنزل وهو يقوم بأشغاله دون أن تعيق مهامه، كما تعتبر وسيلة يمكن تشغيلها على الهاتف فلا تثير أي تعقيدات للاستخدام كضعف الإنترنت وموضع التلفاز، بالإضافة لمجانيتها والخدمات التي تقدمها فغالبا ما تعالج مواضيع إجتماعية قريبة من المجتمع المحلي فتسلط الضوء عليها وتحاول لفت الانتباه إليها والمساعدة على إيجاد حلول لها. كما تعتبر عامل داعم للمحافظة على قيم وعادات وتقاليد المجتمع فتحافظ على كيانه واستقراره من الثقافات الدخيلة عليه، كما تستهدف كل الفئات والمستويات الاجتماعية باعتبارها نافذة على قضايا الساعة والمجتمع ومنه فالإهتمام بهته الوسيلة من هذا المنطلق يخلق للمستخدمين خاصة منهم العاطلين عن العمل أو ذوي المستوى التعليمي المحدود والدخل الضعيف والماكين بالبيت كالأمهات حاجة لفهم آليات عمل هذه الوسيلة للاستفادة منها.

هذا ونجد نسبة 34% من المبحوثين تلبي لهم صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" حاجتهم حول المجلة خاصة المجلة الحائطية كوسيلة صحفية قد يهتم بها النشء والشباب من الطلاب المتدربين من خلال ممارستها كنشاط إعلامي طلابي يساعدهم في تنمية مواهبهم وقدراتهم المعرفية ويطور لديهم القدرة على اختيار المواضيع المهمة واستخراج أفكارها العامة وأساليب تنظيم وإعداد المضامين والتدريب على إخراجها وفق منهجية واضحة وهذا بالتعرف على مكوناتها وخصائصها ودورها وكيفية توظيفها بما يخدم تحصيلهم العلمي والإعلامي مستقبلا.

وفي نفس السياق نسجل نسبة 27 % من المستخدمين يحتاجون لفهم وسيلة المطوية والملصقة، وقد ترجع إلى كون هذه الفئة تمثل النشء والشباب المتدرب أو الموظفين بقسم الاتصال لما تتميز به من سهولة في حملها وتوزيعها بالإضافة إلى قلة تكلفتها كما تساعد المتدربين كونها تركز على موضوع واحد يساعد قدراتهم الفكرية والعمل على التوسع فيه بالصور والشرح المبسط الموجز بلغة واضحة، فيطورون مهاراتهم في التحرير دون الخروج عن الفكرة العامة كما تجذبهم لها لشكلها التصميمي الجذاب من لون ونوع خط وأشكال ورسومات، فيسهل عليهم التعامل بشكل مرن في وضع المعلومات دون تكلفة في طباعتها فتدفع الطالب والأستاذ والأولياء للتشجيع على توظيفها.

كما نجد بنسبة 24.1% من المبحوثين يهتمون بالصحيفة كوسيلة تلتفت انتباههم ويرغبون بمعرفتها من خلال منشورات الصفحة التي تشد انتباه أولياء الأمور في ترشيد أبنائهم وكذا المدربين لفهم كيفية تمرير أساسيات الصحيفة للمتدربين خاصة في ظل انتشار صحافة الموبايل أو صحافة المواطن وما انجر عنها من نقشي تداول الأخبار الكاذبة والمحرفة للوقائع بالتظليل والتعتيم لخدمة مصالح معينة فيرون ضرورة حماية أنفسهم من خلال التمكن من هذه الوسيلة كونها تشتمل على العديد من المعلومات والتنوع في طبيعة المضامين باعتبارها وسيلة إعلامية تربية على المستخدمين أن يتقنوا فنياتها وبطلعوا على مكونات الخبر باعتماد طرح الأسئلة الخمسة "للاسويل" وكيفية توزيع أقسام المواضيع وأنواعها، ما يستدعي توظيف العديد من القوالب والأشكال الصحفية كالخبر والمقال والقصة والحديث والصور والرسوم وبهذا تدعم الوعي بمحتواها ومعرفة نمط خط الأخبار وخلفياتها، بالإضافة إلى الوقوف على أهمية المصداقية والأمانة في نقل الأخبار وتلمس أنواع المصادر للتمييز بين الزائف منها والحقيقي، وقد تشجع ميولاتهم نحو الكتابة الصحفية من خلال ما ينشر على الصفحة.

كذلك نسجل نسبة 15% من المبحوثين يرون حاجة في الوعي بالسينما كوسيلة جماهيرية لها قدرة على التأثير والجذب وقد يرجع هذا لكون فئة المستخدمين من النشء والشباب الغالب على عينة الدراسة تستهويهم هذه الأخيرة كونها تطرح مواضيع ملهمة كأفلام الخيال العلمي التي ينبهرون بالتقنيات الرقمية العالمية الجودة لمصممي البرامج والخدع السينمائية المركبة التي تحتويها، فيرغبون في كشف كواليسها وخلفياتها، ومن جهة أخرى أهمية معرفة ما تتميز به من محاكاة للواقع بأسلوب بسيط ومباشر فتراعي التركيز والمتابعة للأحداث من البداية ولنهاية الفيلم فهي صناعة قائمة بذاتها، فهي تتوجه لجميع الفئات تهدف للمتعة والفرجة بهدف الربح ما يعني أن مضامينها قد تروج لأفكار خاطئة وهدامة لقيم المجتمع ما يستدعي أهمية الوعي بها على مستوى المؤسسات المجتمعية ومراعاة التدريب عليها والتحلي بالانضباط والترشيد من قبل المدربين، خاصة في الوقت الذي نرى قلة الأماكن للعرض الفيدويوغرافي ونقص في تكوين الأطر التقنية والتربوية وغياب التنسيق بين المؤسسات التربوية والإعلامية أو في استدعاء المنتجين والمخرجين والممثلين والتقنيين والترشيد من قبلهم لدعم مهارة النقد والإنتاج الإبداعي من خلال التدريب على الفيلم القصير، من خلال إدماجهم في فضاءات تساعد على تنمية مواهبهم كمؤسسات السمعي البصري والنوادي ومتابعتهم انطلاقا من مبدأ التعلم الذاتي للإنتاج السينمائي ما يعني لفت انتباه مسير الصفحة للتوعية بها والاهتمام بتعزيز المنشورات حولها.

نجد أيضاً نسبة 12% من المستخدمين يستهدفون وسيلة أخرى هي المعرض وقد يمثلون فئة الأساتذة من المربين وكذا النشء من الطلبة في إطار إعداد الأنشطة المدرسية، باعتباره وسيلة اتصال وتفاعل في فضاء مباشر يسمح بالتقاء القائم بالاتصال مع متلقي المعلومة فيشجع على تجاذب الأفكار ومنه الكشف عن المواهب التي يتمتع بها النشء في الجانب الإعلامي كالكتابة والتصوير وإجراء مقابلات،

كما أنّ حاجة هؤلاء المبحوثين تكمن في رغبتهم في البحث عن شيء جذاب وحيوي ضمن فريق عمل يتقاسمون فيه المهام حول مناسبة معينة من خلال معروضات تجسد الحدث، وهذا يساعد في تنظيم وترتيب أعمالهم حول موضوع واحد خاصة الطلبة بترشيد من أساتذتهم كما قام النادي عبر الصفحة في اليوم التعريفي بالنادي من خلال المنشورات فيكتسبون القدرة على التصرف في المواقف.

ونلاحظ تسجيل نسبة 8% من المبحوثين حاجتهم من المضامين المنشورة عن المسرح على الصفحة، ويرجع ربما لكون هؤلاء المبحوثين لهم ميولات للتمثيل والظهور على خشبة المسرح من المنشورات فرصة للترشيد بالمعرفة والفهم نحو هذه الوسيلة من خلال التدريب على فنون المسرح والمتمثلة في النص والعرض وكذا الأخذ بالجوانب النفسية والمعرفية والقيم الدينية والأخلاقية والوطنية، فتساعد الصفحة على تنمية الوعي المسرحي بتجسيد الأفكار والحركات والإيماءات وتقمص أدوار الشخصيات ما يعني الحاجة إلى مسرح مدرسي يكون أعضاؤه والناشطون فيه ينتمون للمؤسسة التربوية موجّهين وفق مقياس بيداغوجي¹، في حين مسرح الأطفال يقدمه المحترفون المتخصصون للأطفال ويمثل فيه الصغار إلى جانب الكبار في بعض العروض ويتضمن أشكال عدة كالمسرح الكوميدي والتراجيكميديا والمأساة والمسرحية الغنائية²، وهذا ما يساعد المستخدمين على الترشيد السليم بالتوعية بها من خلال نشر مسير الصفحة لهذه المعلومات وغيرها.

جزيك نل 52: يلم م علاظك ز م لهدك ل زة نخ لم حك اخرجك نل بو لأعلا لم عاذ ف ح د "مخ وطكة نل د عو هز فكو لأعلا لة ز م د" لقي ز لقي

المجموع	التفـاعل			السن
	أبداً	أحياناً	دائماً	
185	7	121	57	من 10 إلى 25 سنة
41	12	17	12	من 26 إلى 35 سنة
15	4	7	4	من 36 إلى 45 سنة
59	29	12	18	46 سنة فما فوق
300	52	157	91	المجموع

¹ أحمد علي كنعان، مرجع سابق، ص 115.

² عيسى عمراني، المسرح المدرسي، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2006، ص 15.

حساب كا² المحسوبة:

ت و	ت م	ت و - ت م	(ت و - ت م) ²	(ت و - ت م) ²
57	56.11	0.89	0.79	0.01
121	96.81	24.29	585.15	6.04
7	32.06	-25.06	628.00	19.58
12	12.43	-0.43	0.18	0.01
17	21.45	-4.45	19.80	0.92
12	7.10	4.9	24.01	3.38
4	4.55	-0.55	0.30	0.06
7	7.85	-0.85	0.72	0.09
4	2.6	1.4	1.96	0.75
18	17.89	0.11	0.01	5.58
12	30.87	-18.78	356.07	11.53
29	10.22	18.78	352.68	34.50
مج				82.45

كا ² المحسوبة	درجة الحرية	كا ² الجدولية
82.45	6	12.59

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال هذا الجدول أنَّ الفئة العمرية من 10 إلى 25 سنة أحياناً ما تتفاعل نحو ما يتم نشره عبر صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتسور" عبر الفيسبوك، وقد يرجع هذا لكونها تتواصل بغرض التفتح والاستزادة المعرفية خاصة وأنها تكون قليلة الخبرة والتمرس في التعامل مع ما يتم نشره وهو ما أوضحته القائمة بالاتصال على الصفحة باستبيان المقابلة المجرى معها فيما يتعلق باستهدافها لهته الفئة العمرية دون غيرها كونها تحتاج لدعم وترشيد لتكوين شخصية واعية بمجال المضامين الإعلامية قادرة على استخدام الوسائل وتوجيهها.

ونسجل أن الفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة تستخدم صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتسور" بالفيسبوك أحياناً ويمكن أن يفسر بميولاتهم المتعددة نحو استكشاف ما هو جديد من تطبيقات تكنولوجية ومعارف حديثة تمكنهم من سهولة الاستخدام قد يكون بصدد التسلية أو اكتساب مدركات ومهارات وغيرها، على غرار ما أشار إليه نتائج استبيان استمارة الخبراء الذي أكد على الحاجة لتكوين وترشيد الشباب على الوعي بمواد التربية الإعلامية من خلال تناول وسائل الإعلام ومنها الشبكات الاجتماعية لمواد التربية الإعلامية بنشرها ومشاركتها.

نجد أيضاً الفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة تقوم أحياناً بالتفاعل نحو منشورات الصفحة عن مواد التربية الإعلامية من مضامينها ووسائلها ويهتمها أن تبدي رأيها وتتواصل مع المنضوين الآخرين بها، وقد يرجع هذا لحاجتها في فهم كيفية التواصل وفهم الرسائل الإعلامية بغرض توظيفها في مجال عملها أو كوين خبرات عنها بهدف ترشيد الأفراد المحيطين بهم من أبناء وأهل وأصدقاء وغيرهم، خاصة إذا ما ربطناها بنتائج الدراسة المتعلقة باستبيان استمارة الخبراء وكذا مقابلة القائم بالاتصال الذين يثبتون أهمية التركيز على هته الفئة لقلّة خبرتها وضعف تمكنها من فهم آليات الرقابة والضبط الأخلاقي على الأبناء فيما يتعلق بالتعاطي مع وسائل الإعلام واعتماد هؤلاء المستخدمين يشير إلى استعدادهم في تجاوز هذا الضعف إذا ما تم نشر وتداول مثل هذه المواد عبر الشبكات الاجتماعية.

نلاحظ أنّ الفئة العمرية 46 سنة فما فوق تؤكد تواصلها عبر الصفحة بصفة دائمة وقد يشير هذا لوعيتها بأهمية فهم التربية الإعلامية والحاجة للتمكن من استيعاب معاييرها ومهاراتها لخدمة مصالحهم المعرفية نحو بناء مستقبلهم المهني كمال العمل الإداري، تدريب الطلاب،، أو الاجتماعي نحو أسرهم، وهو ما توضحه نتائج الملاحظة بالمشاركة على الصفحة التي تبرز من خلال متابعة هؤلاء المستخدمين عبر حساباتهم وكذا نشاطهم المهني الذي يظهر أنهم يشغلون منصب إطار سامي أو أمهات مربيّات ومعلمات في الغالب بحسب بياناتهم العامة المتعلقة بالنشاط المهني المقدمة باستبيان الإستمارة الإلكترونية.

إذ نسجل فروقاً بين مختلف الفئات العمرية في استخدامهم للصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيديو، ومن أجل معرفة العلاقة بين المتغيرين (السن والتفاعل عبر الصفحة) نستخدم مقياس التوزيعات كا² لاختبار درجة الفرق المعنوي بين هذه المتغيرات، أي بين البيانات الفعلية التي حصلنا عليها في الدراسة والبيانات النظرية، فبعد تفريغ البيانات في الجدول الخاص وجدنا أن قيمة الفرق المعنوي بين المتغيرين المدروسين هي 82.45.

وبعد قياس الفرق المعنوي بين المتغيرين المدروسين وتحديد قيمته ننقل لمعرفة طبيعته هل هو بسيط مرتبط بعامل الصدفة أو هو فرق جوهري؟ ولمعرفة ذلك نلجأ إلى جدول كارل بيرسون الذي حدد فيه توزيع القيم المختلفة، فنحصل على اختلافات بين الفئات العمرية وبين مؤشرات التفاعل وهي فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة الحرية 6 حيث أنّ كا² المحسوبة والمقدرة بـ 82.45 جاءت أكبر من كا² الجدولية والمقدرة بـ 12.59.

جاءت نتيجة 53: لم يلاحظ علاقة بين الأعمار وبين التفاعل على الصفحة، فكل فئة عمرية تفاعل بشكل متساو مع الصفحة، أي لا علاقة بين الأعمار وبين التفاعل.

المجموع	التفاعل			المستوى التعليمي
	أبداً	أحياناً	دائماً	
//	//	//	//	ابتدائي
39	1	26	12	متوسط
65	44	17	4	ثانوي
196	7	114	75	جامعي
300	52	157	91	المجموع

كا ² المحسوبة	درجة الحرية	كا ² الجدولية
149.38	6	12.59

المصدر هذه الدراسة:

يشير الجدول إلى أن المستوى التعليمي الابتدائي ينعدم فيه التفاعل، وقد يرجع هذا لضعف اطلاعهم ومحدودية مستواهم الفكري في التعاطي من جهة مع الوسيلة ومن جهة أخرى في متابعة ما يتم نشره خاصة وأنه وبالملاحظة بالمشاركة نجد أن المستخدمين لا يطرحون أسئلة تعقيبيه على المنشورات تساعد في تشجيع هته الفئة على الانجذاب والتفاعل ومن جهة أخرى نجد القائم بالاتصال لا يكمل عملية النشر بشرح كتابي لما يتضمنه الصور أو الفيديوهات بشكل دائم ما يجعل قلة إدراكه عامل يحد من تفاعله.

نسجل أن المبحوثين ذوي المستوى التعليمي المتوسط أحياناً ما يتفاعلون نحو منشورات الصفحة حول مواد التربية الإعلامية، إذ تشكل فئة تلاميذ الطور المتوسط نافذة تسمح باستقبال معارف وترحب بها على نحو يقبل التعلم والترشيد من الآخرين خاصة وأن حاجتهم من الوسائل الرقمية عديدة على غرار ارتباطهم بالمدرسة التي أصبحت مسايرة للتكنولوجيات الحديثة واعتمادها على شبكة الانترنت في بناء المعارف من خلال التمرن على انتقاء المضامين والتمييز بينها ومحاولة الاستفادة منها ومشاركتها مع زملائهم دون غيرها من البيانات المتواجدة عبر الشبكة العنكبوتية ولما لا إنتاج مواد إعلامية وتحسينها.

ونجد أيضاً المستخدمين للصفحة من فئة المستوى التعليمي الثانوي التي أحيانا ما تتفاعل نحو منشورات الصفحة حول التربية الإعلامية ويمكن أن يرجع هذا لارتباط هذه الفئة بالدراسة واهتمامها بالتسلية والترفيه بما توفره المواقع والتطبيقات الإلكترونية بغض النظر عن ايجابياتها وسلبياتها بحكم

طبيعة سنهم وتميزهم بالدافعية في التجريب والتجريب بكل ما رقمي متطور تلبية لفضولهم لمعرفة هته الأشياء ما يجعل تركيزهم قد يحد في فهم طبيعتها وقراءة تفاصيل مضامينها وأهدافها الخفية من هته الرسائل الإعلامية. وهو ما يفسره رأي الخبراء من المبحوثين باستبيان الاستمارة حول تمسكهم بالحياد دون الموافقة فيما يتعلق بقدرة هته الفئة على التمييز والوعي والتمكن من مضامين ووسائل الإعلام والحماية منها.

كذلك نلاحظ أن فئة المستخدمين للصفحة من المستوى التعليمي الجامعي أحياناً ما ينشطون ويتفاعلون عبرها من خلال ما يتم نشره من قبل القائم بالاتصال حول مواد التربية الإعلامية ولعل هذا يفسر بحاجتهم البحثية بحكم تخصصاتهم العلمية ورغبتهم في الشروع لتهيئة الأرضية لممارسة مهنية بالمجال الإعلامي أو الأكاديمي أو مجالات أخرى تتطلب القيام بعمليات تواصلية تفاعلية مع الآخرين ولهذا تستدعي الحاجة لفهم مهارات التربية الإعلامية. وهو ما نلاحظه من خلال متابعة نمط المنشورات الذي يتسم بالتسلسل في عرض محتوى التربية الإعلامية من البسيط إلى المعقد مع الاستمرارية وهذا ما أشارت له مسيرة الصفحة من خلال استبيان المقابلة الذي أشارت إلى أنها تحرص على اعتماد خطة تتضمن السير وفق خطوات منهجية لأساسيات الكتابة الصحفية بالتدرج فيها.

يتضح أن هناك اختلاف بين مستوى التفاعل وبين فئة وأخرى من المستوى التعليمي وهي فروق ذات دلالة إحصائية، وهذا راجع لكون قيمة χ^2 المحسوبة والمقدرة بـ 149.38 جاءت أكبر من χ^2 الجدولية والمقدرة بـ 12.59 عند مستوى الدلالة 0.05، ودرجة الحرية 6.

جاءت نتيجة التحليل على أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين مستويات التفاعل وبين فئاتهم التعليمية. وجاءت نتيجة التحليل على أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين مستويات التفاعل وبين فئاتهم التعليمية. وجاءت نتيجة التحليل على أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين مستويات التفاعل وبين فئاتهم التعليمية.

المجموع	الحاجات					السن
	المعرفة بمضامين التربية الإعلامية	الترشيد على وسائل التربية الإعلامية	الوعي بالمضامين الإعلامية	التدريب على مهارات التربية الإعلامية	الاستفادة في مجال العمل أو الدراسة	
185	98	55	26	5	1	من 10 إلى 25 سنة
41	11	8	12	6	4	من 26 إلى 35 سنة
15	2	4	3	5	1	من 36 إلى 45 سنة
59	9	26	16	8	//	46 سنة فما فوق
300	120	93	57	24	6	المجموع

كا ² المحسوبة	درجة الحرية	كا ² الجدولية
98.31	12	21.03

المصدر: هذه الدراسة

نسجل من خلال الجدول أعلاه أن الفئة العمرية من 10 إلى 25 سنة تتمثل حاجياتها في المعرفة بمضامين التربية الإعلامية على الصفحة المعنية بالدراسة وقد يرجع هذا للمستوى المعرفي المحدود لمستخدمي هذه الفئة ما يدفعهم بتعويض النقص من خلال الاطلاع ومتابعة الجديد عبر الصفحة لتحسين مستواهم الممارساتي.

نجد أيضاً أن مستخدمي الصفحة من الفئة العمرية من 26 إلى 35 سنة لديهم حاجات نحو مواد التربية الإعلامية تتمثل في حاجتهم إلى الوعي بالمضامين الإعلامية، وقد يرجع هذا قدرتهم على قراءة المحتوى الإعلامي لكن يصعب عليهم الوصول إلى مستوى تحليله وربطه بسياقاته الاجتماعية والسياسية وغيرها، كون هذه الفئة قد تمثل المهنيين والموظفين من الأساتذة ، الإعلاميين، المحليين وغيرهم ممن يهتمون بالوقوف على قراءة المعمقة للمحتوى الإعلامي.

نلاحظ أن الفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة تهتم بالحاجات المتعلقة بالتدرب على مهارات التربية الإعلامية وقد يرجع هذا إلى بحثها في كيفية صياغة الرسالة الإعلامية وأهدافها وكذا العوامل المساعدة على إحداثها للتأثير كقوة مصادرها ومصداقيتها، وهو ما أشار له عينة الدراسة من الخبراء الإعلاميون والأكاديميون الذين يعتبرون دليل التربية الإعلامية بمثابة وسيلة دعم لاكتساب مهارات التربية الإعلامية وكذا ما تؤكد عليه نتائج استبيان المقابلة النصف مقننة مع مسيرة الصفحة التي تركز في خطة مضمون الصفحة على التدريب على أساسيات الكتابة الصحفية ومنها مهارات التربية الإعلامية على غرار مهارة التفكير الناقد والمشاركة والإبداع بين الأولياء والأبناء وحتى المدربين من أهل الاختصاص.

كذلك نسجل أن الفئة العمرية 46 سنة فما فوق لها حاجة من منشورات الصفحة وهي رغبتهم في الترشيد على وسائل التربية الإعلامية، وقد يرجع هذا لضعف استخدامهم لوسائل الإعلام وتوظيفها على المستوى الشخصي أو المهني ما يعرقل مهامهم منها، وما نلاحظه من خلال الصفحة وكذا ما جاءت به نتائج استبيان المقابلة النصف مقننة أن الآباء والأمهات من هته الفئة ومنها الإطار السامي يولون أولوية لاكتساب معارف حول كيفية استخدام وتوظيف هته الأخيرة خدمة لمصالحهم من حيث الاستفسار والتعليق عن إيجابياتها وسلبياتها.

نخلص إلى وجود اختلافات بين الحاجات وبين الفئات العمرية نحو مواد التربية الإعلامية وهي فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05، ودرجة الحرية 12 حيث أن χ^2 المحسوبة والمقدرة ب 98.31 جاءت أكبر من χ^2 الجدولية والمقدرة ب 21.03.

جاءت نتيجة تحليل البيانات على النحو التالي: لقد أظهرت النتائج أن هناك فروقاً ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية في الحاجات
للتربية الإعلامية

المجموع	الحاجات					المستوى التعليمي
	المعرفة بمضامين التربية الإعلامية	الترشيد على وسائل التربية الإعلامية	الوعي بالمضامين الإعلامية	التدريب على مهارات التربية الإعلامية	الاستفادة في مجال العمل أو الدراسة	
//	//	//	//	//	//	ابتدائي
39	10	17	8	3	1	متوسط
65	23	16	15	09	2	ثانوي
196	87	60	34	12	3	جامعي
300	120	93	57	24	6	المجموع

χ^2 المحسوبة	درجة الحرية	χ^2 الجدولية
11.31	8	15.51

المصدر: هذه الدراسة

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن المستوى التعليمي الابتدائي تتعدى فيه اهتمامات مستخدمي الصفحة نحو نوع المضامين المتعلقة بالتربية الإعلامية، ويمكن أن يفسر هذا بصغر سنهم الذي لا يخول لهم استخدام الفضاء الرقمي لخطورته من حيث المحتوى السلبي الذي يمكن أن يتعرضوا له جراء الاستخدام العشوائي ولقلة وعيهم من حيث توظيف الوسيلة أو فهم ما يتم نشره، كما أن هذا النوع من المحتوى يحتاج لمتابعتهم وتدريبهم على نحو مباشر في نادي أو قاعة بمدرسة لضمان وصول الفهم ومراعاة قدراتهم العقلية في الاستيعاب والمعاملة النفسية الأساسية التي تحتاج لعناية بغرض ترحيبهم بالتدريب على التربية الإعلامية وهو ما أكد عليه الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون من خلال إدراجها كحصة تدرس أسبوعياً ضمن البرنامج الدراسي.

نسجل أن المبحوثين ذوو المستوى التعليمي المتوسط حاجتهم من منشورات الصفحة متعلقة بالتدريب على وسائل التربية الإعلامية، وقد يرجع هذا لكون هته الفئة لها ميولات شخصية نحو اكتشاف وامتلاك وسائل تكنولوجيا متطورة لمجارات أقرانهم بها من خلال التمكن من استخدامها وفهم تطبيقاتها وكذا توظيفها بما يخدم تحسين معارفهم بالمدرسة فيما يتعلق بفهم المضامين الإعلامية.

ونلاحظ أن فئة المبحوثين لكل من المستوى التعليمي الثانوي وكذا الجامعي لهم حاجات من الصفحة المعنية بالدراسة تتمثل في المعرفة بمضامين التربية الإعلامية على غرار أساسيات الكتابة الصحفية ومصادر الخبر وقوابله وكذا أهداف الرسالة وسياسة المؤسسة الإعلامية، وقد يرجع هذا لمستواهم التعليمي الذي يخول لهم التعمق في الطرح والبحث في تفاصيل ومجريات الخبر والوقوف على سياقات الحدث لفهمه على نحو موضوعي بعيد عن التأثيرات المحيطة والقدرة على اتخاذ موقف بناء. وهي نقطة ايجابية في الوقت الذي توصلت عليه نتائج استبيان استمارة الخبراء التي تفيد أن الشباب غير قادر على اتخاذ موقف تجاه القضايا الرأي العام بالمجتمع والذي يرجع لقلة خبرتهم في التحليل الإعلامي والأكاديمي لتفاصيل المضامين الإعلامية.

يظهر أن هناك اختلافات بين الحاجات وبين المستوى التعليمي نحو مواد التربية الإعلامية وهي فروق ليست ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05، ودرجة الحرية 8 حيث أن χ^2 المحسوبة والمقدرة بـ 11.31 جاءت أصغر من χ^2 الجدولية والمقدرة بـ 15.51.

جاءت في 56: لم يتم علائق بين المصطلح الاصطلاحي المستخدم في اختبار لائحة في الجدول 15.51. مضمون الصفحة نظري وعروض ووسائل إعلامية
لائحة هذه "عائلي" زلحق

المجموع	نوع المضامين					السن
	نشاطات وطنية ودولية	عروض خاصة	نشاطات النادي	دروس تطبيقية	دروس نظرية	
185	5	1	142	31	6	من 10 إلى 25 سنة
41	2	2	26	9	2	من 26 إلى 35 سنة
15	1	3	6	4	1	من 36 إلى 45 سنة
59	5	1	33	16	4	46 سنة فما فوق
300	13	7	207	60	13	المجموع

كا ² المحسوبة	درجة الحرية	كا ² الجدولية
35.33	12	21.03

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال هذا الجدول أنَّ نوع المضامين التي تهتم بها الفئة العمرية من 10 إلى 25 سنة تتمثل في المنشورات المتعلقة بنشاطات النادي، قد يرجع هذا كونها تستهويهم وتلفت انتباههم الأشغال اليدوية وكذا رؤية المتدربين بالميدان يمارسون أنشطة متعلقة بالتربية الإعلامية ما يجعل الفكرة تتضح وترسخ في أذهانهم وهذا يساعدهم في استيعاب مجريات عملية الترشيد على التعامل مع المضامين الإعلامية، كما تعمل على خلق ثقة متبادلة بحكم سنهم في تمرير الرسالة بواقعية أثناء ممارسة عملية التدريب ما يخلق لديهم انطباع بالانتماء وبأنهم معنيون ويشاركون عبر الصفحة من خلال المتابعة والتفاعل لما يقوم به فريق النادي من نشاطات.

نجد المبحوثين أيضاً من مستخدمي الصفحة من الفئات العمرية من 26 إلى 35 سنة وكذا من 36 إلى 45 سنة بالإضافة إلى 46 سنة فما فوق يهتمون بنوع المضامين المرتبطة بنشاطات النادي، ما يشير إلى حاجتهم في فهم وإدراك مواد التربية الإعلامية بطريقة ملموسة مجسدة في الواقع وهذا ما يفسر نتائج استبيان المقابلة مع القائم بالاتصال الذي يظهر تركيز وأهمية النوادي في نشر التربية الإعلامية وهو أيضاً ما يؤكد عليه الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون من خلال استبيان الاستمارة الذي يظهر أهمية النوادي والجمعيات التربوية في تفعيل الوعي بالتربية الإعلامية وممارستها كونه لا يبقى على التربية الإعلامية كمادة نظرية جافة وإنما ينقلها للتجريب الذي يساعد على ممارسة حية كونها ذات العملية التي يقومون بها أثناء تعرضهم للمضامين والوسائل الإعلامية فباللتجريب يكتسبون خبرة ومهارة.

نخلص إلى وجود اختلافات بين الفئات العمرية وبين نوع المضامين المتعلقة بالتربية الإعلامية التي تدفع مستخدمي الصفحة لها وهي فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة الحرية 12 حيث أنَّ كا² المحسوبة والمقدرة بـ 35.33 جاءت أكبر من كا² الجدولية والمقدرة بـ 21.03.

المجموع	نوع المضامين					المستوى التعليمي
	نشاطات وطنية ودولية	عروض خاصة	نشاطات النادي	دروس تطبيقية	دروس نظرية	
//	//	//	//	//	//	ابتدائي
39	//	6	15	7	11	متوسط
65	//	//	19	22	24	ثانوي
196	6	18	23	64	85	جامعي
300	6	24	57	93	120	المجموع

كا ² المحسوبة	درجة الحرية	كا ² الجدولية
32.66	8	15.51

يشير الجدول أعلاه أن المبحوثين من مستخدمي الصفحة المعنية بالدراسة مستواهم يفوق المستوى التعليمي الابتدائي وهو ما يفسر انعدام التكرارات به، ويشير إلى أن المنضوون بالصفحة لهم مستويات تعليمية يمكن أن تساعد على فهم واكتساب معارف من خلال ما يتم نشره من مضامين متنوعة حول مواد التربية الإعلامية بالمتابعة لها.

نجد أن مستخدمي الصفحة ممن لهم مستوى تعليمي ثانوي وكذا جامعي يهتمون بنوع من المضامين المنشورة والذي يدفعهم لاستخدام الصفحة وهو الدروس النظرية، وقد يرجع هذا لميولاتهم نحو القراءة والبحث في مصادر المعلومات كونهم طلبة يدفعهم شغفهم وحُبهم للعلم ومعرفة الجديد حول مواد

ما يشير إلى وجود اختلافات بين المستوى التعليمي وبين نوع مضامين التربية الإعلامية التي تدفع المستخدمين نحو الصفحة المعنية بالدراسة وهي فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05، ودرجة الحرية 8 حيث أنّ χ^2 المحسوبة والمقدرة بـ 32.66 جاءت أكبر من χ^2 الجدولية والمقدرة بـ 15.51.

على وسائل الاعلام بتستور عبر الفيسبوك:

جيك نفى 58: يبي م لىخ وو لقي بي لىخ لايظ عو معشرو هلم مشى ع طاية نفى يو لأ علا بي بيك فى خ ليه عو فح ب "مشى طاية نفى ب عو هزو لىخ لأ علا للة ز تهذ" وه تعلم بك ن عا نطقى ز لىق

النسبة	التكرار	الإطلاع على نشاطات النادي
82.6%	248	نعم
17.4%	52	لا
100 %	300	المجموع

يشير الجدول أعلاه إلى أنّ صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك تتيح إمكانية الإطلاع على النشاطات التي يقوم بها ناديها مع المتدربين والمشرف حول التربية الإعلامية الذي في نفس الوقت مسير الصفحة عبر الفيسبوك بغرض تفعيل التربية الإعلامية بنسبة 82.6% حسب إجابات أفراد عينة الدراسة من المنضوون بالصفحة، في حين منهم من يرى أن الصفحة لا توفر إمكانية الإطلاع على نشاطات النادي وهذا بنسبة 17.4%.

531

تفعيل التربية الإعلامية، بالإضافة إلى أنها بمشاركة ما تقوم به بالنادي على الصفحة يضيف مصداقية ويزيح الغموض بشأن المفهوم وما يجب القيام به للتمكن من فهمه وتبسيطه حتى يصبح متداول وممارس بالمجتمع سواء داخل الأسرة وبين الأصدقاء أو ضمن النوادي أو بالمؤسسات التربوية، باعتبار نشاطات النادي تجربة محفزة تشجع المؤسسات المجتمعية الأخرى لإنشاء مثل هكذا نوادي وجمعيات توعي بأهمية نشر التربية الإعلامية وتقديم لها تصور وخلفية نحو ممارستها وهو ما تطمح له الدراسة الحالية بفتح المجال للنوادي وكذا الجمعيات وحتى المؤسسات التربوية بالجزائر للعمل على التربية الإعلامية وتعزيز نشرها بين أوساط المجتمع للتوعية بإيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام ولفت الأطراف الفاعلة بالمجتمع خاصة الأسرة والمسؤولين على القطاع لأهمية ممارسة مثل هكذا نشاطات تربوية إعلامية تساعد النشء والشباب في إدراك مضامين وسائل الإعلام والتمكن منها.

هذا ونسجل نسبة 17.4% من المستخدمين الذين يرون بأن الصفحة لا تتيح إمكانية الإطلاع على نشاطات النادي وقد يفسر بأنهم قد يكونون من المنضوين الذين نادرا ما يتصفحون الصفحة، حسب النتائج التي جاءت في الجدول رقم 35 أو لخلل تقني كسوء تدفق الأنترنت فتحجب عنهم منشورات الصفحة، بالإضافة إلى أنها قد تكون تمثل فئة يصعب إرضاؤها فتري بأن النشاطات التي يقوم بها النادي لا تلبي حاجاتهم فيرونها نشاطات تطبيقية ينقصها التجهيز والإعداد في مضمونها.

جنتك نقي 59: ييلي مظهر تلك لصديقي مظهر نقي بولاعلامي به لثي مضم عي زمتي مظهر نقي به عو هز نقي لأعلام هومسني عو فحة زمتي مظهر نقي به عو هز نقي لأعلام لة زمتي مظهر نقي به عو هز نقي لأعلام

النسبة	التكرار	تطابق مضامين التربية الإعلامية
95.7%	287	نعم
4.3%	13	لا
100 %	300	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

إنّ تطابق مضامين التربية الإعلامية وما ينشط عليه نادي "التربية على وسائل الإعلام" وينشره على صفحته "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك هو بنسبة 95.7%، ما يشير إلى أنّ القائمين على الصفحة يتحرون المصداقية والجدية في المعلومات المقدمة للمنضويين في مقابل 4.3% ممن يرون عكس ذلك. باعتبار النادي يسعى لنشر والتعريف بالتربية الإعلامية كذلك لكونه من بين الأندية القليلة التي تنشط على التربية الإعلامية. فما يقدمه يعتبر مرآة عاكسة للجهود المبذولة في التأكيد على أهمية التربية الإعلامية للنشء والشباب، هذا ما نلاحظه من خلال توظيف أداة الملاحظة

بالمشاركة وربطها أيضاً بشق الدراسة التحليلية على المنشورات المقدمة بصفحة النادي نجد أنه لا يكاد يخلو منشور من مضامين التربية الإعلامية دون أن يكون مدعم بصور أو فيديوهات لنشاطات النادي مع الحرص على الآنية في النشر تأكيداً على تطابق النشاط بما ينشر على الصفحة وكذا ما تهدف إليه التربية الإعلامية حسب ما جاء في نتائج الجدول السابق رقم 59، إذ تقدم مضامين التربية الإعلامية معلومات عن كيفية كتابة الخبر كذلك تصميم وإعداد مجلة حائطية بالإضافة إلى كيفية التحضير للمعرض وأهمية العمل التشاركي الجماعي الذي يعزز من شخصية الطلبة، بالإضافة إلى التدريب على إجراء مقابلات صحفية وصياغة الأسئلة وإجراءات الترتيب للمقابلة، كذلك الخرجات المتنوعة والتي كان البارز فيها حرص النادي على أهمية العمل الصحفي الميداني والتصوير الفوتوغرافي والتدريب على النشاط الإذاعي والاقتراب من تقنيات البث وكيفية التقديم والتشيط، حسب ما جاء على لسان مسؤولة النادي والأستاذة بمعهد الصحافة والإعلام بمدينة تستور بدولة تونس "وهيبة الغالي" من خلال الفيديوهات والصور المنشورة على الصفحة والمتزامنة وتاريخ القيام بها كنشاط داعم لمضامين التربية الإعلامية، بالمنشور رقم 6 يوم 18 جويلية 2019 المدعم بنص و 34 صورة عن مضمون زيارة النادي للإذاعة لنفس يوم التطبيق¹، كذلك التدعيم بمنشور رقم 9 يوم 19 جويلية 2019 المتضمن الزيارة للإذاعة واب تستور المدعم بنص و 26 صورة لنفس يوم التطبيق، بالإضافة إلى المنشور رقم 4 يوم 6 جويلية 2019 المتضمن المكونات الأساسية للخبر بالتدريب على عينة من الصحف الإخبارية المدعم بنص و 25 صورة لنفس يوم التطبيق، والمنشور رقم 19 يوم 06 أوت 2019 المتعلق بقواعد الخبر الصحفي ومعايير ترتيب الأخبار المدعم بنص و 19 صورة لنفس يوم التطبيق. كذلك المنشور رقم 16 يوم 23 جويلية 2019 الذي يتعلق بمعالجة الصورة الصحفية بين التحسين والتشويه والمدعمة بنص توضيحي و 11 صورة لنفس يوم التطبيق، كذلك المنشورين رقم 17 و 18 يومي 30 و 31 جويلية 2019 اللذان يتعلقان بحدود معالجة الصورة عامة والصورة الصحفية ومكوناتها وعلاقة الصورة بالحدث وتاريخها والتطرق كذلك لأخلاقيات المصور الصحفي وخصائص الفوتوشوب وتدعيمها بنماذج من استخدام الفوتوشوب في الإعلام لنفس يوم التطبيق.

بعدها التعمق في التدريب على مهارات التربية الإعلامية وكيفية التعامل مع المضامين الإعلامية ومنها في المنشور رقم 20 يوم 19 أوت 2019 المتضمن التعريف والتدريب على مهارة القراءة

¹ صفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور، الرابط:

<https://www.facebook.com/%D9%86%D8%A7%D8%AF%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A8%D8%AA%D8%B3%D8%AA%D9%88%D8%B1-851374775228472/>

والتفكير الناقد المعزز بنص ورابط فيديو على اليوتيوب لنفس يوم التطبيق، أيضاً منشور رقم 21 يوم 20 أوت 2019 الذي يعالج تحليل وتقييم المضامين الإعلامية والوقوف على التجاوزات من خلال بعض المضامين الإعلامية والمفسر بنص و11 صورة لنفس يوم التطبيق، بالإضافة إلى المنشور رقم 23 يوم 05 سبتمبر 2019 الذي يعالج أنواع الأخطاء في المضامين الإعلامية وكيفية نقد الإعلام والفائدة من نقد الإعلام والعلاقة بين نقد الإعلام والأخلاقيات الصحفية الموضح بنص وصورة لنفس يوم التطبيق. لتليها كآخر مرحلة التدريب على إنتاج مضامين إعلامية في المنشور رقم 25 يوم 11 سبتمبر 2019 الذي يشير إلى الانطلاق في مرحلة إنتاج مضامين إعلامية متنوعة للتدريب على العمل الصحفي من خلال مواضيع اقترحها أعضاء النادي وقام بتوزيع الأدوار والاتفاق على خطوات المعزز بنص و16 صورة لنفس يوم التطبيق.

ثم الانتقال إلى التدريب على مضامين المجلة الحائطية والبرنامج الإذاعي في المنشور رقم 26 يوم 22 سبتمبر 2019 الذي يوضح الترتيبات الأولى والمدعم بنص و12 صورة لنفس يوم التطبيق، أيضاً نفس المحتوى في المنشور رقم 27_28_29_30_31 و32 الأيام على التوالي 30 سبتمبر و04_12_30 أكتوبر و11_15 نوفمبر 2019 والمدعم بنص وكذا صور متعلقة بالمحتوى لنفس يوم التطبيق على الترتيب.

جملة ما نستنتجه من هذه المعطيات أن سعي نادي _التربية على وسائل الإعلام- لتكريس التوعية بمضامين التربية الإعلامية على الصفحة بالفيسبوك من خلال التطابق بين جل ما تقوم عليه التربية الإعلامية وما ينشر على الصفحة والمطبق في النادي قائم على مبادئ يهدف من خلالها لتمرير رسالة للمستخدمين، نستنتجها كالتالي هي:

- الثبات والاستمرارية على العمل والصبر على المتدربين لتطوير معارفهم.
- التقيد ببرنامج وخطة عمل واضحة ومتسلسلة انطلاقاً من المضامين ثم المهارات والمزاوجة في التعريف واستخدام الوسائل.
- المتابعة المستمرة لنشاط النادي وكذا النشر على الصفحة.
- تحمل المسؤولية ووجود روح الفريق والتشجيع على العمل الجماعي.
- الواقعية في الطرح وتناول مضامين التربية الإعلامية والتعمق فيها.
- الوجود من خلال الحضور والمشاركة في النشاطات في النادي وكذا على الصفحة من خلال تواتر معدل النشر.
- التحلي بالمصداقية والأخلاق عند القيام بالتدريب على التربية الإعلامية.

ويمكن تفسير رأي أفراد العينة بعدم التطابق إلى كونهم يرون في الصفحة مضامين مغايرة عن تلك التي يقوم بها النادي أثناء التطبيق بسبب طبيعة الموضوع التي تحتاج للممارسة المتابعة والعمل القائم على أسس التربية الإعلامية التي تتضمن الكثير من التفاصيل وربما لا يكفي ما تنشره الصفحة ليعطي عن نشاطات النادي من حوارات وأعمال.

النسبة	التكرار	تقديم معلومات جديدة
91.3%	274	نعم
8.7%	26	لا
100 %	300	المجموع

كما نسجل نسبة 8.7% من المبحوثين ترى أنّ الصفحة لا تقدم معلومات جديدة وآنية وربما يرجع ذلك إلى عدم تواصلهم المستمر مع الصفحة واهتمامهم بصفحات أخرى لعدم وجود ما يرغبون به وما يبحثون عنه من أخبار ومعلومات جديدة عليها وأنّ ما تقدمه الصفحة غير مهم ولا يبالون بما تنشره، كذلك إعطاؤهم الأولوية لمواقع أخرى قد يلتصقون فيها بالآنية لكونها تتماشى ومستوياتهم المعرفية وطبيعة المضامين الإعلامية والوسائط الرقمية التي يستخدمونها.

جاءت في 61: يلمح لردحي فحجـب "مخـطـطة نظـريـة عـوـمـلـة لـلـعـلـل لـتـمـهـذ" عـانـظـهـي زـلـهـق غـي طـمـعـي .
! اصـطـلي طـمـعـي بـلـا عـلـمـي

التعريف بمضامين التربية الإعلامية	التكرار	النسبة
نعم	196	65.2%
لا	104	34.8%
المجموع	300	100 %

المصدر: هذه الدراسة

يوضح الجدول الخاص بمساعدة صفحة النادي في التعريف بالتربية الإعلامية، أنّ أفراد العينة أكدوا بـ"نعم" بنسبة 65.2% في مقابل الذين نفوا بـ "لا" لمساهمة الصفحة في ذلك بنسبة 34.8%، ما يعكس أنّ أفراد العينة أصبحوا على معرفة بوجود التربية الإعلامية من حيث كونها مفهوم قائم على عملية تكاملية بين المستخدم وكيفية تعامله مع النصوص الإعلامية والوسائل التي يتفاعل عبرها وبالدور الذي تسعى الصفحة في القيام به لمحاولة التعريف بأبجديات التربية الإعلامية، ما يعكس أنّ للشبكات الاجتماعية ومنها الفيسبوك دور داعم في انتشار المفهوم في انتظار تضمينه بالمناهج التربوية. كذلك يعتبر تأكيد المبحوثين بأن الصفحة تساعد في عملية التعريف بالتربية الإعلامية فإنّ هذا يساعد في انتشارها ويشجع على مبادرة مماثلة لإنشاء صفحات مماثلة بالمجتمع الجزائري وعبر الفضاء الرقمي. بالإضافة إلى أنّ التعريف بالتربية الإعلامية يلعب دور في ربط الأسر والمسؤولين بما يجري من مستجدات في الجانب التربوي والإعلامي والتدريب على طرق تساعد في مرافقة أبنائهم من خلال الإطلاع والمتابعة وهي نتيجة ايجابية إذا ما تم ربطها بمتغيرات الدراسة التي تولي اهتمام بمتابعة المنشورات لفئتين الكبار في السن فوق 45 سنة والشباب، التي تفسر على أنّ النادي عبر الصفحة في تطبيقاته ونشاطاته يتحرى المصداقية والممارسة الفعلية. كما أنّ المستخدمين بإقرارهم بأن الصفحة تلعب دور في التعريف بالتربية الإعلامية يعني أنّ المنشورات كانت متنوعة وحاولت أن تثير نقاط مهمة متعلقة بمضامين ومهارات التربية الإعلامية ما ينعكس مستقبلا في خدمة النشء والشباب وتخلق فيهم حس المسؤولية والتركيز على ما يتعرضون له منذ صغرهم فهكذا صفحات تساعد في تطوير مواهبهم وتوجيهها نحو المسار الصحيح سواء أصبحوا إعلاميين ولهم ميولات في هذا الاتجاه أو مستخدمون عاديون يوظفون ما تعرفوا عليه من خلال الصفحة في مختلف المواقف التي يتعرضون لها في عملية تواصلهم مع الآخرين، فيسهل لهم حماية أنفسهم عن بياناتهم الشخصية وكيفية التعبير عن أفكارهم ومشاركتهم مع الآخرين للمواد التي ينتجونها. كذلك تثير هذه الصفحات نقطة مهمة وهي التقليل من سلطة المؤسسات الإعلامية فتنبه بأنها لا تقول كل الحقيقة وهي تنقل الواقع وفقا لمصالحها وسياسة المؤسسات الإعلامية ومنها الربحية أيضا.

وفيما يتعلق بنسبة 34.8% من المستخدمين الذين يرون بأن الصفحة لم تعرف بالتربية الإعلامية، فيمكن رده إلى المبحوثين الذين نادرا ما يتابعون منشورات الصفحة بحكم التزاماتهم وضيق الوقت لتصفح كل المنشورات وقد يرجع ربما إلى كون هؤلاء وجدوا في مواقع ومنصات أخرى مستوى تعريفى يفوق مستوى الطرح الذي تقدمه الصفحة عن التربية الإعلامية كنقص الخبراء والمختصين في مجالي الإعلام والتربية الذين هم على معرفة أكثر بكيفية تبسيط التعريف بالتربية الإعلامية وتقديم مضامين توسع الأفق لاستيعاب وإدراك عملية التربية الإعلامية وأهدافها من خلال الصفحة المعنية بالدراسة، فمهمة التعريف بالتربية الإعلامية تحتاج لخبرة أخصائيين ومواد قد تتجاوز إمكانيات مدير الصفحة في توفيرها وتجسيدها كمنشورات تسعى للتعريف بالتربية الإعلامية لدى المستخدمين أو قلة الإمكانيات المادية والبشرية فينعكس على مستوى الطرح بالصفحة.

جيهك نفي 62: بين مساهمة صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في الإرشاد نحو

مصادر المضامين الإعلامية

النسبة	التكرار	مصادر المضامين الإعلامية
67%	201	نعم
33%	99	لا
100 %	300	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 67% من المبحوثين يرون أن هناك إشباعا محققا فيما يتعلق بمساهمة صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في الإرشاد بمصادر المضامين الإعلامية في مقابل من ينفون ذلك بنسبة 33%، وقد يرجع هذا إلى اهتمام مدير الصفحة بنشر معلومات عن أنواع المصادر الإعلامية والتي تتمثل في حصول الصحفي على الخبر من مصدر رسمي موثوق كوكالات الأنباء وكذا المسؤولين والمديرين و المراسلين الصحفيين أو المراسيم والمواثيق والقوانين بالجريدة الرسمية أو شهود عيان وغيرهم. فمن خلال توجيه المستخدمين لهم يصبحون على دراية بالأخبار التي تتمتع بالمصداقية من تلك المزيفة التي لا يعتد بمحتواها، فمن خلال هذه المصادر يصبح للمرسل أو المؤسسة الإعلامية سمعة وصورة حسنة وكثافة متابعة ومشاهدة لما تقدمه وهذا يساعد خاصة المبحوثين الذين لديهم وقت فراغ أو حتى النشء والشباب في التركيز والتميز أثناء التعرض لكل ما ذكر فيصبح تعاملهم مع الوسائل الإعلامية مبني على مدى مصداقيتها أكثر من السبق الذي تحدثه. وبخاصة مع ظهور صحافة المواطن التي تهدف الجذب ولإثارة الانتباه لتحصيل متابعين كثر أكثر من التركيز على مصدر الخبر ومصداقيته.

في الجهة المقابلة نجد أن بنسبة 33% من المستخدمين للصفحة عينة الدراسة الذين لا تسهل لهم الصفحة فهم مصادر المضامين الإعلامية ويمكن أن يفسر هذا بكونهم يتلقون معلومات أكثر تفصيلاً وشمولية من تلك التي ترشد عليها الصفحة من خلال نشاطات تقوم بها بالنادي، فيستغنون عنها بمواقع متخصصة في ذلك، كما يمكن أن يكون للمعلومات التي يحصلون عنها على الصفحة تتسم بالسطحية وقلة المواد النظرية للمختصين بالمجال فيؤثر هذا على إدراكهم للمصادر وأنواعها على اعتبار أن أغلبية الباحثين خريجي جامعات يرون في هكذا أساليب إشباعاً مدعماً لتلبية حاجتهم. ما يشير إلى أن مدير الصفحة أن يعتمد هكذا مصادر لنشر معلومات عن التربية الإعلامية.

جيهك نفي 63: يبين مساهمة صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في التوعية بسياقات المضامين الإعلامية

النسبة	التكرار	سياقات المضامين الإعلامية
79%	237	نعم
21%	63	لا
100 %	300	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يشير الجدول أعلاه إلى أنه من بين مضامين التربية الإعلامية التي ترشد الصفحة المستخدمين بها نجد سياقات المضامين الإعلامية بنسبة 79% في حين نجد نسبة 21% لعكس ذلك بحسب ما يراه الباحثين. وقد يرجع هذا لكون المنشورات التي يتصفحونها عبرها خاصة منها ما جاء بالفيديوهات والصور تنطرق إلى كيفية التعامل مع الرسالة وربطها بالسياقات الاجتماعية كمواضيع الأسرة والتربية والقيم والعادات أو الثقافية كالتوعية بالفنون والموروث الشعبي وأهميته في تشكيل الهوية الثقافية أو السياق الاقتصادي من خلال أهمية المعرفة والوعي بالوضع المالي والقدرة الشرائية وإمكانيات الدولة في الواردات والصادرات والوقوف على المناصب المالية ومدى تحقيق الإكتفاء الذاتي وربطها بالصعيد الدولي وكذا السياق السياسي الذي غالبا ما يأخذ الأولوية في تداول الأخبار لحساسية طبيعته جراء القرارات التي يتخذها ما يستدعي المعرفة بحيثياته وكيفية معالجة وسائل الإعلام للحدث وزاوية التناول فالمؤسسة الإعلامية وكذا أهداف القائم بالاتصال كلها تلعب دور في تشكيل الرسالة التي تصل للمتلقي، وهو ما يشير إليه "لورنس وينر" « Wenner.L.A 1985 »¹ بإشباع المحتوى وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام و تنقسم إلى نوعين، النوع الأول: إشباع توجيهية: تتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات والنوع الثاني: إشباع اجتماعية ويقصد بها ربط المعلومات التي

¹ حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 239.

يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الإجتماعية. وهذا ما يجعل مسير الصفحة يدعم جانب التوعية بها لدى المستخدمين لها. كما أن أفراد هذا الجمهور المتلقي للرسائل الإعلامية نشط وأن استخدامه لوسائل الإعلام يتم بغرض تحقيق أهداف معينة وأن أفراد الجمهور لهم المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع حاجاته واختيار وسائل إعلامية ومحتويات معينة، يرى أنها تحقق هذه الغاية، كما أن المواقف الاجتماعية التي يجد هؤلاء الأفراد أنفسهم فيما لها دور أساسي في إقامة العلاقة بين الوسائل الإعلامية وإشباع حاجاتهم.¹

في حين نجد نسبة 21% من المبحوثين الذين لا تقدم لهم الصفحة حاجتهم عن سياقات المضامين الإعلامية وقد يفسر هذا بكون هؤلاء ليس لهم وقت كافٍ للإلمام بالسياقات التي توعي بها الصفحة أو ربما راجع لقلة خبرتهم ومستواهم المحدود لفهم المقصود منها بسبب بما قلة المنشورات عنها .

**جاءك نل 64: عليم ليح و لزده لب فبح " مشخطة نظريه عو هز و لكو لأعلال لة ز تهذ " عانطه ي ز لهق غي على
توهية ةو عو عو عو اصلي حو لأعلال ي**

تقنيات إعداد المضامين الإعلامية	التكرار	النسبة
نعم	204	68%
لا	96	32%
المجموع	300	100 %

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 68% من المبحوثين يرون أن صفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " تدعم ترشيدهم لأساسيات الصحافة وتقنيات إعداد المضامين الإعلامية في حين نجد نسبة 32% لمن يرون عكس ذلك من المبحوثين، وقد يرجع لكون هؤلاء المبحوثين يمثلون فئة النشء والشباب الذي يرغب ويرحب بمعرفة كل ما هو جديد بالنسبة له والتي تتمثل في مكونات وقوالب الخبر، كتابة المقال، القصة، إجراء المقابلة الصحفية، التصوير الفوتوغرافي، تصميم المجلة الحائطية، إعداد برنامج إذاعي أو تلفزيوني وإقامة المعارض وغيرها من التقنيات التي تساعد على إيجاد الخطى الأولى والسليمة نحو فهم المضمون الإعلامي والشكل الذي يبرز به عبر وسائل الإعلام التقليدية أو الرقمية الحديثة.

كما نسجل نسبة 32% من المستخدمين محل الدراسة ينفون تقديم الصفحة معلومات عن تقنيات إعداد المضامين الإعلامية، وقد يرجع لكون هؤلاء المبحوثين يمثلون الذين يرون في تقنيات المضامين

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 221.

جڙهڪ نفى 65: ٻي لم ليخ و نه سنج فبح يلمنح "منح طية نلي به عو هزوكى لأ على لفرتمذ" عائطيه زامق اللمنح

لك اصطنى مى لأ علا نلى به

أبعاد المضامين الإعلامية	التكرار	النسبة
نعم	165	55%
لا	135	45%
المجموع	300	100 %

نلاحظ من خلال الجدول أنّ نسبة 55% من المبحوثين يرون بأن الصفحة المعنية بالدراسة استطاعت أن تعزز لديهم المعرفة بأبعاد المضامين الإعلامية كما يتبين نسبة 45% لمن يرون غير ذلك، ويمكن أن يفسر هذا بكونهم من المهتمين باستمرار بما ينشر على الصفحة وتمكنوا من استنباط ما تسعى الصفحة من خلال منشوراتها تدريبهم عليه سواء بشكل صريح أو ضمني والذي يتمثل في البعد المعرفي من خلال التعريف بأساسيات التربية الإعلامية كمصادر الخبر ومكوناته والتمييز بين المضامين الإيجابية والسلبية وكيفية الوقاية من آثارها وأهداف المؤسسة الإعلامية في ذلك وغيره، كذلك البعد الفني والذي يتمثل في الأشكال والقوالب الصحفية كالهرم القلوب والمعتدل وكيفية كتابة العناوين وتحرير المقال والحديث الصحفي وإجراء المقابلة الصحفية وأسلوب الكتابة وأهمية تضمين الاقتباسات والشواهد ودورها كذلك البعد الجمالي ويتمثل في الأشكال والألوان والمواضع وترتيب العناصر والتنسيق بينها لتزيد في جذب الانتباه من صور وفيديوهات وغيره بالإضافة للبعد السلوكي وهو غاية المستخدمين من الصفحة بحيث يدركون كيفية التعامل مع المضامين الإعلامية ويتجاوزون بإيجابية حولها من خلال التواصل والتفاعل البناء من خلال توظيف مختلف مهارات التربية الإعلامية. حتى تساهم في كل من الإشباعات المعرفية والمهنية وكذا تعزيز الثقة والمصادقية لدى المستخدمين. وهذه الأبعاد مكملة للنوع الثاني من الإشباعات الذي أشار إليه "لورنس وينر"¹ وهو إشباعات العملية: وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص

¹ حسن عماد مكاوي، لبلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص 239.

الرسائل، تنقسم بدورها إلى نوعين إشباعات شبه توجيهية: وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات وتنعكس في برامج التسلية والترفيه والإثارة، أما النوع الثاني: إشباعات شبه اجتماعية: تتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة. فالتكامل بين الإشباعات الأولى والثانية يخلق نوع من التوازن في التعامل لدى المستخدم نحو مضامين وسائل الإعلام على اعتبار أنّ الإشباعات الأولى متعلقة بالرسالة والثانية بالوسيلة والمستخدم وهو ما يسعى إليه القائم بالاتصال إلى تحقيقه من خلال المقابلة الالكترونية التي عبر فيها عن أسس النشر على الصفحة وأهدافها.

نجد في المقابل نسبة 45% من المبحوثين الذين لا تدعمهم الصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيديو في الترشيد على أبعاد التربية الإعلامية، وهذا راجع ربما لقلة خبرتهم في مجال الإعلام والاتصال فلم يتمكنوا من الإلمام بها على اعتبار أنّهم يمثلون فئة النشء الذي في طور التكوين وليسوا مختصين أو خبراء لاستنباط الأبعاد على الرغم ربما من ضمنتها على الصفحة بحسب الملاحظة بالمشاركة وكذا ما صرح به مدير الصفحة أن المستخدمين يبذلون جهد للتكيف والأخذ بأهداف وممارسات التربية الإعلامية، كذلك إلى اهتمام الصفحة بالمنشورات وتقديم فحواها دون التطرق للهدف من هذا المنشور أو أبعاده كأن تقدم البعد المعرفي دون الإشارة للبعد الفني أو الجمالي ما يجعل الصورة غير مكتملة لدى المستخدم وبالتالي يشعر بأنّ إشباعه لم يلبي في هذا الجانب.

جزيهك نقي 66: يطيروم لفتي بة نول فاج د "مئتي طية نلي د عو هز وكي لأعلال لة زة هذ" ليك هذ لك قبي بطرطيف
لصلي طية نلي د لأعلال د عا نطلي زلق

النسبة	التكرار	تطبيق مضامين التربية الإعلامية
73.9%	222	نعم
26.1%	78	لا
100 %	300	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يوضح الجدول أعلاه أنّ غالبية أفراد العينة يرون أن صفحة النادي تنشر عروض ميدانية لكيفية تطبيق مضامين التربية الإعلامية عبر الفيديو بنسبة 73.9% في مقابل 26.1% للذين يرون العكس. فتسجيل نسبة 73.9% من المبحوثين الذين يؤكدون مساعدة الصفحة من حيث شرح طرق تطبيق مضامين التربية الإعلامية يرجع ربما وبحسب نتائج الدراسة التحليلية أن الصفحة تعمل على نشر الصور والفيديوهات المتضمنة لكيفية تطبيق نشاطات إعلامية تدرب على التعاطي السليم مع

المضامين الإعلامية بالجدول رقم 19 والتي تتضمن كيفية كتابة الخبر وقوابله الصحفية كذلك تقديم معلومات عن الصورة الصحفية ودورها، بالإضافة إلى كيفية إقامة معرض وتصميم مجلة حائطية والتدريب على إجراء مقابلات صحفية ومنها أيضا الزيارات لراديو واب تستور لأخذ فكرة عن النشاط الإذاعي. هذا ويعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، وتتحكم في ذلك عوامل الفردية والتفاعل الاجتماعي وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.¹ وبالإضافة إلى ما سبق ومن خلال الملاحظة بالمشاركة نجد أنّ الصفحة تتضمن منشورات داعمة لكيفية تطبيق التربية الإعلامية كالخرجات التي يتم فيها التصوير الفوتوغرافي المحترف و منشورات لحضور عروض بالمرح كذلك المشاركة الفاعلة في اليوم الذي نظمته ودعت فيه إعلاميين وناشطين من منظمة اليونسكو عن التربية الإعلامية ومسؤولين على قطاع التربية لهم علاقة واهتمام بالتربية الإعلامية بالإضافة إلى استضافة أولياء الأمور للتوعية، الذي سطرت فيه مسؤولية النادي مع أعضاءه برنامج يحتوي العديد من الأنشطة والعروض المتعلقة بالتربية الإعلامية وتم نشرها على شكل صور وفيديوهات تم التفاعل معها من خلال التقنيات المتوفرة كالإعجاب والتعليق وإعادة النشر.

وفيما يتعلق بنسبة 26.1% لنفي المبحوثين لتقديم الصفحة معلومات توضح كيفية تطبيق مضامين التربية الإعلامية فيمكن رده لعدم التمكن من تصفح المنشورات ذات العلاقة أو الجهل بها على أساس أنها تشير إلى مضامين متعلقة بالتربية الإعلامية أو بحث هؤلاء عن منشورات تحتوي على نشاطات تطبيقية بمستوى أكاديمي محترف بتكنولوجيات ووسائل متنوعة تساعد على الفهم والاستيعاب إذا ما ربطناها بأن التربية الإعلامية هي مهارات تحتاج للتدريب والممارسة الفعلية وفق دليل عمل واضح بوسائل وتجهيزات وكذا إنشاء إذاعة ونشرات وتصميم مجلات وكتيبات وملصقات بجودة تجذب وتساعد على الفهم والاستيعاب والتدريب في مجموعات.

¹ نضال فلاح الضلاعين، مصطفى يوسف كافي وآخرون، مرجع سابق، ص 245.

جاءت في 67: يلمح خطة نظرية إعلامية في زنتش لمدتها في المنهجية في ك لظن أصلي هو إعلامي في
لكل زنتش في ك ف ح د "منهجية نظرية في ك د ه ز ف ك ل إعلام لة زنتش" عانطي ز ل ه ق

النسبة	التكرار	مهارات التربية الإعلامية المستفاد منها
10%	15	مهارة القراءة
4%	9	مهارة الإصغاء
26%	78	مهارة التحليل
26%	78	مهارة النقد والتقييم
31%	108	مهارة المشاركة
3%	12	مهارة الإبداع والإنتاج
100 %	300	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يشير الجدول أعلاه أنّ المستخدمين للصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك يرون مهارات التربية الإعلامية التي استفادوا منها وتغير بها تعاملهم مع المضامين الإعلامية تتمثل في مهارة المشاركة بأعلى نسبة 31%. تليها بنفس النسبة لكل من مهارة التحليل وكذا النقد والتقييم بنسبة 26%، بعدها مهارة القراءة بنسبة 10%، كذلك نسجل نسبة 4% لمهارة الإصغاء وفيما يتعلق بمهارة الإبداع والإنتاج فبنسبة 3%.

فلاحظ نسبة 31% من المبحوثين تدعم صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك مهارة المشاركة لديهم وقد يرجع من جهة لاهتمام مسير الصفحة بالترشيد عليها وللتقنيات المسهلة للمشاركة التي يتيحها الفيسبوك أو غيره من منصات الشبكات الاجتماعية وطبيعة موضوع التربية الإعلامية القائم على التعامل مع المضامين الإعلامية وكذا اهتمام المستخدمين بإيجاد سبل فعالة وصحيحة ليكونوا نشطاء فاعلين بالفضاء الرقمي من خلال التواصل والتفاعل مع الآخرين بصدد تكوين علاقات مهنية واجتماعية أو التعليق على مواضيع تحاكي وتسعى لمعالجة الواقع تطرح للنقاش على وسائل الإعلام التقليدية أو الرقمية خاصة شبكات التواصل الاجتماعي أو عبر منصات الحوار الإلكترونية بالإنترنت أو من خلال إعادة نشر مضامين علمية أو ثقافية عامة عن طريق الانضمام ضمن مجموعات وصفحات على الفضاء الرقمي.

ونجد نسبة 26% من المستخدمين ترشدهم الصفحة نحو مهارة التفكير الناقد كونها تسمح للفرد أن يعلق ويعقب برأيه الشخصي على المضامين الإعلامية وهي مهارة تتأتى بناءً على مهارتي القراءة أو

الإصغاء والتحليل أي بعد التعرض للمضمون وتحليله والتفكير بشأنه وبحسب "باير" Beyer¹ فمهارة التفكير الناقد تتطلب التمييز بين الحقائق التي يمكن إثباتها أو التحقق من صحتها وبين الإدعاءات أو الأهواء الشخصية، كذلك التمييز بين المعلومات والأسباب ذات العلاقة بالموضوع وبين الإدعاءات غير المرتبطة به. بالإضافة إلى تحديد مدى مصداقية مصدر المعلومات وتحديد الدقة الحقيقية للخبر كذلك التعرف على البراهين أو الحجج الغامضة أو المزاعم والمغالطات والأكاذيب في المضامين الإعلامية. وقد أضاف William Christ بأن مهارة التقويم لا تكون عملية تعليمية بيروقراطية منحصرة في أعمال وتدريبات وخبرات بعيدة عن حياة الأفراد ومجتمعهم واهتماماتهم ومشاعرهم، بل لابد أن تتسم هذه المهارة بالمرونة والتكامل مع مختلف خبرات الفرد وأن ترتبط بحياته وواقعه.² ما يشير إلى أنه لتمكن المستخدمين من التعامل مع المضامين الإعلامية في مستويات تفكير عليا كمهارة التفكير الناقد ينبغي التدريب على استحضار عوامل عدة منها سياقات المضمون والواقع الذي ترتبط به وكذا خصائص ومكونات الرسالة وخلفياتها الظاهرة والخفية وربطها بالمؤسسات الإعلامية وكذا مصادرها وتجنب الذاتية في إصدار آراء بشأنها وهذا يتأتى بالتدريب والتوجيه والمتابعة والاستفسار عند تداول المفاهيم أو تجاوز القدرة على تحليلها ولهذا يرى مستخدمو الصفحة أن حاجتهم بها لها داعي وهو إشباع هذه المهارة بشكل أساسي وهذا ما يفسر تسجيلها المرتبة الثانية من الإشباع التي يعمل مسير الصفحة على يواصل النشر حولها والإلمام بهذه المهارة لدى المستخدمين على الصفحة وغيرهم.

ونسجل نسبة 26% من المبحوثين تعزز الصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام" بالفيديو مهارة تحليل الرسائل الإعلامية ليتمكن المستخدم من أن يقف على المعنى الظاهر المعلن ويستنتج الجانب الخفي ما بين السطور والذي لا يدركه العامة من المستخدمين إلا بالتمعن في الرسالة من خلال تفصيلها لعناصر جزئية وفهم كل منها على حدة ومحاولة إعادة بناء معنى خاص لها على ضوء ربطها بالسياقات العامة للمجتمع وما إن خضعت لعملية التضييل أو التعميم وهذا بالتحري عن معلومات لها في وسائل إعلامية مختلفة حتى يستطيع المستخدم تركيب معنى عام للرسالة وفق مفهومه الذي شكله من خلال عملية التحليل.

كما نسجل نسبة 10% من المبحوثين يرون أنَّ الصفحة المعنية بالدراسة تدعم تدريبهم على مهارة القراءة الواعية وهذا يمكن أن يفسر بأن قواعد تسيير الصفحة من حيث مضمون وتسلسل المنشورات تولي وبحسب الملاحظة وتحليل المحتوى اهتمام بالتدريب على محاولة فهم معنى النص وتفكيك

¹ Beyer, B, K. *Developing A Thinking Skills Program*. New York: Doubleday, 2002, p17.

² سماح محمد الدسوقي، التربية الإعلامية بمرحلة التعليم الأساسي في جمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات والبحوث التربوية، جامعة القاهرة، 2008، ص 188.

ونجد نسبة 4% من المستخدمين تساهم الصفحة في تكوين مهارة الإصغاء لديهم وهذا راجع ربما لكونها تلتمس فيها حاجتهم لها خاصة مع تعدد التقنيات التي تعرض المضامين بالصوت والصورة والحركة فينشئت تفكيرهم ويلتفتون للمناظر والديكورات وطريقة التصميم والألوان ومتابعة التشويق على حساب تركيزهم في أبعاد ما يسمعهو يتمعن عن الحوار، لذا تعمل مهارة الإصغاء على تحقيق ذاك التوازن في إدراك الرسالة فتعمل على نشر مواد تدعم تفكيك الرموز الصوتية كالخطابات والتصريحات وما يقدمه القائم بالاتصال شفهيًا من نشرات وحصص برمجية بالإذاعة أو التلفزيون أو عبر مقاطع فيديو بالمنصات الرقمية وغيرها من التأثيرات الصوتية التي تستدعي حسن الإصغاء والتركيز لتكوين المعنى المراد من الرسالة كون المتلقي لا يستطيع العودة لكلماتها كالقراءة، فهذه المهارة تحتاج لتدريب على أن يكون له قدرة موضوعية إدراكية عالية للفهم لاعتبار أنها لا تعتمد على البعد البصري.

جنگ نکل 68: یلیم لئو لژده له ف ح د "مخروطه نکل د ع و هز و کول اعلی لژ ته د" عاظمی ز لبق غی نه تدری د

انژه خوږ هز و کول نکل بی اعلی د

المنشورات	التكرار	النسبة
نعم	282	94%
لا	18	6%
المجموع	300	100 %

¹ أحمد جمال حسن، التربية الإعلامية، المنيا: دار المعرفة، فهرسة دار الكتب المصرية أثناء النشر، ط1، 2015، ص143.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المبحوثين يرون أن صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك تساهم بنسبة 94% في التوعية باستخدام وسائل التربية الإعلامية في مقابل نسبة 6% من المستخدمين الذين لا تلبى الصفحة حاجتهم من معرفة وتطبيق وسائل التربية الإعلامية.

فتسجيل نسبة 94% من المستخدمين يرون أن الصفحة ترشدهم نحو فهم وكيفية استخدام وسائل التربية الإعلامية كالصحيفة، المجلة الحائطية والتدرب على معرفة تقنيات ومعدات التنشيط الإذاعي، بالإضافة إلى التحضير لإقامة معرض أو ندوة صحفية واستخدام الكاميرا والتصوير المحترف وغيرها من الوسائل، ما يشير من جهة إلى اضطلاع ومتابعة من قبل المبحوثين تتم عن رغبة لتحقيق إشباعهم للتمكن من هذه الوسائل ومن جهة أخرى يعكس الجهد الذي يبذله مسير الصفحة في تقديم منشورات بشكل متواصل للتوعية بكيفية استخدام وتوظيف هذه الوسائل.

وفي المقابل نجد نسبة 6% من المبحوثين الذين لا ترضيهم محتويات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك المتعلقة بتحسين استخدام وسائل التربية الإعلامية فعلى الرغم من أن المنشورات متوفرة بشكل يسمح بالتدرب والمتابعة وحتى الاستفسار إن تعذر الفهم من خلال التعليق على المنشورات أو إرسال رسالة على الخاص لتوضيح الغموض إلا أن هذا لا يجدي في إشباع رغباتهم، وقد يرجع لحاجتهم لبحثهم عن معلومات تلبى أذواقهم المختلفة سواء ما تعلق بنوع الوسيلة التي يريدون التعمق في فهمها والتمكن منها وإعداد مجموعة برامج ومواد إعلامية أو طريقة إيصال المعلومة كالشكل والمضمون والكفاءة في شرحها.

جاءت في 69: يليهم نلاحظ أن نسبة 68% من المبحوثين الذين لا ترضيهم محتويات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك المتعلقة بتحسين استخدام وسائل التربية الإعلامية فعلى الرغم من أن المنشورات متوفرة بشكل يسمح بالتدرب والمتابعة وحتى الاستفسار إن تعذر الفهم من خلال التعليق على المنشورات أو إرسال رسالة على الخاص لتوضيح الغموض إلا أن هذا لا يجدي في إشباع رغباتهم، وقد يرجع لحاجتهم لبحثهم عن معلومات تلبى أذواقهم المختلفة سواء ما تعلق بنوع الوسيلة التي يريدون التعمق في فهمها والتمكن منها وإعداد مجموعة برامج ومواد إعلامية أو طريقة إيصال المعلومة كالشكل والمضمون والكفاءة في شرحها.

الاهتمام بالتربية الإعلامية	التكرار	النسبة
نعم	204	68%
لا	96	32%
المجموع	300	100 %

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول أعلاه أن المبحوثين تسهل لهم الصفحة المعنية بالدراسة كيفية التعامل مع المضامين الإعلامية من خلال تقديم معلومات عن وسائل التربية الإعلامية بنسبة 68%، في حين باقي

المبحوثين بنسبة 32% يرون أن الصفحة لا تقدم منشورات تدعم كيفية الربط بين الوسيلة الإعلامية وطرق توظيفها حسب المضمون الإعلامي.

فتسجيل نسبة 68% من المستخدمين الذين يؤكدون ترشيد الصفحة لهم في سبل التمكن من الوسيلة الإعلامية وربطها بخصائص وطبيعة المضمون الإعلامي، يحيلنا إلى العودة لملاحظة ما ينشر على الصفحة ففي عديد المنشورات بالصور أو الفيديوها يتم التطرق إلى التعريف بالوسيلة وبمكوناتها وخصائصها ودورها ضمن المضمون الإعلامي مع مراعاة أخلاقيات العمل الإعلامي والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية، وكذا التمييز بين أشكال الصحافة المقروءة والمسموعة والمرئية والإلكترونية وصحافة المواطن وأهمية التغطية الإعلامية للأنشطة والأحداث الجارية عبر مختلف الوسائل الإعلامية وكيفية التعاطي معها كقائم بالاتصال أو من خلال التفاعل والمشاركة الهادفة من خلال التمكن من توظيف تطبيقات الوسائط الرقمية كمستخدمين ومتلقين، هذا وفي إطار التعزيز والتدريب على التعامل مع المضامين الإعلامية انطلاقاً من الوسيلة المستخدمة نجد أنّ الإشباع من وسائل الاتصال بدورها تتبع من ثلاثة مصادر رئيسية هي محتوى أو مضمون الوسيلة الذي ينعكس من خلال تفضيلات الأفراد لبرامج أو مضامين محددة أو من خلال التعرض المخطط والمقصود لبرامج معينة. كذلك مدى التعرض للوسيلة فالتعرض لبعض وسائل الاتصال في حد ذاته يمكن أن يشبع احتياجات معينة كالترفيه والاسترخاء والهروب. بالإضافة إلى السياق أو الإطار الاجتماعي أو البيئة الاجتماعية المحيطة باستخدام الوسيلة مثل وجود أو غياب الأفراد الآخرين أثناء التعرض للوسيلة كأفراد الأسرة أو الأصدقاء ويكون دور الوسيلة الإحلال محل هؤلاء الأفراد أو تكميل أدوارهم على أقل تقدير.¹ ما يعكس الدور الإيجابي الذي تقوم به الصفحة في دعم التعامل مع مضامين ووسائل الإعلام.

في مقابل ذلك نجد نسبة 32% من المستخدمين للصفحة يرونها لا تساعدهم في التدريب على التعامل مع المضامين الإعلامية من خلال ربطها بتقديم معلومات عن وسائل التربية الإعلامية وبالتالي تحسين مستوى التمكن التقني من الرسائل الإعلامية، وقد يرجع لكون هؤلاء المبحوثين وجدوا ما يرضيهم في ممارسات واقعية أتاحها لهم البيئة المحيطة من وسائل ومعدات متوفرة فيستطيعوا بذلك الإنتاج والمشاركة بمؤسسات سمعية بصرية ما جعلهم يقفون على نقائص عدة بمنشورات الصفحة في

¹ عاطف عدلي العبد، نهى عاطف، نظريات الإعلام وتطبيقاتها المعاصرة، مرجع سابق، ص 310-311.

هذا الجانب فلم يحققوا اشباعاتهم منها كونهم ربما يتطلعون للاحترافية والمهنية في التعامل بين ازدواجية التوفيق بيم استخدام الوسائل الإعلامية والمحتوى الذي تتضمنه وقد يكون هؤلاء المبحوثين من عينة الإطارات السامية أو الأساتذة الذين يساهمون بالتدريب والتوعية على التربية الإعلامية.

جهدك نل 70: يبين كيفية مساهمة صفحة "نادي التربية على وسائل الاعلام بتستور" عبر الفيسبوك في دعم المستخدمين من التواصل حول التربية الإعلامية

النسبة	التكرار	مساهمة الصفحة
35%	105	الحصول على المعلومات من المنشورات
46%	138	الرد على الاستفسارات والتعليقات
8%	24	اختصار الوقت والجهد
11%	33	الربط بمواقع متخصصة بالتربية الإعلامية
100 %	300	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول أعلاه أنّ المستخدمين يرون أن صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك ترضي حاجتهم في التواصل من خلال الرد على استفساراتهم وتعليقاتهم بنسبة 46%، ومنهم من يرى أن الصفحة تدعم تواصلهم من خلال الحصول على المعلومات من المنشورات بنسبة 35%، تليها نسبة 11% للربط بمواقع متخصصة بالتربية الإعلامية بنسبة 8% تسهل لهم عملية البحث من خلال اختصار الوقت والجهد.

ف نجد أن نسبة 46% من المستخدمين يرون أن الصفحة تعزز تواصلهم بها من خلال الرد على استفساراتهم وتعليقاتهم، فقد يرجع هذا لأنهم يرون أن المستوى الثقافي والعلمي وكذا أسلوب الحوار معهم حقق حاجتهم من الوعي بالتربية الإعلامية فبهذه الطريقة يبحثون عن معلومات محددة وجزئية تعكس فقط النقاط الغير واضحة والمبهمة فما يحتاجوه هو فهم الجزئيات التي يصعب فهمها عليهم حتى يتسنى لهم متابعة باقي المنشورات عن التربية الإعلامية وهم مدركين للتراكم المعرفي الذي شكلوه من منشورات سابقة. وهذا يشير إلى رغبة وحاجة المبحوثين للوعي بالتربية الإعلامية وأنها مفهوم يجدون فيه ضرورة للتعامل مع المضامين الإعلامية ويرون أن المرافقة والتوجيه حاجة للوعي بالتربية الإعلامية.

نسجل كذلك نسبة 35% من المبحوثين الذين يعتبرون أن الصفحة باعتبارها تحمل معلومات عن التربية الإعلامية من خلال المنشورات التي تقوم بالتوجه بها نحوهم فهي بهذا ترضي حاجتهم في

التواصل معها، وقد يرجع هذا لطبيعة المبحوثين المتفرغين لتصفح مضامينها في محتوى المنشورات إشباعاً محققاً وينظرون للصفحة ربما على أنها تدعم نشر التربية الإعلامية والتوعية بها من خلال تقديم طرق وسبل مبسطة ملموسة لإدراكها مقارنة مع باقي مواقع ومنصات التواصل التي قد تعرض معلومات نظرية متخصصة يصعب إدراكها لدى عامة المستخدمين.

ونجد نسبة 11% من المستخدمين يرون أن الصفحة تساهم في تحقيق تواصلهم معها من خلال ربطهم بمواقع متخصصة بالتربية الإعلامية هم بحاجة لها، وقد يرجع هذا لكون هؤلاء المبحوثين من الطلبة أو الأساتذة والمدرّبين الراغبين بتطوير معارفهم وتحسين خبراتهم من خلال الإطلاع على معلومات أكاديمية لباحثين يفصلون ويشرحون بعمق وبمصطلحات متخصصة بالمجال يشاركونها مع غيرهم سواء في إطار مهني تعليمي أو على مستوى شخصي اجتماعي.

ونسجل نسبة 8% من المبحوثين الذين يجدون أنّ الصفحة باختصارها الوقت والجهد في عملية الوعي وإدراك ممارسات التعامل مع وسائل الإعلام فهي تحقق لهم غايتهم من التواصل معها. وقد يفسر هذا بكون فئة من المبحوثين كالموظفين يكون وقتهم مضغوط بالعمل لا يسمح بالتفرغ والبحث بين المؤلفات والمواقع الإلكترونية التي تأخذ الكثير من التركيز والوقت للعثور على معلومات مفيدة تساعد في فهم أساسيات التربية الإعلامية والتدريب عليها لخدمة أنفسهم والمحيطين بهم.

جهازك نقل 71: يلمح لحياتنا في حياتنا ك لظنك أصلي في الأعلامي. انزلة خيلك لمصمّمك لثمنك فبحر "منحطة في" عو هز في الأعلام لآلة هز" عانط في زلق لم أصلي م هز في حة في الأعلامي

النسبة	التكرار	ارتباط الصفحة بتحسين التفاعل
78.3%	235	نعم
21.7%	65	لا
100 %	300	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ نسبة 78.3% من المبحوثين يؤكدون ارتباط التغيير في التعامل مع المضامين الإعلامية باستخدامهم لما تنشره صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك من مضامين ووسائل حول التربية الإعلامية، في مقابل نسبة 21.7% من الذين ينفون بعدم ارتباط تغيير تفاعلهم نحو المضامين الإعلامية جرّاء استخدامهم للصفحة.

فتسجيل نسبة 78.3% لعلاقة استخدام الصفحة بتحسن مستوى التعامل نحو المضامين الإعلامية قد يرجع لكون المبحوثين من فئة النشء والشباب الذين تقل خبرتهم في التعامل مع مضامين وسائل الإعلام، نظرا لتأثرهم بالأمور الظاهرة كالتطبيقات التكنولوجية المتطورة والتسارع لتحميلها وتجربتها والهواتف الذكية التي تتيح بكل سهولة كذلك من خلال ربطها بالإنترنت تصفح مواد ومضامين عديدة من مختلف الثقافات والتخصصات الإيجابية والسلبية منها ومع ضعف الرقابة وسبل الحماية منها والتعامل معها يجد المستخدمون للصفحة الوسيلة للإبحار في هذا الفضاء الرقمي بأمان، كذلك يمكن أن يكون المستخدمون الذين وجدوا ترحيبا بقبول الصفحة وتحسن تعاملهم نحو وسائل الإعلام هم فئة الإطارات السامية وكذا أولياء الأمور الذين هم بحاجة لتعزيز خبرتهم بأساليب التربية الحديثة والإطلاع على مستجدات التخصص خاصة وأنه يمس جل مناحي الحياة بكل فئاتها كون الصفحة تعالج موضوع التعاطي مع المضامين أو التفاعل مع الآخرين عبر الفضاء الرقمي بغض النظر عن نجاحهم في ميادين أخرى إلا أنهم بحاجة لأساليب تساعد على الوعي وإدراك كيفية التعامل نحو مضامين وسائل الإعلام. الجمهور ليس سلبيا يقبل كل ما تعرضه عليه وسائل الإعلام، بل يمتلك غاية محددة من التعرض يسعى إلى تحقيقها، فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون نشطون على المضمون الذي يبدو أكثر إشباعا لهم وكلما كان مضمون معين قادرا على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له¹.

في نظير نسبة 21.7% من المستخدمين الذين يعتبرون أن الصفحة لم تساهم في تحسين تعاملهم نحو المضامين الإعلامية، وقد يرجع هذا لقلّة اهتمامهم بالصفحة واستخدامهم لها أو ربما يتعرضون لمضامين عن التربية الإعلامية من مصادر أخرى تكفل ترشيدهم لوسائل الإعلام فلم تحقق لهم الصفحة إشباعاتهم نحوها، كذلك قد تكون من فئة المستوى التعليمي المحدود الذين يجدون صعوبة في التنسيق بين ما ينشر على الصفحة من معلومات ومحاولة توظيفها أثناء تعاطيهم مع المضامين الإعلامية .

¹ منال هلال المزاهرة، مرجع سابق، ص 178.

جاءت في 72: يبيّن مظهر ذلك لدرجة خيالي في ذلك لدرجة هو "فجح" "مخيطية نظري" عو هو وكونه لأعلى لدرجة هو "عاطفي زاهق في مسند الوضعية نظري" عو لأعلى في

النسبة	التكرار	مستوى الصفحة
21.7%	65	جيدة
21.7%	65	حسنة
43.5%	131	محايدة
8.7%	26	متوسطة
4.3%	13	ضعيفة
100%	300	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول أعلاه أن المبحوثين من المنضويين بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيديو هم محايدون في تقييمهم لمستوى الصفحة في نشر مواد التربية الإعلامية بنسبة 43.5% كأعلى نسبة، تلاها بنفس النسبة 21.7% لكل من مستوى "جيدة" و"حسنة"، لتبقى ونسبة ضعيفة متقاربة لكل من مستوى "متوسطة" بنسبة 8.7% ومستوى "ضعيفة" بنسبة 4.3%.

فوجد نسبة 43.5% من المستخدمين للصفحة المعنية بالدراسة يقيمون بالحياد مستوى مواد التربية الإعلامية المنشورة بها ويمكن أن يرجع هذا لسبب نقص الدراية الكافية لأخذ رأي واضح تجاه وسائل ومضامين التربية الإعلامية ما ينعكس على تقييم مستوى الصفحة، ما يعني أن التربية الإعلامية كمفهوم ومضمون بالنسبة لهم لا يزال يحتاج لمزيد من التوضيح حول مضامينه فالحياد يمكن أن يفسر على أنه هناك مضمون لكن تقييمه غير مكتمل لديهم، فالصفحة وإن تتوفر على مضامين التربية الإعلامية لكن بالنسبة للمستخدمين لا يملكون عنها قناعة للحكم على كفاءة الصفحة باعتبارهم ليسوا خبراء بمجال علوم الإعلام والتربية، فهم مستخدمون للصفحة بدورهم يسعون للمعرفة والوعي بها انطلاقاً مما تنشره دون الدراية الكافية منهم إذا كان ما يتم تقديمه مبني على معرفة أكاديمية والتوجيه عبرها فعال ويأتي بنتائج أم لا باعتبارها صفحة جديدة تأسست مع تأسيس النادي في 02 من جويلية 2019، ما يعني أنه وإن كانت هذه المضامين فعالة في الترشيد فتجربتهم عنها قليلة من حيث ممارستها على أرض الواقع فالتربية الإعلامية كذلك يمكن تفسير الحياد إذا ما ربطناه بمدى متابعة المنضويين للصفحة نجد في جدول سابق رقم 35 أن أغلبية المبحوثين وتيرة متابعتهم كانت "أحياناً" كأعلى نسبة، ما يدل على أن اهتمامهم بها ليس دائماً وقد تفوتهم بعض المنشورات عن مواد التربية الإعلامية.

فينعكس على مستوى استيعابهم لما ينشر وبالملاحظة بالمشاركة نجد أن الصفحة في معظم منشوراتها تسير وفق خطة متسلسلة فقلة الاستمرارية في المتابعة تؤدي إلى قلة التمييز وهو ربما ما جعل المستخدمين للصفحة يتقيدون بالحياد في الحكم عليها.

ونسجل بنفس النسبة 21.7% من المستخدمين يرون أنّ مستوى مواد التربية الإعلامية على الصفحة هو مستوى "جيد" و"حسن"، ما يمكن تفسيره بأن المبحوثين يرون في منشورات الصفحة دعم معرفي بمضامين ووسائل التربية الإعلامية تساعد على الاستفادة منها في عملية الترشيد نحو التعامل مع وسائل الإعلام، ما يشير إلى تقدم مستواهم في الإطلاع وفهم مبادئ وأسس التعامل مع ما يتعرضون له من مضامين جراء متابعة ما ينشر على الصفحة في التوعية بالتربية الإعلامية والذي أكدته نتائج الجدول رقم 72 المتعلق بارتباط مستوى تحسن التعامل نحو مضامين وسائل الإعلام باستخدام ومتابعة منشورات الصفحة المعنية بالدراسة، فالنشاط المستمر في عملية النشر على الصفحة يخلق لدى المبحوثين نوع من الاهتمام والمتابعة تخولهم لأن يقيموا مستوى المضامين المنشورة وهذا نلاحظه من خلال الربط بنتائج الجدول رقم 60 المتعلق بمدى التطابق بين نشاط الصفحة وعمل النادي التي جاءت مؤيدة للتطابق ونسبة عالية جداً، كذلك نلاحظه من خلال مستوى التفاعل والتواصل المعتبر مع المنشورات وإبداء الرأي حولها في الجدول رقم 45 ما يفسر باهتمامهم بالتربية الإعلامية ودور الصفحة في إرضاء حاجاتهم نحوها.

كما نجد نسبة 8.7% من المبحوثين ينظرون لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك على أنّ مستواها متوسط في دعم ونشر مواد من التربية الإعلامية من فهم للمضامين والوسائل التي تبني عليها، وقد يرجع إلى قلة اهتمام المبحوثين بالصفحة وانشغالهم بمصادر أخرى عن التربية الإعلامية يرون فيها مستوى أفضل من الذي تقدمه أو يمكن أن يكونوا على دراية معمقة بالتربية الإعلامية فتمكنوا من معرفة النقائص التي تحتويها الصفحة باعتبار أن أغلبية المستخدمين ذوو مستوى جامعي ومعظمهم شباب يمكن لهم التمييز بين ما ينشر على الصفحة فيروه غير كافي لتطلعاتهم نحو فهم هذه الأخيرة.

ونسجل نسبة 4.3% من المستخدمين يقيمون ضعف مستوى صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك في الترشيد على مواد التربية الإعلامية، يمكن إيعازه إلى كون هؤلاء المبحوثين يطمحون في تلبية حاجات أبعد أعظم مما تنشره الصفحة أو تتواصل به من ردود على استفسارات ما يستدعي على مسيرها أو يحدث ويطور من نوعية وكفاءة المنشورات على اعتبار أن المستخدمين بطبعهم لديهم انتقائية في اختيار وتمييز المضامين، كما قد يكون قلة من المبحوثين

مستواهم المعرفي محدود يؤثر على فهم المنشورات واستيعابهم للرسالة التي تود الصفحة إيصالها أو بالتالي يعتقدون أنّ ما يقدم لهم هو ضعيف لا يساعد على فهم مواد التربية الإعلامية.

جيهك فل 73: يلبي لهم حاجة وتلبي حاجاتهم عن محتوى الصفحة على وسائل الإعلام

النسبة	التكرار	نقائص في الصفحة
48.7%	56	نعم
51.3%	9	لا
100 %	65	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك لا يوجد بها نقائص وتلبي حاجاتهم عن التربية الإعلامية بنسبة 51.3% في مقابل 48.7% من الذين يرون أنها تحتوي على نقائص.

فتسجيل نسبة 51.3% من المبحوثين الذين يرون أن الصفحة المعنية بالدراسة تخلو من النقائص وهي تلبي لهم احتياجاتهم وتجعلهم في حالة رضا عن منشوراتها حول التربية الإعلامية، قد يرجع لكونهم تتقصص الخبرة لاستخراج النقائص التي تحتويها هته الأخيرة على اعتبار أنهم هم بدورهم بحاجة لتكوين وترشيد كونهم مستخدمون عاديون يحتاجون لنافذة وسبل للتوعية وإن كان ما تقدمه في حدود المستطاع فإنهم يجدوه محققاً لرغباتهم خاصة في ظل نقص هكذا مضامين على مواقع الشبكات الاجتماعية ومنصات منتديات الحوار الإلكترونية وحتى وسائل الإعلام التقليدية، فهم بهذا ينظرون للصفحة من زاوية ايجابية وإن كانت المعلومات محدودة فإنها تنشرها باستمرار وبطريقة مبسطة وعملية.

وتؤكد نسبة 48.7% من المستخدمين للصفحة أنها تحتوي على نقائص قد ترجع لكونها لا تتعمق في معالجة الموضوع وتقدم معلومات وجيزة بالإضافة إلى قلة الاهتمام ربما بجوانب يرى المستخدمون أنها تلبي حاجاتهم في حين الصفحة لم تتطرق لها أو لم تتفاعل معهم حولها، ما يجعل من عامل تفرغ مسير الصفحة للمضامين عامل مهم في تحقيق رضا المستخدمين عنها من خلال الإحاطة بالمعلومات النظرية والتطبيقية وكذا ضم الصفحة لمتخصصين في مجال التربية الإعلامية. فمن خلال تأثير الحاجات والدوافع والأطر المرجعية يبدأ الفرد بصفته متلقي في تقويم ما يحصل عليه من

جہانک نئی 74: یلم آل طوطو غور شیطانی آتہ خنک فح رمعری طوطی نلی بدعو و زوقی لأ علی لة تھذ" عانطی زلق

المصدر : هذه الدراسة

يرى الباحثون أن النقص الأساسي الذي تشهده صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك هي قلة الجدية في الترشيد على مهارات التربية الإعلامية بنسبة 54% وهذا قد يرجع إلى قواعد تسيير الصفحة المنتهجة التي تعتمد على التدرج في الترشيد عليها خاصة إذا ما ربطناها بعامل حداثة الصفحة عبر الفضاء الرقمي فقد يرغب مسير الصفحة في جعل المستخدمين يرحبون ويقبلون بمضامين الصفحة خاصة وأنهم ليسوا مختصين بمجال الإعلام والاتصال ما يطرح معالجة أولية بسيطة للمعلومات لتنوع مستويات الإدراك لدى المستخدمين تعكس المحتوى وتساير مستوى الوعي لديهم وتجنب الضغط بمعلومات مكثفة ومتخصصة بالمفهوم فينفرون منها خاصة وأنهم ليسوا مجبرين على البقاء وتتبع مضامينها مع وجود العديد من الصفحات المتنوعة المضامين على الفيسبوك التي تلفت نظرهم وتلبى لهم حاجات أساسية أخرى.

554

نجد أنّ هناك نقص ثاني أشار إليه المستخدمون لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك هو غياب الإلمام بتقنيات تحرير الأخبار ووسائل التربية الإعلامية بنسبة 26%، وهذا مرده ضعف تعاملهم مع المضامين الإعلامية لذا يلجؤون للصفحة لتوعيتهم وتوجيههم بالقوالب والأشكال الصحفية والوسائل الإعلامية المتنوعة على اعتبار أنها تقدم توضيحات لخلفيات الشكل الظاهر والضمني للمضامين والوسائل الإعلامية الذي تحجبه المؤسسات الإعلامية ومالكيها وكذا عقبة الضغط الذي تفرضه الأمية الرقمية على عديد من المستخدمين للتكنولوجيات الحديثة بحكم توظيفها في جل الفروع المهنية وكذا في خلق الروابط والعلاقات الإجتماعية، ليجدوا أنفسهم أمام توتر آخر يحد من تمكنهم من استيعاب كل ما ذكر لأنه يوحى بضعف وتقصير في الواقع وكذا العالم الافتراضي لمن يرونهم مخولين بترشيدهم على السبل الفعالة للتعامل مع المضامين الإعلامية.

نسجل كذلك نقص آخر تعاني منه الصفحة وأظهره المبحوثين تمثل في غياب التوعية بالمسؤولية الاجتماعية والأخلاقية واحترام الخصوصية الرقمية بنسبة 12% وهو نقص ناتج عن اهتمام مسير الصفحة بالتعريف بمواد التربية الإعلامية وكذا إبراز نشاطات النادي الذي يحث على ممارسة أشكال وقوالب من أساسيات الصحافة في الوقت الذي يحتاج المستخدمون فيه بالإضافة إلى تعاملهم مع المضامين فهم بحاجة لفهم حقوقهم وواجباتهم كمستخدمين يتشاركون الفضاء الرقمي مع الآخرين الذين يقومون بتجاوزات قد تسيء لسمعتهم وحياتهم الشخصية بسبب القرصنة والاحتيال على سرقة حساباتهم واستغلال بياناتهم الشخصية دون علمهم كالصور والفيديوهات وخاصة في ظل استعمال أسماء مستعارة تصعب من مهمة كشف هوية هؤلاء المستخدمين وما عواقب ذلك من الناحية القانونية كونهم يفتقرون لأخلاقيات الممارسة للفضاء الرقمي. ومن جهة أخرى فالمستخدمون أنفسهم لهم جانب من تحمل المسؤولية فجعلهم لا يقيهم من استغلال الآخرين لما ينشروه بصيغة مشوهة لهم أو يطلعوا عليه دون إذنهم، وهو أمر لم تتطرق له الصفحة على الرغم من حاجة المبحوثين للترشيد عليها، كذلك يعاب على الصفحة من قبل مستخدميها أنها لا تتطرق لترشيدهم بمسؤوليتهم الاجتماعية عبر الفضاء الرقمي ككيفية إجراء عمليات طلب الخدمات والبيع والشراء للسلع وكذا لفت انتباههم للإجراءات والأمور الإدارية التي تتعامل بها مختلف المؤسسات الاجتماعية على الفضاء الرقمي واحترام آراء الآخرين لتسهيل عملية المشاركة لقضاء مصالحهم الشخصية، فهذا النقص بالتوعية يشعروهم بأن الفضاء الرقمي لا يزال افتراضي بعيد عن الواقع في حين أن كثير من المؤسسات تتعامل عبره من باب مواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة وهو ما يشجع ويجعل من المواطنة الرقمية شيء ملموس من خلال حاجة المستخدمين للتوعية بسبل الترشيدها أيضاً.

بالإضافة إلى ما سبق هناك نقص آخر تشهده صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك وهو ضعف تنوع المعلومات ومصادرها عن التربية الإعلامية بنسبة 8% بحسب

المبحوثين، يرجع بالدرجة الأولى لمسير الصفحة الذي لا يعتمد على نشر معلومات عن طريق مقالات ومؤلفات لباحثين سواء مكتوبة أو صور توضيحية أو فيديو تعليمي يجد المستخدمون فيه راحة أكثر ومتسع للتعمق والفهم من عدة أشخاص تدعم ثقتهم كونها صادرة عن مختصين بالمجال ما يجعل من متابعة المستخدمين للتربية الإعلامية على الصفحة شيء له انعكاس ايجابي.

جاءت نتيجة 75: على م علافيتك ز م ائلا سادع. تلك الحق، بمح. لمحف. طكة نلي، بولاع ليلي. ا فحج. د "مخ طكة نلي. د عو. هز طكة لالاعل. لة ز ت هذ" عا نطعي ز ل هق.

المجموع	مهارات التربية الإعلامية						السن
	مهارّة الإبداع والإنتاج	مهارّة المشاركة	مهارّة النقد والتقييم	مهارّة التحليل	مهارّة الإصغاء	مهارّة القراءة	
185	9	83	49	33	3	8	من 10 إلى 25 سنة
41	1	12	18	3	3	4	من 26 إلى 35 سنة
15	1	4	5	1	2	2	من 36 إلى 45 سنة
59	1	9	6	41	1	1	46 سنة فما فوق
300	12	108	78	78	9	15	المجموع

كا ² المحسوبة	درجة الحرية	كا ² الجدولية
93.87	15	25

المصدر: هذه الدراسة

يوضح الجدول أعلاه أنّ الفئة العمرية من 10 إلى 25 سنة ومن 26 إلى 35 سنة وكذا الفئة العمرية من 36 إلى 45 سنة لها إشباعات محققة نحو مهارات التربية الإعلامية بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك وهي مهارة التفكير الناقد، وقد يرجع هذا ومن خلال الملاحظة بالمشاركة إلى تركيز القائم بالاتصال على الصفحة على نشر معلومات تدعم الوعي بهته المهارة واكتساب خلفية معرفية عنها أثناء التعامل مع وسائل الإعلام ما يعزز من مستوى الوعي والتركيز بين ما هو بناء وما دون ذلك، كما قد يفسر برغبة المبحوثين في تحسين مستوى تعاطيهم مع المضامين الإعلامية وهو ما توضحه نتائج استبيان الاستمارة الإلكترونية التي أظهر فيها المبحوثين قابلية واستعداد لاكتساب معارف ومهارات عن التربية الإعلامية ومنها مهارة التفكير الناقد.

نسجل أن مستخدمي الصفحة من الفئة العمرية 46 سنة فما فوق لهم إشباعات محققة نحو مهارات التربية الإعلامية بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك وهي مهارة التحليل، وقد يرجع هذا لكون خصائص هذه الفئة تمتاز بالتروي وعدم التسرع في اتخاذ القرارات ما يجعل مواقفهم مبنية على التحليل والربط بين الحثيات واستخلاص نتيجة حول ما يناقش أمامهم وقد يكون لرغبتهم في تطوير مستوى مهاراتهم من خلال التعرف على مهارة التحليل وآليات العمل بها للمضي في مهارة النقد والتقييم وكذا الإنتاج الإبداعي التي بمهارة التحليل يمكن نقادي الوقوع في أخطاء الصياغة وأساسيات الصحافة ومعاييرها وأهدافها. وهذا ما يجعل القائم بالاتصال ومن خلال تحليل محتوى الصفحة نجد أن المنشورات تراعي مهارة التحليل من خلال البدا بأساسيات الخبر ثم الانتقال إلى مصادره ووسائل الإعلام وبعدها المضي في مهارات التربية الإعلامية على غرار مهارة قراءة النص والصورة ثم تحليلها.

ما يشير إلى وجود اختلافات بين السن وبين الإشباعات المحققة نحو مهارات التربية الإعلامية بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك المعنية بالدراسة وهي فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة الحرية 15 حيث أن χ^2 المحسوبة والمقدرة ب 93.87 جاءت أكبر من χ^2 الجدولية والمقدرة ب 25.

جاءت في 76: في لم علافيك لزمطة على الألسنة. كل الحق، مدح لمخف طلة نظري للأعلامي بافح ب"مضى طلة نظري مدعو من طلة للأعلام لزمطة" عانطلي زلهق

المجموع	مهارات التربية الإعلامية						المستوى التعليمي
	مهارة الإبداع والإنتاج	مهارة المشاركة	مهارة النقد والتقييم	مهارة التحليل	مهارة الإصغاء	مهارة القراءة	
//	//	//	//	//	//	//	ابتدائي
39	1	13	3	17	3	2	متوسط
65	2	22	13	16	5	7	ثانوي
196	9	73	62	45	1	6	جامعي
300	12	108	78	78	9	15	المجموع

كا ² المحسوبة	درجة الحرية	كا ² الجدولية
73.71	10	18.31

المصدر: هذه الدراسة

يشير هذا الجدول إلى أن المستوى التعليمي الابتدائي تنعدم فيه التكرارات وهذا راجع لكون الباحثين مستواهم التعليمي يفوق هذا المستوى ما يعزز من قابلية استيعاب التفاعل نحو ما يتم نشره من مواد حول التربية الإعلامية عبر الصفحة ويسهل من عملية الترشيد عليها.

نجد أن الباحثين من المستوى التعليمي المتوسط لديهم اشباكات محققة نحو مهارات التربية الإعلامية من خلال الصفحة تتمثل في مهارة التحليل ، وقد يعود هذا لمتابعتهم المستمرة لمنشورات الصفحة من حيث حرصها على قراءة وتحليل المضامين الإعلامية من خلال التعريف والترشيد على أساسيات الكتابة الصحفية وفنونها وكيفية قراءة النصوص الإعلامية والوعي بها، ما يخلق لهؤلاء المستخدمين معارف ساعدتهم على تحليل ما يتعرضون له من مواد إعلامية.

نسجل أن مستخدمي الصفحة من أصحاب المستوى التعليمي الثانوي وكذا المستوى التعليمي الجامعي يشتركون في نوع الاشباكات المحققة من مهارات التربية الإعلامية التي تسعى للترشيد عليها صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك وتتجسد في مهارة المشاركة، وقد يرجع هذا لرغبة هته الفئة في البروز من خلال ما تستطيع تقديمه من أفكار وكذا إنتاج لمواد إعلامية متنوعة كالفديوهات والصور والمقالات والأشرطة وغيرها أو من خلال التدريب والمشاركة بالتحليل في الصحف أو الصوت بالإذاعة أو بهما معا بالتلفزيون. من خلال ما يتيح لها مستواها التعليمي كذا المعرفي من إدراك مهارات عديدة كالقراءة والتحليل النقد وتنميتها في المشاركة بها بالتفاعل عبر مختلف الشبكات الاجتماعية وتبادل النقاشات والحوارات البناءة بالتعليق أو النشر.

ما يشير إلى وجود اختلافات بين المستوى التعليمي وبين الإشباكات المحققة نحو مهارات التربية الإعلامية بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك المعنية بالدراسة وهي فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة الحرية 10 حيث أن كا² المحسوبة والمقدرة بـ 73.71 جاءت أكبر من كا² الجدولية والمقدرة بـ 18.31.

جاءت في 77: "يطلب من قومي بكتابة بحث / عوطفة في شغلتي التي علي فبح بمتحطة في يد عو هز وحو لا على لة ز تهذ" عان
طلي ز لهق

النسبة	التكرار	مقترحات لتفادي النقائص
30%	20	إشراك مسيرين مدربين عن التربية الإعلامية للصفحة
15%	22	تطوير أساليب الحوار بين مسير الصفحة والمستخدمين لها
34%	10	التركيز على تحليل مواد التربية الإعلامية
21%	13	تعزيز المعلومات وتكثيف النشر
100%	65	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب المستخدمين لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيس بوك يقترحون التركيز على التحليل مواد التربية الإعلامية بنسبة 34% تليها إشراك مسيرين مدربين عن التربية الإعلامية للصفحة بنسبة 30%.

فوجد بنسبة 34% أهمية التركيز على تحليل مواد التربية الإعلامية فالتوسع في الإلمام بتفاصيل كثيرة يساعد على فهم ومتابعة أفضل، كذلك يقترح المبحوثين بنسبة 30% إشراك مسيرين مدربين عن التربية الإعلامية للصفحة كونهم لهم خبرة في إيصال المعلومة والترشيد على كيفية توظيف واستخدام الوسائل الإعلامية والمضامين ومنها بياناتهم الشخصية وكيفية تعاملهم مع الآخرين من خلال التدريب الجاد على مهارات التربية الإعلامية تحقيقا للمسؤولية الاجتماعية والمواطنة الرقمية حتى يكون للمنشورات صدق وقيمة أكبر على كل المستويات، كما يرى "محمد عبد الحميد" فإن أحد المظاهر الأساسية للجمهور المتلقي أنه لا يعتبر مجرد متلقي يتعرض ويتأثر بعد ذلك بالرسالة، لكنه طرف فاعل ونشط في هذه العملية لذلك فهو يقوم بدوره بمجرد اشتراكه فيها كمظهر للذات الاجتماعية وكطرف في هذه العملية، يسهم في حركتها واستمرارها، من هنا يأتي الدور النقدي الذي يقوم به كل عضو من أعضاء الجمهور، فيما يتعلق بعناصر العملية كلها والدور النقدي، هو الذي يؤثر في استمرار عملية التعرض أو الانسحاب منها بناء على الممارسة التي يقوم بها العضو كطرف في العملية الإعلامية¹، كما نسجل نسبة 21% من المبحوثين يرون أن تعزيز المعلومات وتكثيف النشر عامل مهم في تحقيق استجابة ومتابعة أفضل للصفحة في ظل منافسة الصفحات المتنوعة الأخرى

¹ محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص 111_112.

وما تتضمنه من إغراءات عديدة مقارنة بنمط الصفحة الذي يتطلب تركيز ووقت للوعي بالتربية الإعلامية، كما نجد أيضا نسبة 15% من المستخدمين يقترحون تطوير أساليب الحوار بين مسير الصفحة والمستخدمين لها كطرح أسئلة وتعليقات جادة ومتابعتها من قبل مسير الصفحة بنشر مضامين تعالج استفسارات واقتراحات المستخدمين ما من شأنه أن يخلق انتماء ورغبة في المتابعة والاستيعاب لما ينشر على الصفحة.

2 قواعد تسيير صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك نحو التربية الإعلامية:

1.2 دور القائم بالاتصال في تنظيم منشورات الصفحة لدعم التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية:

1.1.2 أوضحت مسيرة صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك في إجابتها عن السؤال الأول إلى أنّ فكرة إنشاء الصفحة تعود لمنطلقات بحثية، حيث أنها بصدد إنجاز أطروحة دكتوراه حول التربية على وسائل الإعلام، لملاحظة تطور سلوك الأعضاء قبل وبعد المشاركة في النادي، غير أنّ الفكرة تطورت بعد إدراك قيمة النادي للعمل من أجل تعميمه في ظل نقص المؤسسات المجتمعية المفعلة للتربية الإعلامية. وهو ما خلصت له دراسة " عبد الرحيم درويش" 2003¹، أن التربية الإعلامية كمجال بحثي ترجع دراسته للخبراء في أصول علمية مختلفة كوسائل الإعلام والطب وعلم النفس والإجتماع وغيرها، كلها تشكل البيئة الإتصالية لهذا الإتجاه وأن بعض هؤلاء يرون أن طرقهم وآراءهم تمثل الطريق الوحيد للنجاح ويصفون غيرهم بأنهم حماة يهتمون بوقاية المجتمع من الآثار الضارة لوسائل الإعلام.

فتعتبر المبحوثة أنّ نظرتها للصفحة نظرة باحث متخصص له طرحه الخاص لمعالجة موضوع التربية الإعلامية الذي بات انشغال العديد من المفكرين والباحثين وحتى المواطنين الواعين ما دفعها لإنشاء الصفحة ونشر التربية الإعلامية لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية بالتوازي مع إشرافها على نشاطات يقوم بها أعضاء النادي يتخللها ممارسات لمواد التربية الإعلامية، ما يشير إلى أنّ الدافع وراء إنشاء الصفحة هو لسببين الحاجة البحثية لدراسة واقع التربية الإعلامية وكذا عدم وجود مؤسسات مجتمعية قطعت خطوات متقدمة سواء بالنظام الرسمي أو غير الرسمي التي تدعم انتشار التربية

¹ عبد الرحيم أحمد سليمان درويش، التربية الإعلامية ثورة جديدة في بحوث الإعلام، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الرابع لكلية التربية النوعية بدمياط: جامعة المنصورة، 2003.

الإعلامية بالمجتمع التونسي، وهي ذات الحالة بالنسبة للمجتمع الجزائري وكذا للباحثة في دراستها الحالية التي حاولت الانطلاق في دراسة تفعيل التربية الإعلامية لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية من خلال منهج تجريبي مقارنة يدرس مدى تضمين المقررات والمناهج الدراسية للتربية الإعلامية لكن عدم وجودها حال لاقتراح آخر وهو القيام باختبار عينة قبلية وأخرى بعدية ضمن الطور التعليمي المتوسط للقسم النهائي بالسنة الرابعة ولوجود عراقيل بيروقراطية وضعف الإمكانيات لتطبيقها بالمؤسسات التربوية أو من خلال إنشاء نادي حال دون المضي بالفكرة وهو ما جعل وفقا لطبيعة الدراسة الحالية وأهدافها المسطرة الحصول على إجابات للتساؤلات المطروحة ما دفع الباحثة لفكرة أن تنطلق من الصفحة ومستخدميها كمجال للغوص من أجل الحصول على إجابات فمن الناحية الأكاديمية المنهجية يعد مقبول وإذا نظرنا إلى الخصائص المجتمعية والجغرافية نجد البلدين شقيقتين ويتقاسمان العديد من الأمور الاجتماعية والثقافية والتاريخية والعادات والتقاليد ما قد يشير إلى أن السمات والخصائص العامة للسلوكيات متقاربة وليست متباعدة من حيث دراسة استخدامات المبحوثين لتلك الصفحة. كما أن الدراسة الحالية تنظر للصفحة من زاوية أنها تعالج موضوع يخدم النشء والشباب الجزائري وهو التربية الإعلامية التي تضم مستخدمون جزائريون هدفهم التعامل الواعي نحو وسائل الإعلام ما جعله مبرر منطقي لاعتماد الباحثة لها فأنماط الاستخدام والتأثر وكذا الفروقات الفردية والاجتماعية بين المستخدمين تتشابه وتختلف لكن الموضوع واحد وهو التربية الإعلامية ليكون الاهتمام مشترك لدى كل المستخدمين عبر الفضاء الرقمي لهته الصفحة المعنية بالدراسة كونها تعالج كيفية تعامل المستخدمين مع المضامين الإعلامية.

2.1.2 ويعتبر التكوين الأكاديمي في معهد الصحافة وعلوم الإخبار بمثابة المرجعية الأساسية لبرنامج عمل ومحتوى المنشورات حول مواد التربية الإعلامية على الصفحة حسب ما أكدته مديرة الصفحة في جوابها عن السؤال الثاني والتي ساعدها في تحديد برنامج تسير وفقه منشورات الصفحة ما يعني أن الوقوف وتسيير الصفحة لا يتاح إلا للمطلع والمتمكن من تخصص علوم الإعلام والاتصال وهو ما يفسر بداية المنشورات أساسيات الصحافة كمفهوم الخبر ومكوناته بطرح الأسئلة الخمسة وهكذا هيكل الخبر من مقدمة وعرض وخاتمة وكذا القوالب الصحفية التي يوضع فيها وطريقة التحرير والمعالجة والتعديلات التي يخضع لها قبل أن يصل للمتلقي. وهو ما نجده من خلال ملاحظة وتتبع نمط ونوع مضامين الصفحة فهي تتدرج بالتمهيد للتربية الإعلامية وفق خطوات بناء دعامة معرفية عن المضامين ومن ثم عن الوسائل لتنتقل لطرح مهارات التربية الإعلامية على اعتبار أنها تتطلب مستويات تفكير هي الأخرى تتدرج من السهل إلى الأكثر دقة كالقراءة الواعية ومن ثم النقد والتقييم والقدرة على المشاركة والإنتاج الإبداعي الخاص بالمستخدم وهذا يجعل المستخدمين في حالة تركيز مع ما ينشر والتي لا تبني إلا من خلال ذكر الخطوات السابقة.

ويبقى لمسير الصفحة وجهة نظره أيضا في مضامين المنشورات التي يتناولها من خلال مكتسباته لمعارف ومعلومات من مصادر أخرى كالدراسات السابقة للباحثين وتجارب الدول المتقدمة في وضع استراتيجيات ودليل عمل ككندا وأستراليا، بالإضافة لدليل العمل على التربية الإعلامية كالذي سعت لإعداده لبنان ومن ورائها أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية الأمريكية وكذا منظمة "يالا إيمي" بالتعاون مع الاتحاد الأوروبي ومنظمة اليونسكو التي تعتبر خبرات يستفيد منها مدير الصفحة وتعتبر عامل دعم ينعكس على مستوى المنشورات، كذلك نجد عامل إضافي قد يؤثر على فحوى المنشورات وهو احتياجات واستفسارات المستخدمين لها ومنها أيضا الأحداث الجارية والمستجدات في الساحة الإعلامية وكيفية تأثيرها على مجرى التعديلات في مضامين وترتيب مواد التربية الإعلامية.

3.1.2 وبخصوص إجابتها عن السؤال الثالث المتعلق بالخدمات المسخرة على الصفحة فهي ترى أنها لا تقتصر على عرض منشورات لمعلومات نظرية تطبيقية من مراجع متعددة أو مضامين إلكترونية لمواقع إلكترونية أخرى بل تتعداها لمحاولة تقديم أنشطة عن "نادي التربية على وسائل الإعلام" ومختلف الزيارات التي يقوم بها وكذا تعدد وتنوع الأعمال الميدانية لمضامين ووسائل التربية الإعلامية سعيا منه للتوعية الملموسة لتحقيق استفادة مرجوة لدى المستخدمين وبملاحظة المنشورات نجد أن مسيرة النادي قامت بصحبة المتدربين بزيارات عديدة لوسائل الإعلام على غرار إذاعة "راديو واب تستور" للتعرف على عملية التنشيط والعتاد المستخدم وتقنيات العمل به والخبرات نحو المسرح للتعرف على هذا الفضاء ودوره في بناء شخصية القائم بالاتصال في مواجهة الجماهير والقيام بالتمثيل وتقمص دور تلك الشخصيات والتنسيق مع المجموعة التي تعمل على المسرحية أو مختلف الأنشطة والمناسبات الثقافية التي تقام به وكيفية تغطية الخبر به أو عبر أماكن أخرى كذلك التدريب على مرافقة البيئة والحس بالمسؤولية الاجتماعية تجاه المحيط الذي ينتمي إليه المتدربون من خلال إعداد خبر عنها والتدريب على التغطية الصحفية والريپورتاج والتقاط الصور الصحفية وأهمية معرفة الزوايا والأماكن المناسبة للفت الانتباه عن أهمية ما قاموا بجمعه كمادة خبرية كمواضيع التلوث والحرائق التي تعالج قضايا البيئة، بالإضافة إلى دراسات ومعلومات متنوعة تثقيفية حتى لا يشعر المستخدم للصفحة بالممل على اعتبار أن الصفحة يلجأ إليها هروبا من ضغوطات العمل وقلة خبرته في التعامل مع مضامين ووسائل الإعلام التي يرى فيها أنها تؤثر نفسيا وفكريا وسلوكيا ووجدانيا عليه في حالة عدم استيعابه لها أو تعرضه لمضامين تقدم ثقافات وعادات مغايرة لقيم مجتمعه، كذلك تطرح الصفحة خدمات إعلامية مرتبطة بالواقع كمواكبة الأحداث وبهذه الكيفية تسعى مديرة الصفحة إلى الحفاظ على متابعة المستخدمين لها وانضمام ومشاركة بالتفاعل والتواصل معها. نجد أيضا خدمة أخرى تؤكد عليها مسيرة الصفحة كخدمة التواصل حول التربية الإعلامية أو انشغالات ذات العلاقة بالتعرض لوسائل الإعلام عامة، سواء بالبريد الإلكتروني أو رقم الهاتف وعنوان مقر النادي لمن يجد تسهيلات

للذهاب والانضمام إليه بالإضافة إلى الرد على التعليقات وقبول مختلف الأفكار والاقتراحات التي تدعم الصفحة وتحسن من مستواها من خلال النشر على حائط الصفحة أو من خلال إرسال الرسائل.

4.1.2 عن كيفية ترتيب المواضيع وتواتر نشرها على الصفحة أجابت مديرة الصفحة عن السؤال الرابع بأنه في أغلب الأحيان يتم النشر حسب تدرج كرونولوجي لأنشطة النادي أو الأحداث الجارية وفيما يتعلق بتواتر النشر تشير إلى أنه في بداية بعث النادي كانت منشورات النادي منتظمة لأن الأعضاء كانوا في عطلة لكن بعد العودة المدرسية أصبح التواصل حسب أوقات فراغ الطلبة أو بالاتفاق حول نشاط معين عن بعد، ما يشير إلى أن الترشيد على التعامل الواعي نحو المضامين الإعلامية بالنشر على الصفحة مرتبط بدرجة أولى بمدى نشاط النادي على الواقع وليس وفق معايير التنظيم للمحتويات التي تسمح لمسير الصفحة النشر في أي وقت ما عليه إلا اختيار الكيفية. ما يعني أن مسار الصفحة ينظر للمؤلفات الورقية أو المواد الإلكترونية حول التربية الإعلامية هي مصدر ثانوي وإن كانت فإن تلك الاستفادة تكون على مستوى مسار الصفحة بدرجة أولى ليعيد صياغتها على أساس نشاطات يحتضنها النادي، فرسالة الصفحة بهذا تكون من منطلق الربط مباشرة بممارسات فعلية بعيدة عن التنظير وهذه ميزة التدريب والتوعية التي تعتمدها مسيرة الصفحة فلا تكفي المعرفة والفهم إذا لم تتضمن مجال تطبيق يخول الوقوف على مواد التربية الإعلامية. كذلك إذا ما تم الربط بين انتظام ترتيب المواضيع وتواتر نشرها على الصفحة وفترة العطلة الصيفية للطلبة التي يقضونها في الراحة والاستجمام من جهد الموسم الدراسي نجد منهم من يرغب في تمضية الوقت بشيء مفيد كإكتساب مهارات وفنون جديدة بممارسة نشاطات ثقافية ترفيهية بتبقيهم على اتصال بالجو التربوي من خلال الانضمام لنادي وجمعيات ومخيمات وهي فرصة جاءت مواتية لتأسيس "نادي التربية على وسائل الإعلام" لتسهيل نشر الوعي بالتربية الإعلامية كون الوقت يسمح والرغبة متوفرة في ظل غياب ضغط النشاطات والواجبات المدرسية ومنه جاء إنشاء الصفحة على الفيسبوك عبر الفضاء الرقمي والتي تنشط عليها بكثرة الفئة العمرية من النشء والشباب بالنادي ما يفسر انتظام النشر إلى غاية الدخول المدرسي الذي وضع ترتيباً آخر لمنشورات الصفحة بحكم ارتباط الطلبة بتوقيت دراسي طيلة الأسبوع فيقل بذلك ما تنشره الصفحة من مضامين كونها مرتبطة بمدى النشاطات التي يقوم بها الطلبة بالنادي، لكن هذا لا يمنع من تعويض النقص بمنشورات من مصادر أخرى لمتخصصين والربط بمواقع مفيدة في نفس الموضوع ليبقى المستخدمون على تواصل ومرتبون بالصفحة باعتبار استخدامهم لوسائل الإعلام ليس مرتبط بتوقيت دراسي خاصة مع كثافة المضامين الإعلامية وتنوع المنصات الرقمية التي تتيح معلومات مغلطة وكاذبة وتخلو من المصادقية خاصة عبر الشبكات الاجتماعية.

5.1.2 أجابت مسيرة الصفحة عن السؤال الخامس أن الدور الذي تقوم به من خلال هذه الصفحة هو التعريف بالتربية الإعلامية كذلك المشاركة في الشأن العام بالإضافة إلى تتبع الأحداث الجارية وإشراك الولي والمربي في التربية على وسائل الإعلام. فالمبحوثة تسعى قدر المستطاع أن تنشر التربية الإعلامية، من خلال المساهمة في حوار فعال على الصفحة، كما تساهم في تطوير مهاراتهم الإعلامية لحماية أنفسهم من كل الأضرار والمخاطر المحيطة بهم.¹ خاصة مع تقارب الثقافات والتصادم الحادث بين الإعلام الجديد والتقليدي وتصارع رأس المال حول السلطة والسيطرة على الجمهور من خلال قوة المنتج الإعلامي، كل هذا جعل من التربية الإعلامية تبني معايير تعتمد على لمواجهة هذه العوامل فبحسب "بوتر" Potter هناك معايير على المختصين والمدرسين أن يراعوها في دعم نشر أسس التربية الإعلامية لدى المستخدمين وهي² أن التربية الإعلامية سلسلة متصلة أي أنها لا تعتمد على معدلات واحدة ومتساوية بين الأفراد، إنما هي سلسلة متصلة متغيرة ومتباينة من شخص لآخر حسب قدرته على إدراك وفهم المضامين الإعلامية، كذلك تحتاج لتطوير مستمر من قبل المستخدمين وكذا مسيرة الصفحة حسب احتياجاتهم والتعديلات التي يرونها تخدم إشباعاتهم منها، كما أن دورها إعطاء الأفراد إمكانية لفهم وقراءة على تفسيراتهم فمهمتها مساعدة المستخدمين على تفسير الرسائل الإعلامية بوعي، حيث يدرك المستخدمون نوايا القائمين بالاتصال مما يجعلهم يتحكمون في تأثيرات وسائل الإعلام، بالإضافة إلى أنها تتطلب للقيام بدورها بناء أبنية معرفية قوية من خلال المعلومات التي تنشرها. ما يحيل على وظيفة أهم وهي التوضيح والإشارة إلى تداخل وتكامل أبعاد الرسالة أثناء إدراكها وتحليلها كالبعد الأخلاقي والمعرفي والجمالي والمعرفي.

فما ينشر على الصفحة كالإرشاد بأساسيات الصحافة مثل القوالب والأشكال الصحفية كالهرم المقلوب والمعتدل أو المتدرج وفي خاصية المستخدمين للفضاء الرقمي الذين وبحسب الدارسين لخصائصهم أن أفضل طريقة للتوجه لهم بالأخبار هي عن طريق الهرم المقلوب كونها تختلف عن ميزة الأخبار في وسائل الإعلام التقليدية ما يفسر إيلاء مسيرة الصفحة في بداية النشر التركيز على هذا القالب وكذا التدريب على الأخبار البسيطة لجعل الفكرة سهلة وواضحة للمتابعة، أيضا الإشارة إلى قواعد الكتابة الصحفية ومكونات الخبر ومختلف الفنون الخبرية التي سبقت الإشارة لها في تحليل محتوى الصفحة كتصميم مجلة والترتيب وإعداد معرض تغطية الأحداث التعرف على الصور الخبرية والفروقات بينها وما هي التعديلات التي تجرى على الأخبار وكيف تتم والتعرف على الصحافة المقروءة والسمعية والسمعية البصرية وكذا الإلكترونية وصحافة المواطن حتى يكون المستخدم على دراية بنوع المضامين التي يتعرض لها ويفهم الشكل الظاهر الذي جاءت عليه وأن لعوامل عدة كأهمية الخبر وأجندة

¹ Johanna Martin soon, the role of media literacy in the governance reform agenda, Washington Comm, GAP, P3

² Potter, W. James, Media Literacy, California: Sage Publication, 2003, p 3.

المؤسسة الإعلامية دور في جعله خبر رئيسي أو ثانوي بالإضافة إلى طريقة صياغته والفئة التي يخاطبها وأهمية دور الرأي العام في الرد على هذه الأخبار باعتبار أن المتلقين ليسوا سلبيين يتقبلون كل ما يوجه لهم بل ينتقون الرسائل والوسائل وفقا لما يلبي رغباتهم ويشبع حاجاتهم وينتقدون تلك التي لا تتوافق مع معايير مجتمعهم، وهو ما يفسر اهتمام مسيرة الصفحة بدفع المستخدمين لمتابعة الأحداث الراهنة بتعليقاتهم وكذا مداخلاتهم في إشارة منها إلى ربط ما تشكل لديهم من معارف عن أسس القراءة الواعية وكذا فهم مكونات وترتيب الخبر وموضعه ومدته ومصدره بالواقع كشكل من الممارسة الصحفية للمواطنين بطريقة واعية وصحيحة وهو ما يكرس المواطنة الرقمية التي تقوم على أساس المواطن المطلع والمسؤول اجتماعيا وأخلاقيا نحو مجتمعه عبر الفضاء الرقمي من خلال ما يتداوله من مضامين سواء بنشرها أو التعليق عليها كطرف فاعل فيما يتم الترويج له من أخبار التي بات العامل الأساسي لمتابعتها هو مدى تحريها للمصداقية والجهة الصادرة عنها فهذه النقطة باتت تؤرق حتى الصحفيين المتمرسين للصحافة التقليدية وكذا الإلكترونية كون زمام الموضوعية والتحلي بالمهنية في الحصول على الخبر والتثبت من عدم تزيفه وكونه ليس إشاعة أصبح شيء يستخف به من قبل المواطنون العاديون الذين من خلال الوسائل التكنولوجية والوسائط الرقمية أصبحوا ينافسونهم بنشره وحتى التعقيب عليه في ظل غياب شروطه المتعارف عليه وأهمها الكفاءة والمصداقية فالمهم لديهم أنهم حققوا سبقاً بالعثور على حدث يتداولوه دون أن يتحروا من صحته في حين نجد الصحفي المحترف يعمل وفق خطوات تصله بمصدره حتى يتمكن من بثه في الوسيلة الإعلامية وهو ما جعل الأخبار الكاذبة تنتشر بسرعة لقلة خبرة المستخدمين في التمييز بينها كما لا يوجد رقابة صارمة تتابعهم وقلة القوانين التي تردع هؤلاء المخالفين، وهو ما يفسر النقطة الأخرى التي تعتبر مهمة تسعى المبحوثة المضي فيها وهي إشراك المدربين وأولياء الأمور في الانضمام للنادي أو استخدام ومتابعة المنشورات على الصفحة كونهم على قدر من الوعي بخطورة هذه المضامين التي تعتبر تهديد للنشء والشباب إذا ما استخدمت في مناحي سلبية فتهدم فكرهم وتضعف شخصيتهم وتحيلهم على التكاسل والرغبة دائما في تبعية الغير من النجوم الفنانين والرياضيين وغيرهم ويمكن أخطر من هذا الانحراف وممارسة سلوكيات عنيفة وتصرفات عدوانية تجعل من كيانهم في حالة خوف وترقب من الغير كما تروجه الثقافة الغربية لحياة العصابات وتجار المخدرات وغيرهم عبر الألعاب الإلكترونية والأفلام السينمائية، وللوقاية من كل هذا ترى مسيرة الصفحة أن أولياء الأمور والمدربين هم بمثابة السبيل للحد من هذا الانحراف وأن دورهم أساسي في الحفاظ عليهم من خلال ترشيدهم بسبل الرقابة السليمة وكيفية مرافقة أبنائهم وما هي الحدود المسموح بها لساعات وأوقات التعرض لوسائل الإعلام وكذا المضامين التي تتماشى ومستوياتهم الفكرية والعمرية، بالإضافة إلى دور الأستاذ المدرب الذي يعتبر بمثابة قائد ومثل يحتذى به من قبل النشء خاصة في الطورين الابتدائي والمتوسط باعتبارها مرحلتها بناء وتكوين

يكون فيها التلميذ مستعد لأخذ معارف قد يبقى مداها وأثرها طيلة حياته في التعامل السليم نحو مضامين الإعلام، فتكون فرصة مبكرة لاكتشاف المواهب وتوجيهها نحو التخصص الأكاديمي من خلال تحفيزهم على إنتاج المضامين الإعلامية والإبداع فيها وهي ذات النقطة التي تنشط عليها مسيرة الصفحة ضمن النادي المسؤولة عليه لإكساب المتدربين وفي نفس الوقت المستخدمين للصفحة القيم الخيرية ومهارات التربية الإعلامية كالفكر الناقد بعدم تصديق أو مشاركة الأخبار دون التثبت منها والعمل بالأخلاقيات أي إدراك ضوابط وحدود العمل الصحفي وتحمل المسؤولية المجتمعية.

2.2. وظيفة القائم بالاتصال في دعم سلوكيات التفاعل والتواصل مع المستخدمين للصفحة لدعم الوعي بالمضامين الإعلامية:

1.2.2 وترى في جواب السؤال السادس أن الفئة العمرية المستهدفة هي فئة النشء والشباب وهذا راجع لكونها أكثر عرضة للتأثر بوسائل الإعلام ما يتحتم إلقاء جل الاهتمام بالتوعية على ترسيدها من خلال الحماية والتمكين من مضامين ووسائل الإعلام وهذا راجع لكون هذه الفئة اليافعة أكثرها تأثراً حسب الدراسات بالمضامين الإعلامية والتي تتراوح أعمارهم ما بين 13 و 25 سنة. وهذا راجع لتنوع المضامين من جهة وتنوع اهتمامات الأطفال وتأثير المستوى الاجتماعي والثقافي والاقتصادي للأسرة والأصدقاء في اقتناء وطريقة استخدام هذه الوسائل التي إذا ما لم يحسن توظيفها على النحو السليم قد تؤدي إلى آثار سلبية كالأضرار الجسدية والنفسية مثل آلام المفاصل والإرهاق بسبب قلة النوم الناجم عن عدد الساعات الطويلة التي يقضيها الشاب أمام شاشة الكمبيوتر أو الهاتف الذكي ما يؤدي لضعف البصر بالإضافة إلى التوتر وقلة المبالاة بالمهام والمسؤوليات المنوطة إليه من قبل الأساتذة أو أفراد الأسرة فيولد له الخمول والكسل ونبذ الواقع الذي يتطلب منه القيام بواجباته، في حين يرى من خلال المضامين المتنوعة ما يشبع رغباته كأنه محقق دون بذل جهد، هذه المضامين التي لا تراعي الأخلاقيات وتدفع نحو الانحراف وارتكاب سلوكيات منافية للدين والعادات والقيم الاجتماعية التي تنجر عن مشاهد العنف والرومانسية التي تفوق سن النشء والشباب وغيرها، بالإضافة إلى تشويه اللغة العربية بسبب تعدد اللهجات ما يشوش ذهنه. وفيما يتعلق بالناحية الإيجابية لهذه المضامين الإعلامية على النشء والشباب فالحاجة إلى المعرفة والحاجة إلى الجمال وكذلك الحاجة إلى المغامرة والخيال هي حاجات من ضمن احتياجات أساسية أخرى يكون الطفل في حاجة إليها وفق ما حدده العلماء والمختصون التربويون، مشيراً إلى أن إعلام الطفل وما يُقدَّم له فيه يساعده بنحو كبير على إشباع هذه الاحتياجات الثلاثة، بحيث يكون لدى الطفل إحساس باللون والإحساس بالإيقاع الصوتي، وتتناسق الحركة... وما إلى ذلك. كما أشار إلى أسلوب وقاية من المضامين السلبية وهو تحديد مدة التعرض بساعتين كذلك تعزيز الرقابة على البرامج والأفلام والكمبيوتر والإنترنت. وهو ذات السياق الذي تحرص عليه مسيرة الصفحة من خلال المنشورات التي تحمل نصائح وتوجيهات خاصة بكيفية

التعامل مع المضامين الإعلامية والإبحار الآمن في عالم الإنترنت باعتبار أن هذه الفئة تشدها المضامين المغرية اللافتة للنظر من خلال الأجواء البطولية والرغبة بالنجاح والتفوق بانتهاج وتقليد طريقة الشخصيات الإعلامية والسينمائية والموسيقية وغيرها في أسلوب تفكيرهم ومظهرهم. ما يستدعي الحاجة للوقوف على هته الفئة والتصرف بعقلانية كونها في مرحلة تنظر فيه للأشياء بزواية الانبهار والمحاكاة أكثر من إعمال العقل وهذا ما جعل من مضامين الصفحة تقدم معلومات تطبيقية لنشاطات متعددة يمكنهم تجربتها على مستواهم الشخصي لجعلهم ينتفعون أكثر ويشعروا بما يقومون به أنه واقع وليس ما وراء الشاشة وما الذي تغير فيهم من حيث التواصل والتفاعل وكذا من حيث قراءة ونقد ما يتعرضون له ومحاولة إنتاج مضامين خاصة بهم وليس تقليد ما يجدهم لأنهم سيبدعون بالتربية الإعلامية من حيث زاوية تفكيرهم للأشياء والحاجات التي يردونها من خلال مضامين وسائل الإعلام.

2.2.2.2 تنظر المبحوثة إلى أنّ الأساليب والوسائل التي تعتمد عليها لجذب انتباه المستخدمين للصفحة في جوابها عن السؤال السابع تقوم على طريقتين أسلوب التشويق القائم على نشر جزئيات من موضوع كلي لكل منشور يتضمن فكرة أو تقدم قسط من العمل كالإعداد للتعريف بالخبر وقوابله وكذل تقنيات التصوير وأهمية الصور الصحفية وأنواعها كذا مصادر الخبر والتثبت منه أيضا المنشورات التي عالجتها تصميم المجلة وكذا التحضير لحفل التعريف بنادي التربية على وسائل الإعلام والمشاركة بالمنشورات النظرية من روابط لمواقع ذات صلة بالموضوع أو بالتطبيق من خلال نشاطات النادي على التربية الإعلامية، وبالنسبة للوسائل فمسيرة الصفحة تعتمد على طريقتين أيضا وهي التقنيات التي يتيحها الفيسبوك كالنشر إبداء الإعجاب الرد على التعليقات المشاركات، إرسال رسائل إلكترونية عبر البريد الإلكتروني أو التواصل هاتفيا أو من خلال ترتيب موعد بتقنية البث من خلال الفيديو وكذا الوسائل الموجودة بالنادي وخارجه كالعتاد والتجهيزات من ملصقات ومجلات وآلات تصوير وتحضير معارض وإقامة وحضور حفلات ودعوة ضيوف مثلا عند التدريب على المقابلة تمت دعوة صاحب صفحة "مواطنة تستور نيوز" وغيره بالإضافة للتوجه في خرجات ميدانية نحو مؤسسات إعلامية كالإذاعة أو نحو الطبيعة للتدريب على التصوير وتحرير مواضيع من اختيارهم ومشاركتها على الصفحة، ما يشير إلى تنوع في طريقة معالجة التربية الإعلامية على الصفحة لجذب المستخدمين.

3.2.2.2 وفي إجابة مسيرة الصفحة عن السؤال الثامن تؤكد بأنه لا يوجد جهات وأطراف أخرى تساعد في دعم منشورات الصفحة حول التربية الإعلامية، وإنما يوجد فقط مستخدمون للصفحة مهتمون بالتربية الإعلامية ويتابعون المنشورات وكذا أولياء الأمور الذين يطالبون بدورات تدريبية لفائدتهم، بالإضافة لطلبة مدارس يودون الانخراط في النادي، ما يشير لقلة المبادرة بالنشر على الرغم من وجود من هم بحاجة للوعي الذين يثبتون رغبة في الإهتمام بالموضوع وهذا مرده قلة الخبرة والتدريب في

المجال لدى المتخصصين بالتربية الإعلامية وحتى ضعف مساهمات من هم بمجال الإعلام والاتصال المتمكنون من مضامين ووسائل الإعلام كالفنون الصحفية وغيره، التي تفيد في الوعي باستخدامها وطريقة توظيفها، فجهود مسيرة الصفحة في نشر التربية الإعلامية عبر الفضاء الرقمي بهذه الحالة يعتبر جهد مضاعف مقارنة برغبة المستخدمين في الحصول على المعلومات ومتابعة الجديد مقارنة بعدم وجود من يدعم الصفحة ويشارك بنشر معلومات توعوية للتعامل مع وسائل الإعلام ولعل هذا الذي جعل من المنشورات تأخذ طابع غالب وهو النشر انطلاقاً مما يمارس بالنادي من نشاطات. وحتى على مستوى الصفحة فالمستخدمين المتخصصين بمجال علوم الإعلام والاتصال وعلوم التربية المؤهلين بدعم ونشر التربية الإعلامية تقل القابلية لديهم بالمشاركة في نشر المعلومات و تبادل خبراتهم حول الموضوع.

4.2.2 أشارت مسيرة صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" في جوابها عن السؤال التاسع إلى أن مستوى التفاعل مع المستخدمين في تحسن مستمر وهذا راجع إلى أنّ العالم أصبح مليء بالصراعات والتدخلات والمشكلات واتضح للجميع درجة الفساد في وسائل الإعلام بحسب نوعية الوسيلة والقائمين عليها، ونظراً للعولمة التي تمر بها الرسائل الإعلامية، وكذلك سهولة الوصول للشبكة المعلوماتية واستخدامها بكل يسر، إضافة إلى الثورة الهائلة في مجال إنتاج الفضاء الافتراضي وسهولة التواصل مع أي فرد في أي مكان بالعالم، كل هذا الواقع المحيط بنا والذي نعيشه أدى لضرورة وجود حد لتأثيرات مضامين وسائل الإعلام.¹ من هذا المنطلق وتعزيزاً للحد من خطورتها وجد المستخدمون حاجة لفهمها والتفاعل السليم نحوها من خلال إيجاد سبل نفاذ تتمثل في البحث والاستفسار عنها في كل القنوات والمكتبات وحتى عبر الانترنت ومنها الصفحة المعنية بالدراسة التي تتيح المجال لتعلم واكتساب التربية الإعلامية وهو ما يبرر تفاعلهم المستمر الذي قد يعود لقدرة المبحوثة على إيصال الرسالة التي فحواها أهمية الوعي بالتربية الإعلامية والثانية وعي المستخدمين بهذه الأهمية التي تؤتي من خلال عملية التفاعل على الصفحة وصولاً إلى ما يتطلعون لتحقيقه من التربية الإعلامية بحيث يرى Senge et al² أن التدريب على التربية الإعلامية يُحول الأفراد من مستهلكين للرسائل إلى مستهلكين واعين لوسائل الإعلام ومنتجين قادرين على التعبير عن أفكارهم بواسطة وسائل الإعلام، فيتشجعون بذلك على المشاركة في البيئة والحياة الواقعية من خلال ربط التعلم بواقع الحياة وربطهم بالتربية الإعلامية كبيئة خصبة وغنية للتعلم الذاتي يكون فيها المعلم بمثابة المرشد أفرادها قادرين على التعامل مع المستجدات وفق منهج التفكير الناقد والتي تدعمه مهارات أساسية أخرى كالتحليل التي يستفيدون منها بصورة مستمرة مع التدفق الكثيف للمضامين الإعلامية في

¹ Roger Silverstone, Media and morality on the rise of the media polis, Combridge, polity, 2007, p175.

² احمد جمال حسن، التربية الإعلامية مرجع سابق، ص 103.

عصر الإعلام والصورة والإنتاج الذاتي لها، ما يؤهلهم لممارسة المواطنة والمشاركة الفاعلة في الحياة الديمقراطية ومحاولة حل المشكلات والتفاعل مع التغيرات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية والتكنولوجية دون التخلي عن هوياتهم وخصوصياتهم الثقافية. فتحسن التفاعل بهذا ما هو إلا مؤشر على المواجهة الإيجابية عوضاً عن الخوف والاستسلام أو الانعزال ورفض الوقوع في المشكلات النفسية والثقافية والاجتماعية وإعادة فهم الأمور بطريقة صحيحة ذات نزعة عصرية، فيتعزز لديهم الانتقاء الثقافي للبرامج الإعلامية الترفيهية والثقافية. فالتفاعل على الصفحة غايته تدريب المستخدمين على آليات البحث عن المعلومة وسبل تصنيفها وتنظيمها وتحليلها والخروج بنتائج وإصدار الأحكام والوقوف على النقائص. ما يفسر سير المنشورات حول التربية الإعلامية وفق تسلسل من البسيط إلى المعقد يدفع على التفاعل ويسهل هذه العملية من خلال الطرق التي سبق الإشارة لها في التواصل والرد على انشغالات المستخدمين للصفحة كالإجابة عن طريق البريد الإلكتروني أو عبر نظام الرسائل الذي يتيح موقع الفيسبوك وتقنية التعليق عقب المنشورات وفي الخاص وأحياناً في لقاء مباشر، بهدف دعم مهارات التواصل لديهم على التفكير العلمي من خلال تعزيز مفاهيم الإصغاء والموضوعية وتوزيع الأدوار وطرائق المناقشة والحوار وطرح الأسئلة المثيرة وإعطاء المستخدمين الفرصة الكافية للتعبير عن الذات وعن الآراء الخاصة وعلى سبل صياغة العبارات والألفاظ الدقيقة التي تدل على الموضوع. وهو ما يبرر توظيف مسيرة الصفحة ومسئولة النادي للنشاطات التي تقوم بها مع المتدربين بالنادي فهي تنمي لهم التفكير الناقد والتحليل وحافز الإنتاج والقدرة على تخطيط الأنشطة والبرامج الإعلامية المختلفة سواء بطريقة فردية أم بطريقة جماعية، من خلال توفير التقنيات الورقية والإلكترونية لمساعدة المستخدمين على الفهم والاستيعاب والتمكن والإبداع. وهو ما توصلت له في دراسة مشابهة "غادة حسام الدين"¹ أن البرنامج التلفزيوني المقترح للمشاهدة الناقدة له فاعلية في إكساب طفل مرحلة التعليم الابتدائي مهارات المشاهدة الناقدة والقدرة على فهم واستيعاب الرسالة الإعلامية الموجهة إليه، الذي استطاع فهم عناصر العمل التلفزيوني البشرية والمادية والقدرة على التمييز بين المضمون الواقعي والمضمون الخيالي وفهم كيفية صناعة الإعلان والكارتون وأفلام السينما والتعرف على تقنيات الكاميرا والمؤثرات الصوتية وكيفية تأثيرها على المضمون وازدياد رغبتهم في نقد المضمون السيء من خلال رفض مشاهدته والتعامل مع التلفزيون بإيجابية من خلال مشاهدة البرامج المفيدة، كما بين استطلاع رأي الآباء الحاجة إلى ضرورة خلق وعي إعلامي لديهم نحو هذه الوسيلة أو غيرها، فالصفحة أيضاً تعتبر وسيلة تتناول موضوع التربية الإعلامية وبحسب ما أكدته

¹ غادة حسام الدين محمد رشدي، أثر استخدام برنامج للمشاهدة الناقدة على عينة من الأطفال المصريين: دراسة

تجريبية، رسالة دكتوراه غير منشورة، القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2006.

المبحوثة فإن جل المستخدمين للصفحة هم شباب وأولياء أمور دافعهم للتفاعل هو الحماية والتمكن من المضامين الإعلامية واكتساب مهارات التربية الإعلامية.

5.2.2 عن كيفية تأثير حاجات المستخدمين لاختيار مسيرة الصفحة للمضامين المنشورة أجابت عن السؤال العاشر بأنها تدرس هذه الحاجات من خلال ما يقومون بتقديمه من مقترحات وانتقادات التي تصلها ووفقها تقوم بالتعديلات التي تشتغل عليها بطريقتين، الأولى تقوم بالإعداد وجمع الوثائق والتمارين، والثانية بالتحاور مع أعضاء النادي وجمع المقترحات (عند إنجاز المجلة الحائطية مثلا). فتؤثر من حيث مضمون وشكل المنشورات بالتغيير فيها أو التعديل لها أو حذفها تبعا للفروقات الفردية والاجتماعية لدى المستخدمين للصفحة فتعيد مراجعة نوع محتوى المنشورات من خلال كيفية إيصال المعلومات ومحتواها عن مضامين ووسائل ومهارات التربية الإعلامية وقدرة مسيرة الصفحة في إيجاد سبل تعزز بها أيضاً الجوانب المعرفية الأخلاقية والسلوكية ومدى سعيها في التوعية حول السياقات التي ترد فيها الرسائل الإعلامية هذه الأخيرة التي تستتبط من خلال تمييز مسيرة الصفحة لدوافع استخدامهم لها التي تبرز في التساؤلات والاقتراحات التي يتقدمون بها وكذا حجم تفاعلهم حول المنشورات التي تعكس رغبة المستخدم سواء كان بغرض مهني معرفي أو هروب من الواقع والبحث عن التسلية أم تحقيقاً للذات والشعور بالمسؤولية الاجتماعية فيما يتعاطى به من مضامين.

فالتعديل على الصفحة ينم عن استجابة المستخدمين في قدرتهم على الانتقائية واستعدادية مسيرة الصفحة للمضي بنشر التربية الإعلامية بالفيديو عبر الفضاء الرقمي من خلال تكييف الأسلوب بالتحليل المعمق بالأدلة والدراسات الأكاديمية أو تعزيزه بالتبسيط من خلال دعم بنشاطات تطبيقية وتوضيحات بالصور والفيديوهات لزيادة الفهم والمتابعة أو تتماشى وخصائص الموقع، كذلك في اللغة التواصلية ولهجتها حتى تصل الرسالة لأكبر عدد منهم أو في تواتر النشر وعدم ربطه فقط بمدى نشاط أعضاء النادي بل تنوع مصادر النشر على المستخدمين فوسيلتهم الأساسية هي الصفحة وليس النادي بحكم عدم تمكن كل المستخدمين من الانضمام إليه وهته الأخيرة ليست حكرا على المنضمين به فقط في ظل نشاطها بالفضاء الرقمي فمن المستحسن مراعاة طبيعة النشر على موقع الفيسبوك في هذه النقطة وما تنشره فيه، كذلك في أسلوب الرد والإجابة عن الاستفسارات والخدمات المتوفرة على الصفحة كتعديل صورة البروفايل أو الغلاف لجعله واضح ومباشرة لموضوع التربية الإعلامية.

فتعديل المضامين على الصفحة وفقا لحاجات المستخدمين يرجع لدورها الترشيدي في تحقيق اشباعاتهم بصورة تخدم تنوع دوافع الإستخدام والانتقائية في المضامين الإعلامية لديهم وهذا حسب ما بينته نتائج جدول دوافع استخدام الصفحة لدى المبحوثين في استبيان الإستمارة الإلكترونية للدراسة

الحالية، والانتقائية في المضامين ترجع لعدة عوامل بينها دراسة¹ Lenhart & Madden ، بعنوان Social Netwrks Teens, Privacy & Online التي هدفت إلى التعرف على حاجات وأنماط الحياة التي يعيشها ويرغب بها جيل الشباب من الأمريكيين، وذلك من خلال استخدامهم للانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي ودور عامل الانتقائية في التعاطي مع يتشاركون به ولا يتشاركونه مع الغير عبرها، وهل يلعب الأهل دورا في مراقبة الأبناء أثناء تواجدهم على هذه الشبكات أم لا؟ وذلك من خلال التطبيق على عينة مكونة من 935 مبحث من المراهقين والمراهقات ممن تتراوح أعمارهم ما بين 16 و 17 عاماً وأولياء أمورهم. وقد توصلت الدراسة إلى أن 55% من المراهقين الأمريكيين لديهم حساب على الشبكات الاجتماعية، وأن ما نسبته 66% من هؤلاء لا يشاركون مستخدمي الشبكات الأخرى معلوماتهم على هذه الشبكات، وأن ما نسبته 46% من أولئك الذين يسمحون للغير بالاطلاع على معلوماتهم يزودون الغير بمعلومات مظلة لحماية أنفسهم أولا وللمزاح والعبث وعدم الجدية ثانياً. كما توصلت الدراسة أيضا إلى أن غالبية المراهقين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لكي يبقوا على اتصال مع الأصدقاء أو تكوين صداقات جديدة، وأن 23% من أفراد العينة شعروا بالخوف عندما تم التواصل معهم من قبل غرباء عبر شبكات التواصل الاجتماعي. كما توصلت الدراسة كذلك إلى أن الوالدين يقومان بمراقبة أبنائهم لمعرفة المواقع التي يتعرضون لها، وذلك من خلال بعض البرامج الخاصة بهذا الشأن أو من خلال وضع جهاز الكمبيوتر في مكان عام في المنزل ومراقبة الأبناء بصورة مباشرة، فهذه العوامل تؤكد أهمية مراجعة وتكييف مسيرة الصفحة لمحتوى المنشورات وفقا للتأثيرات التي يحدثها المستخدمون على نمط المضامين ومحتواها من خلال ما تراه المبحوثة يجيب عن حاجاتهم نحوها.

بالإضافة لعامل المضامين الإعلامية وطريقة التفاعل عبرها هناك عامل انتقاء وسائل الإعلام والاتصال لخصائصها وإمكانياتها التقنية المتطورة وكذا حاجات المستخدمين منها التي تطورت بتطور التكنولوجيا وأصبحت تدفعهم لاستخدامها جراء التسهيلات والإغراءات التي تتيحها على نحو مكثف للشباعات التي تلبيها لهم خاصة شبكات التواصل الاجتماعي، إذ تعتبر عامل آخر يؤثر في تعديل المحتوى نحو الترشيح والتوجيه عنها بمنشورات الصفحة بغرض التوعية الصحيحة نحو استخدامها من خلال التعريف بها وبتقنياتها وحدود الحقوق والواجبات عبرها والمسؤوليات المترتبة جراء ذلك، فتأثير دوافع وحاجات المستخدمين من الوسيلة يعتبر انعكاس لاهتمامهم بالتربية الإعلامية حتى يتمكنوا من التعامل الواعي نحو المضامين تبعاً للوسيلة التي يستخدمونها وهذه الدوافع المتعلقة بالوسيلة تناولتها

¹ Amanda Lenhart, Mary Madden, **Teens, privacy and online social networks: How teens manage their online identities and personal information in the age of MySpace**, 2007, <https://www.semanticscholar.org/paper/Teens%2C-privacy-and-online-social-networks%3A-How-and-LenhartMadden/0ace59d91bc28b15d2f2050777b17dd2b6a935b8>

دراسة كل من Mark A. Urista, Qingwen Dong, Kenneth D. Day بعنوان "Explaining Why Young Adults Use MySpace and Facebook Through Uses and Gratifications Theory"¹، في إشارة لأهمية التعديل في المنشورات على الصفحة بخصوص وسائل الإعلام والإنترنت التي يبحث ويركز عليها المستخدم كونه يراها تلبي حاجاته أكثر من غيرها في إطار عملية الإنتقاء الواعي لها ولمساعي مسيرة الصفحة في التوعية بالأسس والمعايير المتعلقة باستخدامها من خلال تعزيز النشر على الصفحة عنها انطلاقاً من حاجات المستخدمين، حتى يكون مستوى التفاعل والتواصل على الصفحة يمتد أثره بفاعلية وبنفس المستوى عند تسخير الوسيلة في خدمة وإيصال الرسالة عبر مختلف المنصات وإن اختلفت مضامينها ومجالاتها. فقد هدفت دراسة الباحثين إلى التعرف على العوامل التي تحفز الأشخاص على استعمال مواقع التواصل الاجتماعي ممثلة بموقعي (ماي سبيس والفيس بوك)، بهدف تلبية رغباتهم واحتياجاتهم، وذلك من خلال عينة مكونة من 50 طالبا من جامعة كاليفورنيا، اشتركوا في ست مجموعات بؤرية، للحصول على المعلومات المطلوبة للدراسة. وقد كشفت الدراسة أن المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لإشباع حاجاتهم الشخصية ورغباتهم مع الآخرين، نظراً لكون هذه المواقع من أكثر الوسائل قدرة على توصيل المعلومات إلى الآخرين مهما كان عددهم وبشكل لحظي. كما أفادت الدراسة أيضاً أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يسهم في تبني ورعاية العلاقات مع الآخرين من خلال المضمون والخطابات التي تصاغ بشكل لحظي على الشبكة، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي تمكن المستخدمين من اختيار الأشخاص الذين يمكنهم الاطلاع أو عدم الاطلاع على محتويات الملف الشخصي للمستخدم.

3.2 واقع وأفاق القائم بالاتصال في تعزيز التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية:

1.3.2 وفيما يتعلق بالجواب عن السؤال الحادي عشر فقد أشارت المبحوثة إلى أنّ الأهداف التي نجحت في تحقيقها من خلال الصفحة هي القدرة على تكوين زاد معرفي يسمح ببناء فهم مقبول عن التربية الإعلامية خاصة لدى النشء والشباب فقد أصبحت الصفحة مصدر للمعلومات يستمدوا منها أفكار عن مكونات الرسالة وأهميتها ووظيفة القائم بالاتصال وأن ليس كل ما ينشر حقيقي وضرورة التأكد من صدق المعلومة والتحري عنها من مصادرها بالإضافة إلى التوعية بنوع الوسائل الإعلامية وخصائصها ونصائح نشاطات ميدانية مقدمة على الصفة للتعريف بها وتوضيح الصورة عنها كذلك الإشارة إلى الحذر من المضامين السلبية والعمل على اكتساب مهارات التفكير الناقد وتحليل ما يتعرضون له من مضامين كل هذا جعل من الصفحة تستقطب قرابة الخمس مئة مستخدم في أقل

¹ Mark A. Urista, Qingwen Dong, Kenneth D. Day, **Explaining Why Young Adults Use MySpace and Facebook Through Uses and Gratifications Theory**, Human Communication. A Publication of the Pacific and Asian Communication Association. Vol. 12, No. 2, 2007 pp.215-229, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.568.9846&rep=rep1&type=pdf>

سبعة أشهر من تاريخ إنشائها على الفيسبوك في 02 جويلية 2019 مقارنة بطبيعة المفهوم الذي يعتبر غير منتشر بين الأوساط المجتمعية كافة وكذا كونه يحتاج للتركيز ويتطلب المتابعة لتحقيق الاستفادة فهذين العاملين يؤكدان نجاح الصفحة في توفير معلومات بقدر يسمح بالمتابعة لها من قبل المستخدمين خاصة في ظل قلة الصفحات المشابهة لها عبر الفضاء الرقمي وكذا تعزيز مفاهيم التواصل والتفاعل الناجح في القيام بمناقشات وحوارات مع الآخرين ذات بعد هادف على الصفحة أو عبر منصات ووسائل رقمية أخرى ما يشير إلى الجدية والمصداقية في نشر أبعاد ومجالات التربية الإعلامية المعرفية والأخلاقية والفنية والسلوكية في التعامل وكذا في نشر المضامين ما يعزز ثقة المستخدمين بها التي تظهر أيضا من خلال أسلوب ولغة التواصل التي تحفز المستخدمين على وجود السبيل للوعي بالتربية الإعلامية من خلال التعليقات والاستفسارات وهذا ما لاحظته الباحثة طيلة مدة دراستها لها 6 أشهر من جويلية 2019 إلى جانفي 2020 إذ المنشورات على الصفحة تتضمن موضوع عام وهو التربية الإعلامية بكل ما يشمل من تفاصيل وفق ما استطاعت مسيرة الصفحة تناوله ورأت أنه مناسب للمستخدمين، كذلك عدم الخروج عن موضوع التربية الإعلامية بإشراك مثلا مواضيع سياسية اقتصادية... على الرغم من أهمية مجالها وفحواها بهدف التنوع في المنشورات وجذب اهتمام أكبر من المتابعين والخروج عن النمط الذي قد يراه البعض ممل للصفحة أو التسلية والترفيه. ما يوحي بوجود قواعد وأهداف ثابتة تسيّر وفقها الصفحة وخطة واضحة مع احترام وقبول لآراء المستخدمين من خلال تفاعلهم معها وهذا يشير إلى هدف مسيرة الصفحة في تكوين صورة حسنة عنها تدعم تواجدها بالقبول والترحيب من قبل المستخدمين عبر الفضاء الرقمي خاصة منهم النشء والشباب وأولياء الأمور وفي جذب مختصين يدعمون مستوى المنشورات على الصفحة وكذا تعزز من نجاحاتها بالنادي الذي تدير نشاطاته فقد استطاعت اكتشاف العديد من المواهب التي تم التحاقها بإذاعة "واب بتستور" تونس. وعن الأهداف التي تسعى لتحقيقها فهي تنمية واستكمال ما بدأت به مسيرة الصفحة من منشورات عن التربية الإعلامية في جو حوارى يتمشى وما تدعو له سواء عبر الفضاء الرقمي وإنشاء صفحات مماثلة لمحتوى الصفحة المعنية بالدراسة تسعى لتحقيق حاجات ورغبات المستخدمين والعمل على القيام بدورها الترشيدي التوعوي بما يلبي رغبتهم ويرضيهم وكذا تأسيس نوادي وجمعيات ونشرها على أرض الواقع وجعل تجربة النادي مبادرة ناجحة يمكن قبولها وتعميمها في العديد من الولايات التونسية والبلدان العربية ومنها الجزائر التي تؤكد المبحوثة اهتمام عديد الجزائريين بها ومتابعتهم واستخدامهم لها، خاصة في الوقت الراهن الذي تتداخل فيه ادوار المؤسسات المجتمعية وتشاركها في التنشئة الاجتماعية ولم تعد الأسرة والمدرسة هي المربي فقط بل أصبحت مهمة تتقاسمها جميع المؤسسات المجتمعية في ظل صعوبة الغزو الثقافي وقلة الوسائل والتجهيزات والمختصين بالتنوع من أضرار المضامين الهدامة للقيم والعادات والهوية الثقافية والدين

الإسلامي وسبل التعامل معها وتطوير مهاراتها نحو الايجابي منها خاصة مع ظهور الإنترنت والهواتف الذكية التي تتيح تحميل مختلف التطبيقات والولوج لمختلف المواقع وإن كانت تتجاوز سنهم فلا رقيب يردعها ولا حامي يحصن من تبعاتها لذا استدعى الأمر ضرورة نشر التربية الإعلامية وتحدي محو الأمية الرقمية وتشجيع المواطنة الرقمية من خلال ترتيب جلسات حوارية بين المسؤولين ومحاولة التنسيق بين الأعضاء التنفيذيين سواء بالنظامين الرسمي وغير الرسمي لإيجاد سبيل للممارسة نحو التوعية بمضامين وسائل الإعلام كل على مستواه وصلاحياته ووسائله خاصة منها المؤسسات الإعلامية التي تدعم نشر التربية الإعلامية وتوعي بها منذ الصغر لتنمية شخصيتهم وتطوير مواهبهم وقدراتهم على مهارات التربية الإعلامية على النحو الذي يشكل شخصية واعية مدركة لما تتعامل به مضامين إعلامية وقد تنتجها مستقبلاً وتشارك بها الآخرين المعلومات والآراء. كذلك تدريب أولياء الأمور وإشراكهم في عملية المرافقة وسبلها السليمة للدور المهم التكميلي الذي يقومون به ومتابعة عملية إرشادهم للتربية الإعلامية بما يخدم جيل المستقبل.

2.3.2 تشير القيم إلى مجموعة القوانين والأهداف والمثل العليا التي توجه الإنسان سوى في علاقته بالعالم المادي أو الاجتماعي أو السماوي. كما تشير بحسب مجال علم النفس الاجتماعي إلى معيار ذو صفة انفعالية قوية تتصل بالمستويات الخلقية التي تقدمها الجماعة ويمتصها الفرد من بيئته الاجتماعية والخارجية وقيم منها موازين يبرر بها أفعاله وتتخذها هادياً ومرشداً.¹ وجواب السؤال الثاني عشر للمبحوثة عن القيم التي تسعى لتحقيقها حول التربية الإعلامية من خلال الصفحة راجع للدور والوظيفة التي تلبيها القيم على المستوى الفردي أو الاجتماعي، فما تصبو له الصفحة من قيم يعتبر تجسيداً لممارسات إيجابية لها علاقة بالدوافع والحاجات نحو التعامل الواعي مع المضامين الإعلامية واتخاذ الاتجاه نحوها يتخذ منحى توافقي، فعلاقة القيم بالاتجاهات يكمن في أن القيم لا يمكن أن تكون اتجاهها مع أن الاتجاهات (التقويم الإيجابي أو السلبي للأشياء أو الأشخاص أو المواقف) يمكن أن يكون وظيفة للقيم أو وسيلة للتعبير عنها، ويمكن أن تكون للفرد الواحد مئات الاتجاهات ولكن لا يزيد عدد القيم عن العشرات لديه، كذلك القيم أكثر ثباتاً واستقراراً من الاتجاه، كما أن تغيير الاتجاه عادة يكون أسهل من تغيير منظومة القيم لذا فتأثير ما يتعرض له المستخدمون من مواد عن التربية الإعلامية على الصفحة هو بهدف تكوين قاعدة متينة عند تعاملهم مع المضامين والوسائل الإعلامية عبر مختلف المنصات. وعن القيم التي تسعى مسيرة الصفحة ترسيخها لدى

¹ عادل حسن عبد الرحمن العقاب، القيم التربوية لإدارة الوقت في حياة الإنسان المسلم، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية التربية -، ص3،

، 2020-05-14 ، http://www.sustech.edu/staff_publications/2012022610363922.pdf

المستخدمين فهي تتمحور أهمها حول القيم المعرفية، التربوية والأخلاقية، الوجدانية، السلوكية وكذا القيم الفنية والثقافية والاجتماعية السياسية والاقتصادية.

وتعتبر القيم المعرفية اختيار شعوري-بمعنى عقلي مدرك- في انتقاء القيمة من بدائل مختلفة بحرية كاملة بحيث ينظر الفرد في عواقب انتقاء كل بديل ويتحمل مسؤولية انتقائه بكاملها وهذا يعني أن الاختيار اللاشعوري لا يشكل اختيارا يرتبط بالقيم، حيث يعتبر الاختيار المستوى الأول لسلم الدرجات المؤدية إلى القيم ويتكون من ثلاث خطوات متتالية هي استكشاف البدائل الممكنة، النظر في عواقب كل بديل ثم الاختيار الحر.¹

وعن القيم الوجدانية فمعيارها التقدير الذي ينعكس في التعلق بالقيمة والإعتراف بها والشعور بالسعادة لاختيارها والرغبة في إعلانها على الملأ، ويعتبر التقدير المستوى الثاني في سلم الدرجات المؤدية إلى القيم ويتكون من خطوتين هما: الشعور بالسعادة لاختيار القيمة، ثم إعلان التمسك بالقيمة على الملأ.

وعن القيم الأخلاقية والتربوية فهي مجموعة المبادئ والقواعد والمثل العليا التي يتخذها الناس ميزانا يزنون بها أعمالهم، ويحكمون بها على تصرفاتهم المادية والمعنوية، وفي دراسة لـ"مدوح منيزل فليح الشرعة"، بعنوان "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الدينية والأخلاقية لدى عينة من طلبة الجامعة الهاشمية في الأردن"²، أن معامل الارتباط بين مجاميع أثر استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي مع مجموع القيم الأخلاقية غير دال، أما معامل الارتباط بين مجاميع أثر استخدام الطلبة إحصائيا لمواقع التواصل الاجتماعي مع مجموع القيم الدينية دال، لكن بالرغم من وجود دلالة إحصائية للارتباط إلا أن إحصائيا الارتباط ضعيف ولا يمكننا القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على منظومة القيم الدينية والأخلاقية لدى الطلبة الجامعيين ويعزو الباحث ذلك أن البيئة التي يعيشونها ومنظومة القيم الدينية التي يرتبطون بها والتي تتبع منها الأخلاق الدينية والسماحة الإسلامية مما يجعل الأثر ضعيف كونها متولدة بالأساس. وهو ما تدعمه التربية الإعلامية ويؤكد عليه عامل الانتقائية والمقاومة العنيدة من قبل المستخدم للمضامين الإعلامية. في حين توصلت دراسة "فهد بن علي الطيار"، بعنوان "شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب

¹ العاجز فؤاد علي، القيم وطرق تعلمها وتعليمها، دراسات في القيم والتربية، الأردن، جامعة اليرموك، 1999، ص9.

² ممدوح منيزل فليح الشرعة، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الدينية والأخلاقية لدى عينة من طلبة الجامعة الهاشمية في الأردن، مجلة دراسات، العلوم التربوية، مجلد 44، عدد4، ملحق 8، 2017،

الجامعة¹ إلى عدد من النتائج أنّ أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في التمكن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، الإهمال في الشعائر الدينية وأنّ أهم الآثار الايجابية تمثلت في الإطلاع على أخبار والمعلومات عن المجتمع وتعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، التعبير بحرية عن الرأي، التمكين من تخطي حاجز الخجل وأنّ أهم مظاهر تغيير القيم نتيجة الشبكات الاجتماعية ظهر في تعزيز استخدام الطالب للشبكات الاجتماعية والقدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة.

وبالنسبة للقيم الجمالية فهي تعني اهتمام الفرد وميوله إلى ما هو جميل من ناحية الشكل أو التوافق وهو بذلك ينظر إلى العالم المحيط به نظرة تقدير له من ناحية التكوين والتنسيق والتوافق الشكلي ولا يعني هذا أن الذين يمتازون بهذه القيم يكونون فنانين مبتكرين بل أن بعضهم لا يستطيع الإبداع وإن كان يتذوق نتائجه.² وهي متعلقة بالقدرة على المزج والتوافق بين النص والصورة والألوان والتأثيرات الصوتية لإخراج المضمون في شكل جذاب يتماشى والوسيلة أو الوسائل المعروض فيها. وهي تعتبر عامل داعم لمهارة النقد والتحليل وتشجع على الإبداع والتعبير كل برأيه الشخصي ومشاركتها كمحال للحوار.

وفيما يتعلق بالقيم السلوكية فمعياريها الممارسة والعمل أو الفعل ويشمل الممارسة الفعلية للقيمة أو الممارسة على نحو يتسق مع القيمة المنتقاة على أن تتكرر الممارسة بصورة مستمرة في أوضاع مختلفة كلما سمحت الفرصة لذلك، وتتكون الممارسة من خطوتين هما: ترجمة القيمة إلى ممارسة وبناء نمط قيمي.³ وعند ربطها بمضامين الصفحة نجد أن المنشورات التي تتضمن ممارسات وتطبيقات عديدة ومنها نشاطات النادي فهي لها بعد تحفيزي على تشجيع تجربتها والعمل بها وأن التربية الإعلامية ليست مجرد مادة نظرية بل تتطرق منها لكن جلها ممارسة لتأسيس كيان منخرط في المجتمع وبتشارك أفكاره الأشخاص من خلال أعمال مهارات القراءة الواعية والتحليل والتقييم وغيرها وربطها بمختلف السياقات المتصلة بها لبناء رأي واعي وحكم موضوعي يدفع للقيام بسلوك بناء.

¹ فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة -توبتو نموذجاً-، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد 61، الرياض، 2014.

² سمير لعرج ، دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري، دراسة ميدانية ، أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم السياسية والإعلام ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، جامعة بن يوسف بن خدة ، الجزائر ، ص6.

³ العاجز فؤاد علي، مرجع سابق ، ص9.

وبالنسبة للقيم الثقافية فقد بين هوفستيد Hofstede أن عناصر الثقافة أربعة، هي¹: الرموز وتشمل اللغة اللفظية وغير اللفظية واللباس الذي يلبسه الأفراد وكل ما يعمل على تعزيز ولاء الفرد للجماعة التي ينتمي إليها، الأبطال وهم الذين يتخذهم المجتمع قدوة للخلف يقتدون بهم ويتعلمون منهم، الطقوس وتشمل الروتينيات اليومية التي تعبر عن القيم وهي تدعم القيم وتعززها والقيم وهي الجانب الخفي من الثقافة الذي لا يستنتج إلا من خلال سلوك الأفراد، وهي تشكل جانباً واحداً من جوانب الثقافة المختلفة، ويربطها بموضوع التكنولوجيات والتعامل مع المضامين الرقمية نجد أن "محمد مقداد"² يرى بأن القيم الثقافية ونقل التكنولوجيا يتم في إطار اللغة والعادات والتقاليد لأن الفشل في إدراكها يعمل على إفشال عملية النقل وإحباطها، مرتبطة بما سبقها أيضاً من قيم معرفية ووجدانية فهي تؤثر عليها من حيث نوعها وشدتها والتعبير السلوكي عنها والطريقة التي يتم التعامل معها وفق ما بينه "راتنر"³.Ratner

والقيم الاجتماعية هي التي تساعد الإنسان على وعي وإدراك وضبط وجوده الاجتماعي بحيث يكون أكثر فاعلية وهو ضبط حاجة الإنسان للارتباط بغيره من الأفراد وليستطيع أداء دوره الاجتماعي بحيوية وفاعلية.⁴ وفي دراسة "رياب رأفت محمد جمال"⁵، التي تهدف للتعرف على تأثير وسائل الإعلام الجديد وعلى وجه الخصوص شبكات التواصل الاجتماعي على النسق القيمي والأخلاقي لدى الشباب في الوصول لوضع آلية تعزيز القيم الأخلاقية، قامت الدراسة برصد وتوصيف وتقنين علاقة الشباب بوسائل الإعلام الحديثة من خلال تحديد (كثافة الاستخدام لوسائل الإعلام الجديد) ونوع المشاركة ودوافع الاستخدام ونوع المضامين التي تحظى باهتمامهم ودرجة التبني للمضمون المقدم، وأسباب انتشار بعض السلوكيات الأخلاقية لدى نسبة من الشباب السعودي خاصة و في الدول العربية والإسلامية، إذ توصلت إلى النمو السريع لإعداد مدمني الانترنت بين أوساط الشباب السعودي

¹ المرجع نفسه ، ص 10.

² محمد مقداد، القيم الثقافية ودورها في نقل التكنولوجيا، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، كلية التربية، جامعة

البحرين، العدد 2، ، رقم 2، ص 48، الرابط: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/45108>

³ Ratner, c, Aculture psychological analusis pf emotions culture and psychology, 6,05, 39, 2000.

⁴ عادل حسن عبد الرحمن العقاب، القيم التربوية لإدارة الوقت في حياة الإنسان المسلم، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - كلية التربية-، ص 3،

http://www.sustech.edu/staff_publications/2012022610363922.pdf ، 14-05-2020،

15:34 سا.

⁵ رياب رأفت محمد جمال: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي والأخلاقي للشباب السعودي، قسم الصحافة، كلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبد العزيز، جدة 2013.

<http://dalaya6848.blogspot.com/2014/04/3.html>

واعتمادهم على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر أساسي للمعلومات وخلصت إلى نتيجة مفادها أن الاهتزاز القيمي سببه تعرضهم المكثف للإعلام الإلكتروني والاستخدام الخاطئ وعدم وجود الوصاية الوالدية وضعف المناعة الأخلاقية، ما ترك آثارا سلبية على نفسيتهم وسلوكهم الاجتماعي والأخلاقي.

وبالنسبة لعلاقة القيم بالحاجات أن القيم تتضمن الوقائع المعرفية التي يعد الإنسان هو الكائن الحي الوحيد الذي يمكنه عملها، بينما الحاجات لا تحتوي هذا الأمر، كما أن الحاجات توجد لدى جميع الكائنات الحية على حد سواء¹، لذا فالقيم تعتبر عامل مهم وهدف سامي تسعى لتسخيره الصفحة.

وفي إشارة لعلاقة القيم بالاهتمام فهذا الأخير يعتبر مظهر من مظاهر عديدة للقيم وأنّ ظهور اهتمامات معينة لدى الفرد إنما يكشف عن بزوغ قيم معينة ترتبط بهذه الاهتمامات، بالإضافة إلى أنّ الاهتمام مفهوم أضيق من مفهوم القيم، وإذا ما حاولنا تبيان الفرق بين الاهتمام والقيمة فإننا نجد الاهتمام قد يكون مجرد ميل عابر للشيء أما القيمة فترسخ في ذهن الفرد نحو الشيء لفترة زمنية أطول من مجرد الاهتمام به. فهو ما يفسر اهتمام الصفحة بالتركيز على حاجات ودوافع المستخدمين لها عن التربية الإعلامية من أجل متابعتها وتحقيق اشباعاتهم منها حرصا على تحقيق قيم ملمومة لديهم.

كذلك يعتبر ربط القيمة بالسلوك بمثابة الهدف النهائي المرجو من المستخدمين القيام به، فالقيم تعد أكثر تجريداً من السلوك فهي ليست مجرد سلوك انتقائي بل تتضمن المعايير التي يحدث التفضيل على أساسها.

وما يستخلص مما سبق فإنّ القيم التربوية الأخلاقية المعرفية وكذا الجمالية التحسيسية وغيرها كقيم المواطنة الإجتماعية السياسية الثقافية الإقتصادية التي تتضمنها الرسالة الإعلامية، تدعم وتمكن من المهارات النقدية الإبداعية التي تسمح بالمشاركة التفاعلية المجتمعية، لتكوين شخصية واعية قادرة على التعامل مع المضامين الإعلامية ، هذه القيم التي تنمي لهم حس الخصوصية الرقمية من حيث مراعاة ما يقومون بنشره عن بياناتهم الشخصية وحياتهم الخاصة من صور وفيديوهات بالتعامل الحذر عند مشاركتها أو استخدامها دون علمهم في الأمور الترويجية أو في أمور سلبية تسيء لسمعتهم،

¹ عبد الحميد علي أحمد، التحصيل الدراسي وعلاقته بالقيم الإسلامية التربوية، ط1، بيروت، مكتبة حسين العصرية، 2010، ص143.

² الجموعي مومن بكوش، القيم الإجتماعية، مقارنة نفسية-اجتماعية، مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية، جامعة الوادي، العدد 8 ، 2014، ص77، رابط: <https://www.univ-eloued.dz/rers/images/pdf/H092014072.pdf> ، يوم 14-05-2020، 14:33 سا.

كذلك في الشعور بالمسؤولية الاجتماعية من حيث متابعة ومشاركة الآخرين في الظروف والمستجدات التي يعيشها غيرهم في مناحي الحياة المختلفة ومنها خاصة التي تطرحها المؤسسات الخدمية والتجارية في عرض منتجاتها وتسهيل مهمة الحصول على المعلومات وتبسيط المعاملات وكذا في المحافظة على الذاكرة الجماعية والمناسبات التاريخية والشعائر الدينية وغيرها من المناسبات بطريقة حضارية ما يخلق ويعزز من المواطنة الرقمية في المبادلات التواصلية في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية على نحو يراعى فيه احترام الرأي الآخر وتقبل تعدد الثقافات مع الوعي بعدم الانسياق إلا لما يراعي قيم المجتمع الإسلامي.

3.3.2 ترى مسيرة الصفحة في جوابها عن السؤال الثالث عشر أنّ واقع اهتمام القائمين بالاتصال من خبراء في علوم الإعلام والتربية في دعم التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية ضعيف ويحتاج لمزيد من الجهود والعمل على تجسيده ومنها سواء من حيث إنشاء صفحات خاصة بالتربية الإعلامية والنشر فيها أو من حيث نشرها ضمن مجموعات وصفحات طلابية متعلقة بالجامعة وصفحات ومنصات الحوار وغيرها للإشارة ولفت الانتباه للتربية الإعلامية أو عبر الصفحة الشخصية لهم ومشاركتها مع أصدقائهم بهدف نشر الوعي عنها على الرغم من قلتها وتداولها بين المختصين في مجال التربية الإعلامية وإن وجدت فهي غير متمكنة من عرض محتوى فعلي ينشط ويوجه بمستوى يجعل المستخدم يتجاوب معها ويتابعها وإن كانت أيضا فتواتر النشر فيها متباعد ما ينتج عنه قلة الاهتمام والمتابعة وترك صورة سلبية لدى المستخدم عنها. والصفحة تسعى لبذل جهد إضافي وتغطي أكبر قدر من النقائص تلبية لحاجات المستخدمين لها. وقد يرجع هذا لقلة الجهود المبذولة في وجودها فعلي عبر المؤسسات الاجتماعية وهو ما جعل مسيرة الصفحة تدعو لخلق نوادي وجمعيات تنشط على التربية الإعلامية وكذا ضرورة التنسيق ومتابعة خطة عمل تنظم العمل على التربية الإعلامية في إطار مؤسسات التعليم الرسمي.

وفي نفس السياق بواقع جهود دعم التربية الإعلامية على المستوى العربي فإنه لم يكن هناك نشاط محدد خاص بالتربية الإعلامية قبل ورشة العمل التي نظمتها اليونسكو عام 2002 في تونس بهدف تعريف العاملين في مجال الإعلام والتربية والتعليم بمبادئ التربية الإعلامية، وفي عام 2003 تم إجراء حلقة عمل بنسبا لوينكي Thessaloniki باليونان لعمل نموذج إقليمي لبلدان البحر المتوسط؛ حيث قام الأخصائيون بوضع تفاصيل منهج التربية الإعلامية آخذين بعين الاعتبار دور الإعلام في حياة النشء والشباب.¹ وهو ما يفسر ضعف وتأخر الجزائر في المضي بالتخطيط لها والشروع في

¹ أحمد جمال حسن، التربية الإعلامية، مرجع سابق، ص 67.

تطبيقها عبر مؤسساتها لضعف وضوح الصورة بشأن آليات تنفيذها وسبل الوقوف على تجسيدها من مختصين وإطارات ومحتوى ووسائل وتجهيزات.

وهي النقطة التي أكد عليها "محمد قيراط"¹ من خلال تبنيها والإيمان بها والعمل على تحقيقها إذ يجب التركيز على الجهة المحورية والرئيسية في العملية وهي المدرسة فالمطلوب هو إدماج موضوعات التربية الإعلامية ضمن المقررات الدراسية المختلفة والمؤسسات الإعلامية مطالبة كذلك بالمساهمة في العملية. وأولياء الأمور من جهتهم مطالبون بالاهتمام بتنقيف وتوجيه أبنائهم للتعامل الواعي والمسؤول مع وسائل الإعلام. وهناك تحديات كبيرة تواجهها المنطقة العربية في موضوع التربية الإعلامية، ومن أهمها أن الدول العربية ما زالت متأخرة، مقارنة بالدول الأخرى. ففي الوقت الذي نلاحظ فيه انتشاراً كبيراً وسريعاً لمختلف وسائل ووسائط الإعلام والمعلومات، واستخدام مكثف وكبير لها من قبل الناشئة، نرى أن المسؤولين والتربويين وصناع القرار غير مهتمين بالموضوع كما ينبغي. وهذا ما يتطلب ضرورة وضع إستراتيجية وطنية للتربية الإعلامية، تشارك فيها كل الجهات المعنية، لمعالجة الموضوع وإعطائه الأهمية التي يستحقها. واجتماع خبراء التربية الإعلامية الذي عقد بقطر، اختتم بإعلان الدوحة الذي تضمن أربع عشرة توصية، من أهمها تشكيل لجنة لتطوير التربية الإعلامية والمعلوماتية في الشرق الأوسط، وتأهيل أساتذة المدارس في هذا المجال، واعتماد مبادرات لتطوير التفكير النقدي.

3. عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية للخبراء الأكاديميون من علوم الإعلام

والاتصال وكذا علوم التربية:

1.3 البيانات العامة لأفراد عينة الدراسة من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون:

يتميز المبحوثين من الخبراء الأكاديميون الإعلاميون والتربويون بجملة من الخصائص والصفات السوسيوديمغرافية، تتمثل في:

جاءك نك 78: تموز أغسطس 2013 جز 1 التي نظمها

النوع	التكرار	النسبة
ذكر	14	70%
أنثى	6	30%
المجموع	20	100 %

المصدر: هذه الدراسة

¹ محمد قيراط، التربية الإعلامية.. رهانات وتحديات، صحيفة البيان الالكترونية-اتجاهات-، الامارات، ليوم: 05-07-2013

الرابط: <https://www.albayan.ae/opinions/articles/2013-07-05-1.1916525>

يتضح من خلال هذا الجدول أعلاه أنَّ أغلب مفردات العينة هم من الذكور إذ نسجل نسبة 70% للذكور في مقابل نسبة 30% للإناث، وقد ترجع هذه النسبة لكون الرجال أكثر تجاوبا واهتماما بموضوع التربية الإعلامية بالإضافة لإيجادهم وقت وتفرغهم للبحث مقارنة بالنساء.

جنتك نل 79: تموظ آفخك مبد حز اظك ايجك لآقني لى

النسبة	التكرار	المجال الأكاديمي
50%	10	علوم الإعلام والاتصال
50%	10	علوم التربية
100 %	20	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يتضح من خلال الجدول أن أفراد عينة الدراسة من حيث التخصص العلمي متساوون في النسب، 50% لكل من علوم الإعلام والاتصال وكذا علوم التربية، ويرجع هذا لحرص الباحثة في جعل المعلومات المتحصل عليها في موضوع الدراسة متساوية من حيث عدد المشاركات بإبداء الرأي من كلا التخصصين بفروعهما عن طريق الاستبيان لتكون ذات مصداقية وموضوعية من حيث النتائج المتحصل عليها تجنباً للتحيز والذاتية لتخصص دون آخر.

جنتك نل 80: تموظ آفخك مبد حز ا مظك سةني

النسبة	التكرار	الشهادة
//	//	دكتوراه دولة
85%	17	دكتوراه علوم
15%	3	دكتوراه نظام ل.م.د.
//	//	ماجستير
100 %	20	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنَّ أغلب مفردات العينة هم خبراء متحصلون على شهادة دكتوراه علوم بنسبة 85%، تليها نسبة 15% ممن يمتلكون شهادة دكتوراه نظام ل.م.د، وبالنسبة لدكتوراه دولة وماجستير فتتعدم فيهما النسبة، وقد يرجع هذا لعدم الوصول إليها من خلال الاستبيان الموزع.

جاءك نفي 81: تموظ أنفخ طبع مد جز لخرطبع بطبع مطب

الوظيفة	التكرار	النسبة
أستاذ مساعد صنف "ب"	//	//
أستاذ مساعد صنف "أ"	2	10%
أستاذ محاضر صنف "ب"	6	30%
أستاذ محاضر صنف "أ"	9	45%
أستاذ التعليم العالي	3	15%
المجموع	20	100 %

المصدر: هذه الدراسة

يتضح من خلال هذا الجدول أن أغلب أفراد عينة الدراسة يشغلون منصب أستاذ محاضر صنف "أ" بأعلى نسبة 45%، تليها أستاذ محاضر صنف "ب" بنسبة 30%، كما نسجل بعدها نسبة 15% لوظيفة أستاذ التعليم العالي، في حين تتخفف النسبة لمن يمارسون وظيفة أستاذ مساعد "أ" بنسبة 10%، وتندعم بالنسبة أستاذ مساعد صنف "ب".

جاءك نفي 82: تموظ أنفخ طبع مد جز 1 زمو طك خلك غرطك لأك

الخبرة	التكرار	النسبة
من 1 سنة إلى أقل من 5 سنوات	3	15%
من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	6	30%
من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة	11	55%
من 15 سنة فما فوق	//	//
المجموع	20	100 %

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب مفردات عينة الدراسة سنوات الخبرة في مجال عملهم تتراوح من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة بأعلى نسبة 55%، تليها نسبة 30% للخبراء الذين تتراوح سنوات عملهم من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات، بعدها نجد نسبة 15% من 1 سنة إلى أقل من 5 سنوات، في حين تتدعم النسبة للمبحوثين الذين سنوات خبرتهم من 15 سنة فما فوق.

2.3 واقع تفعيل التربية الإعلامية لدى المستخدمين من النشء والشباب عبر الشبكات الاجتماعية من وجهة نظر الخبراء من الأكاديميون والإعلاميون والتربويون الجزائريون:

النسبة	التكرار	مفهوم
24.63%	17	عملية تعليمية تربية
23.18%	16	توجيه وتوظيف لوسائل الإعلام
5.79%	4	سياسة تعليمية وإعلامية للدولة
20.28%	14	إعداد الإعلاميين والتربويين للمساهمة فيها
26.08%	18	تطوير قدرات الأفراد التفاعلية بتنمية مهارات التعامل مع وسائل الإعلام بهدف خلق مجتمع واعي
100 %	69	المجموع

يشير الجدول أعلاه إلى أنّ مفهوم التربية الإعلامية بالنسبة للخبراء الأكاديميون والإعلاميون والتربويون يشير إلى تطوير قدرات الأفراد التفاعلية بهدف خلق مجتمع واعي بنسبة 26.08%، تليها نسبة 24.63% لكونها عملية تعليمية تربية، كذلك هي مهمة توجيه وتوظيف لوسائل الإعلام بنسبة 23.18%، هذه المهمة موكلة من خلال إعداد الإعلاميين والتربويين للمساهمة فيها بنسبة 20.28%، وبأضعف نسبة إلى كونها سياسة تعليمية وإعلامية للدولة بنسبة 5.79%.

583

وفهم المعلومات المتاحة من أجل المشاركة في المجتمع كما أن مصطلح التربية الإعلامية يشمل كلا من المعرفة الدقيقة ببناء المجتمع والنظام الاقتصادي ووظائف وسائل الإعلام في المجتمع بالإضافة إلى المهارات التحليلية اللازمة لفهم جماليات وفهم المضامين الإيديولوجية في رسائل وسائل الإعلام، ما يشير إلى جانب الممارسة التي تهدف التربية الإعلامية ترشيد المستخدمين والتي تأتي كبناء ثاني بعد البناء المعرفي. وهو شق مهم في تكريس وتطبيق مخطط التربية الإعلامية فالهدف النهائي للتربية الإعلامية هو ذاك السلوك الذي يتجلى في طرق التواصل والتفاعل والمشاركة بالمعلومات عبر مختلف المنصات الرقمية. وسط بيئة افتراضية إلكترونية تخدم تكريس المواطنة الرقمية من خلال الوعي بأهمية ما ينشر وكيف ينشر والهدف منه في المجتمع بتقديم مختلف الخدمات الاجتماعية الاقتصادية السياسية الثقافية التربوية التي تعزز شعورهم بأنهم جزء من عملية المسؤولية الاجتماعية على مستوى مختلف السياقات الاجتماعية. وهو ما أكدته المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية بالرياض، عام 2007، بأنها: "عملية ذات طابع تمكيني تفاعلي، تُمكن النشء من تنمية مهارات التعامل لفهم الثقافة الإعلامية التي تُحيط بهم مما ينعكس على حسن الانتقاء والتعامل مع وسائل الإعلام وأيضاً المشاركة فيها بصورة فاعلة." إذ يركز التعريف أيضاً على الدور الذي تؤديه التربية الإعلامية وهو إكساب البعد التفاعلي للمستخدم وسط البيئة المجتمعية لينتج من التعاطي مع المضامين الإعلامية. هذه الخاصية التواصلية الإدراكية كما أشار لها المبحوثين وكذا تعريف مؤتمر الرياض تأتي من خلال تنمية مهارات التعامل مع وسائل الإعلام التي تتمثل في القراءة الواعية التفكير الناقد التحليل والتقييم تركز الوعي بسبل التفاعل السليم والوسائل الإعلامية.

ونجد نسبة 24.63% من الخبراء الأكاديميون الإعلاميون والتربويون يرون أنها عملية تعليمية تربوية، ما يشير إلى أنها تسير وفق خطة مدروسة معدة المواضيع وفق دليل عمل يؤطرها أساتذة وخبراء بالمجال ضمن نظام تعليمي رسمي لضمان فائدة ومتابعة للعملية تقوم على التدريب والترشيد لكيفية استعمال وسائل الإعلام وكذا التعريف بالمجال التربوي من منظور إعلامي كأساسيات الصحافة من فنون وقوالب وغيره وأهمية التحلي بالمصادقية والتثبت من صحة الأخبار ومصادرها وعدم نشر الإشاعات والأخبار المظلمة أو تلك التي تسيء للسمعة كذا الإطلاع والقيام بنشاطات تشجع على العمل الصحفي كإنشاء مجلة أو تنظيم معارض والتدريب على التعبير عن الرأي لصقل شخصيتهم ودعم قدرتهم على المواجهة العقلانية وتجنب التسرع في الحكم من خلال البحث في مختلف المواضيع الاجتماعية الممكنة لهم، باعتماد أسلوب تحرير صحفي تشويقاً وترحيباً من قبل الطلبة بالفنون الصحفية ودعم اندماجهم بها والتي يراعى فيها الطور التعليمي وخصائص السن والمحيط الاجتماعي كالتدريب على القصة، الخبر البسيط، الصورة الصحفية، الروبورتاج، استخدام الكاميرا... وغيرها التي تتوافق وقدراتهم المعرفية الإبداعية، بالتدرج من السهل إلى الأكثر عمقاً. وهو ما عبر عنه وأوضحه

دليل التربية الإعلامية للمدرسين والطلبة والوالدين والمحترفين، الذي وضعته اليونسكو عام 2006 أن التربية الإعلامية، هي: "عملية تعليم وتعلم عن وسائل الإعلام وأن المعرفة الإعلامية هي النتاج لهذا التعليم والتعلم". كذلك الاهتمام بالبعد العلمي وتجنب الذاتية وفق أسس أكاديمية مدروسة لمختصين لهم علاقة بمجال التربية الإعلامية يراعى فيها المجال العلمي النفسي، التربوي، الاجتماعي، الاقتصادي، السياسي، التكنولوجي والإعلامي للوصول لمحتوى مواد التربية الإعلامية الذي يتماشى وخصائص المجتمع الجزائري ومؤسساته المدنية وهو ما أشار إليه مؤتمر التربية الإعلامية بالكويت 2007 في الشق العلمي بأن التربية الإعلامية "تختص بتقديم إطار علمي وأصول تدريس منهجية للثقافة الإعلامية التي تساهم في بناء مواطن القرن الحادي والعشرين، فهي تعني بتنمية أساليب التفكير الناقد وتنمية مهارات المتعلم في البحث والتحقيق والتحليل والتقويم لكل ما يعرض عبر الوسائل الإعلامية، بالإضافة إلى تدريبه على مهارات التواصل كالتعبير والإنتاج باستخدام فنون وأدوات ووسائل الإعلام المتنوعة." ما يوحي بأن مخرجات هذه العملية التعليمية التربوية هي أن يكون الطالب متمكن من أمرين الأول يمتلك مهارات تساعده على التعامل مع المضامين الإعلامية والثاني يوظف هذه المهارات حسب الوسيلة التي يستخدمها ويعي ميزاتها ودورها وفائدتها. ما يخلق نوع من الوعي الذي يكون أثره على الصالح العام في إطار خدمة المواطنة الرقمية. من خلال التعبير عن الرأي والمشاركة في حل المشكلات والقضايا الراهنة مع مرور الوقت بتراكم الخبرات والمهارات.

ونسجل بنسبة 23.18% من المبحوثين يرون بأنها مهمة توجيه وتوظيف لوسائل الإعلام وقد يرجع هذا لمجال المعلومات المتداولة من خلال استخدام تقنيات تكنولوجية هي قنوات نشر تلك المضامين والتي تطورت بتطور التكنولوجيا وأصبحت منتشرة ومتنوعة في شكل نص سمعي بصري يتيح للمستخدم أن يكون مرسل ومستقبل وناقد ومبدع في آن واحد دون قيود أو شروط وهو ما ظهر في ثورات الربيع العربي التي برزت للعالم من خلال استخدام الوسائط الرقمية المختلفة وعبر عديد المنصات على غرار الشبكات الاجتماعية، وبالتالي فالتمكن من هذه الوسائل يدعم جانب التعامل مع المضامين من حيث التعرف على الوسيلة التي تناسب الرسالة هل تكتفي بوسيلة نصيحة كالصحافة أو مسموعة كالراديو أو سمعية بصرية كالتلفزيون أو كل ما ذكر باعتقاد الحافة الالكترونية أو صحافة المواطن عبر وسائط الفضاء الرقمي الحديثة كاليوتيوب والفيسبوك وتويتر وأنستغرام ولينكدان غيرها التي تتميز بخصائص عدة تسهل عملية نشر الرسائل والتفاعل حولها الأمر الذي يتطلب المعرفة بها وطرق استخدامها والفائدة المرجوة منها. فقد عرف مؤتمر فيينا 1999 التربية الإعلامية بأنها تعامل مع جميع وسائل الإعلام التي تُقدمها تقنيات المعلومات والاتصال المختلفة، فهي تُمكن أفراد المجتمع من اكتساب الفهم المتقدم لوسائل الاتصال الإعلامي التي تُستخدم في مجتمعهم، وكذلك فهم الطريقة التي تعمل بها، واكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام في الاتصال

بالآخرين." في إشارة إلى أهمية الوعي بالمؤسسات الإعلامية وكذا سياستها ودر القائم بالاتصال فيها ومختلف الوسائل والتجهيزات التي تستخدمها وكيف توظفها من حيث المدة والوقت والشكل والمضمون الذي تحتويه فكل هذا له أثر في عامل التعرض لها والتأثر بها وهو ما يعمل مع تفعيل مهارات التربية الإعلامية والدراسة أساسيات الصحافة وفنونها وسياقات الاجتماعية المختلفة ككل مركب يؤثر فيه كل عنصر على هذه العملية وهي التعاطي مع المضامين الإعلامية وكيفية التمكن بما يخدم ويقي ويمكن المستخدمين من آثارها السلبية وكذا جعل المستخدم عنصر فاعل يساهم في تنمية المجتمع بالوعي بأهمية ودور وسائل الإعلام.

هذه المهمة موكلة من خلال إعداد الإعلاميين والتربويين للمساهمة فيها بنسبة 70%، فالتنسيق والتعاون الوثيق بين الإعلاميين والتربويين في إعداد خطط إعلامية واختيار برامجها، فأما التربويون بحكم وظيفتهم قد سبقوا الإعلاميين في تحديد أهداف التربية والخطط العريضة لها ومضمونها الكثير من القيم التي ينشدها المجتمع والتي ينبغي أن تسعى التربية لتكوينها في الناشئة، أما الإعلاميون فإنهم يوفران جهوداً كبيرة بالاستفادة من تلك الأهداف والقيم من خلال وضعها في برامج تربوية وتعليمية، في وسائل الإعلام المختلفة وهذا الأمر وإن كان فيه بعض الصعوبات التي تواجه تطبيقه ولكن بالمتابعة والمثابرة وتشكيل اللجان المشتركة بين الطرفين تساهم في نهاية المطاف إلى بلورة أفكار يسيرة التطبيق كثيرة الفائدة¹، فالإعلاميون المدربون يساعدون في حل المشكلات الكمية في التعليم والتربية وتمكن من مواجهة الزيادة الهائلة في إعداد التلاميذ، ومواجهة حالات عدم كفاية المعلمين اللازمين لنشر التعليم أو نقص عددهم في تخصصات معينة، وتصلح في إعداد المعلمين والتربويين وتدريبهم عن طريق برامج جيدة الإعداد سهلة البحث فبدلاً من أن يقتصر جهد النخبة من المعلمين على مجموعات قليلة من الطلاب يعم أثرهم ليشمل أعداداً كبيرة من التلاميذ وفي أماكن متباعدة².

ونسجل نسبة 20.28% إلى كون الخبراء ينظرون للتربية الإعلامية على أنها سياسة تعليمية وإعلامية للدولة، وفقاً لمنظمة اليونسكو تعتبر السياسة الإعلامية مجموعة من المبادئ المتكاملة والواضحة والدائمة والقابلة للتطبيق بواسطة المؤسسات المشتركة في الإعلام الجماهيري، بشكل مركزي في بلد ما. فهي أساس من التكامل والتوافق مع الغايات العامة التي تتطلع الدولة إلى تحقيقها في شتى المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، التي يتم وضعها عادة على المستوى المركزي

¹ قتيبة عباس حمد حبيب الشلال، الفكر التربوي الإسلامي سبل تفعيله، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 330.

² المرجع نفسه، ص 6.

للدولة¹. إذ أصبحت معظم الحكومات أصبحت تهتم بوضع سياسات وأنشأت هيئة مختصة بذلك، وغالبا ما يتم تحديد هذه السياسات في ضوء العلاقة بين وسائل الإعلام والحكومة كما يتم تحديد الأسس الرئيسية للسياسة الإعلامية في الدولة عن طريق عدد مختلف من الوزارات والأهداف كالمسؤولين عن الصحافة والإذاعة والتلفزيون والثقافة والتعليم، وبوجه عام فإن سياسة الإعلام الوطنية تهدف إلى الاستخدام الأمثل وبأقصى طاقة لوسائل وإمكانيات الإعلام المتاحة، أما سياسات الاتصال وهي أعم وأشمل من سياسات الإعلام فهي تشير إلى مجموعة من المبادئ والأساليب التي توضع لتوجيه أنظمة الاتصال في كل دولة، وهي توفر الإطار الدلالي لتطوير استراتيجيات قومية تهدف إلى إقامة البنى التحتية للاتصال الذي يقوم بتنفيذ خطط التطوير التعليمي والاجتماعي والقافي والاقتصادي. ولهذا فإن وضعها وتنفيذها يتطلب عملا يشترك فيه العاملون في المجالات الاجتماعية والاقتصادية والعلمية والتعليمية والسياسية في كل مجتمع²، ويتوقف مدى نجاحها على مقدار الرؤية الصائبة لوضعها ومدة قدرتهم على ضبط موازين القوى التي تتحرك في ظلها تلك السياسات وتتصور أبعاد سياسات الإعلام بالاستناد إلى أبعاد كل من السياسات الإعلامية الاتصالية والسياسات التعليمية والتربوية في المجتمع لأن الإعلام يستخدم وسائل الإعلام العامة لتحقيق أهدافه التربوية والتعليمية والاجتماعية والأخلاقية في المجتمع ويمكن أن نتصور الأبعاد التالية كأبعاد رئيسية لسياسة الإعلام. كما نجد أن للبعد الاتصالي دور في وضع السياسة التعليمية الإعلامية في تحقيق احتياجات الجمهور المختلفة من الرسائل الإعلامية التربوية السليمة والفعالة ويتمثل ذلك في الحق في الاتصال في وسائل الإعلام المتخصصة في إطار السياسة العامة للدولة وخط سير الاتصال ومدى ما يحققه من مشاركة مجتمعية. كما نجد البعد الاقتصادي والمالي ويقصد به كيفية تمويل برامج التربية الإعلامية والمتخصصة وتشكل إدارتها المالية، كذلك تتضمن البعد التشريعي ويقصد به النصوص القانونية والتشريعية المتصلة بنشاط التربية الإعلامية، وأن تكون هذه النصوص ماثمة في الدستور والقوانين العامة أو الخاصة مثل قوانين الإعلام والاتصال وقوانين الصحافة، كما نجد أيضا البعد التنظيمي والإداري ويتمثل في أشكال التخطيط والمتابعة والتنسيق بين جميع مرافق التربية الإعلامية، كذلك تشمل السياسة على البعد التكنولوجي ويتضمن هذا البعد أنواع التكنولوجيا الاتصالية ومدى ملائمتها لتحقيق أهداف التربية الإعلامية وتلبية احتياجاته في المجتمع، أيضا الظروف التي أدت إلى اختيار تلك التكنولوجيا وتدريب الإعلاميين والتربويين على تشغيلها واستخدامها وصيانتها والانتفاع بها³. كما تنطوي على البعد الخاص بالمعلومات والمتعلق بمجالات التربية الإعلامية المختلفة وهما مجالي الإعلام والاتصال والتربية والتعليم فيما يتعلق بالمعلومات والمضمون الموجه لخدمة أفراد المجتمع..

¹ وفاء السيد خضر، الإعلام التربوي: سياساته، تخطيطه، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، مصر، ص37.

² عبد الرزاق الدليمي، الإعلام المتخصص، دار اليازوري، ط1، مجلد1، 2015، ص40.

³ وفاء السيد خضر، الإعلام التربوي: سياساته، تخطيطه، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، مصر، ص 80-85.

كما نجد البعد المهني المرتبط بالمشتغلين بمجال التربية الإعلامية وتدريبهم ورفع مستواهم المهني والعلمي والقواعد المتبعة لضبط السلوك المهني وحماية الإعلاميين التربويين. بالإضافة للبعد التنموي ويقصد به خطط التنمية الاجتماعية الاقتصادية والعلمية والثقافية والإعلامية والتعليمية... إلخ. خاصة ما يتعلق منها بمجالات التربية الإعلامية ومدى ملائمة نشاط التربية الإعلامية في وخدماته ومساهمته في هذه الخطط لتنفيذها، كذلك البعدين الإقليمي والدولي ويقصد به تضمين سياسات التربية الإعلامية بالمعلومات المختلفة عن الدول الأخرى العربية أو الأجنبية بما يتوافق والسياسة الإعلامية التربوية الجزائرية.

وبنسبة 5.79% عن ضرورة ربط مفهوم التربية الإعلامية بالسياسة الإعلامية التعليمية للدولة حسب رأي المبحوثين وقد يرجع لكونها تابعة للسياسة العامة للدولة في إطار الوزارة الوصية عنها وعن البرنامج التربوي لتفعيل التربية الإعلامية وكذا في الاستفادة من تجارب النشاطات المتنوعة والمتعلقة بها لتطويرها من خلال الدراسات الأكاديمية، لتفادي الوقوع في القرارات المتسارعة من خلال تدريب الإعلاميين والتربويين على العمل بها وفق إستراتيجية ودليل عمل واضحين.

جهازك نل 84: يلم ل شئ نك لك لة ع مة نل بى الأعلاني

النسبة	التكرار	مصادر المعلومات
29.62%	16	مختصين في التربية الإعلامية
12.96%	7	وسائل الإعلام
27.77%	15	مواقع إلكترونية
18.51%	10	مؤلفات ورقية
11.11%	6	أصدقاء
100%	54	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ مصادر المعلومات عن التربية الإعلامية بالنسبة للمبحوثين من الخبراء الأكاديميون والإعلاميون والتربويون، يتم الحصول عليها من المختصين في التربية الإعلامية بنسبة 29.62%، تليها المواقع الإلكترونية كوسيلة معتمدة للحصول على المعلومات بنسبة 27.77%، ثم المؤلفات الورقية بنسبة 18.51%، وبعدها نجد وسائل الإعلام كمصدر للبحث عن المعلومة بنسبة 12.96%، وبأضعف نسبة للمعلومات التي مصدرها الأصدقاء بـ 11.11%.

فتسجيل نسبة 29.62% من الخبراء الأكاديميون والإعلاميون والتربويون يرون بأن مصدر معلوماتهم عن التربية الإعلامية هم المختصين بها، وقد يرجع هذا لطبيعة المفاهيم والأفكار التي تجسد معرفة وإدراك مواد التربية الإعلامية التي تعتبر مجال بحثي يشتمل على العديد من الفروع كمعرفة وسائل الإعلام والتقنيات التكنولوجية الحديثة ومضامين كل منها، كذلك يمكن اعتبار أنه باعتماد المختصين في التربية الإعلامية كمصدر للمعلومة يمنح الباحث عنها المصداقية في الحصول على ما يحتاج إليه من معارف كون من نقلها عنه قد تكونت لديه معرفة واسعة بها وبتفاصيلها جراء القراءات المعمقة والأبحاث والدراسات التي قام بها عن التربية الإعلامية ما يجعل من المختصين بها لهم أولوية في التوجه لهم بغرض الحصول على المعلومات المرغوب فيها كونه أكاديمية علمية.

ونجد نسبة 27.77% من المبحوثين يرون في المواقع الإلكترونية مصدر للحصول على المعلومات ويمكن أن يفسر هذا لكونها تقدم إمكانية الإطلاع والتصفح بأقل تكلفة وكذا الحصول على مراجع لا تتاح عبر المكتبات الجامعية أو قد تكون بحوث ومقالات لباحثين من خارج الوطن غير منشورة بالإضافة لكتابتها بلغات أجنبية قد لا يفهمها القارئ ما يصعب الحصول عليها من مصادرها، لتكون المواقع الإلكترونية بمثابة البديل الذي يسهل عملية الفهم من خلال إمكانية التواصل مع الباحثين والحصول على تلك المعلومات من دراسات أو مقالات وتقارير عبر البريد الإلكتروني أو منصات التواصل الاجتماعي وغيره التي تتيح فرصة التواصل بصدد طرح التساؤلات والاستفسارات عن نقاط تتعلق بالتربية الإعلامية على غرار الصفحة التي يتم تداولها بالدراسة وهي صفحة نادي ، كذلك القدرة على تحميل كتب إلكترونية مجانية تسهل عملية الإطلاع وقراءة تفاصيل ومحتوى مواد التربية الإعلامية لمختصين بالمجال ما يساعد على اختصار الوقت والجهد والمال.

كذلك نسبة 18.51% من الخبراء الأكاديميون والإعلاميون والتربويون يجدون أن المؤلفات الورقية تعتبر مصدر للمعلومات وقد يرجع هذا لكونها ذات مرجع يحتوي على بيانات ببلوغرافية يمكن اعتمادها في التوثيق للبحوث، كما تحتوي على معلومات تفصيلية وواضحة يمكن الرجوع إليها واعتمادها كمرجع في الدراسات ذات العلاقة بالتربية الإعلامية، لدعمها وإثراءها والاستفادة مما تم التوصل إليه من نتائج فيها سواء ما تعلق بالإحصاءات أو المفاهيم والمستحدث فيها.

ونسجل نسبة 12.96% من المبحوثين يعتبرون وسائل الإعلام مصدر للحصول عن المعلومات التي تعالج مضامين عن التربية الإعلامية، وقد يفسر هذا بكون الخبراء على دراية ووعي يخول لهم التمييز بين البرامج والحصص التي تقدم سبل التوجيه والتدريب على التربية الإعلامية كإستضافة الباحثين المختصين بمجالات لها علاقة بسبل التعامل مع وسائل الإعلام كأستاذة في علم الاجتماع أو التربية أو الاتصال أو علم النفس ضمن برنامج يعالج مواد التربية الإعلامية ويطرح قضايا كتأثير

وسائل الإعلام ودور مؤسسات الإعلام في دعم وانتشار التربية الإعلامية أو تقديم أخبار عن سبل كفيلة لتوعية الشباب تساعد الخبراء في تدريب النشء والشباب بتوجيههم لمثل هذه البرامج التي تدعم وعيهم وإدراكهم باعتبارها طرف رئيس في نوعية المضامين التي يتعرض لها النشء والشباب.

ونلاحظ أن نسبة 11.11% من الخبراء الأكاديميون والإعلاميون والتربويون يرون أن بإمكان اعتبار الأصدقاء مصدر للمعلومات فيما يتعلق بالتربية الإعلامية وقد يرجع هذا لكونهم من نفس البيئة الأكاديمية العلمية من خلال تجاذب الحوارات أثناء الملتقيات وحضور الندوات والمؤتمرات التي تقام في التخصص لمناقشة ما يتعلق بجوهر وتفاصيل أساسيات التربية الإعلامية ومستجداتها بالمجتمع الجزائري. ما يكون لديهم خلفية معرفية من مصدر موثوق.

جنتك نقي 85: يطمح لفتح فضاء أزرار على مظهره في كل مكان له في الجزائر، اتخذ في شعبة كطاقة نقي في الإعلام.

الاهتمام	التكرار	النسبة
نعم	7	35%
لا	13	65%
المجموع	20	100%

المصدر: هذه الدراسة

يشير الجدول أعلاه إلى أن مؤسسات النظام التعليمي الرسمي الجزائري لا تقوم بدورها في تفعيل التربية الإعلامية بنسبة 65%، في مقابل ذلك نجد نسبة 35% من المبحوثين يرون عكس ذلك. فتسجيل نسبة 65% من الخبراء الأكاديميون والإعلاميون والتربويون الذين يرون بأن مؤسسات النظام التعليمي الرسمي الجزائري لا تقوم بدورها في تفعيل التربية الإعلامية، قد يرجع إلى مشكلات التعليم الأساسي ودوافع الإصلاح التربوي في الجزائر، فبعد الاستقلال أكدت النصوص الأساسية لحزب جبهة التحرير الوطني ابتداء من لوائح المؤتمر الثاني طرابلس 1962 والميثاق الوطني المؤتمر الرابع 1979، وتوصيات اللجنة المركزية في دورتها الثانية ولوائح المؤتمر الاستثنائي الأول 1980، والمؤتمر الخامس لحزب جبهة التحرير الوطني على ضرورة إنشاء منظومة وطنية للتربية والتعليم تهدف إلى تأصيل الروح الوطنية والهوية الثقافية لدى الشعب ونشر قيمه الروحية وتقاليد الحضارة العربية الإسلامية واختياراته الأساسية وتعميم التعليم والقضاء على الجهل وفتح باب التكوين أمام جميع المواطنين على اختلاف أعمارهم ومستوياتهم الاجتماعية فقد كانت المتطلبات الأساسية للتنمية تتلخص في مواجهة المخططات الاستعمارية¹.

¹ زينب حميدة بقادة، مشكلات التعليم الأساسي ودوافع الإصلاح التربوي في الجزائر، المنهل.

وقد مثلت كل من الأسرة والمدرسة أهم مؤسستين تربيان المجتمع اجتماعياً وثقافياً وأخلاقياً وعلى مدى تاريخي طويل حيث كانتا تقومان بوظائف التلقين والتثقيف والتربية وتغذية المجتمع بمختلف الرموز والقيم والمبادئ ليزود بمناعة تمنع عنه الاختراق والانسياق، إلا أن هاتين المؤسستين لم تعد قادرتان على المواجهة والقيام بمثل تلك الأدوار السابقة، كونهما لم تطراً في مناهجها تغييرات داخلية تتماشى والعصر، الذي هو الآن عصر رقمي ومعرفي ومعلوماتي بلا منازع، فالمجتمع اليوم حبيس الشبكة العنكبوتية، وأيضاً حبيس شبكة من الإعلام الفضائي الرقمي، لذلك يبرز اليوم وبشكل سريع الحاجة لبديل أو لمضاد يمتص مخاطر هذا الاختراق لضمان التوازن الثقافي والحضاري للمجتمع. فكانت أطروحات التربية الإعلامية اليوم أبرز ما ينادي به، كونها تقوم على مبدأ الوعي بتأثير وسائل الإعلام والاتصال إضافة لضرورة تسمية مهارات ومناهج النقد والتحليل ورفض قبول المحتويات الإعلامية.

إنّ الحديث عن التربية الإعلامية معناه ولادة حقل جديد في ميدان التعامل والتفاعل مع وسائط الإعلام، فهو وضع يفرض تشخيصه ووضع آليات معالجته والوقاية منه وتعلم مهارات ومنظومات مواجهته أو التقليل من آثاره كأقصى تقدير. بهذا المعنى يتوجب ابتكار طرق عملية وميدانية لتحقيق التربية الإعلامية وليس مجرد الحديث عنها في البحوث والمؤتمرات، بمعنى الانتقال من التنظير للتفعيل عبر مشاريع تلقتي عبرها أدوار الأسرة والمدرسة ووسائل الإعلام في حد ذاتها¹.

عن واقع التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية الجزائرية قامت "عبدة صبطي" و "فريدة ملاك" بإجراء دراسة ميدانية على عينة من أساتذة الطور المتوسط بمدينة بسكرة، حيث استهدفت الدراسة معرفة واقع التربية الإعلامية في المؤسسات التربوية الجزائرية وطبق فيها استبيان استمارة على عينة قوامها 62 أستاذ من أساتذة المتوسطات بالولاية وأظهرت النتائج أنّ: التربية الإعلامية ضرورية في المؤسسات التربوية حسب ما تقتضيه التوجهات الراهنة للسياسة العامة للقطاع مواكبة للتطورات المتسارعة في قطاع التكنولوجيا والاتصالات، كما أن ما تتضمنه المقررات الدراسية غير كافية لتربية التلاميذ إعلامياً، كما تمتاز ببنيتها الضعيفة في تلبية حاجات المتعلمين وهو ما يدعو إلى تدارك الوضع القائم، كما أشارت النتائج إلى أنّ أهم المعوقات في المؤسسات التربوية يتمثل في عدم وجود التربية الإعلامية كمادة مستقلة في المنهاج التربوي وإنما متضمنة في كتاب التربية المدنية وذات حجم ساعي غير كافٍ بالإضافة لغياب المتخصصين في هذا المجال لوضع الأطر والميكانيزمات الملائمة².

¹ سكيبة العابد، التحدي الرقمي وحاجتنا للتربية الإعلامية، أصوات الشمال، مجلة عربية ثقافية اجتماعية شاملة،

2017، الرابط: <http://aswat-elchamal.com/ar/?p=98&c=2&a=54835>

² عبدة صبطي، فريدة ملاك، واقع التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية الجزائرية، دراسة ميدانية على عينة

من أساتذة الطور المتوسط بمدينة بسكرة، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد الأول، العدد الثالث،

2017، ص168.

كما جاءت دراسة "شفية زنات" مؤكدة لما سبق ذكره إذ قامت بإجراء دراسة ميدانية بعنوان واقع التربية الإعلامية من خلال المؤسسات التعليمية بولاية المسيلة على عينة من 88 أستاذ من طور المتوسط وتوصلت الدراسة إلى مجموعة نتائج أهمها التربية الإعلامية ضرورية في عصرنا الحالي نظرا للمكانة الهامة والخطيرة التي يتبوّها الإعلام في حياتنا المعاصرة خاصة مع الانفجار المعلوماتي، فترى "شفية زنات" أن التربية الإعلامية لا تتعدى كونها مفاهيم غامضة تحتاج إلى توضيح وتفسير إضافة إلى نقص وعي الأساتذة بها، كذلك نقص البرامج والمقررات المخصصة للتربية الإعلامية في الجزائر خاصة المنهاج الدراسي¹.

ويفسر هذا أن دراسة كل من "زنات شافية" ودراسة "عبيدة صبطي"، من حيث مفهوم التربية الإعلامية امتاز بالغموض كذلك تشاركهما في الدعوة لضرورة تضمينها بالمنهاج الدراسي بنسبة 72%، وحسب الدراستين فإن واقع التربية الإعلامية قد يعكسه بدرجة أكبر متغير الأقدمية أو سنوات الخبرة من خلال وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بينه وبين تدريس التربية الإعلامية ضمن المقررات الدراسية وهو ما توصلت له دراسة "عبيدة صبطي" على عكس دراسة "زنات شافية"، كما أنها مهمة المدرسة بنسبة 35%. وربطها بالدراسة الحالية نجد أن هذه النتائج تفسر سبب نفي المبحوثين للدور الذي تقوم به مؤسسات النظام التعليمي الرسمي الجزائرية في تفعيل التربية الإعلامية.

ونجد نسبة نسبة 35% من الخبراء الأكاديميون الإعلاميون والتربويون يقرون بأن للمؤسسات التربوية الجزائرية دور فعال وقد يفسر هذا بما أدخلته وزارة التربية الوطنية خلال الأعوام القليلة الماضية من تعديلات وإصلاحات جديدة على قطاع التعليم الابتدائي والمتوسط إضافة إلى ميثاق أخلاقيات قطاع التربية الوطنية، وتسعى الوزارة إلى اعتماد نموذج بديل لإصلاح المدرسة الجزائرية الذي هو ثمرة استشارة واسعة هدفه كسب تحديات الجودة في إطار إستراتيجية طويلة الأمد تمتد إلى 2030 وترتكز على التحوير البيداغوجي والحوكمة واحترافية الموظفين عن طريق التكوين.² هذه التعديلات قد يرى فيها المبحوثين أنها تمس جوانب التربية الإعلامية وقد تدعم نشرها وإدراجها ضمن المقرر الدراسي.

¹ شفية زنات، واقع التربية الإعلامية من خلال المؤسسات التعليمية بولاية المسيلة، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد الأول، العدد الثالث، 2017، ص169.

² صلاح حسان، نظام التعليم في الجزائر، مقال على منصة المحيط، جانفي 2019، <http://almoheet.net/> نظام التعليم في الجزائر، 11:44، 3-8-2020.

النسبة	التكرار	السبب
14%	3	ضعف البرامج التعليمية
45%	9	غياب التنسيق والمتابعة مع الخبراء في مجال علوم الإعلام والاتصال وعلوم التربية
25%	5	قلة وجود أساتذة مختصين في التربية الإعلامية
16%	3	نقص الوسائل والتجهيزات
100%	20	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن غياب التنسيق والمتابعة مع الخبراء في مجال علوم الإعلام والاتصال وعلوم التربية يمثل أهم سبب في عدم اهتمام مؤسسات النظام التعليمي الرسمي الجزائرية بتفعيل التربية الإعلامية بغرض نشرها وإرسائها بنسبة 45% بحسب الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون، ويليه قلة وجود أساتذة مختصين في التربية الإعلامية بنسبة 25%، بعدها لعامل نقص الوسائل والتجهيزات بنسبة 16%، وأضعفها ضعف البرامج التعليمية بنسبة 12%.

593

ومنافية للقيم والمبادئ التي عهدها المجتمع الجزائري، ولتحقيق هذا المسعى يستدعي القيام بتنسيق وتوحيد للجهود والرؤى لوضع ميكانيزمات وآليات للخروج بنتائج مرضية، فغياب التنسيق والمتابعة قد يؤدي إلى فشل الخطة في رسم سياسة وطنية للتربية الإعلامية وإن كانت تدعم وتفعّل نشر التربية الإعلامية وتمكن النشء والشباب منها في ظل كل قطاع يسير وفق أهدافه الخاصة التي سطرها وانشغالها بمسؤوليات إدارية في إطار قطاعه الذي يندرج تحته أو الاهتمام بتنفيذها على مستوى إداري فقط وفق مراسيم وقوانين تفنقر إلى التجسيد على أرض الواقع.

نجد نسبة 25% من المبحوثين يرون أنّ قلة وجود أساتذة مختصين في التربية الإعلامية هو سبب عدم تفعيل التربية الإعلامية وقد يكون مرده، عدم وجود مكونين فيها يقومون بمهمة تدريبهم على تدريس الطلبة وهو ذات المعضلة التي تعرضت لها مؤسسات التعليم في العديد من الدول الأوروبية بحسب نتائج الدراسات السابقة التي تمت الإشارة إليها في شق الدراسات السابقة الغربية التي تناولت محور التربية الإعلامية إذ على الرغم من استعداد وترحيب الأساتذة بالفكرة إلا أن ضعف التكوين والتأطير وقف دون إتمام مهمة تدريب الأساتذة على التربية الإعلامية ومنه في نشرها وتفعيلها بين الطلبة من النشء والشباب. كما قد يرجع إلى قلة الاهتمام بها على مستوى مؤسسات التعليم العالي في تخصيص مقاييس ومشاريع تدعم تفعيل التربية الإعلامية ما يضعف من كفاءة الأساتذة في تدريب الطلبة عنها. بالإضافة لعامل التنسيق والتدريب المشار إليه سابقا.

ونلاحظ نسبة 16% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يجدون في نقص الوسائل والتجهيزات سببا في عدم تفعيل التربية الإعلامية بالوسط المؤسساتي التربوي الجزائري، وقد يرجع هذا إلى الميزانية المحدودة التي لا تسمح بانتقاء المعدات والأدوات التي يتدرب عليها الطلبة كالحواسيب وتجهيز القاعة بالمعدات كمعدات العمل الإذاعي التلفزيوني الصحفي وغيره ضف إلى ذلك ضعف التحكم التقني بها. خاصة وأن طبيعة مواد التربية الإعلامية تستدعي التطبيق لفهمها والعمل بها في جل الدروس والنشاطات المعمول بها.

كذلك نسبة 12% من المبحوثين يعتبرون أن ضعف البرامج التربوية فيما يتعلق بتعزيز التربية الإعلامية هو سبب آخر في عدم تفعيلها بمؤسسات النظام التعليمي الرسمي الجزائري، وقد يرجع هذا لكونها تسير بمنهج المقاربة بالكفاءات في السنوات الأخيرة وفيما سبقها فقد كانت تعتمد منهج المقاربة بالأهداف، هذا الأخير الذي يعتبر الأستاذ محور العملية الاتصالية وأن مهمته هي تلقين الطالب المعارف من قيم وأخلاق وعلوم وغيرها في إطار تنشئة اجتماعية تربوية سليمة وهذا في خضم سنوات الثمانينات وكان وقتها الجزائر لم تشهد وجود واستخدام وسائل الإعلام بالشكل الذي نعرفه اليوم، وبعدها في الآونة الأخيرة تم اعتماد منهج المقاربة بالكفاءات الذي يركز على الطالب في محور العملية التعليمية التعلّمية مع التركيز على تقديم نشاطات داعمة لما يتلقاه داخل القاعة وخارجها

جہاں تک نقل 87: یٰٰی مٰلِکُ وَاخُوْهُ عَلٰی لٰا اَرْزُوْا عَلٰی بَیْکَ جِوْہَرِیْ بِیْکَہٗ نَسِیْخَ عَمَلِکَہٗ فَاَنْتَ بَیْءُ الْاَعْلَیِّ اَلَا تَخْشٰوُ الْعِلٰہَ؟ اَلَا تَعْلَمُ اَنَّ

الاهتمام	التكرار	النسبة
نعم	8	40%
لا	12	60%
المجموع	20	100%

595

وآثارها لدى معظم الباحثين باعتبار المضامين توجه لجمهور عام يتجاوز في مستويات فهمه للمضامين. بدل التوجه لتأسيس مفاهيم ومقاربات جديدة تساعد على تدريب وترشيد هذه المؤسسات الإعلامية.

في حين نجد 40% من الباحثين يرون أن المؤسسات الإعلامية الجزائرية تدعم التربية الإعلامية لدى النشء والشباب، قد يرجع لما تتيحه منصات الشبكات الاجتماعية عبر الفضاء الرقمي إمكانية التحوار والتفاعل بغية مناقشة الأفكار حول المواضيع المتداولة التي تسهم في تنمية المعارف والمهارات التواصلية بطريقة واعية فيما يتعلق بمضامين الإعلام والاتصال والتوعية بأبعادها ومختلف عملياتها وفنونها ومجالاتها خاصة التنمية والأسرية والمجتمعية لنشر وتشجيع قيم المواطنة الرقمية في التعاطي مع المضامين الإعلامية. التي تعتبر الهدف الحيوي الذي تأمل له كبرى الدول الرائدة في التربية الإعلامية كما سبقت الإشارة لها في الشق النظري من الدراسة، بالإضافة إلى المعلومات المكتسبة في مجالا متخصصة تعمل وسائل الإعلام على التوعية بها فيتشكل لديهم سلوكيات مهارية فيها من قبل البرامج والحصص التي تقدمها خاصة فيما يتعلق بمتابعة المستجدات الراهنة.

جاءتكم نفي 88: نفي م ز ا ا على مة المظلة ا أ ز ز ه الأعلامي بكم ج ه في بكم ه نسيخ ع و بكم ه نفي ب الأعلامي بكم ه م س ؟

بكم ساء ا

النسبة	التكرار	السبب
15%	3	قلة البرامج التوعوية عن التربية الإعلامية
10%	2	الاهتمام بالغرس الثقافي للقيم الاجتماعية
30%	9	قلة المدربين على التربية الإعلامية وضعف التكوين
45%	6	ربحية تخدم مصالح مالكيها ولأجندة إعلامية سياسية
100 %	20	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يشير الجدول أعلاه إلى أنّ بحث المؤسسات الإعلامية الجزائرية عن الربح وخدمة مصالح مالكيها وتنفيذ أجندتها الإعلامية السياسية يجعله سبب رئيسي في عدم اهتمامها بالترشيد على التربية الإعلامية بنسبة 45%، تليها تسجيل نسبة 30% من المبحوثين الذين يرون عدم الاهتمام يرجع لقلة المدربين عليها وضعف تكوينهم، بعدها نجد نسبة 15% لقلة البرامج التوعوية عن التربية الإعلامية، وبأضعف نسبة 10% لاهتمامها بالغرس الثقافي للقيم الاجتماعية.

فتسجيل نسبة 45% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يقرون بأنّ سعي المؤسسات الإعلامية للربح وخدمة مصالح مالكيها والأجندة الإعلامية السياسية المسطرة يعتبر أهم سبب في عدم اهتمام المؤسسات الإعلامية الجزائرية في الترشيد على التربية الإعلامية، وقد يرجع هذا

إلى الميزانية التي تتطلبها تكاليف إعداد البرامج والمشاريع المسطرة وغيره من النفقات التي تقتضيها الشبكة البرمجية وحجم المؤسسة الإعلامية وهدفها في تحقيق السمعة الحسنة التي تظهر بها أمام جماهيرها ولتحقيق رضا عملائها في ذات الوقت الذين تروج لهم سلعهم الإعلامية وخدماتهم المختلفة، باعتبارها العائد الرئيسي لاستمرارها وكذا في الحفاظ على مكانتها بين منافسيها من المؤسسات الإعلامية الأخرى في ظل بيئة سياسية واجتماعية تسير بالموازات مع خطها الافتتاحي ومصالحها الخاصة، فتعمل على ترويج البرامج المسلية والترفيهية كالمسلسلات والأفلام وكذا البرامج الثقافية المتنوعة وتقديم الأخبار وفق أجندة إعلامية مسطرة، هذه المعطيات يجعل من مهمة الترشيد على مواد التربية الإعلامية مهمة ثانوية أو غير مدرجة ضمن ما ذكر سابقاً خاصة في ظل انتشار وكثرة المؤسسات الإعلامية التي تؤثر عليها من جانب المنافسة في تحقيق سبق الصحفي والمصدقية في نقل ما تبثه وكذا في جذب المعلنين وأصحاب رؤوس الأموال لجانبها. التي تحرص على جعل الوسط الإعلامي سوق ربحي تروج للثقافة كسلعة من خلاله وتعرض ثقافتها وقيمها ما يؤثر على الهدف الذي تسعى التربية الإعلامية الوصول إليها وهو التفكير بوعي ونقد المضامين الإعلامية وتمييز بين الإيجابي منها وترك التي تعرض على العنف والانحلال الخلقي وإدراج ثقافات غريبة منافية للقيم والمبادئ الاجتماعية ما يجعلها تتعارض ومصالح الأطراف التي تسير المؤسسات الإعلامية التي هدفها الربح الذي تجده في كسب عقول المستخدمين لها من خلال الترويج للثقافة التي تعرض مختلف المضامين التي تشد انتباه المتلقي لها على غرار التسلية والترفيه كونها لا تتطلب بذل جهد وتفكير كما يجد فيها المتلقي عامل مساعد للهروب من ضغط العمل اليومي فيعتبرها متنفس له في وقت فراغه.

ونجد نسبة 30% من المبحوثين الذين يرون عدم الاهتمام يرجع لقلة المدربين عليها وضعف تكوينهم الذي يتطلب احترام أخلاقيات المهنة والمدرّب على السواء في حالات التكوين، كذلك احترام الوعد والوقت والأمانة والصدق في جمع الدورات التدريبية أو عند تقديم المعلومات التدريبية بما لا يخل بحقوق الغير الفكرية. وعدم ادعاء العلم الكاذب أو تقديم معلومات غير صحيحة أو حجب أي معلومات قد تؤدي إلى تطوير التدريب الإعلامي أو التنموي أو تنمي قدرات المتدربين، بالإضافة لمراعاة تصحيح وتعديل أية معلومات لتلقيها للغير بعد التأكد من عدم صحتها، وكذا فحص في إطار التدريب فحص البرامج التدريبية والإعلامية والتأكد من دقتها وعدم نقل البرامج العلمية إلا بعد الرجوع لأصحابها. كما يشتمل التدريب على عدم إثارة غرائز المتدربين أو تضليلهم ببرامج تدريبية غير مؤثرة وغير صحيحة أو استغلال كونه مدرّب أو إعلامي للترويج لبرامج هابطة، كذا تجنب استخدام الألفاظ التي تخذش الحياء العام أثناء العملية التدريبية أو البرامج الإعلامية وكذا التشهير والقذف والإدعاء الكاذب، كما يقوم المدرّب بذكر اسم أصحاب البرامج عند استخدامه لبرامجهم أو الاقتباس منها.

كما نسجل نسبة 10% من المبحوثين الذين ينظرون لسبب عدم اهتمام المؤسسات الإعلامية بالترشيد على التربية الإعلامية إلى كونها تنتظر له من زاوية دورها في القيام بمهمة الغرس الثقافي للقيم الاجتماعية-الإعلام تربوي بدل من التشجيع على التفكير الناقد-التربية الإعلامية-، وقد يرجع هذا لطبيعة الأجندة التي يقترحها رئيس التحرير أو قد يكون لعامل ضعف التكوين على التدريب على التربية الإعلامية وكيفية التوجيه إذ قد ترى أن وسائل الإعلام دورها يتمثل في تقديم النصائح والتذكير بالقيم النبيلة والأخلاق الحميدة والتربية على القيم الاجتماعية كالعادات والتقاليد والتمسك بالروح الوطنية، بدلا منه ما تطرحه مواد التربية الإعلامية من خلال ما تبثه من برامج سمعية بصرية أو مصورة ومقروءة على شكل فيديو هات توجيهية تساعد على التعامل الواعي نحو وسائل الإعلام.

جہانک نئی 89: بی بی م لخوا جہانک ج لرؤة ؤ و قومونز و طوة ذلھو بٹك جو ہن د غمی مسند طوة نئی بی بی اعلیٰ بی بی طومس ؟

وہی ساء ا

النسبة	التكرار	الاهتمام
20%	4	نعم
80%	16	لا
100 %	20	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول أعلاه أن المبحوثين يرون بأن الجمعيات والنوادي التربوية الجزائرية لا تقوم بمجهود يعزز نشر التربية الإعلامية بين النشء والشباب بنسبة 80% هذا ونسجل نسبة 20% من يؤكدون دورها، وقد يفسر هذا لكونها تفتقر هي الأخرى لأساتذة مختصين بالمجال يديرون النشء والشباب من خلال برنامج ونشاطات تطبيقية تجسد سبل تطبيق فهم مضامين التربية الإعلامية من أساسيات الكتابة الصحفية ومهارات التعامل نحو وسائل الإعلام وكذا طرق استخدامها ودور كل منها وغيره بالإضافة إلى أنه قد يرجع لعامل نقص الفضاءات التي يتدرب فيها أعضاء النادي أو الجمعية فقد يفتقر للوسائل والتجهيزات وهذا يعيق مهمة المضي في التدريب على نشاطات عديدة بحكم طبيعة الترشيد على التعامل نحو وسائل الإعلام التي تستدعي التطبيق أثناء التدريب للوقوف على مغزاها، كما قد تكون في طبيعة دور هذه الجمعيات والنوادي التي تنشط في مجالات عامة بعيدة عن اهتمامها بالتربية الإعلامية على غرار جمعيات تهتم بشؤون الأسرة وأخرى بقضايا المرأة والطفولة وأخرى لذوي الاحتياجات الخاصة وغيره وهذا قد يحيلنا للتفكير بأن بنية المجتمع لم تصل لمستوى استشعار خطورة مضامين وسائل الإعلام أو قد تعيها ولكن بنسبة قليلة وإن كانت فقد تفتقر لآليات التجسيد على أرض الواقع.

فين حين نجد نسبة 20% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون بأن الجمعيات والنوادي التربوية الجزائرية تقوم بجهد في نشر وتداول الأفكار والحوارات الرامية لدعم تفعيل التربية الإعلامية والترشيد على التعامل نحو وسائل الإعلام على غرار ما قامت به جمعية العلماء المسلمين بباتنة في عقد ملتقى دولي¹ يطرح موضوع الأطفال والبيئة الرقمية وسبل التوعية بمخاطر الانترنت. وغيره وقد ختم الملتقى بعدة توصيات على غرار إدراج التربية الإعلامية كمادة تدرس بالمؤسسات التربوية وكذا ترشيد وحث الأولياء على مرافقة أبنائهم أثناء التعرض لوسائل الإعلام كنوع المحتوى ومدة التعرض وكيفية التعرض بالإضافة لإنشاء الكتاب الأبيض الذي يضم جميع المداخلات التي لها علاقة بالتربية الإعلامية المدرجة بالملتقى، ما يمكن أن يساعد في إثراء مبادرات أخرى تدعم التربية الإعلامية في الجزائر بين الجمعيات والنوادي وتشجيع العمل عليها.

¹ جامعة باتنة 01، كلية العلوم الاجتماعية والإسلامية، الملتقى الدولي حول: الأطفال والبيئة الرقمية-تشخيص

الواقع واستشراف المستقبل-، 28-29 سبتمبر 2019.

طریق سائ ۱

النسبة	التكرار	السبب
60%	12	غياب نوادي تقوم بنشاطات توعوية عنها
15%	3	ضعف الموارد والميزانية المالية
25%	5	ضعف إقبال أفراد المجتمع نحوها
100 %	20	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أنّ غياب النوادي التي تقوم بنشاطات توعوية عن التربية الإعلامية هو سبب عدم نشرها بين النشء والشباب بنسبة 60% حسب رأي المبحوثين، تليها ضعف إقبال أفراد المجتمع نحوها بنسبة 25%، وبأضعف نسبة 15% لضعف الموارد والميزانية المالية.

فتسجيل نسبة 60% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون أنّ سبب عدم اهتمام الجمعيات والنوادي الجزائرية بنشر التربية الإعلامية وتشجيع التدريب عليها راجع لغياب النوادي التي تهتم بهذا المجال، وقد يرجع هذا لغياب وضعف مستوى تسيير مسؤوليها كون إنشاء جمعيات ونوادي للتربية الإعلامية يتطلب إشراف ومدربين ومسؤولين كأهم خطوة لأنه قد تتوفر التجهيزات لكن من يفعلها وينشطها، فالتربية الإعلامية تتطلب مختصين في ذات المجال يدركون برنامجها ونشاطاتها وكيفية معاملة المتدربين. كما قد يرجع لطبيعة النشاط العام الذي تمارسه هذه الجمعيات والنوادي التي معظمها يشتغل في مجال الصناعات التقليدية والموروث الثقافي وأخرى على العمل الجماعي التطوعي الذي يهتم بقضايا اجتماعية مختلفة. كذلك قد يرجع لقلة وعي هؤلاء المشرفين على هته الأخيرة وغيرهم من المؤسسات المجتمعية ذات الصلة بها بضرورة نشرها وإنشاء نوادي وجمعيات تساهم في ترشيد الشباب على التعامل الواعي نحو قضايا ووسائل الإعلام.

نجد كذلك نسبة 25% من المبحوثين يولون لضعف إقبال أفراد المجتمع نحو هته الجمعيات والنوادي سبباً في عجز هته الأخيرة عن المضي في القيام بنشاطات فعالة تخدم دعم وتعزيز التربية الإعلامية، خاصة منهم أولياء الأمور بحكم حرصهم على تربية أبنائهم على مواكبة ما يحصل من متغيرات في العالم الرقمي، وهوسهم بالتكنولوجيا وتقنياتها المتطورة.

كما نلاحظ نسبة 15% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يعتبرون ضعف الموارد والميزانية المالية سبب في عدم إنشاء جمعيات ونوادي تسهر على تدريب النشء والشباب على اكتساب مهارات التعامل الواعي نحو وسائل الإعلام، وقد يرجع لمحدودية وعجز الأشخاص الذين يساهمون في دعم هذه الأخيرة بالوسائل والمواد ومختلف متطلبات السير نحو ترشيد المتدربين على

التربية الإعلامية كتجهيز القاعة بالمكتب والمعدات من راديو وتلفاز وشاشة عرض وحواسيب وأوراق وغيره من الأدوات التي يطبق بها ما تلقاه المتدرب بالعرض النظري، بالإضافة إلى الأموال ووسائل النقل التي تتطلبها الخرجات الميدانية لفريق المتدربين للتعرف على المؤسسات الإعلامية عن قرب وغيره من الجهات التي تقتضيها طبيعة النشاط المراد التدريب عليه كالتصوير أو تسجيل مقابلات أو ندوات فهذا وغيره يعتبر كعوامل مثبطة عن إنشاء جمعيات ونوادي تدعم نشر التربية الإعلامية.

جاءتك 91: يلى ذلك انشئ نظمتي راحة ك آدمية نصركم منكم مس؟ ولك ساء ا غى عزة نفع لللك ساقدة

على الإجابة لشيء

المخاطر	التكرار	النسبة
تعرقلم عن مراجعة دروسهم	15	14.15%
تؤثر على قيمهم وعاداتهم المجتمعية	18	16.98%
تتمي ميولهم نحو العنف	11	10.37%
تشجعهم على تبني ثقافات غريبة هدامة	17	16.03%
تدفعهم للانعزال عن المجتمع	9	8.49%
تجعلهم يتمردون على واقعهم	7	6.60%
تضيّع الوقت على حساب أولوياتهم	15	14.15%
تثير غرائزهم الجنسية	9	8.49%
تضعف من مستوى الإدراك في الحكم على القضايا	11	10.37%
المجموع	106	100 %

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المخاطر التي يحتمل أن يتعرض لها النشء والشباب في استخدامهم للشبكات الاجتماعية بأعلى نسبة 16.98% لكونها تؤثر على قيمهم وعاداتهم المجتمعية، تليها نسبة 16.03% تشجعهم على تبني ثقافات غريبة هدامة، بعدها نسجل نسبة 14.15% لكل من تعرقلم عن مراجعة دروسهم و تضيّع الوقت على حساب أولوياتهم، كذلك نجد نسبة 10.37% لكل من تتمي ميولهم نحو العنف و كذا تضعف من مستوى الإدراك في الحكم على القضايا، ونسبة 8.49% لكل من تدفعهم للانعزال عن المجتمع و تثير غرائزهم الجنسية، لتبقى أضعف نسبة 6.60% لكونها تجعلهم يتمردون على واقعهم.

من خلال هذه القراءة نجد أن نسبة 16.98% من المبحوثين يرون بأن مخاطر الشبكات الاجتماعية على المستخدمين تكمن في كونها تؤثر على قيمهم وعاداتهم المجتمعية، وقد يرجع هذا لطبيعة

المضامين والسياقات الواردة فيها والخلفية من نشرها كالتشكيك فيها والتحلي بها وقد جاء هذا تأكيدا على ما احتضنته جامعة "مهند آكلي أولحاج" بالبويرة، في إطار فعاليات ملتقى وطني حول "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم في المجتمع الجزائري" في 24 أبريل 2017 بهدف التعرف على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على النسق القيمي والأخلاقي لدى مختلف شرائح المجتمع. وأشار المتدخلون في الملتقى إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي في ظل التغيرات العالمية والتقدم العلمي والتكنولوجي أحدثت تأثير على النسج الاجتماعي والثقافي للمجتمع بشكل عام والنسق القيمي بشكل خاص. وتعد من أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية، فهي تلعب دوراً في نشر ثقافة مجتمعية جديدة تعتمد على التكنولوجيا الحديثة، وتعمل على ترسيخ مكونات تلك الحضارة، خاصة عندما تكون المادة الإعلامية مُصاغة بصورة تتفاعل مع متطلبات المجتمع، خاصة في ظل غياب القوانين والضوابط الاجتماعية التي تحكم إيقاع هذه الظاهرة، ما ينعكس على المنظومة القيمية التي يحملها الشباب واتجاهاتهم وميولهم¹.

ونسجل نسبة 16.03% من الخبراء الأكاديميون والإعلاميون والتربويون الذين يرون بأن مخاطر استخدام الشبكات الاجتماعية يدفع لتبني ثقافات غريبة هدامة، قد يرجع هذا لكون الخبراء يرون فيها عامل يتيح التعرف والاندماج في ثقافات غريبة دخيلة عن المجتمع الجزائري قد يتأثر بها للوهلة الأولى النشء والشباب وقد يرجع لغياب الرقابة الأسرية وكذا دعائم التوجيه والمتابعة من قبل المؤسسات التربوية، فتعكس هذه الثقافات على سلوكهم ومظهرهم وكذا في تواصلهم وطريقة تعبيرهم عن آرائهم من حيث اللغة والرموز والأسلوب وطريقة معالجة المواقف التي تواجههم كون الثقافات الغربية تحرص على تقديم ثقافة هابطة هدامة للقيم المجتمعية العربية في عديد المجالات الحياتية. كما بينت دراسة جزائرية أن الطلبة بجامعة الجزائر 2 الذين يتحاورون في الفيسبوك بهدف التعرف يحتلون أكبر نسبة قدرت بـ 40%، بعدها يأتي الطلبة الشباب الذين يتحاورون في المجالات الثقافية ونسبتهم 27.5% أما نسبة 20% فهي تمثل المتحاورين في المجال الرياضي، كما أنّ نسبة 12.5% تمثل نسبة الطلبة الشباب الذين يتحاورون في المجال السياسي. ما يشير إلى أنّ الطلبة الشباب يركزون بالدرجة الأولى على التحاور من أجل التعرف ونسج علاقات مع أشخاص جدد والانفتاح على

¹ أحلام م، جريدة المساء، تغطية صحفية لملتقى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم

المجتمعية"البويرة"2017، الرابط: <https://www.el-majmaie.com/dz/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9/%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1-%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D9%85%D9%86%D8%B8%D9%88%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%8A%D9%85-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9>

يوم 14-06-2020.

المجتمع الافتراضي الذي يحويه الفيسبوك، وقد يوضح هذا اللجوء إلى الفيسبوك للتعارف نوعا من الهروب من المحيط الواقعي والأشخاص الموجودين فيه والهروب من الحياة الاجتماعية في المجتمع الجزائري. أما الاهتمام بالمجالات الثقافية من طرف الطلبة الشباب والمجسدة من خلال النتائج فتوضح ميول الطلبة الشباب إلى التفاعل في إطار ثقافي وتبادل الثقافات، خاصة من خلال تواصله مع أفراد من جميع أنحاء العالم وبخلفيات ثقافية مختلفة. وهذا ما لاحظناه جليا في مجتمع الطلبة فيما يخص اللباس والأدوات المستخدمة في الدراسة واللغة المستعملة من طرف الطلبة حتى سلوكياتهم التي تأثرت بالثقافات الأخرى.¹ وعن المضار التي تعترض الطلبة الشباب جراء استخدامهم للفيسبوك حيث أكد ما نسبته 50% منهم أن كثرة استخدامهم للفيسبوك كشبكة اجتماعية يشغلهم عن الدراسة وعن الذين أجابوا بأنه يؤدي بهم إلى التكاسل والتراخي قدرت 30%، والذين أجابوا بأنه يؤدي إلى جميعها من حيث شيوع الرذيلة والكسل وانشغالهم عن الدراسة فبنسبة 20% وهو ما يشير إلى الاستخدام السلبي للشبكات الاجتماعية وهو ما يولد الفراغ وخاصة الروحي، كما أن لتأثير الثقافات الغربية على نفسية الطلبة الشباب عن طريق الفيسبوك له دور في ظهور هذه المضار.² وفي دراسة حول تأثير الانفتاح الثقافي على أبعاد المواطنة لدى الشباب الجزائري، قامت "بوساحة نجاة" و"شرقي رحيمة" بدراسة استكشافية لعينة من طلبة جامعة قاصدي مرباح-ورقلة، الملاحظ فيها أن نسبة 44,06% من مجموع العينة رأوا في الانفتاح الثقافي زيادة في التمسك بالهوية في حين يرون بأنه وجب التمسك بالمعتقدات الدينية وهذا دليل على التردد الحاصل في فئة الشباب على الانفتاح الثقافي.

ونجد نسبة 14.15% من المبحوثين يرون بأن استعمال الشبكات الاجتماعية يعرقل عن مراجعة الدروس، وقد يعود لعامل الهروب من الواجبات المدرسية المتعبة التي يرى فيها الطلبة إجهاد فكري جسدي وحضور يومي ومتابعة صفية ضاغطة لرفع تحصيلهم العلمي ورقابة الأهل عليهم، بالإضافة لهذه العوامل يجد النشء والشباب من الطلبة أنفسهم أمام عائق آخر هو العالم المبهر الذي تقدمه التكنولوجيات الجديدة وما تتطوي عليه من آخر التقنيات المتطورة في عالم الرقمية وامتيازاتها من حيث

¹ فضيل دليو، دراسات في الإعلام الإلكتروني، الإشكالات المنهجية، الممارسات ومرحلة ما بعد الإعلام الإلكتروني،

مركز الكتاب الأكاديمي، ص 336.

<https://books.google.dz/books?id=pRrkDwAAQBAJ&pg=PA338&lpg=PA338&dq=%D8%AA%D8%A7%D8%AB%D9%8A%D8%B1+%D8%A7%D9%84%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9+%D8%A7%D9%84%D8%BA%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9+%D8%B9%D9%84%D9%89+%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9+%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1%D9%8A&source=bl&ots=EblqES55po&sig=ACfU3U0pVsXCyETz-ScXR3HFGoFb5jNVcQ&hl=fr&sa=X&ved=2ahUKEwiwNP3tiLqAhUR3xoKHQMKA8gQ6AEwBXoEC-AoQAQ#v=onepage&q=%D8%AA%D8%A7%D8%AB%D9%8A%D8%B1%20%D8%A7%D9%84%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%BA%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9%20%D8%B9%D9%84%D9%89%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9%20%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1%D9%8A&f=false>

² المرجع نفسه، ص 337.

فتح المجال للتواصل والتفاعل وكذا التسلية والترفيه فتتمضية الوقت الممتع يصبح عامل مؤثر على سلوكياتهم أمام مهامهم الدراسية على نحو سلبي ينعكس على مستوى أدائهم المعرفي والعلمي. كما قد تجعلهم يفقدون تركيزهم لنمط المعلومات المتشعبة والكثيرة الروابط فالإبحار في الانترنت يتطلب خبرة ومعرفة بمصادر المعلومات الجيدة التي تتيحها المواقع وقلة خبرتهم نحوها يشتت تركيزهم ويؤثر على تعاملاتهم مع المادة العلمية وكيفية التعاطي نحوها. كما تدفعهم المعلومات المتوفرة دون جهد عبر الانترنت للتكاسل في البحث عنها والتفاس في الذهاب للمكتبات والاستفادة من المعارف التي تصقل تركيزهم وتنمي شخصيتهم ومهاراتهم الفكرية والإبداعية على عكس ما تتيحه شبكة الانترنت من معلومات سطحية في كثير من المواقع التي تربطهم في نفس الوقت بلائحة الإعلانات وروابط التسلية لنلهمهم عن مقصدهم المعرفي.

وبنفس النسبة 14.15% يرى الخبراء الأكاديميون والإعلاميون والتربويون أن الشبكات الاجتماعية تعتبر عامل لتضييع الوقت على حساب أولوياتهم والتي قد تتعلق بقضاء معظم الوقت في الألعاب الإلكترونية فيدمنون عليها جراء الارتباط الوجداني والفكري بها حيث تؤثر على صحتهم الجسدية وتدفعهم للإكتئاب. كذلك قد يكون في جانب الانجراف ومتابعة الإعلانات الالكترونية المغربية والتشويقية المخصصة للمنتجات المعروضة بجودة وتصميم ملفت وكذا تحميل وتنزيل أفلام تأخذ التركيز والوقت أو مشاهدة مباريات البطولة والدوري التي تدوم لساعتين وأكثر ولموسم كامل وهنا يضعف العطاء بالنسبة للنتائج المدرسية.

ونلاحظ نسبة 10.37% من المبحوثين يرون بأنها تنمي ميولهم نحو العنف وهو ما أكدته دراسة "محمدي فوزية" و"خدة فاطمة الزهراء"، التي بحثت في طبيعة تأثير العنف الالكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى عينة من الشباب تبعاً لمتغيري السن والجنس¹. ومن خلال النتائج المتحصل عليها تبين أن طبيعة تأثير العنف الالكتروني الممارس في مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية سلبية، كما تبين أن طبيعة هذا التأثير لا تختلف باختلاف الجنس ولا تختلف باختلاف السن.

وبذات النسبة 10.37% تضعف من مستوى الإدراك في الحكم على القضايا حسب رأي المبحوثين وقد يفسر هذا لاختلاف الاهتمامات وكذا المستويات الثقافية والاجتماعية والتعليمية للمستخدمين ما يؤثر سلباً في الحكم على القضايا لقلة الخبرة في تقييمها ومتابعة الصفحات والمنصات الرقمية التي

¹ محمدي فوزية، خدة فاطمة الزهراء، تأثير العنف الالكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب -دراسة ميدانية بمدينة ورقلة-، مجلة جيل العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 40، ص47.

تتحرى المصادقية في مضامينها فينشئت الوعي حولها خاصة ما تعلق منها بالقضايا التي تهم الرأي العام، كذلك يرجع ربما لاهتمام جل الصفحات بالترويج للسلع والخدمات وكذا نشر مضامين ترفيهية قليلا ما يعالج مواضيع تسهم في بناء فكر واعى قادر على التمييز بين النقاشات المطروحة والحكم على القضايا المتناولة. وهو ما أكدته دراسة " نبيلة بن يوسف"¹، حيث ترى أنه على الرغم من أنّ بعض صفحات الفيسبوك الكثيرة الأعضاء دعت إلى الحراك الشعبي الاجتماعي السياسي بالخروج للشوارع والاحتجاج على سوء الأوضاع وتدنيها لاسيما في الخراب الذي كان سببه الأول الفساد بكل أشكاله. ومن سوء توزيع الموارد المختلفة، إذ حاولت بعض الصفحات أن تنظم يوما احتجاجيا من أشهر تلك الأيام المنظمة والمنفق عليها عبر تلك الصفحات التواصلية نذكر؛ 12 أفرابر، 19 مارس، 17 سبتمبر 2011 وبعض الصفحات سميت تبعا لذلك التاريخ المنشود. لم تلقى الصفحات الفيسبوك أذانا صاغية رغم أن معظم أصدقاء هذه الصفحات يشكون من الظلم والقهر السلطوي بمختلف ألوانه وباختلاف درجاته، إلا أنّ الخروج للاحتجاج لم يكن مقبولا إلاّ من طرف أعداد قليلة جدا، لا تصل إلى 50 فردا كل مرة، لا يتجهروا عادة في مكان واحد رغم الاتفاق على ساحة اللقاء، لا احد يعرف الآخر ولا تُعرف أسماؤهم الحقيقية، ولا أحد يثق في الآخر، كل واحد فيهم يظن أن الآخر من عالم الاستخبارات، الشك والريب يجعلهم يتراجعون. فكان عدم الأمان والريب القاتل وانتقال عدوة انعدام الثقة بين الحاكم والمحكوم إلى المحكومين فيما بينهم، من أسباب عدم نجاح تلك الوسائط على الالتفاف حول فكرة واعية.

كما نسجل بنسبة 8.49% من الخبراء الأكاديميون والإعلاميون والتربويين يشيرون إلى أن من مخاطر الشبكات الاجتماعية أنها تنثر غرائزهم الجنسية وقد يرجع هذا لشريط الإعلانات الذي يظهر صور فاضحة وفيديوهات غير لائقة لا تناسب سن النشء والشباب الموجودة علة التطبيقات المعروضة للعب والترفيه فهي تظهر فجأة مدتها قصيرة حوالي الدقيقة والنصف لكنها تحمل رسائل عن الخيانة الزوجية وكذا الكذب وفعل أمور غير لائقة في السر ما تجعلهم يكونون فكرة خاطئة وخطيرة عن الزواج والعلاقات بين الرجل والمرأة لذا فترشيد الأبناء على استخدامهما من خلال مراقبتهم لما يقومون به عبر هذه الوسائل للوصول للعبة على تطبيق أو دردشة من خلال موقع معين بات من الأجدى مراقبة ما يقومون به وإن كان ظاهره آمنا إلا أن لواعي هذه التطبيقات خلفيات ونوايا خطيرة هدامة للمجتمع لا ينتبه لها النشء والشباب. وهو ما جاء تأكيدا في دراسة عثمان (2016) حماية الأطفال من الاستغلال في المواد الإباحية عبر الإنترنت في التشريع الجزائري. وقد خلصت إلى مجموعة من النتائج يعد من أبرزها أن أحكام التشريع الجنائي الجزائري لا تتضمن أية أحكام خاصة بحماية

¹ نبيلة بن يوسف، دور الوسائط الإلكترونية في تشكيل الرأي العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة مولود معمري، تيزي وزو، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، ص 227.

الأطفال من استغلالهم في المواد الإباحية سواء تم ذلك الاستغلال في العالم الواقعي أو العالم الافتراضي. ولأجل الرقي بمستوى الحماية التي يوفرها المشرع للأطفال من استغلالهم في المواد الإباحية عبر الإنترنت فقد أوصت الدراسة بضرورة سن أحكام قانونية جديدة تجرم وتعاقب صراحة وبصورة مستقلة استغلال الأطفال في المواد الإباحية بأي وسيلة كانت بما فيها الإنترنت، ووجوب امتداد الحماية الجنائية للأطفال من استغلالهم في المواد الإباحية إلى كل قاصر لم يبلغ سن الرشد القانوني.¹ وهو ما يستدعي بذل جهد من قبل الأولياء في متابعة ومراقبة الأطفال وكذا تكاثف الجهود من خلال عمل دورات تدريبية تكوينية للإعلاميين بمؤسساتهم، وكذا للأساتذة بالمؤسسات التربوية وفقا للمستوى التعليمي والمقرر الدراسي بتدريبهم عليها من خلال لفت انتباه الطلبة إليها وتوعيتهم بسبل الوقاية منها من خلال تدعيمهم بأساليب وقاية تحميهم من هذه المضامين السلبية.

وبنفس النسبة 8.49% يرى المبحوثين أنها تدفعهم للانعزال عن المجتمع وفي هذا يرى "القرني محمد بن سالم" أنها حالة من انعدام السيطرة على الاستخدام المفرط للمواقع الإلكترونية، مما يؤثر سلبا على ممارسة الفرد الطبيعية لمهامه الحياتية بشكل طبيعي تعثره نتيجة لذلك اضطرابات نفسية وسلوكية² وفي هذه الدراسة يتم ربطها باستخدام الإنترنت والولوج لمنصات الشبكات الاجتماعية التي تدفع المستخدمون للانسحاب من الحياة الواقعية والانطواء عن المحيط الاجتماعي القريب لهم سواء في العمل أو الدراسة أو حتى في تجنب ممارسة النشاطات اليومية المعتادة مع الآخرين، إذ تعتبر العزلة الاجتماعية من بين القضايا الاجتماعية التي أفرزها استخدام الإنترنت حيث ومع التطور الكبير للشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت أصبح الأفراد يتعلقون بشكل كبير بالعلاقات التي ينشؤونها عبرها ويقضون وقتا كبيرا أمام الشاشة، أكثر من الوقت الذي يخصصونه للأشخاص الواقعيين في حياتهم والذين، تجمع بينهم علاقات مختلفة وهو ما يؤدي إلى العزلة الاجتماعية.³

وكذلك نجد نسبة 6.60% من المبحوثين يشيرون إلى أن الشبكات الاجتماعية من مخاطرها تجعلهم يتمردون على واقعهم وقد يرجع هذا لما يجده النشء والشباب من قهر وظلم ممارس بالمجتمع كالبطالة وانتشار الآفات الاجتماعية وغلاء المعيشة فيحاولون الهروب من الواقع والانجراف وراء عديد التسهيلات والإغراءات لحياة أفضل دون جهد ولا مشاكل كحياة المشاهير ونمط معيشتهم ولصعوبة تحقيق ذلك على أرض الواقع يقومون بالتمرد كرد فعل لرفضهم للوضع الذي يعيشون فيه. وفي هذا

¹ عثمان طارق، حماية الأطفال من الاستغلال في المواد الإباحية عبر الإنترنت في التشريع الجزائري، مجلة الفكر، العدد الثالث عشر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، ص 417-448.

² القرني محمد بن سالم، إدمان الإنترنت وعلاقته ببعض الاضطرابات النفسية لدى عين من طلاب جامعة الملك عبد العزيز، مجلة كلية التربية، ع. 75، 2011، ص 102.

³ محمد عبد الهادي وآخرون: إدمان الإنترنت وعلاقاته بكل من الاكئاب والمساندة الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، مجلة كلية التربية ببني سويف، القاهرة، ع. 4، 2005، ص 4.

الصدد يوضح "محمد عبد الهادي" أنها ترتبط بإدمان الأفراد على الإنترنت أو أي مستحدث تكنولوجيا آخر، لما له من انعكاسات سلبية على حياتهم وسلوكياتهم، حيث تؤدي إلى تدمير قيم المجتمع ومعاييره، وانتشار السلوك المضاد للمجتمع كالجريمة والفوضى، بالإضافة إلى تعرض الأبناء، وخاصة المراهقين في المرحلة الثانوية أو الجامعية، لكافة أشكال الاضطرابات النفسية كالاكتئاب والقلق والشعور بالوحدة النفسية والعزلة الاجتماعية، والضغوط النفسية المتزايدة وفقدان الثقة بالنفس.¹

جاءت في 92: يطرح لنا سؤالاً؟ هل ساءت أوضاعكم النفسية مع استخدامكم هواتفكم لأعمال

إدراك الطالب	موافق	النسبة	محايد	النسبة	معارض	النسبة
ينتقي المضمون الجيد الذي يتعرض له	//	//	5	%25	15	%75
يعرف أن على وسائل الإعلام يجب أن تلتزم بأخلاقيات العمل الإعلامي ومهنيته	//	//	14	%70	6	%30
يعلم أن ما تقدمه وسائل الإعلام عن الواقع جزء من الحقيقة وليس كله	3	%15	13	%65	4	%20
يتعامل بوعي ويتجنب المواد المضللة عبر وسائل الإعلام	//	//	12	%60	8	%40
يتفاعل مع وسائل الإعلام ويشارك فيها ويبدى رأيه فيما يشاهده	14	%70	6	%30	//	//
يدرك أهداف القائم بالاتصال وسياسة المؤسسات الإعلامية	//	//	11	%55	9	%45

المصدر: هذه الدراسة

يبين الجدول أعلاه المتعلق برأي المبحوثين حول إدراك النشء والشباب لاستخداماته لمضامين ووسائل الإعلام، فإنه فيما يتعلق بانتقاء المضمون الجيد الذي يتعرض له فأعلى نسبة 75% لصفة "معارض" تليها نسبة 25% لصفة "محايد" فيما تنعدم في صفة "موافق"، وفيما يتعلق بقدرة النشء والشباب في المعرفة بأن على وسائل الإعلام أن تلتزم بأخلاقيات العمل الإعلامي ومهنيته فأعلى نسبة 70% لصفة "محايد" تليها نسبة 30% لصفة "معارض" فيما تنعدم النسبة لصفة "موافق"، وبخصوص كون المستخدمين من النشء والشباب يعلم أن ما تقدمه وسائل الإعلام عن الواقع جزء من الحقيقة وليس كله فالمبحوثين يرون بنسبة 65% لصفة "محايد"، تليها نسبة 20% لصفة "معارض" ونسبة 15% لصفة "موافق"، وعن كون المستخدمين من النشء والشباب يتعامل بوعي ويتجنب المواد المضللة عبر وسائل الإعلام فوجهة نظر المبحوثين بنسبة 60%

¹ محمد عبد الهادي وآخرون، مرجع سابق، ص4.

لصفة "محايد"، وبنسبة 40% لصفة "معارض" فيما تنعدم في صفة "موافق"، وما تعلق بأن النشء والشباب يتفاعل مع وسائل الإعلام ويشارك فيها ويبدى رأيه فيما يشاهده فبحسب المبحوثين نجد نسبة 70% لصفة "موافق" وبنسبة 30% لصفة "محايد" فيما تنعدم النسبة في صفة "معارض"، وعن رأي المبحوثين في إدراك المستخدمين من النشء والشباب لأهداف القائم بالاتصال وسياسة المؤسسات الإعلامية فبنسبة 55% لصفة "محايد" وبنسبة 45% لصفة "معارض" فيما تنعدم النسبة في صفة "موافق".

نسجل نسبة 75% من المبحوثين يعارضون إمكانية إدراك النشء والشباب لاستخداماته لمضامين ووسائل الإعلام فيما يتعلق بانتقاءه للمضمون الجيد الذي يتعرض له، وقد يرجع هذا لعامل خبرة واحتكاك الخبراء بهته الفئة العمرية نتيجة دراسات مشابهة قاموا بها بحكم اضطلاعهم بالمجال والمتعلقة بنوعية المضامين السلبية والإيجابية التي تبثها وسائل الإعلام والتأثيرات التي تحدثها نتيجة ضعفهم في التمييز بين المضامين الجيدة ودون ذلك خاصة ما تعلق بالتبعية الثقافية ومظاهرها كانتشار العنف وتقليد أسلوب المعشية على النحو السلبي ما يؤثر على هويتهم وشخصيتهم منذ الصغر فينشئون على قيم غير قيمهم الاجتماعية ما ينعكس على وعيهم في التعامل نحوها، بالإضافة إلى عوامل أخرى متعلقة بالفئة العمرية كعامل السن والمستوى التعليمي والثقافي والاقتصادي المحدود لديهم والذي يؤثر على مستويات إدراك الرسالة الإعلامية التي تفوق حدود تمييزهم لمحتواها خاصة تلك التي لا تحمل معنى مباشر وتتضمن أهداف خفية غير معلنة تخدم مصالح أطراف معينة إن لم يكونوا مدربين على فنيات التعامل نحوها على غرار اكتساب مهارات التربية الإعلامية.

ونجد نسبة 25% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون محايدون في إبداء رأيهم حول قدرة انتقاء النشء والشباب للمضمون الجيد الذي يتعرضون له عبر وسائل الإعلام، وقد يرجع هذا لطبيعة تخصص المبحوثين أنفسهم كعلوم التربية التي ليست لها علاقة مباشرة بعلوم الإعلام والاتصال ما قد يؤثر على درجة اهتمامهم وتتبعهم لدوافع واستخدامات النشء والشباب للمضامين الإعلامية وخاصة منها المتداولة عبر المنصات الالكترونية كالشبكات الاجتماعية، كذلك يعتبر الدور التربوي الذي يقومون به يجعل زاوية نظرهم لوسائل الإعلام على أنها ربما وسيلة داعمة تستخدم لأهداف تربوية بغرض تنشئة اجتماعية بناءة مكملة لأهداف المؤسسة التربوية. وما تعلق بالنشء والشباب فنظرتهم عنه بالحياد قد يرجع لقلة الدراسات والبحوث التي تعالج وسائل الإعلام من منظور نقدي تحليلي يعالج كيفية تعامل المستخدمين نحوها على عكس اهتمامها بالدور والأثر كالتركيز على الوسيلة بدل استخدامها وعلاقته بها.

ونلاحظ انعدام نسبة الموافقين من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون على انتقاء النشء والشباب للمضمون الإعلامي الجيد الذي يتعرضون له عبر وسائل الإعلام، وقد يرجع هذا لعوامل

سوسيوديمغرافية متعلقة بعامل السن والمستوى التعليمي الذي في طور النمو والتكوين ويفتقر لإمكانية الحكم وإبداء الرأي نحو ما يتعاطون معه من محتوى إعلامي ما يجعل من الخبراء يقرون بعدم موافقتهم على حسن انتقائهم له.

كذلك نسجل نسبة 70% من المبحوثين محايدون بخصوص قدرة النشء والشباب في معرفة أن على وسائل الإعلام أن تلتزم بأخلاقيات العمل الإعلامي ومهنيته وهذا قد يعود لكون المبحوثين لا يملكون دراية كافية بواقع مستوى وعي النشء والشباب بهته الأخيرة ما يجعلهم يترددون في إبداء موافقتهم أو رفضهم فيتخذون من الحياد موقف حالي لهم، ما يستدعي الحاجة للقيام بدراسات معمقة بخصوص إشراك وترشيد النشء والشباب عن أخلاقيات العمل الإعلامي ومهنيته بالجزائر. كما يدل على ضعف التأطير والتنسيق بين القطاعات الإعلامية والقانونية والتربوية في ظل الزخم الإعلامي الذي يتعرضون له. وهو ما يحتاج ربما إلى عملية مراجعة لعملية التنسيق بين المؤسسات المذكورة وإستراتيجية تعاملها مع واقع مضامين العالم الافتراضي وما وضعته من تحديات متعلقة بالممارسات الأخلاقية والمهنية للصحفيين.

كما نجد نسبة 30% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون معارضون لواقع معرفة النشء والشباب بأن على وسائل الإعلام أن تلتزم بأخلاقيات العمل الإعلامي ومهنيته، قد يرجع لواقع البيئة الاجتماعية المحلية التي تشهد ضعف في عملية التوعية بها خاصة على مستوى المؤسسات التربوية أو الجمعيات والنوادي، كذلك ما يفرضه التخصص العلمي والمهني الذي يحول دون معرفة تفاصيل المراسيم والقوانين المعمول بها محليا ودوليا وكذا خبايا إعداد الرسالة ومكوناتها ومصادرها فكلها تساهم في جعل المضمون يتحلى بأخلاقيات المهنة وهذا يحتاج لتركيز ودراية وتدريب حتى يتمكن المستخدمون من النشء والشباب الاضطلاع بهذه الأمور إذا ما قورنت بعامل السن والمستوى التعليمي المحدود لديهم وهو ما يشهد أيضاً ضعف في عقد الاجتماعات والندوات والملتقيات للتوعية بأخلاقيات العمل الصحفي.

هذا ونلاحظ أن انعدام نسبة الموافقين من المبحوثين على واقع وعي النشء والشباب بأن على وسائل الإعلام أن تلتزم بأخلاقيات العمل الإعلامي ومهنيته، قد يرجع لدراية الخبراء بهذا الواقع بسبب متابعتهم ووقوفهم على الوضع من خلال دراسات وبحوث وقراءات قاموا بها بحكم قربهم من هذه الفئة وبحكم ما تمتاز به من خصائص كعامل السن ودرجة الثقافة والوعي الذي يحول دون نزوجهم لمستوى تفكير عالي يخول لهم التمييز بين المضمون الإعلامي الذي يتحلى بالاحترافية والمصادقية في نقل الخبر من مصدره والتحلي بالمهنية في معالجته وتغطيته وما دون ذلك.

كذلك نسجل نسبة 65% من المبحوثين محايدون في إبداء رأيهم بخصوص كون المستخدمين من النشء والشباب يعلم أن ما تقدمه وسائل الإعلام عن الواقع جزء من الحقيقة وليس كله وقد يرجع هذا لنقص معرفتهم وقلة تتبعهم بالدراسة المعمقة لواقع مصداقية مضامين وسائل الإعلام لدى هؤلاء المستخدمين خاصة مع الانتشار والتنوع والتعدد الكبير لها ولتقنياتها ومع الاستخدام الواسع للشبكات الاجتماعية التي برزت معها صحافة المواطن وأصبح مستقبل المعلومة مصدر لها وهذا بدوره يؤثر على مستوى مصداقيتها ما يحتاج لمعرفة بخصوصها عن طريق إجراء بحوث حولها للتقليل من نسبة الحياد وإدراك مدى وعي المستخدمين لواقع وحقيقة صدق ما يقدم لهم، فهذه الاعتبارات تحد من حكم الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون على قدرة تمييز النشء والشباب لها، تبعاً للوسيلة التي تبتث المعلومة ومحتواها والسياق الذي جاءت فيه وهل مشابه لما تناقلته باقي وسائل الإعلام ومختلف المنصات الرقمية أم لا. وفي هذا السياق أجريت دراسة¹ على عينة قوامها (186 مفردة) من طلاب أقسام الصحافة والإعلام بجامعة بني سويف والمنيا وأسيوط وسوهاج، و(20 مفردة) من القائمين بالاتصال في الصحف والقنوات الرسمية والخاصة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها أن وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات لدى طلاب الإعلام فالمبحوثين فضلوا القنوات الإخبارية العربية كأهم مصادر المعلومات التي اعتمدوا عليها أثناء ثورة 25 يناير، تلتها الفضائيات المصرية الخاصة، فالصحف الخاصة بالتلفزيون المصري، وتراجعت الصحافة القومية إلى آخر الترتيب بين الوسائل التي اعتمد عليها المبحوثين في استقاء معلوماتهم خلال فترة الثورة من 25 يناير وحتى 11 فبراير 2011. ويتضح من تلك النتائج زيادة نسبة اعتماد الطلاب على القنوات الإخبارية العربية وهو ما برره القائمون بالاتصال بكون تلك القنوات كانت تتيح هامشاً أوسع لنقد سياسات النظام السابق وارتفاع مستوى الأداء المهني في كثير منها. أما في فترة ما بعد الثورة وحتى مرور عام عليها فلم تختلف النتائج كثيراً من حيث ترتيب المبحوثين للوسائل الإعلامية كمصادر لمعلوماتهم عن الأحداث باستثناء صعود الانترنت إلى صدارة الترتيب ثم تلتها القنوات الفضائية الإخبارية العربية، حيث قامت السلطات أثناء الثورة بقطع خدمة الانترنت أثناء الثورة وكذلك شبكات المحمول اعتقاداً منها أن ذلك سوف يؤثر على حماس الثوار وأنه سوف يدفعهم للتراجع عن ثورتهم، لكن بعد عودة خدمة الانترنت وإقبال الكثيرين من الشباب على إنشاء صفحات على موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" كان من الطبيعي أن يتصدر الانترنت قائمة مصادر معلومات المبحوثين عن الأحداث التي جرت خلال ذلك العام،

¹ محمد عبد العزيز، مصداقية وسائل الإعلام الرسمية المصرية : دراسة ميدانية على القائم بالاتصال وعينة من

طلبة أقسام الإعلام بصعيد مصر، المؤتمر السنوي الأول لكلية الإعلام - جامعة الأهرام الكندية، 2012، الرابط:

https://www.researchgate.net/publication/310350009_msdaqyt_wsayl_alalam_alrsmtyt_al

يوم [msryt_drast_mydanyt_ly_alqaym_balatsal_wynt_mn_tlbt_aqsam_alalam_bsyd_msr](https://www.researchgate.net/publication/310350009_msdaqyt_wsayl_alalam_alrsmtyt_al)

وفي نفس الوقت ظلت الصحافة القومية في مؤخرة الترتيب الأمر الذي أرجعه الخبراء إلى التناقض الواضح في موقف تلك الصحف من الثورة حتى بعد تنحي "الرئيس السابق" وتولي المجلس العسكري إدارة شئون البلاد. وعن متابعة طلاب الإعلام لوسائل الإعلام الرسمية، أوضحت نتائج الدراسة عزوف طلاب أقسام الإعلام بجامعة إقليم شمال الصعيد عن الإعلام الرسمي بوجه عام أثناء الثورة، الأمر الذي فسره القائمون بالاتصال بكونه نتيجة طبيعية للأداء "الهزلي" الذي قام به الإعلام الرسمي خلال فترة الثورة. - بينما أثبتت النتائج ارتفاع نسبة متابعة الطلاب لوسائل الإعلام الرسمي بعد الثورة ولو بشكل ضئيل، وهو ما أرجعه بعض القائمين بالاتصال إلى عزل رؤساء التحرير ورؤساء القنوات القدامى، وما بذلته تلك الوسائل الرسمية من محاولات لاستعادة مصداقيتها لدى الجمهور المصري بوجه عام، وأكد الخبراء أيضاً على أن الإعلام الرسمي لازال بحاجة إلى الكثير من الوقت لاستعادة هذه المصداقية بنسب مرتفعة. وعن مصداقية وسائل الإعلام الرسمية لدى طلاب الإعلام توصلت الدراسة إلى أن طلاب الإعلام بجامعة الصعيد يرون أن مستوى مصداقية وسائل الإعلام الرسمية أثناء الثورة كان متدنياً، حيث وصف معظم أفراد العينة الأداء الإعلامي لتلك الوسائل في ذلك التوقيت بكونه "ضعيف" و"غير مقبول"، وهو ما لم ينكره القائمون بالاتصال حتى في المؤسسات الإعلامية الرسمية أنفسهم، وأوضح الخبراء أن الأداء الإعلامي لهذه المرحلة كان سيئاً بالفعل، ولكنهم أكدوا في نفس الوقت أن ذلك الأداء المتدني ارتبط بضغوط كثيرة مورست على القائمين بالاتصال في تلك الوسائل أثناء الثورة. - أما بعد الثورة فقد بدأ الإعلام الرسمي في استعادة مصداقيته من وجهة نظر البعض، حيث أشارت نسبة من الطلاب إلى أن تغيير رؤساء التحرير ورؤساء القنوات في وسائل الإعلام الرسمية كان له بعض الأثر الإيجابي على أداء تلك الوسائل، لكن هذا الأداء ما لبث أن عاد مرة أخرى إلى التخبط وغياب الرؤية، الأمر الذي أرجعه الخبراء إلى أن تغيير قيادات المؤسسات الإعلامية ما هو إلا مجرد تغيير في الأسماء فقط، حيث تعمل تلك المؤسسات الرسمية وفق نفس الأنظمة والسياسات السابقة مع تعديلات طفيفة فرضها الواقع الراهن والظروف المحيطة، وأضاف هؤلاء الخبراء أن الإعلام الرسمي يحتاج إلى الكثير من الوقت لكي يستعيد مصداقيته التي فقدها في الفترة الأخيرة. وعموماً تشير النتائج إلى أن وسائل الإعلام الرسمية لا تتمتع بالمصداقية المطلوبة لدى الجمهور نتيجة لعدد من الأسباب أبرزها؛ عدم توافر المعايير الواجب توافرها مهنيًا لتحقيق المصداقية لدى الجمهور، وهذا ما أكدته أيضاً القائمون بالاتصال ويتفق مع الاتجاهات السلبية للمبجوشين نحو أداء الصحف القومية والتلفزيون المصري. وهذا ما يفسر نسبة الحياد كأعلى نسبة كون الطرح يحتاج لدراسة ومتابعة بالبيئة المحلية الجزائرية.

كما نجد نسبة 20% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون يعارضون على أن النشء والشباب يعي أن ما تقدمه وسائل الإعلام عن الواقع جزء من الحقيقة وليس كله، وهو ما يشير إلى أن نظرة

الخبراء للنشء والشباب نحوها هي نظرة المتلقي السلبي الغير نشط الذي يتلقى ما يقدم له من محتوى إعلامي على أنه واقع كلي ولا يضع احتمالية التحريف أو التزييف وقد يرجع هذا لعامل قلة تدريبهم في إطار ترشيدهم على سياسة القائم بالاتصال وأهداف المؤسسة الإعلامية على أنها تخدم مصلحة أطراف مسيرتها ومالكيها. وهو ما يلاحظ من تأثرهم بالثقافة الغربية وتتبع استهلاك أسلوب حياتهم وانتشار مظاهر ذلك بين الوسط الشباني خاصة من انتشار الوسائط التكنولوجيات وسهولة استخدامها كموقع "يوتيوب" وما يتم تداوله من أخبار أو عبر "الفيس بوك" وما يشارك ويتفاعل عبره.

في حين نلاحظ أن نسبة 15% من المبحوثين يوافقون على أن النشء والشباب يعني أن ما تقدمه وسائل الإعلام عن الواقع جزء من الحقيقة وليس كله، وقد يعود هذا لعوامل ثقافية كتوجههم نحو المطالعة وقراءة أساسيات الكتابة الصحفية وكيفية معالجة المحتوى الإعلامي ومصادره الموثوق بها فالبيئة التي نشأ فيها وكذا الوسط العائلي وجماعة الأصدقاء لهم دور في ذلك ومنها عوامل اجتماعية كمشاركتهم في الحوارات والنقاشات حول القضايا المتعلقة بالمواضيع المهمة في مناسبات وطنية كالا اجتماعات والمحاضرات ومنها ما أتاحتها التكنولوجيا الجديدة بالفضاء الرقمي عبر الشبكات الاجتماعية إذ تعتبر فرصة ونافذة للعبور لقضايا تفوقهم سنا ما يمكنهم من إدراك تفاصيل عديدة عن مختلف المواضيع التي تعالجها وسائل الإعلام إذ توفر هذه الأخيرة عبر التقنيات المتاحة بها على غرار موقع "الفيس بوك" إمكانية النشر والتعليق على المنشورات المتنوعة لفتح المجال للخوض في نقاش وتبادل الآراء بخصوص ما ينشر من مواضيع تهم الرأي العام وتحضي باهتمام وسائل الإعلام أيضا، إذ تعمل على تنويرهم واخذ فكرة عامة تمكنهم من الوقوف على واقع المؤسسات الإعلامية من حيث نقلها للأحداث كما وقعت أو تعمل على تحريفها وفق سياستها الإعلامية.

وعن كون المستخدمين من النشء والشباب يتعامل بوعي ويتجنب المواد المضللة عبر وسائل الإعلام نجد نسبة 60% من المبحوثين يحيدون هذا الطرح، وقد يرجع إلى طبيعة البنية الفكرية لدى النشء والشباب التي تمتاز بقلة خبرتهم بالمجال وصغر سنهم فهم في مرحلة النمو وتكوين الشخصية البناء فيما يخص الحكم والتعامل مع ما هو هادف أو مضلل من المواد الإعلامية ، كما أنه يمكن أن نجد ضمن هذه الفئة العمرية من لديه اطلاع بأساسيات الكتابة الصحفية ومخاطر وسائل الإعلام ليستعين بها في التعاطي مع هذا النوع من المضامين السلبية قد يكون بسبب ترشيدهم وتوجيههم من قبل الأهل أو انخراطهم ضمن مجموعة أو نادي بمؤسسات المجتمع المدني. ما يجعل موقف المبحوثين يتسم بالحياد، وهذا تابع للظروف الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي يعيشها النشء والشباب فمن سنحت له الفرصة للتدريب والتكوين يكون قد اكتسب أساليب الإبحار في هذه المواد الإعلامية والعكس.

ونسجل نسبة 40% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون يعارضون فكرة أنّ النشء والشباب يتعامل بوعي ويتجنب المواد المضللة عبر وسائل الإعلام، وقد يعود لعامل قراءاتهم المعمقة والبحوث التي يقومون بها عن مخاطر المضامين الإعلامية وتأثيرها على النشء والشباب التي منحتهم صورة بعدم إمكانيتهم الإبحار الآمن عبر وسائل الإعلام لقصور في تكوينهم ومعارفهم يحول دون ذلك. وقد يكون مرده قلة توجيههم من قبل الأساتذة مع ضعف تكوينهم على التربية الإعلامية بالإضافة إلى عامل غياب الرقابة الوالدية وضعف المتابعة لما يتم تداوله من مضامين ومناقشته مع الأبناء.

وكذلك انعدام نسبة الموافقين من المبحوثين، على كون النشء والشباب يتعامل بوعي ويتجنب المواد المضللة عبر وسائل الإعلام، وقد يفسر هذا بكون الخبراء قد ينظرون لوسائل الإعلام على أنها تستغل وتحترف كسب عواطف وميولات النشء والشباب لصالحها خاصة في فترة تنشئتهم الاجتماعية التي كما وسبقت الإشارة يستقبلون فيها ما يبث ويتعاملون معه بسطحية بعيدة عن التحليل والنقد الذي يخول لهم التعامل بوعي وتجنب السلبي من المضامين المقدمة، فتعمل على تمرير رسائل ترويجية مغرية حاملة في مضامينها أفكار قد تكون منافية للقيم الاجتماعية والأخلاقية للمجتمع الجزائري.

وفيما يخص أن النشء والشباب يتفاعل مع وسائل الإعلام ويشارك فيها ويبيدي رأيه فيما يشاهده نجد نسبة 70% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون يوافقون على ذلك، وقد يعود هذا لما استطاعت أن تساهم به التقنيات المتطورة للتكنولوجيات الجديدة عبر مختلف الوسائط الرقمية التي فتحت المجال عبر منصات التواصل على غرار المدونات واليوتيوب والفيسبوك، التي تخول للمستخدم إمكانية المتابعة بالنص والصوت والصورة وحتى فيديو مباشر بالإضافة إلى الرد على المنشورات أو الاستفسار عن معلومات عن طريق إرسال رسائل بالجدار الخاص أو التعليق عليها ومشاركة الحوار مع المنضوين بتلك الصفحة أو إعادة نشرها على موقع الفيسوك أو المنضمين للقناة على موقع اليوتيوب أو من خلال البريد الإلكتروني الخاص، هذه الوسائط عملت على استقطاب النشء والشباب للوسط الإعلامي قد يكون بطريقة غير مباشرة ومع ذلك يمكن القول أنها ساهمت في جعله يواكب المستجدات وشجعت على التعبير عن رأيه وإبداء موقفه.

وكما نجد نسبة 30% من المبحوثين محايدون في رأيهم لكون النشء والشباب يتفاعل مع وسائل الإعلام ويشارك فيها ويبيدي رأيه فيما يشاهده وقد يرجع هذا لعامل تقييمهم لعدة عناصر كالمحتوى الذي تتضمنه الوسيلة وأبعاده والسياق الذي جاء فيه وعلاقته بنمط التفاعل وعدم الخروج عن الموضوع، كذلك قد يفسر بعادات وأنماط الاستخدام المختلفة لدى النشء والشباب ولكيفية توظيف الوسيلة الإعلامية وأشكال المشاركة حول موضوعاتها سواء بنص أو صورة أو فيديو أو اتصال هاتفي ووتيرة المتابعة

وفي حال التفاعل قد يكون في إطار سلبي أم في سياق تحاوري بناء مبني على فهم وإدراك للمحتوى وهدف القائم بالاتصال.

كما نلاحظ انعدام نسبة معارضة الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون لكون النشء والشباب يتفاعل مع وسائل الإعلام ويشارك فيها ويبدى رأيه فيما يشاهده، وقد يرجع هذا لعامل خصائص وسائل الإعلام من الجانب التقني التكنولوجي الذي يتطور باستمرار ساعد في جذب هذه الفئة من خلال ما يتمتع به من خصائص مغرية كسهولة الاستخدام وتعدد التقنيات التي أتاحت تلبية الكثير من الحاجات المتعلقة بالعمل أو الدراسة أو الثقافة العامة أو بناء علاقات اجتماعية تحتاج لنص وصوت وصورة ونقل ملفات وتكوين فيديوهات وغيرها على ولوج هذه الفئة مع الاستخدام المتكرر قد تكون دفعت بهم للتفاعل والتعبير عن آرائهم تجاه القضايا التي تعالجها وسائل الإعلام عبر مختلف الوسائط ومنها الشبكات الاجتماعية.

ونسجل أيضا نسبة 55% من المبحوثين يحايدون إدراك المستخدمين من النشء والشباب لأهداف القائم بالاتصال وسياسة المؤسسات الإعلامية ويعود هذا ربما لقلة دراية الخبراء بدرجة وعي هؤلاء المستخدمين بغايات المؤسسة الإعلامية وصانعي القرار بها وبنواياهم المعلنة والخفية منها خاصة إذا ما ارتبطت بمالكيها وأهدافهم التجارية وكذا الإيديولوجية التي ينوون الوصول إليها والأساليب المتبعة في نشر الثقافة الغربية على حساب الثقافة العربية وهويتها. كما قد يرتبط إدراك المستخدمين بعوامل التنشئة الاجتماعية الثقافية السياسية والأخلاقية التي تكون بمثابة البيئة التي يستقي منها هؤلاء معالم نمو الشخصية لديهم ووفقها تتكون معارفهم إما على نحو صحيح وإما على نحو يحتاج لجهد ومتابعة وتدريب من قبل الأهل ومؤسسات المجتمع المدني، هذه الأخيرة التي تختلف وتتنوع حسب إمكانيات ووعي كل أسرة في جعل النشء والشباب على قدر من الوعي للتعامل مع مضامين وسائل الإعلام وإدراك أهداف القائم بالاتصال التي قد تحتاج لقراءة واعية وفكر متصفح للوصول إلى معرفتها.

ونجد بنسبة 45% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون يعارضون وعي المستخدمين من النشء والشباب بأهداف القائم بالاتصال وسياسة المؤسسات الإعلامية ، وقد يكون بسبب نقص التدريب وضعف التأطير من قبل مؤسسات المجتمع المدني وكذا لسياسات المؤسسة الإعلامية التي تحرص على صورتها والحفاظ على مظهر لائق في ظل المنافسة بين كبرى المؤسسات الإعلامية التي تجعل طابع التسلية والترفيه وكذا الإغراء وسيلة في جذب اهتمام هذه الفئة على حساب توعيتهم بأهداف القائم بالاتصال وأساسيات الكتابة الصحفية.

فيما تنعدم النسبة للمبحوثين الذين يوافقون على كون المستخدمين من النشء والشباب على دراية بأهداف القائم بالاتصال وسياسة المؤسسات الإعلامية ، وربما يرجع إلى كونهم على دراية معمقة

جراء الدراسات التي يقومون بها حول واقع هذه النقطة واستيعابها من قبل هته الفئة التي عادة ما تكون في هته السن منشغلة بأولويات عدة كالدراسة طول النهار وأمور الترفيه والتسلية ومع الأصدقاء وقت الفراغ ومراجعة الدروس بالعودة للمنزل وضغط الأولياء عليهم للتحصيل العلمي، ما يجعل من نقطة الاهتمام بأهداف القائم بالاتصال مهمة تقع على عاتق الراشدين بالترشيد نحوها سواء بالمؤسسة التربوية أو داخل الأسرة عامل ثانوي ويحتاج لمتابعة وتحليل وحوار حتى يعي النشء والشباب سياق الكلام الوارد عن غاية المؤسسة الإعلامية وأساليب تمريرها للرسالة الإعلامية وسبب ظهورها بالشكل الذي هي عليه وهذا الأمر يحتاج هو الآخر تدريب وتكوين من قبل مؤسسات المجتمع المدني ومنهم الأساتذة بالمؤسسات التربوية وكذا لأولياء الأمور حتى يكون التوجيه والرقابة على النحو الصحيح وبالنظر إلى الواقع نجد قصور من زاوية معالجة هذه النقطة ولعل هذا الذي جعل الخبراء لا يؤيدون فكرة وعي النشء والشباب بأهداف القائم بالاتصال وسياسة المؤسسة الإعلامية.

جاءت في 93: فيليب، ليخ ووق شططت في د حكة طكة نط، لي بولاع لاني د عانطك ساقط هة لإيجة لئج، ليخ ووطك مس؟ وطك ساء ا
كو عطي، ونخ فوج د المطط طكة نط، لي طكة نط لي هغ، نطك نط لي غط طكة نط

النسبة	التكرار	عدم التضمنين
60%	12	نعم
40%	8	لا
100 %	20	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أنّ نقص التوعية حول التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية لدى النشء والشباب يرجع بنسبة 60% إلى عدم إدراجها بالنظامين التعليمي الرسمي وغير الرسمي في الجزائر في مقابل 40% لغير ذلك.

فتسجيل نسبة 60% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون بأن عامل عدم إدراج التربية الإعلامية بالنظام التعليمي الرسمي وغير الرسمي بالجزائر يعتبر سبب في نقص التوعية بها، قد يفسر بأن التربية الإعلامية تخصص علمي يحتاج لضبط آليات ووضع إستراتيجية يقوم عليها بإشراف مختصين في المجال وكذا دليل توجيهي لممارسة الترشيد عنها بمشاركة مؤسسات المجتمع المدني ذات العلاقة من خلال التوريد بالمعدات والتجهيزات للمضي في العملية من جهة ومن جهة أخرى دعم المختصين بالأفكار والآراء التي تساعد على اكتساب مهارات التربية الإعلامية خاصة في ظل الاستهلاك الغير محدود للمضامين المنشورة بالفضاء الرقمي والتي جعلها لا يخضع للرقابة سواء من السلطات الوصية أو الأهل، وبهذا قد يكون تضمينها بالنظامين ضرورة للمضي في نشرها لدى

المستخدمين لتنعكس على مستوى التفاعل نحو المضامين المنشورة على نحو بّناء. بالإضافة إلى اضعف قدرة النشء على التحليل والنقد لها ووعيهم بأهداف المؤسسة الإعلامية حسب ما جاء في نتائج الجدول السابق حيث تتعدم النسبة للمبحوثين الذين يوافقون على كون المستخدمين من النشء والشباب على دراية بأهداف القائم بالاتصال وسياسة المؤسسات الإعلامية.

كما نجد نسبة 40% من المبحوثين يؤكدون أن نقص التوعية حول التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية لدى النشء والشباب لا يرجع إلى عدم إدراجها بالنظامين التعليمي الرسمي وغير الرسمي في الجزائر، وقد يكون لعوامل اجتماعية اقتصادية تاريخية بسبب ظروف التنشئة الاجتماعية التي تؤثر على مستوى ثقافة المجتمع وتعامله نحو وسائل الإعلام وزاوية النظر إليها التي قد تركز على القطاعات القاعدية التنموية على حساب قطاع التربية والإعلام، كذلك لعامل ظهور الوسائل التكنولوجية المتطورة في السنوات الماضية التي أحدثت ثورة في مجال الإعلام والاتصال وحملت في طياتها الثقافة الغربية التي تأثر بها العالم العربي ومنه الجزائري والتي عملت على انتشار مظاهر العنف والجريمة والانحلال الخلقي والتبعية الثقافية إذا ما قورنت بعقود قبلها، كذلك عامل الهوية بين العالم المتقدم والمتخلف في ما يعرف بمجتمع المعرفة والتمكن منها يبقى محدود بالنسبة لعامة المجتمع في الوقت الراهن، فقد نجد بلدان غربية أوروبية للحين تسعى لإدراج التربية الإعلامية وتحاول التوفيق في ضبط إستراتيجية وطنية على الرغم من نجاحها في قطاعات أخرى. وهو ما يحيل لعامل التكوين والتدريب إذ قد يكون إدراج التربية الإعلامية واردة ضمن النظامين التعليميين الرسمي أو غير الرسمي لكن الافتقار للمدرسين المكونين قد يحول دون انتشار الاستخدام الواعي والتفكير النقدي لدى المستخدمين من النشء والشباب لمضامين الشبكات الاجتماعية.

جيهك فل 94: مصدر لخوئية للى فبحب متخوئية لى د عو هز ولى لأعلال لة ز تهذ "عاطفيل ز لهق لمسذ آزلى ا

جز مة لاخو: ناك مة ز ولى لأعلال د

الاهتمام بالأساليب	التكرار	النسبة
نعم	14	70%
لا	6	30%
المجموع	20	100%

المصدر: هذه الدراسة

يشير الجدول أعلاه إلى أنّ صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك تهتم بأساليب حسن الاختيار للوسائل الإعلامية بنسبة 70%، في حين هناك نسبة 30% من المبحوثين ينفون ذلك.

جڏهن تقي 95: ٻي ڀيري م آڙي اڀرڻ جو ڏٺو ته هن وقتي لاءِ اڀرڻي جي ڪمي ٿي. سندس فحش "منڇر طبعي" ٻي ڀيري ڪو هڙوڪ ۽ اڀرڻ لاءِ اهڙي اهڙي ٿي ته هن وقتي لاءِ اڀرڻي جي ڪمي ٿي.

النسبة	التكرار	أساليب الاختيار
45%	9	التعريف بها وشرح دورها وأهميتها
15%	3	إقامة معارض ودورات تدريبية بخصوص طرق التعامل نحوها
20%	4	الزيارة لمؤسسات إعلامية ذات مصداقية
20%	4	محاولة المشاركة والتعبير عن القضايا بإنتاج مضامين إعلامية
100 %	20	المجموع

فتسجيل نسبة 45% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون يرون أنّ الأسلوب الغالب في أسس اختيار وسائل الإعلام حسب الصفحة المعنية بالدراسة هو بالتعريف بالوسائل الإعلامية وشرح دورها وأهميتها، قد يرجع هذا لجعل المنضوون بالصفحة على دراية بما يقدم من خصائص ودور لكل منها مع تنوعها، وهذا قد يجعلهم متابعون يهتمون بما ينشر إذا حاولت الصفحة الوصول لمستوى يتمكن فيه هؤلاء من فهم ومعرفة هذه الوسائل بهدف المضي للخطوات اللاحقة والمرتبطة بربط هذه الوسائل بالرسالة المتضمنة بها وكذا مهارات التربية الإعلامية وكيفية التدريب على توظيفها تبعاً لها.

كما يوجد نسبة 15% من الخبراء الأكاديميون والإعلاميون والتربويون الذين يرون في أسلوب محاولة إقامة معارض ودورات تدريبية بخصوص طرق التعامل نحو الوسائل الإعلامية بمشاركته على الصفحة ونشر تفاصيل عنه، قد يعود ما يمنحه من مصداقية وواقعية وصبغة التطبيق ما يخلق ثقة للمنضويين بها في متابعة منشوراتها من جهة والتدريب على أنواع وسائل الإعلام التي تركز عليها التربية الإعلامية للتوعية بأهمية الرسالة وما يوافقها من وسيلة وخصائصها.

النسبة	التكرار	طرق التعامل
85%	17	نعم
15%	3	لا
100 %	20	المجموع

618

يشير الجدول أعلاه أنّ صفحة نادي" التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك تساعد في دعم طرق التعامل نحو المضامين الإعلامية بنسبة 85%، كما نجد بنسبة 15% من المبحوثين لا يؤيدون دعمها في ذلك.

فتسجيل نسبة 85% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يؤيدون دعم الصفحة في نشر أساليب التعامل نحو المضامين الإعلامية، قد يرجع إلى كون منشورات الصفحة تحمل منشورات تتمحور حول أساسيات الكتابة الصحفية وتقدم توضيحات حولها وهذا ما أكدته نتائج الجدول رقم 72 التي جاءت داعمة لكون المبحوثين من المستخدمين للصفحة يؤيدون مساعي إدارة الصفحة في نشر التوعية والتوجيه على أشكال الكتابة الصحفية وكذا أنواعها ومصادرها وفي ذات السياق أيضا جاءت إجابة مديرة الصفحة في المقابلة النصف مقننة المعدة لها بالتأكيد لكونها تسعى جاهدة لنشر الوعي حول مهارات التربية الإعلامية وكذا مضامين ومواد تساهم في اكتساب النشء والشباب طرق التعاطي نحو المضامين الإعلامية.

كذلك نلاحظ نسبة 15% من المبحوثين ينفون دعم صفحة نادي" التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في نشر أساليب التعامل نحو المضامين الإعلامية، ربما بسبب نظرتهم العلمية البحثية من حيث التركيز على جانب منهجي منظم يتطلب التفصيل فيما ينشر مع الدعم بأسماء باحثين ومؤلفين للمنشورات للتحلي بالموضوعية في نشر المحتوى كونه يتعلق بمجال وتخصص علمي كالتربية الإعلامية التي تحتاج لشرح وتفصيل وكذا عرضه على نحو متسلسل مترابط يهتم بجانب التحليل لما ينشر من صور أو فيديوهات تجعل المتصفح يتدرب أيضا جراء المتابعة.

جذعك نل 97: يلى ضفطكة نلخ عو اصطلي ططكة نل بى الأعلاني با فح بمتخى ططكة نل ب عو هزوك
ى الأعلاني لقرأهذ "ع انطلي زلهق

طرق الترشيح على مضامين التربية الإعلامية	التكرار	النسبة
القراءة والإطلاع على المراجع ذات العلاقة بمجال الإعلام والاتصال	11	55%
برمجة ندوات ودورات تكوينية بإشراف إعلاميين وأكاديميين بالاختصاص	3	15%
اقتراح البرامج التدريبية على شبكة الانترنت	6	30%
المجموع	20	100%

المصدر: هذه الدراسة

يشير الجدول أعلاه إلى طرق الترشيح على مضامين التربية الإعلامية بصفحة نادي" التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك حسب المبحوثين والموضحة بأن القراءة والإطلاع على المراجع

ذات العلاقة بمجال الإعلام والاتصال يمثل أعلى نسبة بـ 55% تليها اقتراح البرامج التدريبية على شبكة الانترنت بنسبة 30%، بعدها نسجل نسبة 15% لكل من برمجة ندوات ودورات تكوينية بإشراف إعلاميين وأكاديميين بالاختصاص.

نسجل أنّ نسبة 55% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون يرون أنّ القراءة والإطلاع على المراجع ذات العلاقة بمجال الإعلام والاتصال يعتبر أهم سبيل لفهم مضامين التربية الإعلامية، وقد يرجع هذا لكونها تنطوي على خلفيات صناعة المحتوى الإعلامي على غرار الترشيح على معايير التربية الإعلامية ودليل العمل بها، بالإضافة إلى التدريب على أساسيات الكتابة الصحفية وفنيات التصوير الفوتوغرافي والإنتاج الإذاعي التلفزيوني وغيره، بالإضافة إلى ما سبق قد تكون المنشورات المتعلقة بالترشيح على مهارات التربية الإعلامية التي يمكن تعلمها من خلال الانضمام بالصفحة ويتغير بها التعامل نحو المضامين الإعلامية تعتبر عامل مهم في نظر المبحوثين على غرار مهارة القراءة الواعية والإنصات، مهارة التحليل، التفكير الناقد، الثقافة التقنية، التوجيه الذاتي، التشاركية، الإبداع والإنتاج، التعامل الأخلاقي والاجتماعي.

نجد كذلك نسبة 30% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون في اعتماد الصفحة المعنية بالدراسة لاقتراح برامج وتطبيقات تدريبية على شبكة الانترنت كأسلوب للإطلاع وفهم مضامين التربية الإعلامية، وقد يعود هذا لما تقدمه هذه التطبيقات من توضيحات تفصيلية قد لا يسعها المنشور على الصفحة فيكون البرنامج بذلك يتضمن العديد من التفاصيل والأمثلة بالشرح والصور لزيادة الفهم وتوسيع الرؤى حول مجال التربية الإعلامية، إذ تكون هذه البرامج معدة من قبل مختصين بالمجال وفق خطة ومنهاج يساعد على اكتساب المعرفة منها خاصة وأن انتقاءها من قبل إدارة الصفحة قد يكون له جانب منفعة لدى المنضويين بها تتوافق ومستواهم التعليمي والثقافي والفئات الموجهة لها.

كما نلاحظ نسبة 15% من المبحوثين يعتبرون أنّ الصفحة تعتمد على اقتراح برمجة ندوات ودورات تكوينية بإشراف إعلاميين وأكاديميين بالاختصاص تعمل على مشاركتها من خلال النشر، ما يشير بأنّ القائمون على الصفحة يدركون أهمية القيام بنشر هكذا مضامين كونها تعزز من ثقة المستخدمين للصفحة وكذا تخلق لهم الدافع للمشاركة بها ومحاولة التواصل مع مؤطريها لاكتساب خبرات تطبيقية والتواصل مع أهل الاختصاص وخلق فرص للتكوين والتدريب على أرض الواقع.

جاءت في 98: لم يتم إزالتها لصدورها لمسموح ذلك فيجاء إلى عطفها في الإعلاميات أضافه "مختصة في"

عوض من ذلك الإعلاميات لاعتقادها "عاطفية زاهق"

النسبة	التكرار	مستوى مضامين المنشورات
15%	3	جيدة
20%	4	حسنة
10%	2	محايدة
55%	11	متوسطة
//	//	ضعيفة
100 %	20	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يشير الجدول أعلاه إلى أنّ رأي الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون عن مستوى مضامين منشورات الصفحة المعنية بالدراسة حول التربية الإعلامية هو متوسط بنسبة 55%، تليها نسبة 20% لكونها "حسنة" وبعدها نسبة 15% لكونها جيدة، فيما تتعدم النسبة لكونها ضعيفة.

فتسجيل نسبة 55% من المبحوثين الذين يرون أنّ مستوى منشورات الصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك متوسط، قد يرجع لكونها تعتمد الأسلوب المختصر البعيد عن التفصيل والتفسير والبسيط من حيث الكلمات العامة لتقديم فحوى المنشورات ليقل فيه الأسلوب العلمي الأكاديمي القائم على منهجية وخطوات متسلسلة في طرح الفكرة وكذا المعالجة بمفاهيم التخصص حتى تكون الاستفادة على نحو ينال به المنضوي بالصفحة معارف وخبرات جديدة وإضافية بحكم اهتمامه بها فهو بحاجة لتطوير قدراته المعرفية والإدراكية وعلى اختلاف مستوياتهم الاجتماعية يكون سبب اعتماد إدارة الصفحة الأسلوب البسيط كون المتصفح للمضامين لو يكون المحتوى يتطلب الكثير من التدقيق والتكرار لفهمه قد يؤدي إلى نفوره بدل استقطابه، ما يحيل إلى اكتفاء مسيري الصفحة اعتماد تقديم مختصر وعرض الصور والفيديوهات بدل التركيز وتحليل هته الأخيرة.

كذلك نجد نسبة 20% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يعتبرون مستوى منشورات الصفحة المعنية بالدراسة عن التربية الإعلامية حسن، وقد يفسر هذا بالمجهودات التي تبذلها إدارة الصفحة في جعل المنضويين يستفيدون من هذا التخصص الحديث من خلال تعريفهم بأساسيات الكتابة الصحفية كالتعريف بالخبر ومكوناته ومصادره ومهارات التعامل معه وخاصة أنه موجه عبر الفضاء الرقمي فالتدريب يحتاج لمتابعة وأيضا كونه مستهدف لعدد الفئات المختلفون في الفروقات الاجتماعية حسب ما بينته نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة ببياناتهم السوسيوديمغرافية وتجمعهم الحاجة لفهم مضامين وأساسيات التعامل مع وسائل الإعلام، كذلك تعتبر قلة الصفحات التي تعالج هكذا

مواضيع إذا ما قورنت بالصفحات العديدة في مجالات أخرى بالمجتمع العربي تكون قد تقطع خطوات متقدمة نحو نشر الوعي بها وكذا تداولها بين الفئات الاجتماعية وخاصة منهم النشء والشباب.

كما هناك نسبة 15% من المبحثن الذين ينظرون لها على أنها جيدة في نشر مضامين توعوية عن التعامل نحو محتوى وسائل الإعلام، قد يكون بسبب ما توفره الصفحة من معلومات عن التربية الإعلامية المتاحة والمجانية وكذا التي تعتمد الموضوعية والعلمية في نشر ما يتعلق بالتربية الإعلامية خاصة وأنه مجال علمي يحتاج لكثير من الخبرة والتدريب لنقل تلك المعارف للمستخدمين للصفحة ، فبهذا تكون النظرة الايجابية للصفحة نابعة من مساعي مسيرها في الوصول إلى جعل المنضوون مدركون ومتمرسون من حيث التعاطي مع وسائل الإعلام فالمحاولة والهدف البناء في خدمة النشء والشباب يعتبر خطوة لنشر التربية الإعلامية وأن كان بأسلوب بسيط. كون التدريب عليها يحتاج أيضا لوسائل ومعدات وتجهيزات وهو ما حاولت مسيرة الصفحة توفيره من خلال ربط المنشورات بما يتم التدريب عليه بنادي التربية على وسائل الإعلام بتستور لخلق تلك الثقة والتفاني في تقديم المعلومات لدى المنضوون بالصفحة.

ونلاحظ انعدام النسبة في كون مستوى منشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك ضعيفة بحسب تقييم الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون، قد يرجع للنشر المستمر وكذا للتجديد في نوعيتها وأشكال نشرها، فما نلاحظه أنها تعتمد البدء بأساسيات الصحافة ثم وسائلها لتتعمق في مهارات التربية الإعلامية على غرار التفكير الناقد وهذه معلومات تتيح للمتصفح والمتابع إمكانية التواصل والفاعل وأخذ توجيهات تساعده فيما يتداوله من مضامين إعلامية.

3.3: دور مؤسسات النظام التعليمي الرسمي الجزائرية في تضمين مواد التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية من وجهة نظر الخبراء من الإعلاميون والتربويون في الجزائر:

جاءت في 99 في المئة من مستخدمي الموقع في لقدم وخطة في الإعلام في لم خالك ن

إمكانية التطبيق	التكرار	النسبة
نظام التعليم الرسمي	5	25%
نظام التعليم غير الرسمي	2	10%
كلاهما معا	13	65%
المجموع	20	100 %

المصدر: هذه الدراسة

يوضح الجدول أعلاه أنّ أنسب طريقة لإدراج التربية الإعلامية بغرض تفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية بحسب المبحوثين هو باعتماد كلا النظامين التعليميين معا بنسبة 65%، تليها تطبيقها من خلال النظام التعليمي الرسمي بنسبة 25%، في حين نجد نسبة 10% يؤيدون تطبيقها من خلال النظام التعليمي غير الرسمي.

فتسجيل نسبة 65% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون أنّ أنسب طريقة لإدراج وتطبيق التربية الإعلامية تفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية هو باعتماد كلا النظامين التعليميين معا، وقد يرجع ذلك لطبيعة وخصائص المجتمع الجزائري فيما يتعلق بكونه يثق بقيادة الرأي والجماعات المقربة منه والتي تكون بوثائق ومراسيم معتمدة من طرف السلطات العليا التابعة للقطاع المختص بها، كذلك يرى الخبراء في اللجوء لكلا النظامين اكتساب للوقت والجهد وربما يكون التطبيق بعزل نظام تعليمي عن آخر يقلل من إمكانية نشرها وتداولها خاصة وهي في المرحلة الأولى محاولة إدراجها وتأطيرها، كما قد يرى الخبراء بأنها بهذه الطريقة تجعل مؤسسات المجتمع المدني تدعم نشرها على نطاق واسع لدعم الوعي بها بشكل مبكر إذا ما اعتمد نظام دون آخر فإذا كان هناك استفسار أو رغبة في الحصول على المعلومات أو الانضمام للنوادي والجمعيات داخل المدرسة أو خارجها يكون له بعد ايجابي ينعكس على نشر المعرفة بها وعدم إبقائها في جانب دون آخر، فالمجتمع الجزائري بطبعه قائم على العلاقات الاجتماعية المبنية على الثقة وتجربة ونصح الآخرين له فيما يتعلق بمصلحة أبنائه خاصة إذا ما تعلق الأمر بطرق استخدام والتعامل الواعي نحو مضامين وسائل الإعلام. كما قد يرجع للقراءة المعمقة والبحوث التي اطلعوا عليها سابقا من تجارب وخبرات الدول التي قطعت أشواط بهذا المجال والتي وجدت في إدراج كلا النظامين نتائج مرضية حول إدراج ونشر التربية الإعلامية داخل المجتمع.

كما نجد نسبة 25% من المبحوثين يرون إمكانية تضمين التربية الإعلامية في إطار النظام التعليمي الرسمي بهدف نشرها وتعزيزها في الوسط المجتمعي ومنهم مستخدمي الشبكات الاجتماعية من النشء والشباب، وقد يرجع هذا لكون النظام التعليمي الرسمي يقوم على أسس وقواعد تكفل متابعة سير عملية إدراج التربية الإعلامية بشكل بيداغوجي إداري وفريق عمل متعدد من أساتذة وإداريين وأكاديميين للنظر في الإستراتيجية ودليل العمل يصل لكل المواطنين بنفس الشكل وال قالب والمحتوى كما يضمن مدة زمنية للتدريب تمكن من الاستفادة والوعي الذي يتناسب والطور التعليمي والمحتوى والحجم الساعي، كون التربية الإعلامية تخصص علمي أكاديمي يحتاج لتكوين الأساتذة عليه كونه من طرف المختصين به ليقدم مادة موجهة للطلبة من النشء والشباب هذه المادة قد تكون منهاج او دليل او مادة تدرس بمحتوى متعدد ومتنوع من التدريب على أساسيات الكتابة الصحفية إلى الترشيد على استخدام الوسائل ودور وخصائص كل منها إلى التطرق لمستوى الإبحار والتعامل مع هته الرسائل

باستخدام مهارات التربية الإعلامية عبر مختلف الوسائط الرقمية، فهذه الأهداف تحتاج لتسطيرها دعائم تقوم عليها كالمؤسسات التربوية والوسائل والتجهيزات وموارد مالية للقيام بالنشاطات المتعلقة بها وهذا يمكن القول انه النظام التعليمي الرسمي قادر على هتة المهمة ويحاول بذل الجهد لها كونها تمكن وتحمي من التعامل اليومي نحو مضامين وسائل الإعلام وكذا المهني في القيام بعمليات تواصلية مع الآخرين حول القضايا المتعلقة بهم.

كما نلاحظ نسبة 10% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون يرون عملية إدراج التربية الإعلامية ونشرها بين النشء والشباب يكون باعتماد النظام التعليمي غير الرسمي، وقد يفسر هذا بالدور النشط الذي تقوم به مؤسسات المجتمع المدني على غرار الجمعيات والنوادي الفاعلة في مجالات ثقافية اجتماعية دينية تربوية وغيرها إذ تقوم بنشاطات ترفيهية بعيدة عن التقيد أمام الأستاذ بالقسم ومسؤوليات الواجبات المدرسية وضغط الأهل للتحصيل بأعلى مستوى في حين إذ تفتح المجال للطالب أن يكون له قسط من الحرية في ممارسة أنشطة متنوعة ثقافية فنية إبداعية بأقل رقابة. كما أنها أقرب ما تكون خبيرة بالميدان ومعرفة بالبيئة المحلية وخبرتها الاجتماعية ومميزاتها فالتوجه لها يساعد في اكتساب وقت وتجاوز أمور بيروقراطية عدة كما لو قورنت بالنظام التعليمي الرسمي خاصة إذا لقيت الفكرة ترحيب وقبول من طرف المشرفين عليها لتضمين ونشر التربية الإعلامية ضمن أهداف هتة الأخيرة لجعلها واقع يمكن ممارسته، فبتعرفها على المهتمين بالمجال من مختصين يسهرون على تدريب النشء والشباب وأولياء أمور متابعون ومهتمون قد يكون دافع لانطلاق نشاطها وخاصة أن الهدف خدمة جيل المستقبل ليكون واعي ومدرك لمضامين وسائل الإعلام.

جاءت نتائج الدراسة على الشكل التالي:

النسبة	التكرار	المستويات التعليمية
30%	6	المستوى الابتدائي
10%	2	المستوى المتوسط
15%	3	المستوى الثانوي
45%	9	المستوى الجامعي
100 %	20	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يشير الجدول أعلاه إلى أن المستوى التعليمي الجامعي يمكن تضمين التربية الإعلامية به بأعلى نسبة 45%، يليه المستوى التعليمي الابتدائي بنسبة 30%، ثم المستوى الثانوي بنسبة 15%، وبعده المستوى المتوسط بنسبة 10% حسب رأي المبحوثين.

نسجل نسبة 45% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون أنّ المستوى التعليمي الجامعي مناسب لإدراج التربية الإعلامية ضمن تخصصاته العلمية المناسبة التي تتوافق ومحتوى التربية الإعلامية ولعل هذا ما دفع بالمبشرين لاختياره ومنها تخصص الإعلام والاتصال، ضف إلى ذلك مستوى وعي الطلبة وقابليتهم إذ تكون عالية الاستيعاب بحكم المستوى التعليمي الذي يحضون به تتناسب ومهارات التربية الإعلامية التي يتدربون عليها ومنها مهارة التفكير الناقد والتفكير الإبداعي التي تساعدهم في تطوير قدراتهم الاتصالية والمهنية مستقبلا، كذلك خبرة وكفاءة أساتذة الاختصاص تدعم سهولة تداول ونشر التربية الإعلامية وهذا على جانين من حيث دعمها بكونهم أعضاء ضمن اللجان العلمية والبيداغوجية ولهم الحق في الاقتراح والمشاركة بالرأي بما يخدم محتواها، وكذا على مستوى التدريب مع الطلبة الجامعيين ففعالية نشاطهم تكون في مستوى محتوى مواد التربية الإعلامية، فتتمشى من حيث تلبية حاجات الطلبة المعرفية عنها. كما يتيح إدراج التربية الإعلامية بالمستوى الجامعي إمكانية التطبيق على أوسع نطاق وكذا من حيث وجود المكتبات ومخابر البحث التي تثري الجانب النظري وتعزز من فهمهم لها وكذا الاستفادة من الدراسات والبحوث السابقة العربية والأجنبية وإسقاطها على النحو الذي يتمشى وخصائص البيئة المحلية الجزائرية ومستوى إمكانياتها وقدرات طلبتها المعرفية والسلوكية ليكون التعديل عند تضمينها على وتيرة مناسبة لإعادة تعديل محتواها. كما تساعد التبرصات الميدانية التي يقوم بها الأساتذة الباحثون في ذات التخصص كسب المعارف وتعديل معلوماتهم وفق المستجدات التي توصلت إليها الدول الأجنبية ومناقشتها في إطار محلي جزائري ضمن ملتقيات وندوات ذات علاقة بالموضوع ومشاركتها ضمن فرق بحث بمخابر علمية وكذا بنشرها بمجلات علمية محكمة لتعم الفائدة على الطلبة.

كما نجد نسبة 30% من المبشرين يرون في المستوى التعليمي الابتدائي مستوى مناسب لإدراج التربية الإعلامية فيه، وقد يرجع هذا لطبيعة النظام التعليمي في هذا الطور القائم على تطوير قدرات الطفل بمنحه العناصر والأدوات الأساسية للمعرفة وهي: التعبير الشفوي والكتابي والقراءة والرياضيات. يتيح التعليم الابتدائي للطفل اكتساب تربية ملائمة تمكنه من توسيع إدراكه للزمن والمكان والأشياء ولجسمه كما يسمح له بتطوير ذكائه وحسه واستعداداته اليدوية والبدنية والفنية، وكذلك اكتساب تدريجي للمعرفة المنهجية كما يعده لمتابعة الدراسة بالتعليم المتوسط في أحسن الظروف. يجري التعليم الابتدائي بالمدرسة الابتدائية التي تشكل مؤسسة قاعدة لكل النظام التربوي الوطني. يتيح القانون الأساسي لهذه المؤسسة لأن تحصل على الوسائل الضرورية لأداء مهمتها وإعداد مشروع للمؤسسة. يحدد مشروع المؤسسة، تحت سلطة المدير، الكيفيات الخاصة لتنفيذ البرامج الوطنية بضبط النشاطات المدرسية واللاصفية وترتيبات التكفل بمختلف فئات التلاميذ. وهو ما يتناسب وخصائص هذه الفئة العمرية الموجه لها فهم يعتبرون الأستاذ قدوة وما يقوله صواب وعليهم إتباع إرشاداته لذا فهم يمكنون

الأستاذ المدرب على إيجاد جو مناسب لتدريس التربية الإعلامية والقيام بنشاطات عنها بحسب إمكانيات المؤسسة التربوية ووفق ما يتناسب والمقرر الدراسي ومستوى استيعابهم، كذلك في هذا الطور نجد متابعة وحرص من قبل الأولياء على دعم أبنائهم وهي نقطة يستعين بها الأستاذ لمتابعة سلوكياتهم أثناء تعرضهم لوسائل الإعلام بالمنزل من خلال إمدادهم بالنصائح والتوجيهات اللازمة كمراقبتهم وتنظيم أوقات تعرضهم ومشاركتهم التعبير عما يجذوه على نحو بناء. خاصة في ظل نقص ومحدودية معالجة المحتويات الإعلامية في الطور الابتدائي بالجزائر وإن وجدت فهي بكتاب التربية المدنية على أساس أنها إعلام التربوي وليس بالتربية الإعلامية.

كذلك هناك نسبة 15% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون في المستوى التعليمي الثانوي سبيل لإدراج وتضمين التربية الإعلامية بهدف تمكين الطلبة منها، وقد يرجع هذا لما يتمتع به هذا الطور من مكانة بارزة الأهمية وحساسية بين الأطوار التعليمية كونه الخط الفاصل بين التعليم الإلزامي والاختياري والذي يتوج فيه بشهادة البكالوريا التي تفتح المجال للجامعة أو للحياة المهنية، فكون الأنظار موجه نحوه بالاهتمام من الوزارة والديوان الوطني للامتحانات ومتابعة من مفتشين ومكونين ومؤطرين ومديرين مذ بداية الانتقال له من المتوسط وطيلة ثلاث سنوات ربما رأى الخبراء أنه سيكون مناسب إعداد وتأطير إستراتيجية وطنية ودليل عمل يتناسب وهذه المدة كذلك ربما لما يتميز به طلبة هذا الطور من قدرات في اكتشاف الجديد والمتعلق بالتكنولوجيات والتطبيقات المتطورة وما يجول بالفضاء الرقمي ويستهيهم ويلبي حاجاتهم من الفضول والمعرفة والتسلية مع التسرع وقلة التركيز في التعامل نحو المضامين الإعلامية لضعف خبرتهم بتفاصيل وأهداف المؤسسات المالكة لها خاصة منها الربحية التجارية التي قد تشكل خطر عليهم لما تتضمنه من مخاطر، ما قد يوحي بالحاجة لأهمية الوعي بها في هذا الطور الثانوي.

هذا ونلاحظ نسبة 10% من المبحوثين يعتبرون المستوى التعليمي المتوسط خيار ملائم لبعث التربية الإعلامية لكي يكسب الطلبة مهارات ومعارف حولها، ولعل مرد الخبراء يؤول لما يشكله التعليم المتوسط كمرحلة أخيرة من التعليم الأساسي بغاياته الخاصة وبكفاءاته المحددة جيدا، مما يضمن لكل طالب قاعدة من الكفاءات الضرورية، في مجال التربية والثقافة والتأهيل، وهو الأمر الذي يسمح له بمواصلة الدراسة والتكوين في مرحلة ما بعد الإلزامي أو بالاندماج في الحياة العملية¹. وما يعرفه هذا

¹ موقع وزارة التربية الوطنية، المبادئ، الأهداف العامة للتربية وتنظيم المسار الدراسي، الرابط:

<http://www.education.gov.dz/%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D8%A8%D9%88%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1%D9%8A/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A8%D8%A7%D8%AF%D8%A6-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%87%D8%AF%D8%A7%D9%81->

الطور أنه تستغل وتتوزع فيه المواد المقررة وأساتذتها ما يعزز إمكانية تخصيص مادة للتربية الإعلامية ضمن البرنامج الدراسي، بمحتوى ودليل وحجم ساعي خاص بها.

جاءت في 101: على هذا النحو، على أن تكون على اطلاع بالاعلامية في ك لطلبة التربية الإعلامية في

النسبة	التكرار	الأطراف
52%	10	الخبراء في مجالي علوم التربية وعلوم الإعلام والاتصال
20%	4	الأستاذة القائمين على متابعة التكوين على التربية الإعلامية
15%	3	مسؤولي وصانعي القرار في القطاع على ضبط الإستراتيجية الوطنية ودليل التربية الإعلامية.
5%	1	الأولياء في مرافقة الأبناء لاستخدام الوسائل الإعلامية
8%	2	النوادي والجمعيات والمؤسسات الإعلامية المتخصصة
100 %	20	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ للخبراء في مجالي علوم التربية وعلوم الإعلام والاتصال نسبة 52% من المساهمة كطرف فاعل في تضمين التربية الإعلامية بالمنظومة التربوية الجزائرية بحسب المبحوثين، تليها الأساتذة القائمين على متابعة التكوين على التربية الإعلامية بنسبة 20%، ثم مسؤولي وصانعي القرار في القطاع على ضبط الإستراتيجية الوطنية ودليل التربية الإعلامية بنسبة 15%، بعدها النوادي والجمعيات والمؤسسات الإعلامية المتخصصة بنسبة 8% ونسبة 5% لأولياء في مرافقة الأبناء لاستخدام الوسائل الإعلامية.

فتسجيل نسبة 52 % من المبحوثين الذين يرون أنّ تضمين التربية الإعلامية بالمنظومة التربوية يرجع للخبراء في مجالي علوم التربية وعلوم الإعلام والاتصال، قد يفسر بكون هذا الطرف له اطلاع بتفاصيل وماهية التربية الإعلامية بشكل معمق من حيث المستجدات والتطورات الحاصلة به سواء من حيث الجانب النظري التأصيلي أو من تجارب الدول السبّاقة في الميدان، ما قد يجعل من عملية النقاش وبناء الأهداف وتسطير خطوط العمل مبني على رؤية علمية أكاديمية لها خلفية علمية ما يخلق نوع من الثقة في اتخاذ القرارات المناسبة.

ونجد نسبة 20% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يعتبرون الأساتذة القائمين على متابعة التكوين على التربية الإعلامية طرف في عملية تضمين التربية الإعلامية بالمنظومة التربوية، وقد يعود لما لهذا الطرف من أساليب فاعلة وأساسية في توصيل المعلومة للطلاب كونه المرسل المباشر لها في الميدان والذي في نفس الوقت على خبرة ودراية بالأساليب الناجعة التي تعزز من نجاح هذه العملية، على غرار الأساليب المعرفية النفسية والاجتماعية التي يتبعها في عملية تدريب الطلبة ومنها التكرار ودوره في ترسيخ المعلومة وتيسير عملية الاستيعاب، تنوع أساليب الجذب مع زيادة الدعوة إلى المشاركة العقلية وإبداء الرأي ومنح الجوائز مع مراعاة الفروق الفردية والاجتماعية لديهم، ما يستدعي أن يكون مطلعاً على سياسة النظام التعليمي وأهدافه عن التربية الإعلامية للمساهمة في تجسيدها وأن يؤدي محتواها وفق الإستراتيجية التي تسطر لها. ويطور إمكاناته المعرفية والتربوية كالمشاركة في الدورات التدريبية وإجراء الدراسات والبحوث الميدانية. وكذا التمكن من طرق التدريس التي يراها مناسبة إذ يعتبر التدريس نشاط تفاعلي تواصل بين عناصر التدريس المتمثلة بالمعلم والمتعلم والمناهج والبيئة الدراسية ويهدف إلى إثارة دافعية المتعلم من أجل تسهيل حدوث عملية التعلم. فهو عبارة عن الجهود المقصودة والمخططة لها التي يبذلها المعلم من أجل مساعدة تلاميذه على التعلم كل وفق قدراته وإستعدادته وميوله، هذا ويجمع التربويون على أن المعلم هو العامل الرئيس في العملية التربوية، فأفضل المناهج وأحسن الطرائق وأشكال التقويم لا تحقق أهدافها دون وجود الأستاذ الفعال المعد إعداداً جيداً. ويستطيع الأستاذ باستخدامه لطرائق فعالة في التدريس أن يعالج كثيراً من أوجه القصور والتغيرات التي قد تكون موجودة في المنهج وغيره من عناصر التدريس مما يسبب مشكلات تحول دون حدوث تدريس فعال، لذلك إذا كان الأساتذة يتفاوتون بمعارفهم وشخصياتهم، فإن التفاوت بينهم من حيث طريقة كل منهم في التدريس ابعده أثراً.¹

وهناك تصنيفات عدة لطرائق التدريس أولاً: تصنيف طرائق وطرق التدريس على أساس دور المعلم والمتعلم.² وهي: الطريقة الإلقائية: وفيها يكون المعلم هو المسيطر على العملية التعليمية ويقع عليه الجهد الأكبر كطريقة المحاضرة والمحاكاة والشرح والقصص والوصف.... الخ. الطرائق التفاعلية: وفيها تكون العملية التعليمية عملية تشاركية بين المعلم والمتعلمين مثل: طريقة المناقشة والحوار، وطريقة الاستقراء وطريقة حل المشكلات وطريقة التعلم التعاوني.... الخ. ثانياً: تصنيف طرائق

¹ عادل أبو العز سلامة وآخرون. طرائق التدريس. دار الثقافة للنشر والتوزيع. عمان 2009، ص 142، 140.

² المرجع نفسه.

التدريس علي أساس عدد الطلبة: ويمكن تصنيفها علي أساس عدد الطلبة المشتركين في عملية التعليم في ثلاثة مجموعات وهي: طرائق جمعية: وفيها يقوم المعلم بتدريس جميع طلبة الصف في أن واحد، عندما يكون عدد الطلبة كبيرا، طرائق المجموعات الصغيرة: وفيها يقوم المعلم بتقسيم طلبة الصف إلى مجموعات صغيرة وتستخدم عندما يكون العدد صغير مثل: التعلم التعاوني، المشروعات، التجارب العلمية وحل المشكلات الخ. طرائق التدريس الفردية: وفيها يتعلم كل طالب ويتقدم في التعلم بمفرده وفقا لقدراته واستعداداته الذاتية ، مثل: التعليم المدمج الخ. ومن الخطأ التمييز لطريقة ما على أنها أصلح الطرائق لتحقيق الأهداف المنشودة، فطريقة التدريس المناسبة لتحقيق الأهداف التعليمية إلى أقصى درجة ممكنه، هي تلك التي تأخذ بعين الاعتبار عدة عوامل كظروف المدرسة وطبيعة الطلبة والمرحلة التي يدرسون فيها وعدد الطلبة في الصف....الخ

كذلك نجد نسبة 15% من المبحوثين يرون في مسؤولي وصانعي القرار بوزارة القطاع على ضبط الإستراتيجية الوطنية ودليل التربية الإعلامية عنصر مهم في تفعيل التربية الإعلامية، وقد يرجع للصلاحيات التي يخولها لهم القانون الجزائري في تحديد آليات تسيير وتطبيق النظام التعليمي إذ من بين المبادئ التي حددها له الدستور الجزائري أنه يتميز بالمركزية فيما يتعلق بالبرامج والمناهج والمواقيت التعليمية بيد أنه يتميز باللامركزية في تسيير المؤسسات والمستخدمين¹، وهذا يشير للدور الذي يلعبه صانعي القرار على رأس القطاع وربما تكون رؤية المبحوثين لإشراكه كطرف في عملية إدراج التربية الإعلامية يرجع لدعمه في الموافقة على الدعم المالي والمعنوي كمتابعة إعداد المحتوى والإمداد بالتجهيزات وسائل التربية الإعلامية وفريق الإستراتيجية وموارده نظرا لنقص التجهيزات والخبرات المتخصصة لتدريب المعنيين حول كيفية التعامل نحوها.

ونجد بنسبة 8% من المبحوثين يرون في النوادي والجمعيات والمؤسسات الإعلامية المتخصصة في النشاطات التربوية طرف مساهم في تضمين التربية الإعلامية بالمنظومة التربوية الجزائرية، وقد يرجع هذا لما يمكن أن تحققه من مكتسبات نظير الجهود التي تقوم بها والتي تتجلى في ممارسات وسلوكات مستخدمي الشبكات الاجتماعية وفي تعاملهم نحو وسائل الإعلام على نحو ايجابي كما قد يستفاد منها على أساس الخبرة التي تفيد جهات وقطاعات ذات علاقة بها، كونها تسعى إلى تزويد المتدربين بأساسيات الكتابة الصحفية وتيسير استخدامهم للوسائل الإعلامية بشكل آمن وواعي باكتساب ومعرفة

¹ موقع وزارة التربية الوطنية، المبادئ، الأهداف العامة للتربية وتنظيم المسار الدراسي، مرجع سابق.

مهارات التفكير الناقد وإمكانية التحليل ومحاولة المشاركة الفعالة والأخلاقية أثناء إعداد وصياغة المحتوى الإعلامي الخاص بهم، كما تعزز من بناء شخصيتهم والوقوف بالتعبير على القضايا بمنطق ووعي وإن كانت أساليب وإمكانات هته الأخيرة بسيطة فقد يكون مستوى المتدربين في إيصال الفكرة عامل لتحفيز المتدربين من النشء والشباب على اكتساب مواد التربية الإعلامية، كما قد تخلق ميول لحب مجال الإعلام والاتصال فيصبحون مشروع صحفي ناجح.

ونلاحظ نسبة 5% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون في إشراك الأولياء عن طريق مرافقة الأبناء لاستخدام الوسائل الإعلامية سبيل لتعزيز تضمين التربية الإعلامية بالمنظومة التربوية، وقد يرجع لكونها الجماعة الأولية التي تساهم في عملية التوعية وتوجيه الاستخدام الايجابي لوسائل الإعلام. ولطالما كان للأسرة دور في عملية الترشيد فالوقت الحالي أصبح حاجة خاصة مع الانتشار الواسع للمنصات الرقمية والوسائط التكنولوجية التي تسهل عملية الولوج والاستخدام، وهو ما يجعل الأولياء ربما في دور مكمل من خلال التدريب على هته الأخيرة لمجارات كيفية استخدام أبنائهم لمحتويات وسائل الإعلام عن طريق طلب الاستفسار والتواصل مع أهل الاختصاص لدعم عملية الترشيد كالانخراط بجمعية أولياء التلاميذ أو النوادي التربوية.

جزمك نقل 102: يولي م زك كفس طيف طكة نلي بولاع لاني بغي مفس نذ مطش طكة نلي بولاع نرلى

النسبة	التكرار	سبل التطبيق
20.63%	13	تطوير المناهج التربوية
14.28%	9	تضمينها بمواد التدريس الأخرى
26.98%	17	تخصيص حصة أسبوعية
17.46%	11	إدراجها ضمن المقرر كمادة مستقلة
20.63%	13	ممارستها كنشاط مدرسي
100%	63	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يوضح الجدول أعلاه أنّ سبل تطبيق التربية الإعلامية في إطار نظام التعليم الرسمي بحسب المبحوثين يكون عن طريق تخصيص حصة أسبوعية بنسبة 26.98%، تليها بنفس النسبة لكل من تطوير المناهج التربوية وممارستها كنشاط مدرسي بنسبة 20.63%، بعدها إدراجها ضمن المقرر كمادة مستقلة بنسبة 17.46%، ثم تضمينها بمواد التدريس الأخرى بنسبة 14.28%.

فتسجيل نسبة 26.98% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون في تخصيص حصة أسبوعية ضمن البرنامج الدراسي كمقترح مناسب لتضمينها بالنظام التعليمي الرسمي في الجزائر، قد يفسر بأولويات تدريس المواد الأساسية ومعاملاتها وطول محتوى برنامجها الذي يأخذ من تركيز وجهد الطلبة ووقتهم ولكون محتوى مواد التربية الإعلامية حديث من حيث الممارسة مقارنة بمواد أساسية أخرى حسب الطور والتخصص قد يجعل من هذا المقترح ملائم للممارسة، فتطبيقها على نحو جزئي من حيث نوعية المعلومات المقدمة والنشاطات التدريبية والكم الساعي المخصص لها والذي يتوافق وحاجات الطالب المعرفية ومسويات إدراكه منها قد لا يعيق عملية تدريس الأستاذ ضف إلى محاولة استفادة الطلبة منها.

نجد كذلك نسبة 20.63% من المبحوثين يهتمون بتطوير المناهج التربوية لتعزيز تطبيق التربية الإعلامية، وقد يرجع لكون عملية تطوير المناهج عملية شاملة تشمل جميع جوانبه من مقررات دراسية وطرق تدريس وكتب دراسية ومحتوى الكتب وشكل إخراج الكتاب وتجريبه ثم دليل المدرس وغيرها الذي يتم ضمن استراتيجية واضحة ومحددة للتعليم التي تتم على أساس الوضع الراهن للمجتمع ؛ حيث أن جميع عناصر هذا التطوير تتفاعل فيما بينها تفاعلا مستمرا ويؤثر كل عنصر بالآخر مما يؤدي إلى تغيير مستمر وهذا التغيير الهادف يؤدي إلى التطوير وهناك عمليتان أو نوعان من التطوير : الأولى : تتمثل في تطوير المنهج والمقصود هنا تحسين المنهج الموجود حاليا وإدخال التعديلات المناسبة التي يراها المتخصصون عليه بحيث يكون أكثر قدرة وملائمة لتحقيق الأهداف المرجوة . الثانية : تطوير منهج جديد ، ويختلف هذا التطوير عن السابق في أن هذا المنهج لم يكن موجودا في السابق ، حيث تقوم الوزارة في إيجاد منهج جديد لم يكن موجودا أصلا وتعمل على القيام ببنائه وتخطيطه وطباعته وتقديمه جاهزا للمدارس لتقوم بتدريسه ؛ بحيث يحتاج إلى وقت طويل مقارنة بعملية التطوير والتحسين¹. ومما سبق يمكن القول أنه بالنظر لرؤية المبحوثين أن النوع الثاني هو الذي يتوافق وخصائص المنهج التربوي في الجزائر وطرق إدراج التربية الإعلامية التي تتطلب ما سبق ذكره بغرض تعزيز إدراجها. ما يعني أنه عملية منظمة يمكن أن تقدم للمتعلمين خبرات جديدة تتلاءم ومتطلبات العصر الذي نعيشه وتنمي قدراتهم وفقا لهذه التطورات والقيام بالمتابعة والتقييم المستمر من أجل القيام بالتعديلات حتى يصبح قادرا على تحقيق الأهداف²، فالتغيرات التي تطرأ على الطلبة من حيث ميولهم وقدراتهم واستعداداتهم واتجاهاتهم وحاجاتهم وطبيعة مشكلاتهم تتغير وتتأثر بطبيعة التطورات التي تحيط بحياتهم الاجتماعية والثقافية والبيئة المحيطة بهم ومنها التكنولوجية وما يحدث

¹ منذر سامح العنوم، مناهج التعليم الابتدائي وما فوق الابتدائي، دار الصمعي للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية 2006، ص 325 . 327.

² منذر سامح العنوم، مرجع سابق، ص 329.

بالفضاء الرقمي وخاصة الشبكات الاجتماعية ومنها التفاعلية والعمل على مواكبتها لجعل الطالب أكثر تكيفا معها ومع البيئة المدرسية. كذلك أهمية ربطه بدراسة الاتجاهات العالمية الحديثة في مجال تدريس التربية الإعلامية، كما أن عملية تطوير المنهج تشتمل على دراسة التطورات العلمية الحديثة ومواكبتها من خلال التعرف على المستجد فيها والاستفادة منها للتطوير في مجالات طرق تدريس التربية الإعلامية والوسائل التعليمية وتنمية القدرة على الإبداع والابتكار والتفكير الناقد كمهارات للتربية الإعلامية والتمكن من الوسائل الإعلامية، كذلك أهمية تعميم التعديلات على مؤسسات القطاع.

كما نسجل بنفس النسبة 20.63% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون يجدون في ممارسة التربية الإعلامية كنشاط مدرسي، لما قد يجده من هذه التطبيقات جانب عملي تدريبي يستهوي الطلبة دون ضغط الأستاذ والواجبات المدرسية ما يدفعهم إلى الاستقلالية في التحرك بالقاعة وكذا في التعبير عن أفكارهم وقد يجعلهم يبدعون فيما يقومون به، من خلال الانخراط في نادي المؤسسة التربوية والتعرف على وسائل الإعلام المتاحة والتدريب عليها كإعداد المجلة الحائطية والإذاعة المدرسية وإقامة المعارض والتعرف على أساسيات الصحافة.

ونلاحظ نسبة 14.28% من المبحوثين يرون تضمين التربية الإعلامية بمواد التدريس الأخرى بالنظام التعليمي الرسمي، وقد يفسر هذا في اهتمامهم بعدم زيادة الضغط والتوتر حول عدد المواد الكثيرة المقررة وضرورة التركيز عليها وكذا حجم برامجها بالإضافة إلى ضغط الحجم الساعي المكثف طيلة الأسبوع في جل الأطوار مقارنة بجهد الطلبة وقدرة استيعابهم، فربما يكون تضمينها على نحو سلس وتدرجي ضمن المواد يمنح للطلبة أريحية في التدريب والتعلم واكتساب خبرات عنها وفي نفس الوقت قد يقلل من عبء التفكير بها كمادة مستقلة يحسب لها غيرها من المواد.

جذعك 103: قيس بة نبيضي الأزمنة كراب عو طبعه كطبعه على مح أصليهم ههز في الأعل

النسبة	التكرار	كيفية الترشيح
35%	7	تقديم معلومات عن استخدام الوسائل وتقنيات إنتاج المواد الإعلامية
15%	3	الكشف عن مكونات وأساليب التأثير والإقناع بالرسالة الإعلامية
15%	3	الترشيح على توظيف المضامين الإعلامية بما يتماشى وقيم المجتمع
25%	5	التدريب على التحليل والتفسير والتعبير عن الرأي وإدارة الحوار
10%	2	التوعية بمخاطر المضامين السلبية وفائدة الايجابية منها
100 %	20	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يوضح الجدول أعلاه أنّ تقديم المعلومات عن استخدام الوسائل وتقنيات إنتاج المواد الإعلامية من قبل الأستاذ يساعد في ترشيد الطلبة على التعامل الواعي نحو مضامين ووسائل الإعلام بنسبة 35% حسب المبحوثين، تليها نسبة 25% التدريب على التحليل والنقد والتعبير عن الرأي والحوار، وبعدها نسبة 15% لكل من الكشف عن مكونات وأساليب التأثير والإقناع بالرسالة الإعلامية وكذا الترشيح على توظيف المضامين الإعلامية بما يتماشى وقيم المجتمع، ثم بنسبة 10% للتوعية بمخاطر المضامين السلبية وفائدة الايجابية منها.

فتسجيل نسبة 35% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون أنّ تقديم المعلومات عن طرق استخدام الوسائل والتقنيات المتعلقة بإنتاج المواد الإعلامية من طرف الأستاذ يساعد في ترشيد الطلبة على التعامل الواعي نحو مضامين ووسائل الإعلام، قد يعود لكون هذه الأخيرة الوسيلة الأساسية التي تسهل عملية التفاعل وإيصال المعلومات بين الأشخاص وكذا عن القضايا الراهنة بالمجتمع ما يجعل الطلبة بحاجة لمعرفة وفهم خصائصها والتمييز بينها والتمكن من استخدام مختلف الوسائط والتقنيات والبرامج المتعلقة بها. حتى يتمكنوا من التعبير عن آرائهم من خلال صياغة الرسالة التي تتماشى والوسيلة المستخدمة وكذا الوعي بمن خصائص من يهتمون لها ومستوياتهم الاجتماعية ودور ذلك في تحديد ما تتضمنه المواد الإعلامية سواء كانوا منتجين أم مستقبلين للمحتوى الإعلامي وهو ما نلاحظه من خلال ربط بتفاعل مستخدمي صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" التي تدعم معرفة المنضويين بها بوسائل الإعلام والاتصال من خلال ما يبده عبر التجاوب مع المنشورات التي تنشرها عنها بالإيجاب وكذا ما يتم التوصل إليه من نتائج مرضية عبر استبيان إلكتروني في الجدول رقم الذي يوضح تحسن مستوى تفاعلهم جراء الاطلاع على وسائل الإعلام وفهم خصائصها ودورها.

كما نجد نسبة 25% من المبحوثين يرون أنّ التدريب على التحليل والتفسير والتعبير عن الرأي وإدارة الحوار، يساعد في الترشيح وهذا يرجع لما يقدمه التدريب على التحليل من امتلاك القدرة على وصف معطيات القضية وتفسيرها على نحو موضوعي بعيد عن الذاتية والأحكام المسبقة، كما يساعد في تنظيم الأفكار وتوسيع الرؤى حول الموضوع بالنظر إليه من أكثر من زاوية ووضعت احتمالات سبب تركيب الرسالة وصياغتها على النحو الذي ظهرت به ومقارنتها بالوقائع وما تناولته باقي وسائل الإعلام، كما قد يرى المبحوثين في عملية التدريب على تفسير الجمل الواردة وعناصرها في الرسالة الإعلامية على استيعاب ما قيل من المصادر المحددة وتمييز الكلمات المنطق حولها والمتشابهة والمختلف فيها بين وسائل الإعلام وكذا تحديد مصدرها ونوع الاستمالات المستخدمة فيها والسياق الذي جاءت فيه والأهداف المرجوة منها، والتحقق من موضوعيتها، ومدى الاستعانة بالأدلة والشواهد، ما قد يدعم إدراك وفهم المحتوى للتعبير عن الرأي تجاه هذا الموضوع بوعي.

كذلك هناك نسبة 15% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يعتبرون أنّ الكشف عن مكونات وأساليب التأثير والإقناع بالرسالة الإعلامية للطلبة قد يساعد في ترشيدهم على التعامل الايجابي نحو محتوى وسائل الإعلام، ما يعني أنّ على الأستاذ أن يكون مدرك لأهمية المعلومات التي يقدمها للطلبة ويتفنن في إيصالها لهم على عدة أوجه لما تتطلبه هذه الاستمالات التي تتجلى في كلمات أو صور أو رموز أو عبارات سواء نصا أو صورة أو غير ذلك، كونها تعتبر مفتاح ومؤشر فهم وتقييم الرسالة وعلى الطلبة بدورهم أن يدركوا أهمية اكتساب معارف عنها يستعينون بها في شرح تفاصيل المحتوى الإعلامي كالاستمالات العقلية والعاطفية والتخويفية ودواعي استخدام كل منها.

ونسجل أيضا بنسبة 15% من المبحوثين ممن يعتبرون الترشيد على توظيف المضامين الإعلامية بما يتماشى وقيم المجتمع، وقد يرجع لعامل أخلاقي تربوي ديني يراعى فيه أن يتدرب الطلبة على أساسيات المصادقية وأساليب التشهير وكشف الإشاعات المغلطة والتي تمس السمعة سواء للأشخاص المحيطين بها أو لوجوه إعلامية سياسية أو تاريخية أو ثقافية وغير ذلك وأهمية كسب ثقة الآخرين كأطراف فاعلين يلون حاجات بعضهم البعض، كما تظهر القيم من خلال السلوكيات الايجابية بين الأفراد عند التواصل معهم الكترونيا عبر الشبكات الاجتماعية باعتباره فضاء يجذب الكثيرين من مختلف الفئات الاجتماعية إذ يتفاعلون مع ما يتداولوه من أخبار سواء عن حياتهم الخاصة أو معلومات عامة وهنا تبرز الأخلاقيات واحترام خصوصية الرقمية للآخرين بعدم التشهير بهم أو استخدام بياناتهم لمصالحهم الشخصية دون إذن أصحابها أو إعادة نقل منشوراتهم على نحو يسيء لهم دون التثبت من صحة الخبر ومصدره، كذلك قد يرجع لأهمية الانتماء للمجتمع من خلال دعم المواطن الرقمية بالفضاء الالكتروني وغيره عبر وسائل الإعلام التقليدية من خلال الحفاظ على النظام العام واستقراره وعاداته وتقاليده والدفاع على الهوية العربية بالوعي بما ترمي إليه الثقافة الغربية الهدامة واستشعار سلبياتها ومواطن ايجابياتها.

ونلاحظ نسبة 10% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون أهمية في التوعية بمخاطر المضامين السلبية وفائدة الايجابية منها لدى الطلبة، على اعتبارهم مستخدمون لمضامين وسائل الإعلام في نفس الوقت، فيكون للأستاذ دور في توعيتهم بما يظهر من فساد وانحلال أخلاقي سواء عبر الأغاني أو الأفلام الأجنبية التي تحاكي فئات اجتماعية لا قيمة لها سوى نشر معنويات الإحباط والتحريض على العنف والجريمة ونبذ الأشخاص ذوي الحاجات الخاصة والتفوه بالكلام البذيء أو من خلال دفعه للانضمام لجماعات إرهابية أو تنظيمات سياسية أو عصابات إلكترونية تجعلهم خاضعين لها جراء تطبيقات تلبي حاجاتهم في التسلية والترفيه فيقبلون بشروط الانضمام إليها كونها تظهر في بادئ الأمر بمظهر البسيط والمغري لتتحول بعدها لعنصر ضاغط يهدد من خلال

اتباع ما يطلبونه وفي حال الرفض تستغل بياناتهم الشخصية أو صورهم لأغراض سيئة لهم كما عرف من آثار جراء لعبة الحوت الأزرق عام 2019.

جزيءك نفي 104: يميل طوك لفرح طمى، لند عي مد ع كي طمى نفي ا ع و طمى نفي ع الأعلامي

ترتيب المراحل	الترتيب	النسبة
التدريب على اكتساب مهارات التربية الإعلامية (القراءة الواعية، الإصغاء البناء، التحليل، التفكير الناقد، الإنتاج الإبداعي)	5	3%
المعرفة بسياقات الرسالة الإعلامية (اجتماعي، سياسي، ثقافي...)	2	20%
المعرفة بمصادر الرسالة الإعلامية (قوانين ومراسيم ومواثيق، نصوص موثقة مسؤولين ومديرين وكالات أنباء، مراسلون، شهود عيان)	4	9%
المعرفة بتقنيات الرسالة الإعلامية (الفنون والقوالب الصحفية)	1	54%
المعرفة بأبعاد الرسالة الإعلامية (معرفية، أخلاقية، فنية، وجدانية)	3	12%
التدريب على استخدام التقنيات والوسائل التكنولوجية	6	2%
المجموع	20	100%

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن المعرفة بتقنيات الرسالة الإعلامية (الفنون والقوالب الصحفية) تعتبر أول مرحلة من مراحل التدريب على التربية الإعلامية بنسبة 54% تليها المرحلة الثانية لعملية المعرفة بسياقات الرسالة الإعلامية (اجتماعي، سياسي، ثقافي، اقتصادي) بنسبة 20%، بعدها الخطوة الثالثة للمعرفة بأبعاد الرسالة الإعلامية (معرفية، أخلاقية، فنية، وجدانية) بنسبة 12%، فالمرحلة الرابعة للمعرفة بمصادر الرسالة الإعلامية (قوانين ومراسيم ومواثيق، نصوص موثقة مسؤولين ومديرين وكالات أنباء، مراسلون، شهود عيان) بنسبة 9%، ثم الخطوة الخامسة والمتعلقة بالتدريب على اكتساب مهارات التربية الإعلامية (القراءة الواعية، الإصغاء البناء، التحليل، التفكير الناقد، الإنتاج الإبداعي) بنسبة 3% فالخطوة السادسة للتدريب على استخدام التقنيات والوسائل التكنولوجية بنسبة 2%.

فتسجيل نسبة 54% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون أن أول مرحلة من مراحل التدريب على التربية الإعلامية يتمثل في المعرفة بتقنيات الرسالة الإعلامية (الفنون والقوالب الصحفية)، وقد يرجع هذا لما تتضمنه من معلومات عن قواعد وأسس تمثل بداية تكوين وبناء معرفة

بأساسيات الكتابة الصحفية. بالإضافة إلى بناء الجانب النظري الذي يدعم عملية الفهم الذي يعتبر خطوة لفهم ما يتبعه من مراحل فإنّ الانطلاق بالأمور البسيطة التمهيدية يحبب النشء والشباب في متابعة التدريب على التربية الإعلامية.

نجد نسبة 20% من المبحوثين يعتبرون أنّ المرحلة الثانية لعملية التأسيس للتدريب على التربية الإعلامية هي المعرفة بسياقات الرسالة الإعلامية (اجتماعي، سياسي، ثقافي، اقتصادي) وقد يرجع هذا لما تخوله لهم من فهم لطبيعة المحيط الذي يشمل الرسالة وربطها بالبيئة المحلية لكي تعزز من عملية استيعاب مجريات وقائعها وتركيب أحداثها بين الصحف للخروج بموقف موضوعي كونه قائم على الحاجة للتنسيق بين البعد الاجتماعي من ظواهر مألوفة أو غير مألوفة قائمة على حفظ النظام ودعم استقراره أم تخدم مصالح فئة معينة والسياسي من خلال مدى ما يدور من أحداث موائية للسلطة الحاكمة أم تعمل تلك الرسائل على رسم توجهات وأجندات سياسية مغايرة بقوانين تخدم حلفاءها من أحزاب وبرلمانيون ودول ذات مصلحة بها ومنه أيضاً الثقافي للوعي بالهوية والانتماء الوطني والتمسك بالعادات والقيم للتمييز بينها والثقافة الغربية والاقتصادي للوقوف على الوضع السائد. كذلك هناك نسبة 12% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويين الذين يسطرون الخطوة الثالثة للمعرفة بأبعاد الرسالة (معرفية، أخلاقية، فنية، وجدانية)، ويمكن أن يفسر هذا بكونها ذات علاقة بما سبقها من خطوات لبناء معنى متكامل عما تتضمنه الرسالة الإعلامية قائم على ربطها بمنحى تكميلي وهو البعد المعرفي بها من خلال جمع المعلومات عن موضوع الرسالة وكذا البعد الأخلاقي بالتحلي بالمصداقية وتجنب الإشاعات والأخبار المزيفة والتأكد من أن الرسالة تحمل قيم بناءة للفكر للتعامل نحو القضايا، بالإضافة إلى البعد الفني والمتعلق بتقنيات الإخراج والتركيب لمحتوى الرسالة لجعلها جذابة تلقى اهتمام المتلقي من حيث أسلوبها اللغوي وألوانها والصور المستخدمة فيها وتصميمها وصولاً للشكل النهائي لها، وكذا البعد الوجداني للوقوف على جعل المتلقي يعي نوع العاطفة والاستمالات المستخدمة في الرسالة وسبب وهدف ذلك وإن ليست كلها تتحلى بالصدق والموضوعية فقد تكون لخدمة أهداف غير معلنة للقائم بالاتصال كالعاطفية والتخويفية لخلق قبول وترحيب مبدئي بمحتوى الرسالة.

كما نجد نسبة 9% من المبحوثين يرون أنّ الخطوة الرابعة تتمثل في المعرفة بمصادر الرسالة من (قوانين ومراسيم ومواثيق، نصوص موثقة لمسؤولين ومديرين ووكالات أنباء، نقلاً عن مراسلون وشهود عيان)، وهذا قد يرجع لتفادي ما تكتسبه الساحة الإعلامية من انتشار للأخبار الزائفة والمصادر غير

الموثوقة وكذا معرفة كيفية الحماية من استغلال بيانات المستخدمين عبر الفضاء الرقمي على غرار ما ينشر من معلومات وصور ومقاطع فيديو عبر موقع الفيسبوك الذي يستدعي من مستخدمي الدعاية بالحقوق والمسؤوليات المترتبة وعقوبات المخالفين لشروط التسجيل كالجرائم الالكترونية وانتحال الشخصية واستخدام البيانات لإغراض إعلانية وغيرها.

نلاحظ نسبة 3% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويين الذين يرجعون الخطوة الخامسة إلى التدريب على اكتساب مهارات التربية الإعلامية (القراءة الواعية، الإصغاء البناء، التحليل والتفكير الناقد وكذا مهارة الإنتاج الإبداعي) وقد يرجع هذا لما تخوله هذه المهارات من تقنيات وفنيات وأساليب في التعامل الواعي نحو مضامين وسائل الإعلام كذلك يرجع لكونها تتطلب التركيز بعمق مع فهم مسبق للخطوات السابقة لها.

ونسبة 2% من المبحوثين ممن يرون أن الخطوة السادسة تتمثل في التدريب على استخدام التقنيات والوسائل التكنولوجية، على اعتبار أن تكوين قاعدة تأسيسية من الفهم لقواعد ومعايير الكتابة الصحفية وأخلاقياتها وأبعادها وغيره يدعم دوافع وأسباب توظيف وسيلة إعلامية دون غيرها والغاية منها، كذلك يرجع لأهمية التدريب على الوسائل وطرق استخدامها الذي قد يعزز من محو الأمية الرقمية ويجعل قدرات التفكير الناقد والإبداعي قد تتحسن بتحسين مستويات التمكن من الوسائل الإعلامية وفهم تقنياتها وخصائصها.

جاءت في 105: في هذا الجدول أن هناك مهارات إدراكية في لقم آدمي في التحليل أو انخفاض في فهم الإعلام في بعض الدراسات
المهارات الإدراكية في لقم آدمي في التحليل أو انخفاض في فهم الإعلام في بعض الدراسات

النسبة	التكرار	المهارات الإدراكية
25%	5	أهمية وسائل الإعلام ودورها ووظائفها في المجتمع.
65%	13	أساسيات الكتابة الصحفية وأنواع المضامين الإعلامية
10%	2	قوانين الإعلام، وعلاقة وسائل الإعلام بالسلطات في الدولة.
100 %	20	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أن هناك مهارات إدراكية ينميها الطالب بإدراج التربية الإعلامية في إطار النظام التعليمي الرسمي وهي معرفته بأساسيات الكتابة الصحفية وأنواع المضامين الإعلامية بنسبة

65% تليها الوعي بأهمية وسائل الإعلام ودورها ووظائفها في المجتمع بنسبة 25%، ثم المعرفة بقوانين الإعلام وعلاقة وسائل الإعلام بالسلطات في الدولة بنسبة 10%.

فتسجيل نسبة 65% من المبحوثين الذين يرون أنّ المعرفة بأساسيات الكتابة الصحفية وأنواع المضامين الإعلامية يعد من المهارات الإدراكية التي ينميها الطالب جراء إدراج التربية الإعلامية في إطار النظام التعليمي الرسمي، وقد يرجع هذا لأهمية إثراء البعد المعرفي في التمييز بين فنون الكتابة الصحفية وقوالبها وأشكالها والتي سبقت الإشارة لها في شق الدراسة التحليلية، صنف إلى هذا ضرورة معرفة المضمون الايجابي من السلبي خاصة منه المحرف والمضلل والذي نتعمق فيه بالتحليل في هذا الجانب لما يكتسبه من ضرر وأثر بالغ إذا لم يتم الوعي به خاصة لدى النشء والشباب لقلّة خبرتهم في التعامل نحو مضامين وسائل الإعلام والذي ينطوي على ثلاثة أصناف بالرجوع إلى درجة تزوير المعلومات المعتمدة ووجود قصد الإساءة، فهناك¹ التضليل الإعلامي (disinformation\ désinformation) بين قصد الإساءة وزيف المعلومة ويعتمد بصفة واعية مضمونا كاذبا أعدّ خصيصا بهدف الإساءة، رغبة في تحقيق تأثير سياسي أو مصلحة مادية أو خلق اضطرابات أو مجرد متعة الإيذاء. وعندما يعاد نشر مضمون من ضمن صنف التضليل الإعلامي من قبل أشخاص لا يهدفون إلى الإساءة المقصودة ولا هم على بيّنة من الطبيعة الزائفة للمضمون، يعتبر ذلك تقصيرا إعلاميا (misinformation\ mésinformatio) ويتشكّل الصّنف الثالث وهو التحامل الإعلامي (malinformation) من مضامين صحيحة كلياً أو جزئياً، لكن ترويجها بهدف إلى الإساءة وإلى المسّ من سمعة الأشخاص ذوي العلاقة بالمضمون المنشور. ويكثر اعتماد هذا الأسلوب الذي يجمع بين نواة صلبة لمعلومة صحيحة ترافقها معلومات غير مؤكّدة أو زائفة نظرا لقابليّة تصديقها وفرص إعادة نشرها. ومن خصائص هذا الصّنف أنه يصعب تشخيصه بتقنية التدقيق الإعلامي التي تجرى آليا عن طريق الذكاء الاصطناعي، بهدف التصديّ إلى الأخبار الكاذبة، ولهذه الأنواع طابع تتجلى من خلاله حسبما ذكرته الباحثة "كلير واردل" "Claire Wardle" "كالمواد الهجائية و الهزلية مبدئيا من صنف الإنتاج الفنّي و الأدبي، لكنّها يمكن ان تتحوّل الى أداة ناجعة لنشر الإشاعات و الدّسائس خاصّة إذا ما تكرر نشرها و إبتعدت تدريجيا عن سياقها الأصلي مما يجعل من الصّعب على المتلقين، إدراك طابعها، و تقنية العناوين الروابط المغرية التي توهم القراء بما لا يتضمّن فعلا

¹ كلير واردل Claire Wardle، المرصد الأوروبي للصحافة-مقال أصلي-، ترجمة المهدي الجنوبي، نشر: البرتو

سليبي Alberto Cellini، أشكال متنوعة من التضليل الإعلامي، المرصد العربي للصحافة، <https://ajo-ar.org/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%88%D8%AF%D8%A9/%D8%A3%D8%B4%D9%83%D8%A7%D9%84-%D9%85%D8%AA%D9%86%D9%88%D9%91%D8%B9%D8%A9-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B6%D9%84%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%8A>، 15-07-2020، ص 11:18.

نصّ الموضوع المنشور و الهدف طبعاً هو تحقيق أكثر فرص دخول للموضوع انطلاقاً من العنوان، **مضامين خادعة** (misleading content\contenu trompeur) ، تتمثل في إستسهال توظيف المعلومات بصفة جزئية، بهدف دعم حجة أو رأي و هذا الأسلوب ليس بجديد و قد يتمثل في اقتطاع شواهد تحشر في نصّ يدافع عن فكرة أوسع بكثير من مضمون الشاهد أو انتقاء إحصائية يقع إسقاطها دعماً لموقف، **السياق الخادع** (false context\faux contexte) ، صنف من المضامين المضلّة الذي يعتمد معلومة سليمة لكنها توظّف في سياق غير مناسب. على سبيل المثال بعد عملية إرهابية في واستمنستر Westminster سنة 2017 راجت صورة لسيدة متحجّبة تمرّ قريباً من ضحية طريحة الأرض، من غير التوقّف للنظر إليها و رافقتها على صفحات الشبكات الاجتماعية تعليقات معادية للمسلمين، تشهّر بلامبالاة هذه السيّد و عدم تعاطفها مع الضحية. فهذه الصّورة حقيقية لكنّها وظّفت في سياق خاطئ سمح بهذه التعليقات التي لا تعكس حقيقة الموقف. و فعلاً تمّ الاتصال بهذه السيّد التي صرّحت أنها كانت شديدة التأثّر بوضعية الضحية لكنها لم توجّه النظر احتراماً لمشاعر الضحية، **المضمون المزور** (imposter content\contenu imposteur) على عكس المضامين السابقة كاذب كلياً. فهي معلومات مفتعلة أو صور أو فيديوهات خادعة أضيفت إليها، صورة لوغو وسيلة إعلامية جادّة أو مؤسسة رسمية مشهورة. و هذه تقنية ناجعة لأنّ العقل البشري يسعى دوماً إلى البحث عن علامات تسمح بإضفاء مصداقية على كل ما يتعرّض إليه. فصفحات الشبكات الاجتماعية التي لا تمتلك هي في حدّ ذاتها مصداقية، تدرج علامات لمؤسسات مشهورة يطمئنّ إليها القراء، **مضامين تم التلاعب بها** تستعمل أحيانا مضامين أصيلة وسليمة يتمّ التلاعب ببعض عناصرها وتغييرها وهذا دارج في حالة الصّور المركّبة حيث يتمّ استعمال عدّة صور لإنشاء صورة تأليفية جديدة و قد يتمّ ذلك أيضاً بالنسبة إلى شريط الفيديو، **المضامين المبركة** (fabricated content\contenufabrique) ، كاذبة كلياً و تهدف إلى إيقاع القارئ في الخطأ إلى الإساءة. وهذا يستدعي الحاجة لإدراج التربية الإعلامية لتنمية قدرات الطلبة فيما يتعلق بالمهارات الإدراكية سواء بتزويدهم بمعلومات نظرية أو يعملون على تطبيقها من نماذج واقعية بمساعدة الأستاذ المدرب المشرف عليهم.

كما نجد نسبة 25% من المبحوثين يرون أهمية في اكتساب المهارات الإدراكية كونها تعزز الوعي بأهمية وسائل الإعلام ودورها ووظائفها في المجتمع، وقد يرجع هذا لأهمية التمعن على واقع ما لهته الأخيرة من سلطة في التأثير على الرأي العام وتغيير مجرى الأحداث والتسبب في محاكمة شخصيات سياسية وغيرها كونها سريعة الإنتشار والتداول بين الناس ومع ظهور صحافة المواطن زاد الاهتمام بمتابعة الأخبار وتداولها مع قلة الثبوت من مصداقيتها والتحري عن مصادرها ولعل هذا ما دفع بالمبحوثين للتركيز على ضرورة الوقوف على الوعي بأثرها وبوظائفها الإخبارية والتعليمية والإعلانية

والترفيهية وغيرها في مختلف المجال الاجتماعية والوسائل التي تستخدم في كل مناسبة وكيفية التمكن من تقنياتها البسيطة التقليدية إلى البرمجيات المتطورة، فهذه الوسائل تساعد الطلبة في التعرف على ميولاتهم نحوها والتي يجدون أريحيتهم في إتقانها فبالترتيب عليها يستطيع الطلبة التعرف على قدراتهم في تحرير النصوص ما يعني ميولهم للكتابة الصحفية أو قدراتهم الصوتية والبلاغية في الكلام دون تردد وبسلاسة ما يشير لزيادة التمكن من تقنيات الإذاعة أو حبهم للوقوف أمام الكاميرا وإبراز كل قدراتهم في الظهور بشخصية قادرة على مواجهة الأحداث وتغطيتها كالمراسلون الصحفيون أو مقدمو البرامج والنشرات الإخبارية وهو ما يشير كذلك لدعم المدربين للمواهب في وقت مبكر وتوجيهها على نحو سليم فنتمنى لديهم حب الاستكشاف والفضول وتمتد لغاية أنها تدعم جانبهم الإبداعي من خلال توظيفها في تجسيد أفكارهم ما يزرع الثقة في نفوسهم.

ونلاحظ نسبة 10% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يعتبرون المعرفة بقوانين الإعلام وعلاقة وسائل الإعلام بالسلطات في الدولة من المهارات الإدراكية التي على الطلبة أن يكتسبوها من خلال إدراج التربية الإعلامية بالنظام التعليمي الرسمي وقد يفسر هذا، من خلال دور الأستاذ في إمدادهم بالمعلومات المفيدة عن القوانين التي تحكم الجزائر وكذا السياسة العامة التي تعد بمثابة الإطار العام الذي يحكم جميع السياسات الحقلية وينظمها، ولهذا لا يمكن لأية سياسة حقلية أن تنتهج نهجا غير متوافق مع إطارها السياسي العام الذي وجدت فيه. تماشيا وهذا الطرح فإن ولوج الجزائر مرحلة التعددية السياسية بموجب دستور 1989 صاحبه إعادة النظر في السياسات الحقلية القائمة لتواكب متطلبات المرحلة الجديدة، وفي مقدمتها السياسة الإعلامية وذلك لاعتبار التعددية الإعلامية أحد مظاهر ومجالات تكريس التعددية السياسية. ثم قانون الإعلام لسنة 1990 والذي شكل قفزة نوعية على درب التعددية الإعلامية، مروراً بقانون الطوارئ فبراير 1992 والقرار الحكومي جوان 1994 المتعلق بالإعلام الأمني والرقابة المسبقة في المطابع، فقانون الإعلام جانفي 2012 والذي جاء - إضافة إلى قوانين أخرى - كتجسيد للإصلاحات السياسية التي أعلن عنها رئيس الجمهورية في خطابه الموجه للأمة في أبريل 2011، وصولاً إلى قانون السمع البصري - جانفي 2014 - والذي

جاء ليوأكب الانفتاح الإعلامي الحاصل في العالم¹ ، فالمعرفة بهذه الخلفيات يساعد على فهم المضمون الذي جاء في الرسالة ولما ظهر على تلك الشاكلة وأي الأطراف يخدم وما الغاية من ذلك وما تأثير الأطراف المسيطرة على المؤسسة الإعلامية في تعديل المضمون أيضا بالإضافة إلى الخط الإفتتاحي الذي تتبناه المؤسسة الإعلامية وما تأثير قوانين الإعلام فيه. كذلك الغوص في قوانين الإعلام والتعرف على حرية الصحافة وحق الصحفيين في التعبير عن رأيهم.

جاءك نفي 106: نفي ملك لمؤلف تلكه كركي بطة في لقم أم يوم في بطة كرك / أؤخف تلكه نفي بؤ لأعلامي بغي مؤؤؤ
طه مائل تلكه كركي لى بطة نزل لى اك جؤؤؤ

النسبة	التكرار	المهارات التحليلية
25%	5	القراءة الواعية
60%	12	تفكيك الرموز المتضمنة بالمحتوى الإعلامي
20%	4	إعادة تركيب الرسائل وتحديد أهدافها الضمنية والمعلنة
100 %	20	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يشير الجدول أعلاه أن المهارات التحليلية التي يمكن أن ينميها الطالب بإدراج التربية الإعلامية في إطار النظام التعليمي الرسمي بالجزائر بحسب المبحوثين تتمثل في تفكيك الرموز المتضمنة بالمحتوى الإعلامي بنسبة 60%، تليها القراءة الواعية بنسبة 25% وبعدها إعادة تركيب الرسائل وتحديد أهدافها الضمنية والمعلنة بنسبة 20%.

فتسجيل نسبة 60% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون ممن يرون في تفكيك الرموز المتضمنة بالمحتوى الإعلامي أساس المهارات التحليلية، قد يفسر لطبيعة المحتوى الذي يحمل هدف ومغزى يتطلب الوعي به وإدراكه مهما كان أسلوبه مباشر أو مركب لغته بسيطة أو معقدة هدفه واضح أم ضمني مرسل لفئة عامة أو لجهات خاصة غرضه توجيهي تثقيفي تعليمي أي سياسي تجاري، يحمل معنى واحد أو معاني متعددة، والشكل الذي يتجلى به كرموز أو صور أو كلام شفوي خطابات رسمية من الهيئة الحاكمة أم تغطية لأحداث اجتماعية متنوعة، وربطها بالسياق الاجتماعي والظروف التي تواكب الحدث والأبعاد التي ترمي لها كالبعد المعرفي، الأخلاقي، العاطفي أو الجمالي، كذلك

¹ بخوش صبيحة، تطور السياسة الإعلامية في الجزائر في ظل التعددية السياسية 1990-2015، المدرسة العليا

للساتذة بوزريعة الجزائر، مجلة قاصدي مراح ورقلة، رقم 23 -2016، الرابط: <https://revues.univ-ouargla.dz/index.php/numero-23-ssh/3018-1990-2015>

، في 23-07-2020. [ouargla.dz/index.php/numero-23-ssh/3018-1990-2015](https://revues.univ-ouargla.dz/index.php/numero-23-ssh/3018-1990-2015)

النظر في نوع الوسيلة والقالب الذي جاء فيه من حيث المساحة والموقع في حال الصحافة المكتوبة أو التوقيت الزمني والفترة التي قيل فيها في مجال السمع البصري، ومدى استعانتة بشواهد واستدلالات تعزز من قيمته ومصداقيته، مع الأخذ بالاعتبار تتبع الخبر من حيث كيفية تغطيته في وسائل أخرى ورجع الصدى الذي أحدثه من الآراء التي قيلت فيه إذا كان مهم، فقد يرى المبحوثين أن بتدرب الطالب على هذه الخطوات يكون قد قطع خطوة كبيرة للوصول لجوهر الرسالة وهو السبيل والهدف من التربية الإعلامية في التعامل الواعي نحو مضامين ووسائل الإعلام.

كذلك هناك نسبة 25% من المبحوثين الذين يعتبرون القراءة الواعية من المهارات التي يحتاجها الطلبة على اعتبارها مهارات تحليلية يكتسبها الطالب بإدراج التربية الإعلامية بالنظام التعليمي الرسمي الجزائري، وقد يرجع هذا لما تمثله هته الأخيرة من خطوة أولى للتدرب على مهارات التربية الإعلامية فيما يتعلق بتحليل وتفسير المحتوى القائم فإذا استطاع الطالب أن يتمرن على أساس تجنب الذاتية وعدم التسرع في الحكم على القضايا بغض النظر عن الإعجاب بشخصية ما أو الميل لاتجاه سياسي معين أو لجماعة رفاق، يكون قد سلك خطوة مهمة لباقي الخطوات التي تتطلبها مهارات التربية الإعلامية وهي تجاوز النظر للأمور بسطحية ومنها أيضا الإنصات الجيد. كونه ليس متلقي فقط للمعلومة بل عليه أي يتمعن فيها ويقف عليها بالتفكير والتشكيك فيها مع عدم التحيز لفكرة محددة لغاية التثبت من مصداقيتها.

ونلاحظ نسبة 20% من الخبراء الأكاديميون والإعلاميون والتربويون الذي يجدون في إعادة تركيب الرسائل وتحديد أهدافها الضمنية والمعلنة خطوة هامة يقوم عليها تحليل الرسائل وقد يرجع هذا لكون عملية تفكيك الرسالة الإعلامية لعناصر جزئية بغرض فهمها يستدعي عملية أخرى وهي إعادة تركيبها لتكوين رؤية شاملة عن المضمون حتى يتميز التحليل بالموضوعية، والتركيب هنا يقوم على إعادة ترتيبها وتنظيم أفكارها على نحو يراعي وضع العناصر المكونة لها دون نقص في سياقات مشابهة لها ومقارنتها بوسائل إعلامية أخرى واتخاذ موقف تجاهها يعمل فيه المنطق. بغرض الكشف عن ما تسعى لها الرسالة سواء كان هدفها ظاهر أو ضمني. وهذا يساعد في كثير من مجالات الحياة وليس فقط في التعاطي مع المحتوى الإعلامي فالخبرة التي يمتلكها الطالب على هذا النحو تساعد في تحليل مختلف القضايا سواء في إطار عمله أو علاقاته مع الآخرين.

النسبة	التكرار	المهارات النقدية
10%	2	التعرف على الخط الافتتاحي للمؤسسات الإعلامية والانتماءات الإيديولوجية لمنشئي الرسائل
35%	7	كيفية استخدام وسائل الإعلام
55%	11	مناقشة القضايا التي تتناولها وسائل الإعلام
100 %	20	المجموع

يوضح الجدول أعلاه المهارات النقدية التي يمكن أن ينميها الطالب بإدراج التربية الإعلامية في إطار النظام التعليمي الرسمي بالجزائر، وتمثل 55% لمناقشة القضايا التي تتناولها وسائل الإعلام، تليها كيفية استخدام وسائل الإعلام بنسبة 35%، ثم التعرف على الخط الافتتاحي للمؤسسات الإعلامية والانتماءات الإيديولوجية لمنشئي الرسائل بنسبة 10%.

فوجد نسبة 55% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يعتبرون مناقشة القضايا التي تتناولها وسائل الإعلام مكتسبات ينميها الطالب جرّاء إدراج التربية الإعلامية، وقد يؤوّل لكون الأساتذة القائمون على ترشيدهم يوجهونهم نحو القضايا المهمة ونوعها وطبيعتها وكذا تدريبهم على ربطها بالجانب التاريخي لمجريات تطورها والأطراف الفاعلة فيها ووجهة نظر المختصين من محللين سياسيين وخبراء أكاديميون، بالإضافة إلى الترشيد على تتبع تداعياتها وربطها بالأطراف الخارجية عن الدولة والوضع السياسي والاقتصادي العالمي وموقف البيئة المحلية من هذه الأجواء وهل تنتهي القضية أم تتطور لقضايا فرعية أخرى بعناوين جديدة، وهذا بالاستعانة بتوظيف بمهارتي القراءة الواعية والتحليل للمضمون الإعلامي المشار إليها في الجدولين السابقين.

ونسجل نسبة 35% من المبحوثين الذين يرون في التدريب على استخدام وسائل الإعلام مهارة تتيحها التربية الإعلامية، على اعتبار أنها تدعم اكتساب الطالب أساليب الاختيار بين الوسائل ومكوناتها وتقنياتها لتسهيل عملية التأثير على الجهة الموجه لها الرسالة، وهذا من خلال تجربتها والعمل بها عن قرب كمرافقة الأستاذ للتلاميذ في زيارة للمؤسسات الإعلامية والتعرف على أسماء المعدات والبرامج المستخدمة أو من خلال إتاحة الوسائل الممكنة بالمؤسسة التربوية. وهذا نظرا لتعاظم تأثير وسائل الإعلام على حياة الأفراد والمجتمعات ومن واجب الأولياء على هذا النحو متابعة عملية الترشيح من خلال توجيههم ونصحهم.

كذلك نجد نسبة 10% من المبحوثين يرون أن التعرف على الخط الافتتاحي للمؤسسات الإعلامية والانتماءات الإيديولوجية لمنشئي الرسائل له جانب يعزز من المهارات النقدية للطلبة من النشء والشباب بالأطوار الدراسية، وقد يفسر بأنه من خلال التعرف على هذه الجزئية من كينونة المؤسسة الإعلامية يكون المتصفح منهم للمحتوى الإعلامي على فكرة ودراية بتوجهاتها ونظرتها في تفسير الوقائع التي تسقطها على صياغة وانتقاء الكلمات في الخبر وكيفية ترتيبها وما الجانب الذي ركزت عليه وأبرزته على أنه الأهم رغم أنه قد توجد زوايا معالجة عدة لنفس الموضوع التي تلاحظ من حيث كونها ذات نزعة ليبرالية أم ذات نزعة علمية تربوية تسعى لخدمة الصالح العام، هل تدعم الحفاظ على استقرار النظام العام أم تحاول زرع التششت والتوتر بالمجتمع للوصول لغايات معينة.

جاءك نف: 108: يولي م هز وخطية في الإعلام على يديته تخ على قهي م سخ شي بطيك اك اغي وخطية خطية على يديته
خطية نولي

النسبة	التكرار	وسائل التربية الإعلامية
24.59%	15	الإذاعة المدرسية
6.55%	4	التلفزيون المدرسي
19.67%	12	الصحيفة المدرسية والمجلة الحائطية والمطويات والملصقات
21.31%	13	المعرض، المسرحية، المسابقات الفكرية، المطالعة والموسيقى
27.86%	17	استخدام الكمبيوتر والترشيد على الانترنت
100 %	61	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يوضح الجدول أعلاه أن استخدام الكمبيوتر والترشيد على الانترنت من بين وسائل التربية الإعلامية التي تدعم تكوين شخصية الطالب في إطار النظام التعليمي الرسمي للتعامل نحو المضامين الإعلامية بنسبة 27.86% بحسب المبحوثين، تليها الإذاعة المدرسية بنسبة 24.59% بعدها المعرض، المسرحية، المسابقات الفكرية، مطالعة، موسيقى بنسبة 21.31% ثم الصحيفة المدرسية، المجلة الحائطية، المطويات والملصقات بنسبة 19.67% وكذلك نسجل نسبة 6.55% للتلفزيون المدرسي.

نسجل نسبة 27.86% من المبحوثين يرون أنّ استخدام الكمبيوتر والتوجيه على الانترنت من الوسائل المهمة الداعمة وقد يرجع لكونه يرشدهم على ولوج عالم الانترنت ويوجههم نحو المواقع المفيدة التي تتفهم وتمدهم بالمعلومات المعقدة عن الوسائل الإعلامية كما يعد التدريب على استخدام الكمبيوتر

ومعرفة مكوناته عامل تعزيز يساعد في عملية الإبداع من خلال تسهيل عمليات كتابة الرسائل وغيرها من المضامين وحفظ الصور والفيديوهات وكيفية مشاركتها ونشرها عبر الوسائط الرقمية وإنشاء شبكة علاقات مع مختصين وباحثين في المجال يدعمون عملية توعيتهم ممن ينشطون عبر الفضاء الرقمي وبتوجيه من الأستاذ وإشرافه.

كما نجد نسبة 24.59% من المبحوثين يؤيدون الانضمام إلى الإذاعة المدرسية لتحسين مستوى فهمهم وإدراكهم للتربية الإعلامية وقد يرجع هذا لكونها تدعم مهارة الإصغاء والتفكير بعمق برغم عدم وجود تواصل شخصي ولا نص مكتوب ولا صورة وهنا على عاتق المستقبل -الطلبة المتدربون- أن يعمل بجهد ومنطق أكبر في ربط الأحداث والبقاء مركز على الفكرة الرئيسية للموضوع المذاع وما يلحقه من جزئيات ليضمن استيعاب الرسالة كونها غير قابلة للمراجعة أو التكرار.

وهناك نسبة 21.31% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميين والتربويين الذين يرون في القيام بالأنشطة غير الصفية مثل إقامة المعارض، تقديم عروض مسرحية، المسابقات الفكرية، المطالعة في دعم التربية لإعلامية، وقد يرجع لكونها تعمل على تنمية مواهبهم الفنية وتخلق لديهم حس جمالي عاطفي يعزز الخيال وتداعي الأفكار الايجابية لديهم والتي تتوافق وميولاتهم ومستواهم التعليمي وسنهم فتشجعهم على التواصل مع الآخرين والتعامل بوعي نحو المواضيع المثارة للنقاش.

كذلك نجد نسبة 19.67% من المبحوثين يرون في وسائل التربية الإعلامية كالمجلة الحائطية، إنشاء صحيفة مدرسية، تصميم المطويات والملصقات أنه قد يساعد في تحرير الأفكار وتنظيمها بشكل أكثر منهجي يراعي الخصائص التي تميز كل واحدة فيها وفيما تتشابه وفيما تختلف وإيجابياتها وسلبياتها والمناسبة التي تعد لها وعدد صفحاتها وحجم المواضيع التي تتناولها وطريقة طرحها وقولها. فهذه الطريقة تشجعهم على العمل الجماعي واكتساب خبرات من بعضهم البعض وتشارك الاهتمامات حول الأفكار ما يخلق شخصية بناءة مسؤولة على ما تقوم به وتتحدى بالموضوعية فيما تقدمه مستقبلاً.

ونلاحظ بنسبة 6.55% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميين والتربويين الذين يعتبرون التلفزيون المدرسي وسيلة داعمة لمهارات الطلاب في التعامل نحو المضامين الإعلامية، وقد يرجع لما تقدمه هذه الوسيلة من دعم لرفع مستوى التعامل نحو مختلف المضامين الإعلامية، فهو يحتوي على إمكانية المزاجية بين النص والصورة وخاصة الحركة ومختلف الجوانب التقنية التي تعمل على تحسين مستوى إدراكهم من خلال التدريب لما يتم عرضه بالقنوات التلفزيونية.

النسبة	التكرار	دور الأنشطة غير الصفية
60%	12	التطبيق والتعرف على العملية الإعلامية ومحتوياتها
10%	2	التعلم وباختياره وإيرادته
30%	6	البحث والدراسة بالاعتماد على مصادر متنوعة
100 %	20	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أنَّ التطبيق والتعرف على العملية الإعلامية ومحتوياتها هو أحد أدوار الأنشطة غير الصفية بنسبة 60% لدعم إدراج التربية الإعلامية بالنظام التعليمي الرسمي بحسب المبحوثين، تليها مهمة البحث والدراسة بالاعتماد على مصادر متنوعة بنسبة 30%، بعدها التعلم باختياره وإرادته بنسبة 10%.

فتسجيل نسبة 60% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون في دور الأنشطة غير الصفية أنها تعمل على دفع الطالب للتطبيق والتعرف على العملية الإعلامية ومحتوياتها لتعزيز تضمين التربية الإعلامية بالنظام التعليمي الرسمي، بحيث قد تدعم معارفهم عن مكونات الوسائل الإعلامية ودورها وخصائصها بما يساعدهم، وهو ما أكدّه "الفراجي": بأنّ الممارسات التعليمية التعليمية التي يؤديها المتعلمون في داخل البيئة المدرسية وخارجها كجزء من عملية التعليم والتعلم المقصودة بإشراف المعلم، بقصد بناء الخبرات واكتساب المهارات اللازمة في العملية التعليمية التعليمية في المجالات المعرفية والنفس حركية والوجدانية -الاجتماعية-¹؛ بحيث يساعد على إثراء الخبرة واكتساب مهارات متعددة تخدم مطالب النمو لديهم، وتحقيق متطلبات تقدم المجتمع وتؤكد قيمه.

ونجد نسبة 30% من المبحوثين يرون أنّ مهام الأنشطة غير الصفية تتمثل في دعم عملية البحث والدراسة بالاعتماد على مصادر متنوعة، وقد يرجع هذا لكونها نشاط مدرسي مخطط وواضح لا يتم تنفيذه عشوائياً بالإضافة إلى كونها بإشراف من المدرسة ما يتيح إمكانية تعزيز التوجيه للمراجع المهمة والحصول على المعلومات القيمة عن التربية الإعلامية، ما يشير إلى ربطها بمختلف الميولات التي تتصل بالإنسان لتحسين مهارات الإدراك الواعي والتحفيز على البحث والدراسة وعدم الاعتماد على مصدر واحد لتلقي المعلومة بما يدعم ربطهم بالمحيط الخارجي أيضاً فهي تنمية شاملة وليست فقط للتسلية والترفيه، كما تستدعي على الأستاذ أن يكون مهتم بها ومتمكن من فنون واليات التدريب وفق

¹ البدرى طارق: أساسيات الإدارة التعليمية ومفاهيمها، ط 2، عمان، دار الفكر للطباعة والنشر، 2005، ص102.

ما تتطلبه التربية الإعلامية ما يعني الحاجة إلى دورات تدريبية تكوينية للأساتذة في هذا المجال لرفع كفاءتهم، بالإضافة إلى عامل نقص الميزانية والتجهيزات والوسائل التي يحتاجها الأستاذ في ممارسة الأنشطة يدفع به لتوجيه الطلبة نحو مصادر عديدة تخول لهم الاستفادة من فهم ووعي مضامين ووسائل التربية الإعلامية، كالزيارات للمؤسسات الإعلامية وتنظيم رحلات للتغطيات الصحفية لمن له إمكانيات خاصة أو التدريب على التلخيص والفهم على حاسوبهم الشخصي أو تزويدهم بمواقع الكترونية ذات طابع تعليمي توضيحي لتحسين مستواهم في التعامل مع وسائل الإعلام.

ونلاحظ نسبة 10% من المبحوثين يرون أنّ الأنشطة غير الصفية تدعم التربية الإعلامية على أساس أنّ التعلم باختياره وإرادته. وقد يفسر لطبيعة هذه الأنشطة الغير مفروضة بقالب محدد ومرنة أثناء التواصل مع الطلبة ما يحببهم في لغة الحوار السلسة كذلك النشاطات المتنوعة وغير المألوفة التي يقومون بها بعيدا عن إطار الطاولة فهي تسمح لهم بالمبادر واتخاذ أعمال من تصميمهم وإنتاجهم كالمطوية والمجلة والإذاعة المدرسية وغيرها. وكذا للخصائص السيكلوجية للطلاب الذي يميل للحركة وحب الترحيب بكل ما يثير حفيظته على أنه شيء ايجابي يساهم به في خدمة الآخرين بالإضافة إلى الهروب من ضغط الدراسة والأولياء فيجد في النشاطات غير الصفية فرصة لاكتشاف وسائل الإعلام بأكثر استقلالية وفي القيام بما يرغبون بتعلمه من خلال الممارسة وليس تلقية فقط نظريا كما في قاعة الدرس، ما يترك لهم أسلوب معرفي على نحو تطبيقي بإنجاز ما طلب منهم.

جاءت في 110: في الجدول أعلاه أنّ الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون يرون بأنّ خطوات ضبط الأهداف، تأطير محتوى البرنامج، اختيار الأطراف المشاركة، تحديد الميزانية والوسائل، القيام بالمتابعة والتقييم، المجموع

الخطوات	التكرار	النسبة
ضبط الأهداف	18	22.78%
تأطير محتوى البرنامج	17	21.51%
اختيار الأطراف المشاركة	16	20.25%
تحديد الميزانية والوسائل	15	18.98%
القيام بالمتابعة والتقييم	13	16.45%
المجموع	79	100%

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون يرون بأنّ خطوات وضع الإستراتيجية الوطنية للتربية الإعلامية بقصد إدراجها في إطار النظام التعليمي الرسمي بالجزائر تتمثل في الآتي ضبط الأهداف بنسبة 22.78%، تليها نسبة 21.51% لتأطير محتوى البرنامج

وينسبة 20.25% لاختيار الأطراف المشاركة، بعدها نسبة 18.98% تحديد الميزانية والوسائل، ثم نسبة 16.45% للقيام بالمتابعة والتقييم.

فتسجيل نسبة 22.78% من المبحوثين الذين يتفقون بأن ضبط الأهداف يعتبر إحدى خطوات وضع الإستراتيجية الوطنية للتربية الإعلامية بصدد إدراجها بالنظام التعليمي الرسمي بالجزائر، قد يرجع لكونها تنطلق من جملة أسئلة على غرار النتائج المرغوب في تحقيقها ومتطلبات الوصول إليها من خلال تسطير الأهداف العامة بالقطاع التربوي الجزائري والوضع القائم عليه وكذا الخاصة بإستراتيجية التربية الإعلامية بجدولة نقاط القوة والضعف وكذا الفرص المتاحة والمخاطر المحتمل التعرض لها لتفادي الوقوع في الأزمات وهذا بالاستفادة من استخلاص تجارب وأمثلة عن بلدان خاضت نفس المرحلة بالتدرج لتجنب القرارات المتسعة ؛ كون واقع الكفاءات البشرية والموارد المادية وظروف البيئة المحلية عوامل مؤثرة في استشراف الرؤية المستقبلية في ظل ضعف المعلومات وقلة الخبرة في مجال التربية الإعلامية، ما قد يشير إلى أنّ تسطير الأهداف الإستراتيجية يتطلب تعاون الجهات ذات العلاقة من خلال التنسيق فيما بينها لتكون فاعلة وتقدم دعم للمضي في الأهداف المبرمجة والتي تراعي القابلية في التنفيذ ماديا بشريا وزمنيا ومرتبطة بالواقع وخصائص المجتمع الجزائري.

ونجد نسبة 21.51% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون في تأطير محتوى البرنامج خطوة لتنفيذ الإستراتيجية الوطنية للتربية الإعلامية بالنظام التعليمي الرسمي الجزائري، وهذا يمكن أن يفسر بأن لكل هدف أفكار تجسده من خلال طرحها ومناقشتها وتنظيمها ووضع حيثياتها والمهام الموكلة لكل طرف فيها مع إبراز أهميتها وكيفية تطبيقها، من خلال تقديم تفصيل عن محتوى مواد التربية الإعلامية من مضمون يتجلى بتقديم أساسيات الكتابة الصحفية ومهارات التربية الإعلامية وكيفية الترشيد عليها وأهميتها بالإضافة إلى التدريب على وسائل الإعلام من خلال التعريف بها وإبراز إيجابياتها وسلبياتها وآثارها وغيره ومحاولة استخدامها على نحو مهني نقدي بتقديم نشاطات عنها وبإشراف من الأستاذ، قد يكون إدراجها على شكل برنامج يحتوي على وحدات وأقسام وأجزاء أو دليل عمل يتضمن نشاطات وتطبيقات بمراحل توجيهية أو منهاج نظري تطبيقي بمادة مستقلة أو بتضمينها بمواد أخرى دون إحداث خلل في تسلسل المواضيع أو إدراك الطالب لما يقدر له كالتربية المدنية، كذلك قد يرجع لطبيعة وحداثة محتوى التربية الإعلامية الذي يحتاج للوقوف على مضمونه كونه يدرس للطلبة باعتباره لم يتم تناوله بالبرنامج التعليمي الرسمي من قبل لذا فالخبرة عنه محدودة من قبل الأساتذة وواضعي البرامج التربوية، بالإضافة إلى كون التربية الإعلامية تخصص علمي أكاديمي يحتاج للاستعانة به لخبراء ومختصين بالمجال من فروع علمية عدة للخروج بمحتوى يخدم الطلبة من عدة نواحي معرفية نفسية وسلوكية بالإضافة للاستفادة من خبرات الدول السبقة في المجال لكسب الوقت والجهد. كذلك قد يرجع ضبط محتوى إستراتيجية التربية الإعلامية لاختلاف

الأطوار والفئات العمرية والمستوى الفكري للطلبة ما يستدعي الحاجة لموازاتها وخصائص كل طور وحاجاته والإمكانيات المتوفرة سواء المادية أو البشرية والتي على ضوءها يصاغ محتوى التربية الإعلامية.

وهناك نسبة 18.98% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يعتبرون اختيار الأطراف المشاركة خطوة أخرى ضمن إعداد الإستراتيجية، باعتبارهم الأشخاص المنفذون لها والمساهمون بدعها سواء متخذي القرار من الهيئة العليا للقطاع أو من مستوى علمي عملي كالأستاذة الأكاديميين والمدرسين والمكونين ومسيرين إداريين يسعون لتوفير مستلزماتها، بالإضافة إلى عامل التنسيق والتشاور بين هته الأطراف من خلال تفعيل شبكة اتصال محلية سواء داخل المؤسسة الواحدة أو ما بين المؤسسات التربوية والمسؤولين على رأس القطاع التربوي أو من خلال عقد اللقاءات والاجتماعات أو القيام بدورات تكوينية وتدعيمها بمحاضرات وندوات توعوية لتكوين فكرة عن فحوى الإستراتيجية وطريقة تطبيقها مع الاستعانة باستدعاء مختصين أجنبى بالتربية الإعلامية لتحسين مستوى فهمهم لها ولسياستها التنفيذية وطريقة أدائها وأهدافها وآجالها ما ينعكس إيجابا على نجاعة الإستراتيجية وجعلها قابلة للتنفيذ وواقعية بحسب الطور التعليمي ومدة التنفيذ. كذلك قد يرى المبحوثين داعي للتنسيق مع أطراف اجتماعية أخرى ذات العلاقة بالقطاع كالجانب القانوني والثقافي والديني والاجتماعي من تنسيقيات وجمعيات، بهدف أخذ رأيها على نحو بناء لتكوين صورة عن الوضع القائم للاستعانة بها في وضع التقارير.

ونلاحظ نسبة 18.98% من المبحوثين يرون في تحديد الميزانية والوسائل خطوة من مراحل إعداد الإستراتيجية الوطنية للتربية الإعلامية ضمن النظام التعليمي الرسمي، وقد يؤول هذا للترتيبات المكلفة التي تستدعيها آلية التنفيذ من تخصيص مرتبات الفريق الساهر على العملية وكذا مستلزمات تكوين الأساتذة من معدات وتجهيزات للدورات والندوات تتبعها على مستوى المؤسسات التربوية بتجهيزها بوسائل الإعلام والاتصال التي يحتاج الطالب للتعرف والتطبيق عليها والتي تراعي التناسب بحسب الإمكانيات المخصصة والمستوى التعليمي ومنها أيضا توفير ورشات التدريب ومعدات، ما قد يجعل من هذه الترتيبات في تحديد الميزانية والوسائل المستخدمة مشاركة من لهم الدراية بها من مؤسسات اجتماعية ترى فيهم سلطة القطاع والهيئة الوصية على الإستراتيجية إمكانية دعمها لها وتجسيدها على أرض الواقع لتفادي الأخطاء واكتساب الجهد والوقت ومعرفة بالبيئة المحلية ومواردها البشرية والمادية وكيفية توزيعها.

ونجد نسبة 16.45% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يعتبرون المتابعة والتقييم نقطة تدرج في إعداد الإستراتيجية الوطنية للتربية الإعلامية، وقد يرجع هذا لكونها تضمن سير

4.3: دور مؤسسات النظام التعليمي غير الرسمي الجزائرية في تضمين التربية الاعلامية وتفعيلها

[illegible]

النسبة	التكرار	الأطراف
19.65%	18	الجمعيات والنوادي التربوية
15.21%	14	المساجد
17.39%	16	الأسرة
16.30%	15	المؤسسات الإعلامية
11.95%	11	المكتبات
3.26%	3	المسارح
16.30%	15	قادة الرأي
100 %	94	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن المبحوثين يرون في الجمعيات والنوادي التربوية طرف فاعل في بث التربية الإعلامية عن طريق نظام التعليم غير الرسمي بنسبة 19.65%، تليها الأسرة الجزائرية كداعم لها بنسبة 17.39%، بعدها بنفس النسبة لكل من 16.30% لكل من المؤسسات الإعلامية وقادة الرأي، كذلك نجد نسبة 15.21% للمساجد ثم بنسبة 11.95% للمكتبات وبنسبة 3.26% للمسارح كطرف مساعد في التوعية بوسائل الإعلام.

فتسجيل نسبة 19.65% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون في الجمعيات والنوادي التربوية بأنها تشارك في تعزيز نشر التربية الإعلامية بنظام التعليم غير الرسمي، فهذا قد يرجع لكونها تلقى قبول لدى أفراد المجتمع الجزائري من حيث الثقة في ما تقدمه فبالنظر نحوها وتقديم الخطوط العريضة عن نشاط التربية الإعلامية قد تكون هناك استجابة من قبل من لهم ميل واهتمام سواء الأولياء أو الشباب أو من أهل الاختصاص في مجال الإعلام والاتصال للاستفادة من خبراتهم

وكذا لدى رؤساء هته الأخيرة والتي تكون جزء من البيئة المحلية وعلى دراية بشبكة العلاقات الرسمية وغير الرسمية لتسهيل الوصول للأفراد بغية تشجيعهم على الانخراط وما يعزز من العملية أنها قد تكون على دراية بنمط تفكير وسلوكيات المجتمع المحيط وأساليب إقناعه سواء بالدعم أو بالتدريب فدورها في التأطير والتوعية على العادات والسلوكيات البناءة من القيم والأخلاق والتربية تدعم بها تنمية الذكاء في بناء شخصيتهم لجعلها قادرة على مجارات المواقف والتعامل مع المشكلات بوعي. وهو ما قد يجعل من المبحوثين يرون فيها فرصة لتعزيز فهمهم عن مخاطر هته الوسائل والتوعية بأساليب التعامل نحوها. كما قد يرجع لخاصية العمل الجماعي وطابع الترفيه فيها الذي يشجع على الانخراط بالمجارات والفضول وبذل الجهد والاستمرارية فيها، كما أن لعامل الوقت المبرمج للتدريبات بالنادي أو الجمعية الغير مكثف والمناسب لأوقات فراغ الطلبة من النشء والشباب يكسبهم معارف وخبرات مختلفة، كما تتيح إمكانية انضمام ومشاركة الأولياء في نشاطاتهم ما يعزز عامل الثقة والأمان في محاولات ما يتدربون عليه. ويسهل عملية اندماجهم في المجتمع بدعم الأسرة التي تتلقى نصائح من خلالها ما قد ينمي شخصيتهم ويطور قدراتهم في التفكير الناقد والإبداعي تجاه ما يتعرضون له من مضامين إعلامية عبر مختلف المنصات والوسائط.

ونجد بنسبة 17.39% من المبحوثين الذين يرون بأن الأسرة الجزائرية طرف مشارك في نظام التعليم غير الرسمي بصدد نشر التربية الإعلامية بالوسط الجزائري ومنه عبر الشبكات الاجتماعية كفضاء يسقط عليه، وقد يرجع لدورها التقليدي في التربية والتوجيه الذي يتخذ كعامل يستخدم في ترشيد الأولياء على ثقافة نقد وسائل الإعلام وتسخيرهم على نحو يخدم بناء فكر أبناءهم -الطلبة- من النشء والشباب بما يعزز مفاهيمهم عن التعامل البناء نحو مضامين ووسائل الإعلام بحكم تجربتهم الشخصية واطلاعهم عليها ما قد يكسبهم نظرة عن ايجابيات وسلبيات وسائل الإعلام، كما يعتبر عامل مرافقة الأبناء فرصة للمتابعة وتقييم مستوى قبولهم وترحيبهم لفكرة الترشيد من خلال تدريبهم على مهارات عديدة كالقراءة المعمقة والتعبير عن آرائهم تجاه الرسائل التي يستقبلونها لمعرفة كيفية صقل مواهبهم في استخدامهما ومن خلال مراقبتهم للأجهزة التي يستخدمونها من حيث المدة والطريقة، كما أن عامل الثقة بين أفراد الأسرة يعزز ما يقولوه بشأن محتواها من خلال مشاركة ما يتداولوه بالحوار والنقاش، وكذا الخوف من العقاب في حال معارضة إرادة الأولياء بسبب استخدام هته الأجهزة على نحو سيء كتجاوز الوقت المخصص لها أو الولوج لمواقع تفوقهم سنا.

ونلاحظ نسبة 16.30 من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يجدون في المؤسسات الإعلامية بأنها طرف مساهم في نظام التعليم غير الرسمي لتطبيق التربية الإعلامية لدى النشء والشباب، ويمكن أن يفسر هذا بدورها الإعلامي من خلال تزويدهم بمعلومات وتفاصيل عن أساسيات الصحافة وأثرها وكيفية الاستفادة منها وتوظيف وسائلها، كما أن ميزة التفاعلية فيها تتيح إمكانية

الاستفسار ومعالجة المشكلات والعراقيل التي يتعرضون لها بطرح فضولهم وانشغالاتهم، كما أن الاستمرارية فيها تعمل على ترسيخ معلوماتهم من خلال تكرار عرض البرامج والحصص التي تستهدف التربية الإعلامية، كما يعد الانتشار الذي تحظى به فرصة للوصول إلى أكبر عدد ممكن من المستفيدين من النشء والشباب للوعي بمضامين وسائل الإعلام وخطورتها لتفاديها وجعلها في خدمتهم، كذلك عامل المواكبة للتقنيات المتطورة من خلال ما توظفه المؤسسات الإعلامية يساعد في تبسيطها من خلال تقديم مكوناتها وخصائصها وكيفية الاستفادة منها ما قد يجعلها سهلة الاستخدام والولوج إليها بشكل آمن لعالم الأنترنت ومنها الشبكات الاجتماعية، بالإضافة إلى طابعها التعليمي التوعوي فهي غير مكلفة وتتيح إمكانية التقرب من مختصين ومعرفة تفاصيل عديدة عن مجال وسائل الإعلام عامة والتربية الإعلامية خاصة من شخصيات متنوعة وبلدان عديدة لتتبع مكتسباتهم عن طريق تقديم محاضراتهم وندواتهم وكذا عناوين مكاتبهم والايمل المهني للاستفسار، كذلك تعمل على نشرها بأسلوب سهل وبسيط ما يعزز مستوى فهمها ومتابعتهم لها.

وكما نجد نسبة 16.30 من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون في قادة الرأي عنصر نشط لتداول التربية الإعلامية بين النشء والشباب في إطار نظام التعليم غير الرسمي وقد يفسر بطبيعة المجتمع الجزائري الذي يأخذ برأيهم ويستشيرهم في مختلف القضايا وقد يرجع هذا لفة مستواهم العلمي وكذا الخبرة بمجال الإعلام والاتصال فيتوجهون نحوهم للنصح والمشورة، كذلك عامل الثقة فيهم بحكمة العلاقة والمعرفة التي تربطهم سواء في إطار علاقات عمل أو صداقات اجتماعية تعزز من قربهم ما يتولد عنه نقاشات وحوارات يجد فيها الناس رأي صائب من قادة الرأي فيصبحون مرجع لأخذ المعلومة، ما قد يجعل بذلك رأي المبحوثين فيهم من أنهم عامل دعم لنشر التربية الإعلامية بين النشء والشباب في الوسط الجزائري عن طريق تقديمهم لحصص توعوية أو ندوات واجتماعات تثير النقاش حول ماهية وآثار وسائل الإعلام وكيفية التعامل نحوها.

كذلك هناك نسبة 15.21% من المبحوثين الذين يعتبرون المساجد طرف مشارك في مهمة تضمين التربية الإعلامية لما لها من دور تربوي في التعريف بأسس الدين الإسلامي والسلوكيات التي أوصانا بها نبينا محمد صلى الله عليه وسلم من أجل التحلي بها وكذا وضعها محل مواجهة للتصدي للثقافات الغربية الهدامة المنافية لقيم المجتمع ليفرق النشء والشباب بين ما يجب عليه إتباعه والتمسك به ما يوحى بتعزيز عناصر المقارنة عن محتوى وسائل الإعلام لتفادي سلبياتها من خلال الخطب والحلقات والنشاطات التوعوية التحسيسية التي تنشط بها مستوى إدراكهم وتقوي شخصيتهم، ويستعان بها في الحفاظ على استقراره مما تبثه وسائل الإعلام بنقد ما تتضمنه وتبيان سبل تعامل الأولياء مع الأبناء.

ونجد بنسبة 11.95% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون في المكتبات طرف داعم لنشر التربية الإعلامية بنظام التعليم غير الرسمي وهذا من خلال ميزة المطالعة فتتطور بها معارفهم وثقافتهم عن أساليب ومضامين وسائل الإعلام ومحاولتهم تطبيق مهارات التربية الإعلامية بالاستعانة بالمراجع ذات العلاقة بها ما قد يشكل تحسناً في مستوى القراءة الواعية. كما أنها فضاء يقل فيه التوتر ويشعر فيه الطالب بالراحة النفسية فهي تعزز عامل التأمل والخيال فيما يمعن فيه من قراءة وتأنّي في التعاطي مع الأفكار والتدرب على ربطها وتحليلها بما يبحثون عنه، كما تمكنهم من تصفح الكتب دون شرائها أو مشقة البحث عنها كذلك تعتبر مرجع موثوق فيه يدعم أخلاقيات التعامل لديهم كالتحلي بالصبر مع احتراز الموضوعية في المعلومات التي يأخذونها من مصادرها كونها أفكار دارسين آخرين.

كما نجد نسبة 3.26% من المبحوثين يضعون المسارح كطرف مساهم في تعزيز تواجد التربية الإعلامية بنظام التعليم غير الرسمي بالجزائر، وقد يكون مرد هذا لكونه يعزز من تنمية المهارات الحركية جراء الأدوار والشخصيات التي يقومون بتقمصها. كما يدعم قدرات التفكير من الذكاء والخيال والقدرة على التكرار والتعامل مع النصوص المختلفة. ما يوحي براحة نفسية تتجسد في الثقة نتيجة تجاوز الصعاب المتعلقة بالظهور وتقمص الشخصية والقيام بالكلام مع مجارات الحالة النفسية والحركات والتركيز مع المجموعة لنهاية العرض المسرحي فالنجاح في هته المهمة يكون عامل تحفيزي لتجاوز الخوف والتردد ما يدعم عامل الاندماج مع الآخرين والتعبير عن القضايا الإعلامية بوعي ما يحسن من مهارة القراءة الواعية والإنتاج والإبداع للمضامين الإعلامية والمشاركة بها.

جاءتك نتي 112: يلمح في لمل بطصوطل طلمتي تصعب مثي لأزنيك جوني د ع وطك لصنلي هو لأعلاي بطلمتي يتمع نصرك مث

طلمس ؟ طلمسا ا

النسبة	التكرار	الديمومة
//	//	دائماً
25%	5	أحياناً
75%	15	نادراً
100 %	20	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنه نادراً ما تضع الأسرة الجزائرية ضوابط على المضامين الإعلامية الذي يتعرض لها النشء والشباب وهذا بنسبة 75% بحسب رأي المبحوثين، تليها بنسبة 25% لـ"أحيانا"، فيما تتعدم النسبة لـ"دائماً".

فتسجيل نسبة 75% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون أنّ الأسرة الجزائرية نادراً ما تضع ضوابط على المضامين الإعلامية التي يتعرض لها النشء والشباب، قد يؤول إلى قلة الوعي والثقافة بخطورة ما تحمله هته الأخيرة لقدرتها على تمويه سلبياتها التي تظهر على نحو جذاب ومغري قد يتطلب التركيز للكشف عنها كإبراز الممثلين على أنهم أبطال وهم يقومون بأفعال العنف والجريمة أو بث برامج ومسابقات غنائية وغيرها والتي تأخذ من وقتهم وجهدهم دون إدراك الأولياء أو الأبناء الذين يتابعونها فتصبح بمثابة حلم يراودهم يسعون لتحقيقه وينسون هدفهم الرئيسي وهو الدراسة ما يجعل الأولياء في حيرة فلا يعرفون كيف يتعاملون مع الوضع ما يقلل من الضوابط التي يسطرونها. من جهة أخرى الجهل بطبيعة هذه الضوابط وكيفية وضعها وتنظيمها لقلة التوعية بها والترشيد عليها من أهل الاختصاص سواء عبر البرامج التلفزيونية أو من خلال الملتقيات والمناسبات العلمية التوعوية بوسائل الإعلام. بالإضافة إلى مسؤوليات العمل وارتباطات أخرى خارج المنزل ما ينجر عنه قلة الوقت المخصص لمتابعة الأبناء فينعكس على مردودية القيام بالمرافقة الوالدية ووضع نظام لكيفية مراقبة الأبناء لاستخداماتهم لوسائل الإعلام. كذا نجد غياب دليل عمل للوالدين عن التربية الإعلامية وافتقار الأسرة للتوجيه في ظل نقص التوعية بالمؤسسات التربوية عن التربية الإعلامية عامل آخر يعيق عملية ضبط محددات لاستخدام وسائل الإعلام.

كما نجد نسبة 25% من المبحوثين الذين يعتبرون أنه أحيانا ما تضع الأسرة الجزائرية ضوابط على المحتوى الإعلامي الذي يتعرض له النشء والشباب عبر وسائل الإعلام التقليدية أو الرقمية، وقد يفسر بقلة استشعار الأسر الجزائرية للانعكاسات السلبية للمنحى الذي يأخذه الاستخدام العشوائي والمفرط لها والذي ربما قد تراه أنه نوع من المواكبة للتكنولوجيات التي تستهوي جيل الشباب خاصة أنها تستهدف العقل والعاطفة بطريقة لا تبرز فيها على أنها خطر ملموس إذ تمرر على شكل صور أو فيديوهات أو رسائل نصية يجهل معظمهم بنواياها المنحرفة والتي قد تبث عبر برامج أو مواقع تربوية ما يزيد من استبعاد ضررها والارتياح لها في حين أنها تبرز بعدها على شكل سلوكيات تكونت مع الوقت في شخصية النشء والشباب على نحو عكسي، بالإضافة لقلة الخبرة والترشيد وان كان

هناك علم بها من حيث التمييز بين الأهداف المعلنة والخفية للرسائل التي تبثها هذه الوسائل كتخليها ونقدها سواء ما تعلق بالمجال السياسي أو التجاري الدعائي وغيره ما يجعل وضع ضوابط على استخدام وسائل الإعلام يحل محله التربية التقليدية كالاهتمام بمراجعة دروسهم وتربيتهم على القيم البناءة في ظل الافتقار للحملات التحسيسية والبرامج التوعوية عبر مختلف مؤسسات المجتمع المدني التي تجعل من الآباء يضيعون فرص المعرفة بها للاستفادة منها خدمة لأبنائهم، كما تشير هذه النسبة أيضا إلى وجود من هم على دراية بضرورة وضع ضوابط لاستخدام هته الوسائل الإعلامية حسب معرفتهم من منطلق تجربتهم الخاصة سواء بالتجريب أو بالاطلاع والاستفسار والبحث في مختلف المراجع المتاحة لديهم، كذلك نجد عامل الاستمرارية عليها يتطلب كفاءة ومستوى من الخبرة من قبل أولياء الأمور الذي قد يحتاج لتكوين واطلاع ووقت مخصص وجهد فكري في ترشيد الأبناء من النشء والشباب كل حسب شخصيته وميولاته ومستوى إدراكه للمضامين التي تختلف من بيئة محلية لأخرى وبحسب الإمكانيات المادية والمعنوية لكل أسرة جزائرية.

هذا ونلاحظ انعدام نسبة المبحوثين الذين يرون أنّ الأسرة الجزائرية تضع بشكل دائم ضوابط على ما يتعرض له الأبناء من مضامين إعلامية وقد يكون هذا مرده المستوى التعليمي المحدود الذي يقف عائق عن استيعاب أهمية المعرفة بهذه الضوابط وكذا الجهل بكيفية الحفاظ على المواظبة عليها خاصة في ظل قلة التوعية بالمجتمع المدني بالإضافة إلى البرنامج التربوي الجزائري المكتظ طيلة العام الدراسي من مواد أساسية في كل الأطوار التعليمية والتي تأخذ من اهتمام الأبناء والأولياء على السواء رغبة في النجاح ما يؤثر على مستوى متابعة نظام وضع الضوابط على المحتوى الإعلامي.

جاءت في 113: في خريف بطبيعة الحال تصعب على الأذن لآلة من ع. وط. أصلي هو الأعلامي

طبيعة الضوابط	التكرار	النسبة
ضوابط أخلاقية	14	70%
ضوابط على عدد ساعات التعرض	3	15%
ضوابط على نمط المشاركة والتواصل عبر الشبكات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية	2	10%
ضوابط على المضامين الإعلامية غير الهادفة	1	5%
المجموع	20	100 %

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أنّ الضوابط الأخلاقية تشكل نسبة 70% من طبيعة الضوابط التي تضعها الأسرة لأبنائها على المضامين الإعلامية بحسب رأي المبحوثين، تليها ضوابط على عدد ساعات التعرض بنسبة 15% بعدها ضوابط على نمط المشاركة والتواصل عبر الشبكات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية بنسبة 10%، ثم بنسبة 5% لوضع ضوابط على المضامين الإعلامية غير الهادفة.

فنلاحظ أن هناك نسبة 70% من المبحوثين يرون ضرورة وضع ضوابط أخلاقية من قبل الأسرة على ما يتعرض له الأبناء، وقد يرجع هذا لضعف آليات الرقابة من قبل الدولة أو الأسرة، ما يدفعها لمحاولة تمهيد سبل الوقاية والتمكين من خلال التحلي بالمبادئ والقيم التربوية واستشعار الوازع الديني فيهم فتقدمهم بأسس التعامل الهادف من خلال الاستعانة بالإستمارات العقلانية والعاطفية وحتى التخويفية في عمليات توجيه الأبناء لتجسيدها في شكل سلوكيات حميدة تلبي دوافعهم وحاجاتهم من وسائل الإعلام على غرار التواصل الواعي مع الآخرين مع تجنب العنف والتوتر في مواجهة المواقف الاجتماعية وما تعلق بالتعبير عن آرائهم تحقيقاً لإشباعاتهم يريدون الوصول إليها خاصة عبر الشبكات الاجتماعية بالفضاء الرقمي لما تتيحه من حرية في عملية الاستخدام وكذا ما توفره من تقنيات تستهويهم إليها، كذلك الحرص على التحلي بآداب وأخلاقيات التعامل كالمصادقية والتثبت من نقل الخبر وعدم التشهير بالآخرين وتشويه صورهم أو استغلال بياناتهم ومعلوماتهم وتحريفها سواء كانوا أصدقاء أو حتى من أفراد العائلة ونقل أخبارها للآخرين من خلال التذكير بالأخلاقيات.

كما نجد نسبة 15% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميين والتربويين الذين يولون أهمية لوضع ضوابط على عدد ساعات التعرض من قبل الأولياء على الأبناء فيما يتعلق بمتابعة المضامين الإعلامية، وقد يعود هذا لتوخي الحذر من الانجراف وراء البحث في المواقع أو القنوات والسعي لإشباع حاجاتهم جراء الفضول الذي يساورهم في معرفة الأشياء وتفاصيلها وتتبع الروابط التي تحيل لمواقع وصفحات أخرى تعرض مواضيع متعددة فمنها ما تشتت تركيزهم وتخلق لهم نوع من الحيرة وفقدان الثقة في المعلومات التي يحصلون عليها ومدى مصداقيتها ومن جهة أخرى ضياع الوقت دون الانتباه إليه سواء على شاشات الهاتف أو التلفاز أو الحاسوب. كما قد تؤدي إلى آثار نفسية صحية وعقلية سلبية كالاكتئاب والتوحد والتوتر وضعف البصر وغيره. فالهدف من وراء هذه التكنولوجيات المتطورة هو اختصار الوقت والجهد وتذليل الصعاب للنشء والشباب خاصة الطلبة في الحصول على المعارف أو التعامل مع وسائل الإعلام لمختلف الحاجات وهو ما ينبغي التنويه له من قبل الآباء.

كذلك هناك نسبة 10% من المبحوثين الذين ينظرون لنمط المشاركة والتواصل عبر الشبكات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية على أنها ضوابط يستدعي مراعاتها، وقد يفسر بهدف تقادي المخرجات التي تنجر عن الدخول في علاقات اجتماعية غير صحية خاصة مع الغرباء وعدم الثقة

الكاملة في الأصدقاء الموجودين بالعالم الرقمي عبر مختلف المنصات أو الانجراف في التواصل بين الجنسين وتتبع العاطفة في التصريح ببياناتهم وبمشاعرهم لقلة خبرتهم في استيعاب عواقب ما يدلون به سواء كلام أو صور أو فيديو كونه قد يستغل من سيء النفوس فيقومون بتهديدهم وابتزازهم أو من قبل المؤسسات الإعلانية لأغراضها الربحية أو الخوض في نقاشات مضللة تفوق سن الأبناء فيستغلونهم في قضايا رأي عام دون الوعي بخلفياتها فتؤثر على طريقة تفكيرهم وتأخذ من وقتهم. بالإضافة إلى الترشيح على نوع الوسيلة وكيفية استخدامها ودورها وربطها بالسن والمستوى التعليمي للأبناء ووقت فراغهم.

ونلاحظ بنسبة 5% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يجدون في وضع ضوابط على المضامين الإعلامية غير الهادفة داعي على الأولياء الأخذ به لترشيح استخدام الأبناء للمضامين الإعلامية. وقد يعود لكون أساس التصفح هو كيفية التمييز بين الإيجابي والسلبي من المضامين في حال عدم القدرة على حجبها، من خلال مصاحبة الأبناء وتوعيتهم على طريقتهم لا على ما يجده عبر وسائل الإعلام ومنها الشبكات الاجتماعية، كذلك التذكير بالآداب العامة ونبت الآخرين لهم والنفور منهم من زملاء وأصدقاء في حال تتبع محتويات مضللة وهدامة. حتى لا يكون متلقي سلبي ودعمه على التفكير الناقد والتحليل البناء في استخداماته لوسائل الإعلام وفق منظور الدراسة الذي يبرز أهمية قراءة المضمون بوعي وعدم تقبل كل ما يتعرض له.

جاءت في 114: على مخرجك لجهة هذه المصوحى طلبة ناهي بغنى، تسمى في الإزنة خجل لك أصلي هو الأعلامي بالشيخ والمعلم؟

المصادر

دور الجمعيات والنوادي التربوية	التكرار	نسبة
تشجيع التعبير عن الرأي بحرية نحو المضامين الإعلامية	16	12.69%
تنبيه الأسرة بوجود سلبيات وإيجابيات بالمحتوى الإعلامي	20	15.87%
المشاركة في نقد المحتوى الإعلامي	20	15.87%
قبول استخدام التقنيات والبرامج التكنولوجية التفاعلية الجديدة	14	11.11%
المساعدة في انتقاء المضامين الإعلامية	20	15.87%
المساهمة في اختيار مصادر المعلومات التي تتحلّى بالمصداقية والكفاءة	20	15.87%
دعم إنتاج المواد الإعلامية ومشاركتها عبر وسائل الإعلام	16	12.69%
المجموع	126	100

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ دور الجمعيات والنوادي التربوية في ترشيد الاستخدام للمضامين الإعلامية لدى النشء والشباب يتجلى بنسبة 15.87% لكل من المساعدة في انتقاء المضامين الإعلامية، المساهمة في اختيار مصادر المعلومات التي تتحلّى بالمصداقية والكفاءة، المشاركة في نقد المحتوى الإعلامي وكذا تنبيه الأسرة بوجود سلبيات وإيجابيات به بحسب رأي المبحوثين، تليها نسبة 12.69% لكل من تشجيع التعبير عن الرأي بحرية نحو المضامين الإعلامية ودعم إنتاج المواد الإعلامية ومشاركتها عبر وسائل الإعلام، بعدها نسجل نسبة 11.11% لقبول استخدام التقنيات والبرامج التكنولوجية التفاعلية الجديدة.

فتسجيل نسبة 15.87% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون أن مساعدة الجمعيات والنوادي التربوية على انتقاء المضامين الإعلامية، قد يرجع لطبيعة المحتوى الإعلامي الذي يتعدد ويتنوع بحسب المجال وكذا نوع وأسلوب اللغة التي يعرض بها قد يؤثر على درجة وعي النشء والشباب له، بالإضافة إلى أن عامل الانتقاء يجعل النشء والشباب متعرضين نشطين لا يقبلون كل ما يقدم لهم، بالإضافة إلى أنه يثير فيهم ويخلق لديهم ميول نحو ما يفضلون فيكتشفون اهتماماتهم وحاجاتهم على نحو مبكر فيطورون ما يبدعون فيه سواء نص أو صورة وبحسب المجال. كذلك تساعد من خلال الانتقاء في الترشيد على الوصول للقضايا الإعلامية ومقارنتها بالواقع قبل تكوين رأي ذاتي عنها.

وبنفس النسبة 15.87% من المبحوثين من يولون أهمية لدور الجمعيات والنوادي التربوية في المساهمة لاختيار مصادر المعلومات التي تتحلّى بالمصداقية والكفاءة، وقد يعود هذا لتقادي الوقوع في الأخبار الكاذبة والشائعات المضللة خاصة عبر منصات التواصل الرقمي على غرار موقع الفيسبوك حيث نقل وتضعف الرقابة وكذا الوصول لمصدر الخبر فيؤدي للإساءة للآخرين وجرح كرامتهم وتشويه صورتهم، كذلك التدريب على المصداقية يخلق فيهم أخلاقيات الصحافة والممارسة النبيلة والحرص على تزويد الآخرين بالمعلومات على نحو يخدم مصالحهم فيعزز من ثقتهم في تحمل ما يدلون به فيحجبون عن الأقاويل إلا إذا كان لها أساس من الصحة.

ونجد أيضاً بنسبة 15.87% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون أن من مهام الجمعيات والنوادي التربوية المشاركة في نقد المحتوى الإعلامي، ويمكن أن يرجع لما ينعكس من إيجابيات جراء الترشيد على هذه المهارة باعتبارها تمكن النشء والشباب من معرفة مكونات الرسالة أشكالها وقوالبها المكتوبة منها أو السمعية البصرية وكذا مصدرها وهل هو خبر رئيسي أم ثانوي، يحمل هدف معلن أم خفي هل هو لتقديم معلومة أم ربحي، بالإضافة إلى اكتساب فكر ووعي بناء

بعدم التسرع في مناقشة القضايا التي يتعرضون لها وعدم التحيز لرأي ذاتي والحرص على الموضوعية.

وكذا بنسبة 15.87% من المبحوثين يعتبرون أنّ دور الجمعيات والنوادي التربوية يشتمل على تنبيه الأسرة بوجود سلبيات وإيجابيات بالمحتوى الإعلامي، وهذا قد يعود لتعزيز عملية الترشيد والمراقبة الوالدية لما يتعرض له النشء والشباب وان وسائل الإعلام ليست بتلك البراءة وان كانت ما تقدمه يظهر للعيان بمظهر الإغراء والتشويق والإبهار التكنولوجي الذي ينجرّف وراءه الكثيرون، ما يخلق نوع من الإدمان في المتابعة سواء ما تعلق بالبرامج والحصص بالتلفاز أو ألعاب الفيديو أو استخدام الهاتف وربطه بشبكة الانترنت والتواصل عبر الشبكات الاجتماعية على حساب مهام أخرى تعرقلهم عن أدائها، ما قد يولد سلوكيات منافية لقيم ومبادئ المجتمع الجزائري فتؤثر على مستوى معارفهم كما تؤثر على أساليب تواصلهم مع الآخرين على أرض الواقع ومنها أن تخلق فيهم حب الانطواء والهروب للعالم الافتراضي كما تخلف آثار صحية غير مرغوب فيها. كذلك التنويه بإيجابياتها وكيفية توظيفها بما يخدمهم كنيل المعرفة وتطوير مستويات تفكيرهم وبناء شخصيتهم بإمدادهم بالنصائح والإرشادات.

ونلاحظ نسبة 12.69% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يشيرون لدور الجمعيات والنوادي التربوية إلى انه يشجع على التعبير عن الرأي بحرية نحو المضامين الإعلامية، وقد يرجع هذا لتكريس المصادقية والتأكيد على مبدأ حرية الصحافة في التعاطي مع المضامين الإعلامية، فتكون المعلومة غير موجهة أو محرفة ومضلة لقضايا اجتماعية قد ينجر السكوت عنها إلى الإخلال باستقرار النظام العام وخدمة مصالح أطراف معية خوفا من التهديد أو النبذ من قبل الآخرين لذا فما تعرفه وسائل الإعلام من تطور ساعد على بروز صحافة المواطن وقد يرجع تأكيد المبحوثين على التدريب عن التعبير عن الرأي لما تتيحه هذه التقنيات عبر مختلف المنصات من فرصة لإبداء الرأي الذي ينير الفكر ويمنع من استغلال من هم في مناصب عليا توجيه القضايا الاجتماعية على نحو ما يرغبون به. ما يوحي بأن عملية تكوين النشء والشباب من المتدربين بهته الأخيرة قد يساعد على جعلهم قادرين على التفكير وكذا امتلاك الفرصة لخوض المواقف بما يرونها مناسب وفق يتعرضون له عبر وسائل الإعلام.

ونجد بنفس النسبة 12.69% من المبحوثين الذين يؤيدون الطرح السابق بطرح معزز لدور الجمعيات والنوادي التربوية من خلال دعم إنتاج المواد الإعلامية ومشاركتها عبر وسائل الإعلام، وقد يرجع لكون عملية التعبير عن الرأي على قدر ما هي مهمة فهي تحتاج لتعزيز من خلال التدريب على كيفية تحرير الرسالة ومكوناتها وبناء الأفكار وترتيبها واختيار الحجج القوية مع دعمها بمصادرها حفاظا على المصادقية خاصة وتوظيف نقطة دعم الطرح بالصور أو بالفيديو من خلال الترشيد على إبراز

أهميتها وأثرها في المثلي لتحقيق صدى وتجاوب، بالإضافة على أنها تشجع على اكتساب المواهب ودعمها ممن يملكون اهتمامات وفضول نحو مجال الإعلام والاتصال.

ونسجل نسبة 11.11% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون أن الجمعيات والنوادي التربوية تقدم دورا داعما من خلال الترشيد على قبول استخدام التقنيات والبرامج التكنولوجية التفاعلية الجديدة، وقد يرجع هذا للخوف من قبل الأولياء في استخدام الأبناء للأجهزة الرقمية على اعتبار أنها قد تكون سبب في انحرافهم عن المسار الذي يرغبونه لهم، إذ قد يمكن توجيه هته الوسائل على نحو يخدم مصلحتهم من خلال تدريبهم على كيفية استخدامها وإجابتهم على استفساراتهم بخصوص مكوناتها وطبيعة عملها ومرافقتهم في عملية تجربتها واستخدامها لتفادي الخوف وكذا الاطمئنان من توظيفها على نحو عقلائي حسب السن وقدرات سلك الوسيلة وكيفية تقديم المحتويات بها.

جهازك نفى 115: على م نهذ هز فؤكو لأعل غى تمعور تبحر هك طكة نفى بى لأعل نفى بكخ وطمس ؟ وكم ساء ا

النسبة	التكرار	دور وسائل الإعلام
20%	4	التنسيق مع المؤسسات التعليمية للتعريف بالاتجاهات الحديثة نحو التعليم والتربية
30%	6	مراعاة أخلاقيات العمل الإعلامي ومهنيته والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية
15%	3	إتاحة المجال للإعلاميين لإثراء البرامج التعليمية ليؤثروا بأنشطتهم في شخصية الطالب
35%	7	التغطية الإعلامية للأنشطة المدرسية التي تتناول التربية الإعلامية
100%	20	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن دور وسائل الإعلام في تعزيز تداول التربية الإعلامية يتمثل في القيام بالتغطية الإعلامية للأنشطة المدرسية التي تتناول التربية الإعلامية بنسبة 35%، تليها مراعاة أخلاقيات العمل الإعلامي ومهنيته والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية بنسبة 30%، بعدها إتاحة المجال للإعلاميين لإثراء البرامج التعليمية ليؤثروا بأنشطتهم في شخصية الطالب بنسبة 15%.

فتسجيل نسبة 35% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون أن التغطية الإعلامية للأنشطة المدرسية التي تتناول التربية الإعلامية من بين مهام وسائل الإعلام، قد يرجع لكونها تدعم فكرة انتشارها والتعريف بها من خلال تقديمها بالنشرات الإخبارية التلفزيونية والإذاعية أو

ونجد بنسبة 30% من المبحوثين الذين يعتبرون أنّ مراعاة أخلاقيات العمل الإعلامي ومهنيته والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية يعد من مهام وسائل الإعلام لتعزيز التربية الإعلامية بالوسط الجزائري وخاصة منهم النشء والشباب، وقد يرجع هذا لكونهم الفئة الأكثر استعمالا لوسائل الإعلام في مقابل ضعف وقلة الرقابة على المحتوى الذي يشهد تنوع الثقافات فيه ومنها الغربية التي تعرض ظواهر وسلوكيات تفوق سنهم ومخالفة للقيم التي نشؤ عليها والتي صاحبها تطور التقنيات من برامج وتطبيقات تتيح الوصول إليها بسهولة وبالإشارة إلى محدودية خبرتهم في التعامل نحوها قد يجعل من مهمة التنكير بأخلاقيات المهنة الصحفية ومبادئها ومعاييرها أولوية في الترشيد على التعاطي نحو المضامين الإعلامية، كالتثبت من صحة الخبر والبحث عن مصادره ومقارنته بما عرض في وسائل إعلام أخرى وتمييز الايجابي والسلبي منه، كما أنّ تداخل وتعدد وتنوع هته الأخيرة والميزات التي تعرفها وعلى رأسها التفاعلية والسرعة في الانتشار يجعل من مقياس المصداقية والأمانة في تداولها بمثابة وقاية من تداعيات وسلبيات خطيرة كاستغلال البيانات وتحريف الأحداث خدمة لمصالح معينة مظلة للرأي العام فلا تعود بالنفع سواء على الصالح العام أو على المستوى الشخصي كالإدمان عليها ما قد ينجر عنه الانشغال بها على حساب الدراسة أو العمل فتضيع الوقت والجهد.

ونلاحظ نسبة 15% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يجدون في إتاحة المجال للإعلاميين لإثراء البرامج التعليمية ليؤثروا بأنشطتهم في شخصية الطالب كمجال لنشر التربية الإعلامية وتفعيلها، وهذا قد يرجع لزيادة مكتسباتهم وتنمية مهاراتهم النقدية والإبداعية لتحقيق التكيف الثقافي والاجتماعي وفق السياق المجتمعي والأوضاع السائدة فيه وربطها بالمتغيرات المادية والتكنولوجية من خلال سبل توظيفها، كذلك ضعف وقلة الهياكل المدرسية ومواد التربية الإعلامية وعدم تكوين الأساتذة فيها يستدعي دعم الوسائل الإعلامية في سد ذلك النقص لرفع مستوى التعامل نحو وسائل الإعلام.

جَهَنك نفى 116: يلى م اصد لهم بهجك طاية نفى بىء لأ علا لى لك غى طاية هو ب جهك طاية تعزك م ح ه ز ف ك ي ل ا علا لى ك و

پچھس؟ وہ ساء ا غی طک طع طط طع طع لی غی نطک نزلی

النسبة	التكرار	مضمون دليل التربية الإعلامية
15%	3	التدريب على مهارات التربية الإعلامية
10%	2	التوجيه على استخدام وسائل الإعلام
10%	2	التوعية بالصورة الصحفية وفنونها
20%	4	الترشيد على مصادر الخبر
35%	7	التدريب على فنون وقوالب الكتابة الصحفية
10%	2	مراعاة تنظيم محتوى الدليل إلى أقسام ووحدات
100%	20	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يشير الجدول أعلاه بحسب المبحوثين إلى أنّ التدريب على فنون وقوالب الكتابة الصحفية يمثل نسبة 35% من مضمون دليل التربية الإعلامية لدعم التوعية بالمضامين الإعلامية لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية من النشء والشباب بالجزائر، يليها الترشيح على مصادر الخبر بنسبة 20%، بعدها بنفس النسبة 10% لكل من التوعية بالصورة الصحفية وفنونها وكذا التوجيه على استخدام وسائل الإعلام بالإضافة إلى مراعاة تنظيم محتوى الدليل إلى أقسام ووحدات.

فتسجيل نسبة 35% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميين والتربويين الذين يرون أنّ التدريب على فنون وقوالب الكتابة الصحفية يعد من أساسيات مضمون دليل التربية الإعلامية لدعم التوعية بها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية من النشء والشباب بالجزائر، وقد يرجع هذا لما تتيحه من فرصة للتعلم وكذا اكتشاف حيثيات مجال الإعلام والاتصال على نحو بسيط يجذب المتدرب على لمعرفة المزيد من التفاصيل بشكل بسيط معزز بأمثلة وصور توضيحية تسهل من عملية الفهم على غرار تناول الخبر ومكوناته من مقدمة وأشكالها وعرض المحتوى وقوالبه التي يظهر عليها وخاتمة الموضوع وطريقة الهرم المقلوب والأسئلة الخمسة وضرورتها، ليعزز المتدرب من عامل الملاحظة لديه ويلفت انتباهه للتفاصيل المتعلقة بالمضمون من أول عملية التدريب للوقوف على القراءة الواعية والإصغاء المتمعن الأمر الذي يمهّد الطريق لاستيعاب باقي محتوى الدليل.

نجد بنسبة 20% من المبحوثين يعتبرون الترشيح على مصادر الخبر من بين مضامين محتوى دليل التربية الإعلامية، ويمكن أن يفسر هذا لكونه خطوة تالية بعد التعرف على الخبر ومكوناته إذ على المتدرب أن يعي مصدر الخبر وقائله سواء كان صحفي أو وكالة أنباء أو ما يعرف عبر الفضاء الرقمي بصحافة المواطن التي أصبح فيها مستقبل المعلومة في حد ذاته مصدر لها في مناسبة أخرى، ما يستدعي التمييز بين الزائف منها والذي يتحلى بالصدق والموضوعية في ما يتم نشره من مضامين.

وهذا تقاديا للتحريف والتزييف للأحداث وتشويه سمعة الشخصيات العامة وكذا الوعي بما قد يتداول من مقاطع وصور مسيئة لمستخدمي المواقع تحقيقا لأغراض شخصية لتفاديها وعدم الانسياق خلفها. كذلك نسبة 10% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يجدون في التوعية بالصورة الصحفية وفنونها جانب من جوانب مضمون دليل التربية الإعلامية، قد يفسر هذا بالترشيد على تقنيات تعديل الصورة والتوعية بالتطبيقات التكنولوجية التي تخول إمكانية التعديل وحتى التغيير في الشكل للأشخاص وأماكن تواجدهم وحتى أصواتهم فالتدريب على هته الأخيرة يمكن النشاء والشباب من جهة على إنتاج مواد إعلامية ومن جهة أخرى التفتن لمحاولة وسائل الإعلام استغلالهم بهته الحيل المتعلقة بها "كالفوتوشوب" « Photoshop » ما يشير لأهمية الوقوف على أخلاقيات الصورة الصحفية ومهنياتها ومصدرها. بالإضافة إلى هذا حماية النشاء والشباب من مستخدمي الشبكات الاجتماعية من حيث كونهم يتميزون في هذه الفترة العمرية بالرغبة في تحقيق عديد الأشياء كالظهور والحضور الاجتماعي والفكري ومجارات آخر صيحات الموضة ومشاركة الأصدقاء لأماكن تواجدهم، مستبعبدين مخاطر ما قد ينعكس عن هذا الاستعمال العشوائي لبياناتهم الشخصية من قبل المتصفحين لهته الأخيرة سواء كانوا مؤسسات تجارية أو غير ذلك أو أشخاص عاديين على خلفية الوصول لغاياتهم التي قد نسيء لهم كانتحال الشخصية أو الابتزاز والتهديد بها.

كما هناك نسبة 10% من المبحوثين يعتبرون التوجيه على استخدام وسائل الإعلام أحد مضامين دليل التربية الإعلامية، وقد يرجع هذا لتمكين النشاء والشباب منها لكونها الأرضية والفضاء الذي يطبق فيه ما يتم تناوله من ترشيد وتوجيه عن محتوى وسائل الإعلام وكذا كيفية التعامل سواء بالتصفح أو الاستخدام بالتعليق أو المشاركة أو إنتاج مضامين إعلامية عبر الفضاء التقليدي لهته الوسائل من إذاعة وتلفزيون وصحف وسينما وغيرها أو بالعالم الرقمي الافتراضي على غرار الشبكات الاجتماعية والمدونات، كما يرجع كذلك الترشيد عليها لدعم محو الأمية الرقمية وتشجيع استخدامها.

ونلاحظ بنسبة 10% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يحرصون على مراعاة تنظيم محتوى الدليل إلى أقسام ووحدات. يمكن أن يفسر هذا لتعزيز جانب فهم خطة سير محتوى الدليل وتيسير استخدامه من قبل المدربين والمتدربين وحتى الأولياء ومن لهم العلاقة بالتربية الإعلامية. كذلك اعتماد تنظيمه لوحدات وأقسام يسهل من عملية التدرج من البسيط إلى العميق فالأكثر عمقا أثناء عملية الترشيد بالتسلسل بعرض الأساسيات والمعايير كجانب نظري ثم الانتقال إلى الجانب التطبيقي العملي وعرض نماذج ومشاركة المتدربين في إنجازها بحسب السن ومستواهم الفكري ودرجة وعيهم وترحيبهم لما يتم تقديمه لهم.

3.5: ضرورة وجود مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر

جنتك نفل 117: يظلم الخ وهو جنتي خيالي غي أم توجد اهل الجنة نفل بي الأعلام يد عانظك ساقته هو الإرجاع لغيري غي
لك جنتي دخ غلظك است لك لم تغد آاز ذنبيته مد

النسبة	التكرار	وجود داعي للمواد
60%	12	موافق
40%	8	محايد
//	//	معارض
100%	20	المجموع

المصدر : هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ هناك داعي بنسبة 60% من مما يوافقون على أنّ مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر تتيح دعم البحث والمعرفة بأساسياتها بحسب الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون عينة الدراسة، تليها نسبة 40% مما يحيدون فيما تنعدم النسبة للمعارضون.

فتسجيل نسبة 60% من المبحوثين الذين يوافقون على أنّ منشورات مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر تتيح دعم البحث والمعرفة بأساسياتها، قد يرجع للنقص والضعف الذي تشهده عملية نشرها من قبل مؤسسات المجتمع المدني الجزائرية بالنظامين التعليميين سواء الرسمي وغير الرسمي وقد يكون مرده ضعف ونقص الأساتذة المكونين على تدريب من هم مخولين بإمداد هته المادة العلمية للطلبة من النشء والشباب بالإضافة إلى عدم تضمينها كمادة أو تخصيص حصة أسبوعية لها ما يعرقل عملية تداولها وهذا يعود لافتقار هته الأخيرة لإستراتيجية وطنية تحدد طريقة العمل بها وكذا لنقص الإمكانيات والموارد المجهزة والفضاءات المخصصة التي تمارس فيها الأنشطة بحكم طبيعة احتياج التربية الإعلامية لها لدعم الفهم والاستخدام الأمثل للوسائل الإعلامية، ما قد يجعل عملية معالجة ما يتعرض له النشء والشباب عن طريق الفضاء الرقمي سبيل لتحسين مستوى تعاملهم مع مختلف المضامين من خلال النصائح والتوجيهات التي يتابعونها على هته المنصات الرقمية عبر الشبكات الاجتماعية.

ونجد نسبة 40% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون يحايدون فكرة أن تكون منشورات مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر تتيح دعم البحث والمعرفة بأساسياتها، وقد يرجع هذا لقلة الدراسات السابقة التي تتيح المعرفة عن واقع وصدى هته الأخيرة من حيث الاستجابة لها والنتائج التي توصلت إليها الباحثين والتي على ضوءها يمكن تقييم مدى دعمها، كذلك عدم التجانس واختلاف المستويات الإدراكية بين المستخدمين من النشء والشباب للشبكات الاجتماعية عبر

الفضاء الرقمي قد يجعل مهمة معرفة مدى استفادتهم مما يقدم من مضامين عن التربية الإعلامية لا يتسم بالموضوعية على غرار عادات ودوافع وأنماط استخدامهم المتعددة لها ومدى إشباعاتهم المحققة والتي تتطلب إجراء بحوث أكاديمية عنها لتحديدها، كذلك يرجع لصعوبة ملاحظة ومتابعة كل المواد المتعلقة بالتربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية من حيث تحديد نوع مضامينها وكذا وتيرة نشرها ودعم القائمين عليها بالاستجابة عن الاستفسارات أو عدد المنضويين بها وكيفية تجاوبهم نحوها.

كذلك فانعدام نسبة المبحوثين المعارضون لفكرة دعم منشورات مواد التربية الإعلامية البحث والمعرفة بأساسياتها عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر، قد يؤول إلى طبيعة ما تتضمنه التربية الإعلامية من إيجابيات وإن كان وجودها قد يتسم بالنقص والضعف من حيث المحتوى في الترشيد والتوعية نحو المضامين الإعلامية عبر الفضاء الرقمي لقلة المتدربين والخبراء وكذا المهتمين بها من مؤسسات المجتمع المدني.

جذعك نقي 118: عليمه في الطهز وملكه نقي بطيخ ع ل بك هجج ل هجك نقي بولاع لاني ب عانك ساقه هي ل لجة ل هج ب في طه هج هج

الترتيب	النسبة	التكرار	الوسائل الرقمية
3	19%	3	فتح أرضية رقمية وطنية
5	4%	1	تسجيل بقناة يوتيوب
4	6%	2	تصميم منتديات حوار إلكترونية
1	48%	10	إنشاء صفحة فيسبوك
2	23%	4	تطوير برمجيات وتطبيقات تعليمية
20	100%	20	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أن إنشاء صفحة على فيسبوك تحتل المرتبة الأولى بنسبة 48 % من حيث الوسائل الرقمية الداعمة لوجود مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر بحسب المبحوثين، تليها تطوير برمجيات وتطبيقات تعليمية بالمرتبة الثانية بنسبة 23 %، بعدها فتح أرضية رقمية وطنية بالمرتبة الثالثة بنسبة 19 %، ثم تصميم منتديات حوار إلكترونية بالمرتبة الرابعة بنسبة 6 %، وبالمرتبة الخامسة تسجيل بقناة يوتيوب بنسبة 4 %.

نجد في المرتبة الأولى إنشاء صفحة على الفيسبوك بنسبة 48 % من حيث الوسائل الرقمية الداعمة لوجود مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر بحسب الخبراء الأكاديميون من

الإعلاميون والتربويون، قد يرجع هذا لما يتميز به موقع الفيسبوك من خصائص كالانتشار وسهولة الاستخدام بين النشء والشباب ولما يتيح كذلك من تقنيات تمكنهم من التواصل وبناء علاقات وكذا تبادل معلومات وإجابة على الاستفسارات من خلال خاصية إرسال رسالة على الخاص أو عقب المنشور بالتعليق عليه. بالإضافة إلى إمكانية النشر على عدة أشكال وقوالب تقنية وبعده مرات مع إمكانية الرجوع إليها بأقل تكلفة وجهد والحصول على روابط لمراجع مهمة أو التعرف على مختصين بالمجال.

ونسجل في المرتبة الثانية تطوير البرمجيات والتطبيقات التعليمية بنسبة 23% من حيث كونها وسيلة رقمية داعمة لوجود مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر بحسب المبحوثين، وقد يفسر هذا لما تحتويه من توضيحات للمفاهيم المتخصصة بالتربية الإعلامية وكذا إتاحتها للمتدرب التعلم منها وإتباع الخطوات التي تقترحها من خلال ما تقدمه من مادة نظرية مدعمة بأمثلة وتطبيقات لنشاطات عملية قد تكون على شكل دليل يتضمن وحدات وأقسام مدعمة بأمثلة كالصور والفيديوهات، كذلك تصميم مواد تساعد على القراءة الواعية وتبيان نقاط القوة والضعف في الفهم، وكذا أسس التحليل السليم وكيفية النقد بالإضافة إلى الترشيد على فهم مكونات وسائل الإعلام وخصائصها ودوره كل منها.

في المرتبة الثالثة نجد فتح أرضية رقمية وطنية بنسبة 19% وفق ما يراه الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون، وقد يؤول هذا لما توفره من إمكانية التواجد في نظام كلي متشعب يخدم وحدات جزئية متكاملة مع بعضها ومتناسقة من حيث الرسالة والوسيلة والهدف وسبل الاستخدام والأقسام التي تحتويها فيما يتعلق بمواد التربية الإعلامية أو مسيري الأرضية أو روادها لتسهيل مهمة التواصل والتنسيق والمتابعة من حيث المضمون وردود الاستجابة والمعوقات بهدف تقييمها لتسهيل مهمة التدريب والارشاد على التربية الإعلامية على أوسع نطاق محلي خاصة وأنها ستحمل طابع رسمي في إطار سياسة حكومية تابعة للدولة ما يوحي بالثقة في الانضمام ومتابعة ما تتضمنه.

يأتي في المرتبة الرابعة إنشاء منتديات حوار إلكترونية بنسبة 6% بهدف تعزيز تداول التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية، وقد يرجع هذا للخصائص التي يتميز بها المنتدى كالنشر والتجديد وإضافة المسيرين والأعضاء لما يتطلبه من نشر مستمر للمواد وآلية في التقديم وترتيب الموضوعات وتنشيط المهم منها وحسب ما ذكرته دراسة الدكتور "وداد سميشي"¹، فيما يخص الطريقة الآلية فهي تكون حسب آخر تحديث للموضوعات، على اعتبار أن كل موضوع يدرج به رد جديد يصبح الأعلى في الترتيب، ومن ثم فالعضو بمجرد اطلاعه على الموضوعات يجدها مرتبة ترتيبا

¹ وداد سميشي، مرجع سابق، ص333.

زمنياً أي من الأحدث إلى الأقدم، وهي طريقة سلسلة تسهل على الفرد رؤية المستجدات دون البحث عنها بين عشرات الموضوعات. وعن ترتيب الموضوعات للزوار فهي ميزة تجعل الموضوعات في فئات كالأكثر مشاهدة مثلاً، الأكثر مشاركة، الأحدث، الأقدم إلى غير ذلك، فالزائر في أغلب الأحيان يبحث عن موضوع محدّد، لذا يجدر إرشاده منذ الوهلة الأولى حتى يسهل عليه الاستفادة من الموقع. فضلاً عن خاصية تثبيت الموضوعات المهمة وهي طريقة ينتهجها المشرفون بغية جعل الموضوعات المهمة مثبتة في أعلى كلّ قسم فبمجرد دخول أي عضو لأي قسم تكون تلك الموضوعات هي أول ما يصادفه، وفي هذه الخاصية تشجيع للأعضاء المتميزين لإدراج المزيد من المشاركات القيّمة وإعطاء الأقسام دفْعاً من خلال خلق الجوّ التنافسي بين الأعضاء لتقديم الأفضل دوماً.

وبالمرتبة الخامسة نسجل قناة يوتيوب بنسبة 4% كوسيلة تساعد تدعم وجود التربية الإعلامية وتساهم في انتشارها، قد يكون لما تتميز به هذه الأخيرة من تقنيات تلفت الانتباه وتجذب المتتبع لها باعتبارها قناة تعرض فيديوهات أو صور أو نص مع شرح لمختصين في نفس الوقت، فتكون الصورة واضحة للمستخدم للموقع وبمبسطة ولا تشترك أي ضوابط للمتابعة كما لغتها سهلة مباشرة تقدم على شكل تعليمي ترشيدي ما يشجع على الاستفادة منها خاصة بوجود تقنية التعليقات وإبداء الإعجاب بالمحتوى أو طلب توضيح عن الموضوع المقترح أو مواضيع ذات الصلة بسبل التعامل نحو مضامين ووسائل الإعلام التي تناولها التربية الإعلامية.

جاءت في 119: يطرح في الخطة الوطنية للإعلامية عانظ ساقفة في الإجابة لثمة في لشد لهي الأرتو في في
طهر في بالكة في في الإعلامية في ك ج ه ز

النسبة	التكرار	دعم الإستراتيجية الوطنية
100%	20	نعم
//	//	لا
100%	20	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنّ مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية تدعم مصممو الإستراتيجية الوطنية للتربية الإعلامية بالجزائر بنسبة 100% في مقابل انعدام النسبة لمن ينفي دعمها بحسب المبحوثين.

نسجل نسبة 100% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يعتبرون أنّ مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية ستدعم مصممو الإستراتيجية الوطنية للتربية الإعلامية بالجزائر في وضع ما يتعلق بها من محتوى وأهداف ومؤطرون ووسائل وكل ما يتعلق بها نظير ما تنتجه من

إمكانية في تكوين خلفية ومرجعية عن طبيعة المضامين ونمط ومستوى وكيفية تجاوب المستخدمين من النشء والشباب مع هته النوعية من المواد وأهم حاجاتهم منها وكذا ملاحظة وتدوين العراقيل التي يواجهونها من خلال التواصل مع مسيري هته المواقع والوقوف على متابعة تعليقاتهم وكذا تدوين رأي الباحثين الناشرين لهته المواد وتكيفها مع البيئة المحلية الجزائرية في محاولة للاستفادة من خبراتهم وإطلاعهم على تجارب دول سبابة في هذا المجال حتى تكون هته البيانات المجمة مساعدة في جعل الإستراتيجية أكثر واقعية وقابلة للتجسيد في محتواها وبمراجعة النقائص لتداركها ومعرفة العوائق لتخطيها على نحو مسبق.

ونلاحظ انعدام نسبة المبحوثين الذين ينفون دعم مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية لمصممي الإستراتيجية الوطنية للتربية الإعلامية بالجزائر، وقد يرجع هذا للطبيعة الإيجابية التي تتميز بها التربية الإعلامية في خصائصها بغض النظر عن كيفية توظيف واستخدام موادها الموجودة عبر الشبكات الاجتماعية سواء على مستوى شخصي لكل مستخدم أو في إطار تدريب مجموعات أو بهدف الاستفادة منها على نحو بحوث وآفاق لتنمية وتطوير المجتمع بالمعارف والمكتسبات فيما يتعلق بسبل التعامل نحو وسائل الإعلام.

جذحك نقل 120: يظلم الخوخ على اهنخطة نل بعلاعلاي دغى تقي حلك اصر ميطك نقل بالبخ وطقمس ؟ طك ساء ا عان طك ساقه كالأجة لئج دغى طك ججوز

النسبة	التكرار	دعم المواطنة الرقمية
14.54%	16	مراعاة المعايير الرقمية للسلوك والإجراءات
18.18%	20	محو الأمية الرقمية بالنفاذ الرقمي والمشاركة الإلكترونية في المجتمع
10%	11	إدراك القوانين الرقمية والوعي بالمسؤولية على الأعمال والأفعال
11.81%	13	القيام بمهام البيع والشراء الإلكتروني للبضائع والمنتجات
18.18%	20	الإهتمام بالصحة النفسية والبدنية في عالم التكنولوجيا الرقمي
18.18%	20	مراعاة الجانب الأخلاقي والإنساني المسؤول نحو القضايا العامة بالمجتمع
100%	110	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

يشير الجدول أعلاه أن مواد التربية الإعلامية تدعم تكوين المواطنة الرقمية لدى النشء والشباب عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر من خلال محو الأمية الرقمية بالنفاذ الرقمي والمشاركة الإلكترونية في المجتمع بنسبة 18.18% تليها بنفس النسبة لكل من الاهتمام بالصحة النفسية والبدنية في العالم

التكنولوجي الرقمي وكذا مراعاة الجانب الأخلاقي والإنساني المسؤول نحو القضايا العامة بالمجتمع، بعدها نسبة 14.54% لمراعاة المعايير الرقمية للسلوك والإجراءات وبنسبة 11.81% للقيام بمهام البيع والشراء الإلكتروني للبضائع والمنتجات، ثم نسبة 10% لإدراك القوانين الرقمية والوعي بالمسؤولية على الأعمال والأفعال بحسب المبحوثين.

نسجل نسبة 18.18% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون أن مواد التربية الإعلامية تساهم في محور الأمية الرقمية بترشيد النفاذ الرقمي والمشاركة الإلكترونية ما قد ينعكس على تعزيز تكوين المواطنة الرقمية لدى النشء والشباب في الجزائر، وقد يرجع هذا لما يتضمنه محتوى الترشيد فيها والذي يتعلق باستخدام الوسائل الرقمية فيمكن من فهم المكونات المادية للأجهزة والوسائط كما يساعد على التمييز بين أنواعها وكيفية تشغيلها من نظم وبرمجيات التطبيقات كالمعرفة بكيفية إضافة أو حذف الملفات والبرامج واستخدام أدوات معالجة النصوص بكفاءة وتوظيف عمليات التحرير بطريقة آلية، كذلك الوعي بدور التقنيات المتاحة عبر مختلف المنصات الرقمية من حيث الولوج للربط والتمكن من تحميل النصوص والتمييز بين الروابط الرسمية المعتمدة بالإضافة إلى التمكن من إرسال واستقبال الوسائط الرقمية المتعددة مع مراجعة قوانين حقوق النشر والطبع المتعلقة بها. وهو ما يمكن من تكافؤ الفرص في الوصول للتكنولوجيات والاستفادة مما تتيحه.

نجد نسبة 18.18% من المبحوثين يولون الإهتمام بدور التربية الإعلامية في تعزيز الصحة النفسية والبدنية في العالم التكنولوجي الرقمي لتجسيد المواطنة الرقمية بين النشء والشباب، من حيث كونه يوظف أعضاء الجسم أثناء التعرض والانتقاء للمضامين الإعلامية بما فيها تأثر الناحية النفسية لديه بسبب تفاعله نحوها. فبحسب دراسة¹ "كلير الحلو" و"طوني جريج" و"جوزيف قرقماز" و"إيليان يوسف"، التي هدفت إلى البحث في أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة على الحالة النفسية للطالب الجامعي العربي حيث أعد الباحثون استبياناً وتواصلوا مع عدد من الجامعات في الدول العربية لتوسيع مجال العينة، أظهرت النتائج وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين الخصائص البيئية للشباب الجامعي العربي وفق البلد بالنسبة للإشباع المحققة عبر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، كذلك تبين أن استخدام هذه المواقع يعزز الإحساس بالحضور الاجتماعي، كما ظهر وجود علاقة ذات دلالة إحصائية ما بين المعدل اليومي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي والإدمان السيبراني والغيرة والإحباط أما بعض ممارسات الأصدقاء على مواقع التواصل الاجتماعي كالحجب والخداع والكذب

¹ كلير الحلو، طوني جريج، جوزيف قرقماز وإيليان يوسف، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الحالة النفسية

للتأثير الجامعي -دراسة مقارنة متعددة الدول-، المجلة الدولية للدراسات النفسية والتربوية، عدد3، رقم 2، 2018، ص268-235.

والشتيمة والتشهير فتدفع إلى شعور الشباب الجامعي العربي بالإحباط. ما يشير إلى الحاجة لتعزيز الوعي بالسلامة والمحافظة على الصحة البدنية والنفسية من خلال الترشيد على الممارسات السليمة لاستخدام الشبكات الاجتماعية بالفضاء الرقمي.

كذلك نسبة 18.18% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يتفقون على دور التربية الإعلامية في دعم المواطنة الرقمية من خلال مراعاة الجانب الأخلاقي والإنساني المسؤول نحو القضايا العامة بالمجتمع ضمن محتواها التوعوي، وقد يرجع هذا للحرص على تقادي مخاطر الاستخدام الخاطئ والعشوائي للفضاء الرقمي وتبني السلوكيات الهادفة وهو ما أشارت إليه دراسة¹ كل "حنان فنيش" و"حمزة بركات" التي هدفت إلى التعرف على أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للطالب الجامعي من وجهة نظر طلبة الجامعة باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، وقد تكونت عينة الدراسة من 110 تم اختيارهم بطريقة عشوائية، ولتحقيق أغراض الدراسة تم تصميم استبيان تقيس أثر شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: أن أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في التمكن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، الإهمال في الشعائر الدينية وأن أهم الآثار الإيجابية تمثلت في الاطلاع على أخبار البلد الذي نعيش فيه، تعلم أمور جديدة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، التعبير بحرية عن الرأي، التمكين من خلال تخطي حاجز الخجل، وأن أهم مظاهر تغيير القيم نتيجة شبكات التواصل الاجتماعي ظهر في تعزيز استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي والقدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة.

كما هناك نسبة 14.54% من المبحوثين الذين يجدون في دور التربية الإعلامية الداعم للمواطنة الرقمية يتمثل في مراعاة المعايير الرقمية للسلوك والإجراءات، وقد يرجع هذا لما تفرضه بعض المواقع من لوائح وقوانين تستدعي إتباعها لمنع الحجب أو قبول الاشتراك وغيره فمن باب اللياقة الرقمية المعرفة بها لتسهيل عملية استخدام ما يرغبون فيه من حاجات بالسير وفق سياسة الموقع وكيفية استخدامه وهو ما تسعى التربية الإعلامية الترشيد عليه بالتدريب على هذه الثقافة الرقمية.

نسجل أيضا نسبة 11.81% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون ممن يعتبرون دور التربية الإعلامية يستدعي التوعية بكيفية القيام بمهام البيع والشراء الإلكتروني للبضائع والمنتجات ك مجال لدعم المواطنة الرقمية، وقد يفسر هذا لطبيعة المعاملات التجارية التي أخذت طابع الرقمية وعرفت انتشار غير منتظم من حيث القوانين والإجراءات الدولية المعمول بها فأدت لبروز مظاهر

¹ حنان فنيش، حمزة بركات، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للطالب

الجامعي، مجلة الوقاية والأرغنوميا، العدد 6، رقم 2، جامعة الجزائر 2، 2016، ص132.

نلاحظ نسبة 10% من المبحوثين يؤيدون دور التربية الإعلامية في إدراك القوانين الرقمية والوعي بالمسؤولية على الأعمال والأفعال لتعزيز المواطنة الرقمية، ويرجع هذا للخصائص التي يتطلبها الفضاء الرقمي المتنوع والغير محدود من حيث البيانات المتنوعة مع كثرة تداولها التي قد تؤدي لاستخدامات خاطئة ويمكن أن يعود هذا لقلة الوعي وإدراك للحقوق والواجبات التي يتطلبها استخدام منصات التواصل بالفضاء الرقمي على غرار الشبكات الاجتماعية، كاحترام خصوصية الآخرين وتجنب نشر الأخبار الزائفة أو نشر بيانات شخصية للعامة من المتصفحين يمكن أن تستغل على نحو سيء. كذلك المعرفة بها يشجع على تنمية المجتمع وجعله مواكب للتطورات الحاصلة بالعالم بنقل مختلف العمليات الاجتماعية وتداولها عبر الفضاء الرقمي بتنظيمها وتأطيرها بحسب المجالات الاجتماعية السياسية التربوية الثقافية التجارية والعلمية وغيرها تعزيزا للحفاظ على استقرار المجتمع وجعله موازي للعالم الواقعي بهدف اختصار الوقت والجهد والأموال وتكريس روح المسؤولية الاجتماعية ودعم المواطنة الرقمية.

النسبة	التكرار	العوائق
12.96%	14	عدم وجود إستراتيجية وطنية لتطبيق التربية الإعلامية
12.03%	13	عدم وجود دليل عمل لنشاطات التربية الإعلامية
12.03%	13	قصور المؤسسات التربوية في تدريب الطلاب التربية الإعلامية
13.88%	15	قلة وضعف الأساتذة الأكفاء
6.48%	7	انخفاض مستوى وعي الأسر بأهمية التربية الإعلامية
15.70%	17	قلة اهتمام وسائل الإعلام بنشر مضامين التربية الإعلامية
15.70%	17	ضعف التنسيق بين جهود الخبراء الإعلاميون والتربويون لوضع خطط تعنى بالتوعية بالتربية الإعلامية
11.11%	12	قلة المواقع الإلكترونية التي تنطرق للتربية الإعلامية
100%	108	المجموع

671

نلاحظ من خلال الجدول أنّ قلة اهتمام وسائل الإعلام بنشر مضامين التربية الإعلامية يعتبر من بين العوائق التي تواجه وجود التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر بنسبة 15.70%، وكذا بنفس النسبة لضعف التنسيق بين جهود الخبراء الإعلاميون والتربويون لوضع خطط تعنى بالتوعية بالتربية الإعلامية، تليها نسبة 13.88% لقلة وضعف الأساتذة الأكفاء، بعدها عدم وجود إستراتيجية وطنية لتطبيق التربية الإعلامية بنسبة 12.96%، ثم نسبة 12.03% لكل من عدم وجود دليل عمل لنشاطات التربية الإعلامية وكذا قصور المؤسسات التربوية في تدريب الطلاب التربية الإعلامية ونسبة 6.48% انخفاض مستوى وعي الأسر بأهمية التربية الإعلامية.

نسجل نسبة 15.70% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون الذين يعتبرون أنّ العوائق التي تواجه وجود التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر تتمثل في قلة اهتمام وسائل الإعلام بنشر مضامين التربية الإعلامية، وقد يرجع هذا لاهتمامها بتقديم محتوى أجندتها بحسب أولوياتها التي تخدم مصالح مالكيها وعلى رأسها الممولين ومنها السياسية والاقتصادية، كما يعتبر تحقيق سبق الصحفي وعرض البرامج التي تلقى شعبية من بين الأسباب التي قد تجعل برامج التربية الإعلامية تتراجع على حسابها كونها تحقق حاجات واشباكات كالتسليّة والترفيه هروبا من ضغط الأعمال اليومية.

نجد نسبة 15.70% من المبحوثين يرون أنّ ضعف التنسيق بين جهود الخبراء الإعلاميون والتربويون لوضع خطط تعنى بالتوعية عن التربية الإعلامية، قد يرجع هذا لطبيعة التخصصات والاهتمامات البحثية المختلفة التي تتطلب جهد ووقت للتنسيق من أجل الخروج بنتائج مرضية كدراسة الحالة النفسية والإدراكية وقدرات الطلبة السلوكية بالإضافة إلى ربطها بالبيئة المحلية الاجتماعية والتربوية والإعلامية وتكييفها ومحتوى التربية الإعلامية ما يستدعي القيام بدراسات وبحوث ومحاولة الاستفادة من تجارب دول سابقة.

كذلك نسبة 13.88% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرجعون العوائق لقلة وضعف الأساتذة الأكفاء بالجزائر، على اعتبار أنهم المكلفون بهمة إيصال المعلومة للطلبة والتي يوظفونها على مستوى تعاملهم مع مضامين الشبكات الاجتماعية. وبالنظر لواقع مستوى الأساتذة المحدود من حيث تمكنهم من معايير وأسس بالتربية الإعلامية ومنهجيتها الأكاديمية في التقديم ما يجعل من مهمة الأساتذة تخضع للتدريب والتكوين من قبل أهل الاختصاص بمجالي علوم الإعلام والاتصال وعلوم التربية.

كما نجد نسبة 12.96% من المبحوثين يعتبرون غياب إستراتيجية وطنية لتطبيق التربية الإعلامية بمثابة عائق نحو وجود التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية بالجزائر، وقد يرجع هذا لكونها

تمهد الطريق للمعرفة بنظم ومعايير التعامل الواعي نحو وسائل الإعلام من خلال اكتسابهم مهارات التحليل الناقد وفهم دورها وأثرها في ظل نظام التعليم الرسمي، كذلك ارتباطها بواقع نقص المختصين والمسيرين الساهرين على إعدادها يحد من إمكانية التخطيط والتنفيذ لها لتجسيدها، بالإضافة إلى نقص الخبرة والتجربة يجعل من بناء الإستراتيجية مهمة تتطلب البحث والاستعانة بتجارب الدول السابقة والباحثين الأكاديميين ذوو الكفاءة لتكييفها وقيم وعادات البيئة الجزائرية ما يأخذ وقتا في عملية التنسيق والتأطير بين الأقسام والوحدات الإدارية بالقطاع التربوي ثم بسبل تنظيمها حسب الطور والمضمون وكذا عملية الإشراف من قبل الأساتذة المكونين وعملية ترشيدهم على فحوى برنامجها. وبالنظر لضعف الموارد والتجهيزات المتعلقة بتنفيذ الإستراتيجية الوطنية فإن هذا يعتبر عامل قد يحد من وجود كونها تتطلب هياكل على مستوى وطني وليس ولائي أو إقليمي فقط تحتاج فيها لجهد وتكاليف وميزانية مخطط لها.

ونلاحظ نسبة 12.03% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون غياب دليل عمل نشاطات التربية الإعلامية يقف كعائق أمام ممارسة التربية الإعلامية، كونه يساعد في اكتساب فنون وأشكال الكتابة الصحفية وكيفية استخدام وسائل الإعلام وتبسيط مهارات التواصل من خلال منح معرفة بالجانب النظري الذي يتناول الخطة والأفكار الأساسية للموضوع بشكل مرتب من البسيط إلى المعقد بهدف جذب المتدرب وكذا منحه الفرصة للفهم على نحو صحيح ومن جهة ثانية مراعاة لقلة خبرة المدربين من الأساتذة فيعمل على دعمهم لقلة المختصين في المجال.

كذلك نسجل نسبة 12.03% من المبحوثين يعتبرون أن قصور المؤسسات التربوية في تدريب الطلاب عن التربية الإعلامية يعد عائق أمام تفعيل التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية، قد يرجع هذا لافتقارها لما سبق ذكره من إستراتيجية وكذا دليل عمل بالإضافة إلى نقص الهياكل من المعدات والتجهيزات المسخرة لذلك باعتبارها القاعدة الأساسية التي توفر الجو الملائم للطلبة للتدريب لارتباط التربية الإعلامية بالتطبيق على وسائل الإعلام، كذلك قد يكون ضعف التنسيق والتأطير بين الأساتذة المدربين والفريق المكلف بالمتابعة وتشخيص مواطن النقص فيما يتعلق بما يتضمنه البرنامج الدراسي من التوعية حول وسائل الإعلام وقلة خبرتهم يحد من نجاعة الترشيد عن التعامل نحو المضامين الإعلامية.

ونجد بنسبة 6.48% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون أن انخفاض مستوى وعي الأسر بأهمية التربية الإعلامية يشكل عائق أمام تجسيدها بين النشء والشباب الجزائري عبر الشبكات الاجتماعية، وقد يفسر هذا بعدم التجانس من حيث السن والمستوى التعليمي والاقتصادي وحتى من حيث العادات والتقاليد التي تؤثر على كيفية استخدامهم وتعرضهم لوسائل

الإعلام، باعتبار الأولياء المسؤولين الأول على النشء في توعيتهم وتكوين شخصيتهم على نحو بناء في شتى المجالات وخاصة ما يتعلق بأسس التعامل نحو وسائل الإعلام نظرا لشيوع استخدامها في مقابل ما تنطوي عليه من مخاطر وقلة الخبرة في التعامل نحوها يجعل من مهمة الأسرة في تداول التربية الإعلامية والتوعية بها يحتاج لتكثيف جهودهم وعمل من قبل الأطراف التي لها علاقة.

جاءت في الجدول 122: تحليل نتائج الدراسة التحليلية الميدانية

النسبة	التكرار	سبل تفعيل التربية الإعلامية
19.10%	17	دعم الطلبة من النشء والشباب بالتدريب على أساسيات الكتابة الصحفية ومهارات التربية الإعلامية من خلال المواد والأنشطة المدرسية
16.85%	15	دراسة إستراتيجية وطنية لإدراج التربية الإعلامية بالنظام التعليمي الرسمي بإشراك الفاعلين فيها وتكوين الأساتذة
16.85%	15	الاهتمام بالطلاب الموهوبين إعلاميا وإشراكهم في برامج الإعلام المحلية
10.11%	9	تنمية مهارات التربية الإعلامية للنشء والشباب بالنظام التعليمي
20.22%	18	تسخير الوسائل التكنولوجية بالأنشطة المدرسية لمحو الأمية الرقمية وإنشاء مواقع للتوعية بالفضاء الرقمي عن المضامين الإعلامية
6.74%	6	مرافقة الأولياء للأبناء وتشجيع الحوار البناء أثناء التعرض واستخدام وسائل الإعلام
10.11%	9	توفير الدعم المادي والمعنوي لمؤسسات المجتمع المدني
100%	89	المجموع

المصدر: هذه الدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن سبل تخطي العوائق لإدراج التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية بالجزائر بحسب المبحوثين تتمثل في تسخير الوسائل التكنولوجية بالأنشطة المدرسية لمحو الأمية الرقمية وإنشاء مواقع للتوعية بالفضاء الرقمي عن المضامين الإعلامية بنسبة 20.22%، تليها دعم الطلبة من النشء والشباب بالتدريب على أساسيات الكتابة الصحفية ومهارات التربية الإعلامية من خلال المواد والأنشطة المدرسية بنسبة 19.10%، بعدها بنسبة 16.85% لكل من دراسة إستراتيجية وطنية لإدراج التربية الإعلامية بالنظام التعليمي الرسمي بإشراك الفاعلين فيها وتكوين الأساتذة، الاهتمام بالطلاب الموهوبين وإشراكهم في برامج الإعلام المحلية ثم بنسبة 10.11% لكل من تنمية مهارات التربية الإعلامية للنشء والشباب بالنظام التعليمي، وكذا توفير الدعم المادي

والمعنوي لمؤسسات المجتمع المدني، ونسبة 6.74% لمرافقة الأولياء للأبناء وتشجيع الحوار البناء أثناء التعرض واستخدام وسائل الإعلام.

نسجل نسبة 20.22% من المبحوثين الذين يرون أنّ تسخير الوسائل التكنولوجية بالأنشطة المدرسية لمحو الأمية الرقمية وإنشاء مواقع للتوعية بالفضاء الرقمي عن المضامين الإعلامية يكون له بعد إيجابي في المساعدة على تخطي عوائق وجود التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية من خلال اكتساب الطلبة من النشء والشباب السلوكيات المهارية في توظيف معارفهم عن خصائص ومكونات الوسيلة الإعلامية ما يعزز من محو الأمية الرقمية وكذا إشباع لحاجاتهم من أشكال التفاعل نحو مختلف المضامين فيحسن من اختيار الوسيلة وفق ما تتطلبه الرسالة التي يريدون صياغتها وكذا المستهدفين منها، ما قد يشير إلى أنّ التمكن من فهم ميكانيزمات عمل الإذاعة والتلفزيون والصحافة والفضاء الرقمي يمنح دفعة للمضي في تجسيد التربية الإعلامية بالنظاميين التعليميين الرسمي وغير الرسمي.

نجد بنسبة 19.10% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون أنّ دعم الطلبة من النشء والشباب بالتدريب على أساسيات الكتابة الصحفية ومهارات التربية الإعلامية من خلال المواد والأنشطة المدرسية له دور في تفعيل التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية، قد يرجع هذا لما يكتسبه الطالب من معرفة بفنون قراءة النص الإعلامي وترشيد في سلوكيات التواصل، كذلك يفسر بخصائص النشء والشباب من حيث قابليتهم للتعلم والتجريب ما يتيح الفرصة لتنمية مهاراتهم بالوسط المدرسي ومحاولة تطبيق ما تدربوا عليه عبر الشبكات الاجتماعية كمشاركة حيثيات يومهم بالتعبير أو الصور أو بالفيديو مع وعيهم بمحتوى وبحدود ما يقومون بنشره مع أصدقائهم عبرها.

نلاحظ نسبة 16.85% من المبحوثين يولون لدراسة إستراتيجية وطنية بغرض إدراج التربية الإعلامية بالنظام التعليمي الرسمي وبإشراك الفاعلين فيها وتكوين الأساتذة يعتبر سبيل لتجاوز العوائق نحو تفعيلها كممارسات من قبل المستخدمين من النشء والشباب عبر الشبكات الاجتماعية، ويمكن أن يرجع هذا لخصائصها التي تسير وفقها والأهداف التي ترمي إليها ومحتوى ما تنطوي عليه بالإضافة إلى القائمين عليها من مختصين وإطارات على رأس القطاع ما يوحي بالثقة والجد والجهد والاستمرارية فيما يتم إعداده لتهيئة الطلبة وكذا الأساتذة للتدرب على اكتساب مهارات التربية الإعلامية والتوجه بها كواقي وكوسيلة للتمكن من مختلف التقنيات والتعامل مع عديد المضامين الرقمية بها.

كذلك نسبة 16.85% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يرون في الاهتمام بالطلاب الموهوبين وإشراكهم في برامج الإعلام المحلية عامل في تخطي عوائق التربية الإعلامية لتفعيلها عبر الشبكات الاجتماعية وهذا قد يشجع على تعزيز قدرتهم في بناء الأفكار واختيار

المواضيع ومناقشتها وترتيبها وتبيان الأساسي منها والثانوي مع إدراك عناصرها والوقوف على صحتها وتبيان مصادرها، كما يكون شخصيهم في منح الفرصة للتعبير عن مواهبهم وصلها على نحو يخدم أهدافهم المستقبلية وميولاتهم نحو الإنتاج الإعلامي ما يشير إلى تنمية مهارة الإبداع في التعامل نحو المواضيع.

هذا ونسجل نسبة 10.11% من المبحوثين ينظرون لتنمية مهارات التربية الإعلامية للنشء والشباب بالنظامين التعليميين دور في تخطي عوائق تفعيل التربية الإعلامية لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية، قد يكون من خلال التعريف بها وبأهمية كل مهارة كالقراءة والتحليل والنقد والتقييم ومنها إنتاج شخصي يراعى فيها أساسيات الكتابة الصحفية وأخلاقياتها، وهذا يساعد على الإبحار الأمن والوعي عبر منصات الشبكات الاجتماعية سواء بدافع تمضية الوقت والترفيه والاطلاع أو بصدد البحث والمعرفة فالغاية هو التمييز بين المحتوى البناء والاستفادة منه وترك السلبي فيه.

نجد نسبة 10.11% من الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الذين يؤيدون توفير الدعم المادي والمعنوي لمؤسسات المجتمع المدني بغرض تشجيع تفعيل التربية الإعلامية لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية، قد يعود هذا لما تتمتع به الجمعيات والنوادي من إمكانية امتلاك فرصة القرب من النشء والشباب وتكوين علاقات طيبة معهم في ظل غياب سلطة الإدارة المدرسية التي ينوب محلها روح الجماعة والتلقائية في التصرفات والتعبير عن آرائهم ومواقفهم بأكثر أريحية ففتح الباب المادي والمعنوي لهته المؤسسات وجعلها ناشطة في المجتمع قد يحفزها هي الأخرى في دفع النشء والشباب للانضمام إليها من خلال ترشيدهم على أهمية ودور التربية الإعلامية بالتدريب عليها.

ونلاحظ نسبة 6.74% من المبحوثين يرون أن لمرافقة الأولياء للأبناء وتشجيع الحوار البناء أثناء التعرض واستخدام وسائل الإعلام يدعم تجاوز العراقيل التي تنتاب تفعيل التربية الإعلامية لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية من النشء والشباب لما لهته الأخيرة من خصائص على اعتبار أنها الموجه والمرشد الدائم لهم وكما تحظى بالثقة كونها تعمل داخل جو أسري أبوي يعمل على التوعية والترشيد تجاه ما يتلقاه الأبناء من مواد إعلامية فالحمل على ترشيدهم قد يحسن من مستوى تعاملهم الإيجابي نحو وسائل الإعلام وهذا بتشجيع المرافقة الوالدية وتعزيز أساليب المراقبة والضبط البناءة حسب سنهم وميولاتهم.

الفصل الثامن

نتائج الدراسة

1-النتائج العامة

2-النتائج على ضوء تساؤلات الدراسة

3-نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة

نتائج الدراسة:

توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج ارتأينا تقسيمها إلى: نتائج عامة ونتائج على ضوء تساؤلات الدراسة وأخرى في إطار الدراسات السابقة تتمثل في الآتي:

1- النتائج العامة للدراسة:

1.1 - تحليل مضمون صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك

1.1.1 - تحليل فئات الشكل:

- العناصر التعريفية معظمها غير متوفرة على غلاف الصفحة لنادي التربية على وسائل الإعلام والمتمثلة في اسم النادي، الشعار وألوان النادي، لتبرز فقط الهوية البصرية وهذا يدل على أن الصفحة لا تولي أهمية للعناصر التعريفية السالفة الذكر ولكنها تركز على هويتها البصرية.
- عناصر الصورة المصغرة لصفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور نلاحظ أن العناصر التعريفية المتوفرة على الصورة المصغرة هي اسم النادي والهوية التصويرية وبالنسبة لباقي العناصر التعريفية وهي الشعار وألوان النادي فهي غير متوفرة للمتصفح لها، يمكن رده إلى إيلاء مسير الصفحة الاهتمام بمحتوى المنشورات.
- عدم توفر العلامة الزرقاء في صفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور، وهذا يمكن رده لكون الصفحة ليست ذات أصول تجارية ربحية تسعى لتحقيق رأس المال ما يتطلب منها تعزيز ثقة جماهيرها بها عبر الفيسبوك.
- مضمون قسم "معلومات حول الصفحة" نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور يتيح معرفة كل من اسم الصفحة وتاريخ التأسيس وكذا وظيفتها بالإضافة إلى بريدها الإلكتروني ورقم الهاتف وخدماتها لمن يرغب بالتواصل أكثر، بهدف خلق نوع من الثقة المتبادلة واعتماد إدارة الصفحة على سياسة توفير المعلومات وتقديم تسهيلات للتواصل حتى لا تبقى الصورة مبهمّة عن مضمونها.
- تشير فئة المعلومات والإحصاءات حول منشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك إلى حجم توظيف تقنيات الفيسبوك المتاحة على الصفحة عن المنشورات المقدمة حسب درجة تفاعل المستخدمين لها، إذ نالت تقنيات الإعجاب + التعليق + المشاركة موظفة معاً أعلى نسبة مقدرة بـ 36,81%، تليها استخدام تقنيتي الإعجاب + التعليق موظفة معاً بنسبة 34,08% ما يشير إلى أن المنضوين بالصفحة يبدون الاهتمام بما يتم التفصيل فيه من مضامين عن التربية الإعلامية وأيضاً تمكنهم من التقنيات وفهم وظيفة كل منها.

- وعن نوع منشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك فهي تراعي التنوع في عرض منشوراتها عن التربية الإعلامية والتي تظهر على شكل نص+صورة بأعلى نسبة بـ63.63% في مقابل المواضيع المنشورة على شكل نص و نص+ رابط+ صورة التي تتعدم فيها النسبة وهذا يمكن رده لعدم توظيف إدارة الصفحة لهذه الأساليب المقدمة للمضمون.
- بالنسبة للغة المستخدمة بمنشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك تتمثل في اللغة العربية 70.45% كأعلى نسبة كونها لغة مفهومة لغة بسيطة أسلوبها واضح موجز ومباشر وبأضعف نسبة 9.09% لكل من اللغة الإنجليزية واللغة المختلطة (عربية+إنجليزية).
- تعتمد صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك على النشر بمعدل مرة واحدة في اليوم بنسبة 84.84% وبحسب الملاحظة بالمشاركة فقد قدرت الفترة المسائية كفترة تعتمد إدارة الصفحة لنشر مضامينها عن التربية الإعلامية لتتواءم وفترة راحتهم أو قلة انشغالاتهم وبأضعف نشر يومي بنسبة 3.03% لـ ثلاث مرات في اليوم.
- عن عدد الصور التوضيحية المرافقة لمنشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك تمثل أعلى نسبة 75% ممثلة في المنشور المرفق بأكثر من ثلاث صور وبأضعف نسبة للمنشور المرفق ب ثلاث صور بنسبة 6.25% ما يوحي على حرص الصفحة على الاستمرارية والمتابعة في تقديم تفصيلات وشروحات عن مواد التربية الإعلامية.
- توفر خاصية تحميل الملفات على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك وهذا راجع لطبيعة المواضيع التي تستدعي الإيضاح على مستوى التمكن التقني نحو الوسائل أو المهاراتي مع المضامين وكيفية توظيف كل منهما.

2.1.1- التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك:

- تمثل الدروس النظرية والنشاطات التطبيقية أعلى نسبة 45.45% من المواضيع المنشورة على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك أما أضعف نسبة فتعود إلى قوانين الاستخدام للمضامين الإعلامية المقدرة بـ 2.27% كونها عملية تحتاج للاهتمام وتشكل مطلب أساسي للتمكن من مهارات التربية الإعلامية.

- تمثل الأنشطة الصحفية أعلى نسبة 30.39% من حيث طبيعة المنشورات الإعلامية التي تدرجها الصفحة بالفيديو كون الكتابة للصحافة وفهم أبجديات صناعة الخبر تعد مرحلة أساسية في العملية الاتصالية وبأضعف نسبة للاستضافة بوسائل الإعلام بـ 2.94%.
- الاهتمام والوعي بالمواطنة الرقمية يمثل أعلى نسبة بـ 27.61% فيما يتعلق بالمنشورات عن المعلومات الإرشادية والتحذيرية بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" فيما يتعلق بالمواضيع ذات الأبعاد الأخلاقية والمعرفية والسلوكية والوجدانية في جل مناحي المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية والتربوية والفنية لدعم قيم المواطنة الرقمية وتقليص محو الأمية الرقمية هذا وتتعدى النسبة في الإرشاد حول نظم البرمجيات.
- المنشورات المتعلقة بالقوانين المنظمة لعملية التربية الإعلامية باعتبارها نشاط يستدعي تكاتف فريق من المدربين والمتدربين وفق إدارة متابعة ومرافقة لهذه العملية المستمرة عبر النظامين الرسمي وغير الرسمي لا توجد لها معلومات عبر صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيديو.
- تعتمد منهجية العمل نحو التربية الإعلامية على التنسيق بين منشورات الصفحة وبرنامج عمل النادي وتمثل نسبة 45.45% وبأضعفها لتسطير الأهداف والفئة المستهدفة بنسبة 25% ومرد ذلك أن "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" يعتمد على منهجيته الخاصة من خلال وسائل وأساليب في شرح وتقديم أسس ومعايير العمل على التربية الإعلامية.
- يعتبر المشرف على النادي من بين الفاعلين الأكثر نشاطا ضمن صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بأعلى نسبة 52% وبأضعفها تفاعلا المختصون والخبراء بنسبة 0.39%.
- تتمثل أهداف صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" في توفير معلومات لخلق فهم ووعي بالتربية الإعلامية بأعلى نسبة هي 37.08 وبأضعفها التي تتعلق بتحدي محو الأمية الرقمية بنسبة 0.95%.
- تقوم اتجاهات مضامين المنشورات نحو التربية الإعلامية على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيديو على التأييد بأعلى نسبة لمضامين التربية الإعلامية بـ 79.54% وتتعدى فيها النسبة للمعارضة، وفيما يتعلق باتجاه مضامين المنشورات عن وسائل التربية الإعلامية فبأعلى نسبة 61.36% لكونها مؤيدة لها وبنسبة 13.63% معارضة عنها، وبخصوص الاتجاه عن مهارات التربية الإعلامية فأعلى نسبة 70.45% للتأييد بشأنها وبأضعف نسبة 9.09% للمعارضة عليها، وبشأن الاتجاه حول أبعاد التربية الإعلامية فمنشورات الصفحة تؤيدها بأعلى نسبة 90.90% فيما تتعدى للمعارضة، وعن اتجاه

المنشورات حول سياقات التربية الإعلامية نجد بأعلى نسبة 61.36% للحياد وبأضعف نسبة 4.54% للمعارضة.

- تعمل صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك على تكريس مجموعة من القيم التي تلفت الانتباه إليها وتدعها في إطار تعزيز مجالات التربية الإعلامية لمستخدمي المضامين الإعلامية والمتفاعلين نحوها، إذ يمثل البعد المعرفي أعلى نسبة بـ 12.14% وينسب جد متقاربة للبعد اللساني بنسبة 11.95% والبعد الاتصالي بـ 11.63% في حين أضعفها قيمة البعد النفسي بـ 0.57%.

2.1- نتائج الدراسة الميدانية (دراسة مستخدمي صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك)

1.2.1 - المحور الأول: البيانات العامة:

- يعد الإناث أكثر نسبة من الذكور استخداما لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك وذلك بنسبة 65.2% إناث و 34.8% ذكور.
- تعتبر الفئة العمرية من 10 إلى 25 سنة أعلى نسبة 62% من عينة المبحوثين وأضعفها من 36 إلى 45 سنة بنسبة 5%.
- يمثل المستوى الجامعي لتوزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي أعلى نسبة بـ 65.2% وأضعفها المستوى التعليمي الابتدائي الذي تتعدم فيه النسبة.
- يشكل فئة البطال أعلى نسبة تقدر بـ 30.8% مقارنة بباقي المستويات المهنية التي كان أضعفها فئة المتقاعد نسبة فئة البطال والطالب بنفس النسبة ألا وهي 12%.

2.2.1- المحور الثاني: أنماط استخدام صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك :

- يتابع المبحوثين صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك بأعلى نسبة بـ 78.3% وأدنى نسبة لغير المتابعين بـ 21.7%.
- إن مدة متابعة المبحوثين لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك بأعلى نسبة هي من 1 إلى 3 سنوات بنسبة 48% وأضعفها أكثر من 3 سنوات بنسبة 22%.
- يستخدم المبحوثين صفحة التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك بصفة أحيانا بنسبة 52.2% وتقابلها أضعف نسبة وهي نادراً بنسبة 13%.

- يستعمل المستخدمون لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك نمط التوجه نحو المعلومات التي يحتاجونها بأعلى نسبة 70% في مقابل من يتصفحون كل المحتوى الموجود بها 30%.
- يتفاعل المستخدمون لصفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك من خلال إبداء الإعجاب بالمنشورات بأعلى نسبة 59% وأضعفها نشر على حائط الصفحة بنسبة 2%.
- لا يواجه المبحوثين عوائق عند استخدامهم لصفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك بأعلى نسبة 78.3% في مقابل 21.7% لـ "نعم".
- يواجه المبحوثين عوائق تقنية عند استخدامهم لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك وذلك بنسبة 76.9% في حين الذين لا يواجهون عوائق تقنية فبنسبة 23.1%.
- يواجه المبحوثين عوائق تقنية متعلقة بأعلى نسبة 92% لضعف تدفق الأنترنت عند استخدامهم لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك فيما تتعدم النسبة لسوء تسيير الصفحة.
- لا يواجه المبحوثين عوائق لغوية عند استخدامهم لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك بأعلى نسبة 53.8% في مقابل 46.2% لمن يواجهونها.
- يواجه المبحوثين عوائق لغوية متعلقة باللغة الفرنسية بأعلى نسبة 36.92% عند استخدامهم لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك وأضعفها لكون الأسلوب معقد بنسبة 7.69%.
- يواجه المبحوثين عوائق معرفية عند استخدامهم لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك بنسبة 61.5% لـ "نعم" في مقابل 38.5% لـ "لا".
- يواجه المبحوثين عوائق معرفية متعلقة بأعلى نسبة 45.5% لنقص المعلومات عند استخدامهم لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك وأضعفها لكونهم يواجهون صعوبات في متابعة الجديد بنسبة 20%.
- أحيانا ما يتفاعل المستخدمون للصفحة بأعلى نسبة 52.2% في مقابل أضعف نسبة 17.4% لأبداءً.
- يتفاعل المبحوثين بهدف الإطلاع والفضول بأعلى نسبة 29% حول منشورات صفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك وبأضعفها إعادة النشر ضمن صفحة أخرى حيث تتعدم فيها النسبة.

- يشارك المستخدمين ما يجده من مضامين على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك مع أصدقائهم بأعلى نسبة 68.2% في حين نجد 31.2% يستخدمونها على مستواهم الشخصي.

3.2.1- المحور الثالث: دوافع استخدام صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك :

- يستخدم المبحوثين صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك لدوافع معرفية بأعلى نسبة 60% وبأضعفها بنسبة 2% للهروب من الروتين اليومي والتسلية.
- يرغب المستخدمين لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في تلبية حاجتهم بأعلى نسبة 40% للمعرفة بمضامين التربية الإعلامية وبأضعف نسبة 2% لحاجتهم منها في الاستفادة ضمن مجال العمل أو الدراسة.
- يهتم المبحوثين بمتابعة مضامين التربية الإعلامية على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك بأعلى نسبة 73.9% التي تظهر على شكل صور وفيديوهات وبأضعف نسبة للخدمات المتاحة على الموقع بنسبة 8.7%.
- يدفع المستخدمين لمتابعة صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك نوع مضامين التربية الإعلامية والمتمثلة في نشاطات النادي بأعلى نسبة 69% وبأضعف نسبة للعروض الخاصة بنسبة 2.33%.
- يهتم المبحوثين بمتابعة المنشورات عن وسائل التربية الإعلامية عبر صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك بأعلى نسبة 67% للكمبيوتر وبرمجيات الانترنت وبأضعف نسبة 8% للمسرح.
- وجود اختلافات بين الفئات العمرية وبين مؤشرات التفاعل وهي فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة الحرية 6 حيث أن χ^2 المحسوبة والمقدرة بـ 82.45 جاءت أكبر من χ^2 الجدولية والمقدرة بـ 12.59.
- هناك اختلاف بين مستوى التفاعل وبين فئة وأخرى من المستوى التعليمي وهي فروق ذات دلالة إحصائية، وهذا راجع لكون قيمة χ^2 المحسوبة والمقدرة بـ 149.38 جاءت أكبر من χ^2 الجدولية والمقدرة بـ 12.59 عند مستوى الدلالة 0.05، ودرجة الحرية 6.
- وجود اختلافات بين الحاجات وبين الفئات العمرية نحو مواد التربية الإعلامية وهي فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05، ودرجة الحرية 12 حيث أن χ^2 المحسوبة والمقدرة بـ 98.31 جاءت أكبر من χ^2 الجدولية والمقدرة بـ 21.03.

- هناك اختلافات بين الحاجات وبين المستوى التعليمي نحو مواد التربية الإعلامية وهي فروق ليست ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05، ودرجة الحرية 8 حيث أن χ^2 المحسوبة والمقدرة بـ 11.31 جاءت أصغر من χ^2 الجدولية والمقدرة بـ 15.51.
 - وجود اختلافات بين الفئات العمرية وبين نوع المضامين المتعلقة بالتربية الإعلامية التي تدفع مستخدمي الصفحة لها وهي فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة الحرية 12 حيث أن χ^2 المحسوبة والمقدرة بـ 35.33 جاءت أكبر من χ^2 الجدولية والمقدرة بـ 21.03.
 - وجود اختلافات بين المستوى التعليمي وبين نوع مضامين التربية الإعلامية التي تدفع المستخدمين نحو الصفحة المعنية بالدراسة وهي فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05، ودرجة الحرية 8 حيث أن χ^2 المحسوبة والمقدرة بـ 32.66 جاءت أكبر من χ^2 الجدولية والمقدرة بـ 15.51.
- 4.2.1 - المحور الرابع: الإشباعات المحققة حول التربية الإعلامية من خلال استخدام صفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور عبر الفيسبوك:
- تتيح صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك إمكانية الإطلاع على النشاطات التي يقوم بها النادي التابعة له عن التربية الإعلامية بنسبة 82.6% في مقابل نسبة 17.4% ممن ينفون ذلك.
 - تتطابق مضامين التربية الإعلامية بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك مع ما ينشط عليه نادي "التربية على وسائل الإعلام" التابعة له بنسبة 95.7% في مقابل نسبة 4.3% لغير ذلك.
 - تقدم صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك تقدم معلومات جديدة بنسبة 91.3% في مقابل نسبة 8.7% ممن يرون عكس ذلك.
 - تساعد صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في التعريف بالتربية الإعلامية بنسبة 65.2% في مقابل نسبة 34.8% لمن ينفون ذلك من المبحوثين.
 - تساهم صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في الإرشاد على مصادر المضامين الإعلامية بنسبة 67% في مقابل من يرون غير ذلك بنسبة 33%.
 - ترشد صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك على الوعي بسياقات المضامين الإعلامية بنسبة 79% في مقابل نسبة 21% لعكس ذلك.
 - تعزز صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك من فهم تقنيات إعداد المضامين الإعلامية بنسبة 68% في حين نجد نسبة 32% لمن ينفون ذلك.

- تشبع صفحة نادي " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك حاجة المستخدمين حول المعرفة بأبعاد المضامين الإعلامية بنسبة 55% في مقابل 45% دون ذلك.
- تتيح صفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك نشر عروض ميدانية لكيفية تطبيق مضامين التربية الإعلامية عبر الفيسبوك بنسبة 73.9% في مقابل 26.1% للذين يرون العكس.
- تتمثل مهارات التربية الإعلامية التي يستفيد منها ويتغير بها التعامل مع المضامين الإعلامية للمستخدمين لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في مهارة المشاركة بأعلى نسبة 31% وبأضعفها لمهارة الإبداع والإنتاج بنسبة 3%.
- تساهم صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك بأعلى نسبة 94% في التوعية باستخدام وسائل التربية الإعلامية في مقابل نسبة 6% لغير ذلك.
- ترشد صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك على كيفية التعامل مع المضامين الإعلامية من خلال تقديم معلومات عن وسائل التربية الإعلامية بنسبة 68% في مقابل نسبة 32% دون ذلك.
- تدعم صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك التواصل مع المستخدمين لها من خلال الرد على الاستفسارات والتعليقات بأعلى نسبة 46% وبأضعف نسبة 8% كونها تسهل عملية البحث من خلال اختصار الوقت والجهد.
- يرتبط تغيير تعامل المبحوثين نحو المضامين الإعلامية وفقا لاستخدامهم لما تنشره صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك من مضامين ووسائل حول التربية الإعلامية بنسبة 78.3% في حين نسجل عكس ذلك بنسبة 21.7%.
- يقيم المستخدمون مستوى منشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك عن مواد التربية الإعلامية بالحياد بأعلى نسبة 43.5% وبأضعفها بنسبة 4.3% لكون مستواها ضعيف.
- لا يوجد نقائص على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك متعلقة بتلبية حاجات المبحوثين حول مواد التربية الإعلامية بأعلى نسبة بنسبة 51.3% في مقابل 48.7% لاحتوائها على النقائص.
- وجود اختلافات بين السن وبين الإشباعات المحققة نحو مهارات التربية الإعلامية بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك المعنية بالدراسة وهي فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة الحرية 15 حيث أن χ^2 المحسوبة والمقدرة بـ 93.87 جاءت أكبر من χ^2 الجدولية والمقدرة بـ 25.

- وجود اختلافات بين المستوى التعليمي وبين الإشباعات المحققة نحو مهارات التربية الإعلامية بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك المعنية بالدراسة وهي فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة الحرية 10 حيث أن χ^2 المحسوبة والمقدرة بـ 73.71 جاءت أكبر من χ^2 الجدولية والمقدرة بـ 18.31.
- تتضح نقائص صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك عن مواد التربية الإعلامية بأعلى نسبة في قلة الجدية في الترشيد على مهارات التربية الإعلامية بنسبة 54% وبأضعف نسبة 8% النقص في تنوع وتجدد المعلومات ومصادرها.
- تتمثل المقترحات المتعلقة بتجاوز نقائص صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك حول التربية الإعلامية بأعلى نسبة 34% في التركيز على تحليل مواد التربية الإعلامية وبأضعف نسبة 15% لتطوير أساليب الحوار بين مسير الصفحة والمستخدمين لها.

3.1- نتائج استبيان المقابلة النصف مقتنة (الموجهة للقائم بالاتصال في صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك:

1.3.1 - دور القائم بالاتصال في تنظيم المعلومات على الصفحة لدعم التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية:

- تعود فكرة إنشاء الصفحة لمنطلقات بحثية حيث أنها بصدد إنجاز أطروحة دكتوراه حول التربية على وسائل الإعلام، لملاحظة تطور سلوك الأعضاء قبل وبعد المشاركة في النادي، غير أن الفكرة تطورت بعد إدراك قيمة النادي للعمل من أجل تعميمه في ظل نقص المؤسسات المجتمعية الفعلة للتربية الإعلامية.
- يعتبر التكوين الأكاديمي في معهد الصحافة وعلوم الإخبار بمثابة المرجعية الأساسية لبرنامج عمل ومحتوى المنشورات حول مواد التربية الإعلامية على الصفحة والتي ساعدها في تحديد برنامج تسير وفقه فتسير الصفحة يحتاج للإطلاع والتمكن من تخصص علوم الإعلام والاتصال.
- تتمثل الخدمات المسخرة على الصفحة في عرض منشورات لمعلومات نظرية تطبيقية من مراجع متعددة أو مضامين إلكترونية لمواقع إلكترونية أخرى بالإضافة لمحاولة تقديم أنشطة عن "نادي التربية على وسائل الإعلام" ومختلف الزيارات التي يقوم بها وكذا تعدد وتنوع الأعمال الميدانية لمضامين ووسائل التربية الإعلامية سعياً منه للتوعية الملموسة لتحقيق استفادة مرجوة لدى المستخدمين.

- ترتيب المواضيع وتواتر نشرها على الصفحة يتم في أغلب الأحيان حسب تدرج كرونولوجي لوفقاً لأنشطة النادي أو الأحداث الجارية، ففي بداية بعث النادي كانت منشورات النادي منتظمة لأن الأعضاء كانوا في عطلة لكن بعد العودة المدرسية أصبح التواصل حسب أوقات فراغ الطلبة أو بالاتفاق حول نشاط معين عن بعد. وأن مسير الصفحة ينظر للمؤلفات الورقية أو المواد الإلكترونية حول التربية الإعلامية كمصدر ثاني للنشر.
- يتمثل الدور الذي تقوم به مسيرة الصفحة في التعريف بالتربية الإعلامية وكذا المشاركة في الشأن العام بالإضافة إلى تتبع الأحداث الجارية وإشراك الولي والمربي في التربية على وسائل الإعلام.

2.3.1- وظيفة القائم بالاتصال في دعم سلوكيات التفاعل والتواصل مع المستخدمين للصفحة لدعم الوعي بالمضامين الإعلامية:

- أن الفئة العمرية المستهدفة هي فئة النشء والشباب لكون هذه الفئة اليافة أكثرها تأثراً حسب الدراسات بالمضامين الإعلامية والتي تتراوح أعمارهم ما بين 13 و 25 سنة.
- إنّ الأساليب والوسائل التي يعتمد عليها لجذب انتباه المستخدمين للصفحة تقوم على طريقتين أسلوب التشويق القائم على نشر جزئيات من موضوع كلي لكل منشور يتضمن فكرة أو تقدم قسط من العمل كالإعداد للتعريف بالخبر وقوابله أو بالتطبيق وبالنسبة للوسائل تعتمد على طريقتين أيضاً وهي التقنيات التي يتيحها الفيسبوك كالنشر إبداء الإعجاب الرد على التعليقات المشاركات، إرسال رسائل إلكترونية عبر البريد الإلكتروني أو التواصل هاتفياً أو من خلال ترتيب موعد.
- لا يوجد جهات وأطراف من مؤسسات أو جمعيات أو مختصين يتواصلون للمساعدة في دعم منشورات الصفحة حول التربية الإعلامية وإنما يوجد فقط مستخدمون للصفحة مهتمون بالتربية الإعلامية ويتابعون المنشورات وكذا أولياء الأمور الذين يطالبون بدورات تدريبية لفائدتهم، بالإضافة لطلبة مدارس يودون الانخراط في النادي، ما يشير لقلة المبادرة بالنشر على الرغم من وجود من هم بحاجة للوعي الذين يثبتون رغبة في الإهتمام بالموضوع.
- يعتبر مستوى التفاعل بين القائم بالاتصال على الصفحة والمستخدمين لها في تحسن مستمر.
- تؤثر حاجات المستخدمين على اختيار مسيرة الصفحة للمضامين المنشورة من خلال دراسة هذه الحاجات سواء تمثلت في مقترحات أو إنتقادات ووفقها يتم التعديل بطريقتين، الأولى تقوم بالإعداد وجمع الوثائق والتمارين، والثانية بالتداول مع أعضاء النادي وجمع المقترحات فتؤثر من حيث مضمون وشكل المنشورات بالتغيير فيها أو التعديل أو الحذف.

3.3.1- واقع وأفاق القائم بالاتصال في تعزيز التربية الإعلامية عبر الشبكات الإجتماعية:

- تتجسد الأهداف التي نجحت مسيرة الصفحة في تحقيقها هي القدرة على تكوين زاد معرفي يسمح ببناء فهم مقبول عن التربية الإعلامية خاصة لدى النشء والشباب فقد أصبحت الصفحة مصدر للمعلومات يستمد منها الأفكار عن مكونات الرسالة وأهميتها ووظيفة القائم بالاتصال وغيرها.
- تسعى مسيرة الصفحة لتحقيق قيم مرتبطة بالتربية الإعلامية وهذا راجع للدور والوظيفة التي تلبيها القيم على المستوى الفردي أو الاجتماعي، فما تصبو له الصفحة من قيم يعتبر تجسيد لممارسات ايجابية لها علاقة بالدوافع والحاجات نحو التعامل الواعي مع المضامين الإعلامية لاتخاذ الاتجاه نحوها بمنحى توافقي على غرار القيم المعرفية والأخلاقية والجمالية الوجدانية والسلوكية.
- وعن واقع اهتمام القائمين بالاتصال من خبراء في علوم الإعلام والتربية في دعم التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية نجد بأنه ضعيف ويحتاج لمزيد من الجهود والعمل على تجسيده سواء من حيث إنشاء صفحات خاصة بالتربية الإعلامية والنشر فيها أو من حيث نشرها ضمن مجموعات وصفحات طلابية متعلقة بالجامعة وصفحات ومنصات الحوار وغيرها.

4.1- نتائج استبيان الاستمارة (الموجهة للخبراء الأكاديميون من علوم الإعلام والاتصال وكذا علوم التربية):

1.4.1 البيانات العامة لأفراد عينة الدراسة:

- أغلب مفردات عينة الدراسة هم من الذكور إذ سجل نسبة 70% للذكور في مقابل نسبة 30% للإناث.
- أن مفردات عينة الدراسة من حيث التخصص العلمي متساوون في النسب، 50% لكل من علوم الإعلام والاتصال وكذا علوم التربية.
- أغلب مفردات عينة الدراسة هم خبراء متحصلون على شهادة دكتوراه علوم بنسبة 85% في مقابل دكتوراه دولة وماجستير فتتعدم فيهما النسبة.
- إن مفردات عينة الدراسة يشغلون منصب أستاذ محاضر صنف "أ" بأعلى نسبة 45% في حين تتعدم النسبة لأستاذ مساعد صنف "ب".
- نجد سنوات الخبرة لدى مفردات عينة الدراسة في مجال عملهم تتراوح من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة بأعلى نسبة 55% هذا وتتعدم النسبة للذين سنوات خبرتهم من 15 سنة فما فوق.

2.4.1- واقع تفعيل التربية الإعلامية لدى المستخدمين من النشء والشباب عبر الشبكات الاجتماعية :

- يشير مفهوم التربية الإعلامية بالنسبة للخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون إلى تطوير قدرات الأفراد التفاعلية بهدف خلق مجتمع واعي بأعلى نسبة 26.08% وبنسبة متقاربة 24.63% أنها عملية تعليمية تربية وبأضعف نسبة إلى كونها سياسة تعليمية وإعلامية للدولة بنسبة 5.79%.
- مصادر المعلومات عن التربية الإعلامية تستقى من المختصين في التربية الإعلامية بأعلى نسبة 29.62% وبأضعف نسبة للمعلومات التي مصدرها الأصدقاء بـ 11.11%.
- لا تقوم مؤسسات النظام التعليمي الرسمي الجزائري بدورها في تفعيل التربية الإعلامية بنسبة 65% في مقابل ذلك نجد نسبة 35% من المبحوثين يرون عكس ذلك.
- يمثل غياب التنسيق والمتابعة بين الخبراء في مجال علوم الإعلام والاتصال وعلوم التربية أهم سبب في عدم اهتمام مؤسسات النظام التعليمي الرسمي الجزائرية بتفعيل التربية الإعلامية بغرض نشرها وإرسائها بنسبة 45% وبأضعف نسبة لضعف البرامج التعليمية بنسبة 12%.
- لا تدعم المؤسسات الإعلامية الجزائرية تعزيز نشر التربية الإعلامية لدى النشء والشباب ضمن برامجها بنسبة 60% في مقابل 40% لكونها تعمل على ذلك.
- إنّ بحث المؤسسات الإعلامية الجزائرية عن الربح وخدمة مصالح مالكيها وتنفيذ أجندتها الإعلامية السياسية يجعله سبب رئيسي في عدم اهتمامها بالترشيد على التربية الإعلامية بأعلى نسبة 45% وبأضعف نسبة 10% لاهتمامها بالغرس الثقافي للقيم الاجتماعية.
- لا تقوم الجمعيات والنوادي التربوية الجزائرية بمجهود يعزز نشر التربية الإعلامية بين النشء والشباب بنسبة 80% هذا ونسجل نسبة 20% من يؤكدون دورها.
- غياب النوادي التي تقوم بنشاطات توعوية عن التربية الإعلامية هو سبب عدم نشرها بين النشء والشباب بأعلى نسبة 60% هذا ونسجل أضعف نسبة 15% لضعف الموارد والميزانية المالية.
- يتعرض النشء والشباب لمخاطر في استخدامهم للشبكات الاجتماعية بأعلى نسبة 16.98% لكونها تؤثر على قيمهم وعاداتهم المجتمعية وبأضعف نسبة 6.60% لكونها تجعلهم يتمردون على واقعهم.
- إن إدراك النشء والشباب لاستخداماته لمضامين ووسائل الإعلام فيما يتعلق بانتقاء المضمون الجيد الذي يتعرض له فأعلى نسبة 75% لصفة "معارض وأضعفها صفة "موافق" التي تنعدم فيها، وفيما يتعلق بقدرة النشء والشباب في المعرفة بأن على وسائل الإعلام أن تلتزم

بأخلاقيات العمل الإعلامي ومهنيته فأعلى نسبة 70% لصفة "محايد" وبأضعف نسبة لصفة موافق، وبخصوص كون المستخدمين من النشء والشباب يعلم أن ما تقدمه وسائل الإعلام عن الواقع جزء من الحقيقة وليس كله فأعلى نسبة 65% لصفة "محايد" وأضعفها لنسبة 15% لصفة "موافق"، وعن كون المستخدمين من النشء والشباب يتعامل بوعي ويتجنب المواد المضللة عبر وسائل الإعلام فأعلى نسبة 60% لصفة "محايد" فيما تتعدم في صفة "موافق"، وما تعلق بأن النشء والشباب يتفاعل مع وسائل الإعلام ويشارك فيها ويبيدي رأيه فيما يشاهده فأعلى نسبة 70% لصفة "محايد" فيما تتعدم النسبة في صفة "معارض"، وعن إدراك المستخدمين من النشء والشباب لأهداف القائم بالاتصال وسياسة المؤسسات الإعلامية فأعلى نسبة 55% لصفة "محايد" فيما تتعدم النسبة في صفة "موافق".

- نقص التوعية حول التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية لدى النشء والشباب يرجع بنسبة 60% إلى عدم إدراجها بالنظاميين التعليمي الرسمي وغير الرسمي في الجزائر في مقابل 40% لغير ذلك.
- صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك تهتم بأساليب حسن الاختيار للوسائل الإعلامية بأعلى نسبة 70% لنعم في حين هناك نسبة 30% لنفي ذلك.
- التعريف بالوسائل الإعلامية وشرح دورها وأهميتها يعتبر أهم عامل للترشيد حولها بأعلى نسبة 45% بحسب المبحوثين وبأضعف نسبة 15% لاعتماد الصفحة أسلوب الترشيح من خلال إقامة معارض ودورات تدريبية بخصوص طرق اختيار وسائل الإعلام.
- تساعد صفحة نادي "التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في دعم طرق التعامل نحو المضامين الإعلامية بأعلى نسبة 85% في مقابل 15% لا يؤيدون دعمها في ذلك.
- إنَّ القراءة والإطلاع على المراجع ذات العلاقة بمجال الإعلام والاتصال يمثل أعلى نسبة بـ 55% فيما يتعلق بطرق الترشيح على مضامين التربية الإعلامية بصفحة نادي "التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك وبأضعف نسبة 15% لكل من برمجة ندوات ودورات تكوينية بإشراف إعلاميين وأكاديميين بالاختصاص.
- يعتبر مستوى مضامين منشورات صفحة نادي "التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك حول التربية الإعلامية متوسط بأعلى نسبة 55% فيما تتعدم النسبة لكون مستواها ضعيف.

3.4.1- دور مؤسسات النظام التعليمي الرسمي الجزائرية في تضمين مواد التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية:

- أن طريقة إدراج التربية الإعلامية بغرض تفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية هو باعتماد كلا النظامين التعليميين الرسمي وغير الرسمي بأعلى نسبة 65% في مقابل أضعف نسبة 10% لمن يؤيدون تطبيقها من خلال النظام التعليمي غير الرسمي.
- يعتبر المستوى التعليمي الجامعي مؤهل لتضمين التربية الإعلامية بأعلى نسبة 45% وبأضعف نسبة للمستوى التعليمي المتوسط بنسبة 10%.
- للخبراء في مجالي علوم الإعلام والاتصال وعلوم التربية أعلى نسبة 52% من المساهمة كطرف فاعل في تضمين التربية الإعلامية بالمنظومة التربوية الجزائرية وبأضعف نسبة 5% للأولياء كشريك في مرافقة الأبناء لاستخدام الوسائل الإعلامية.
- إن سبل تطبيق التربية الإعلامية في إطار نظام التعليم الرسمي يكون عن طريق تخصيص حصة أسبوعية لها بأعلى بنسبة 26.98% في مقابل أضعف نسبة عن طريق تضمينها بمواد التدريس الأخرى بنسبة 14.28%.
- إن تقديم المعلومات عن استخدام الوسائل وتقنيات إنتاج المواد الإعلامية من قبل الأستاذ يساعد في ترشيد الطلبة على التعامل الواعي نحو مضامين ووسائل الإعلام بأعلى نسبة 35% وبأضعف نسبة 10% للتوعية بمخاطر المضامين السلبية وفائدة الإيجابية منها.
- أول مرحلة من مراحل التدريب على التربية الإعلامية هي المعرفة بتقنيات الرسالة الإعلامية (الفنون والقوالب الصحفية) بنسبة 54% تليها المرحلة الثانية لعملية المعرفة بسياقات الرسالة الإعلامية (اجتماعي، سياسي، ثقافي، اقتصادي) بنسبة 20%، بعدها الخطوة الثالثة للمعرفة بأبعاد الرسالة الإعلامية (معرفية، أخلاقية، فنية، وجدانية) بنسبة 12%، فالمرحلة الرابعة للمعرفة بمصادر الرسالة الإعلامية (قوانين ومراسيم ومواثيق، نصوص موثقة مسؤولين ومديرين وكالات أنباء، مراسلون، شهود عيان) بنسبة 9% ثم الخطوة الخامسة والمتعلقة بالتدريب على اكتساب مهارات التربية الإعلامية (القراءة الواعية، الإصغاء البناء، التحليل، التفكير الناقد، الإنتاج الإبداعي) بنسبة 3% فالخطوة السادسة للتدريب على استخدام التقنيات والوسائل التكنولوجية بنسبة 2%.
- إن المهارات الإدراكية التي يمكن أن ينميها الطالب بإدراج التربية الإعلامية في إطار النظام التعليمي الرسمي بالجزائر هي معرفته بأساسيات الكتابة الصحفية وأنواع المضامين الإعلامية بأعلى نسبة 65% وبأضعف نسبة المعرفة بقوانين الإعلام وعلاقة وسائل الإعلام بالسلطات في الدولة بنسبة 10%.
- تتمحور المهارات التحليلية التي يمكن أن ينميها الطالب بإدراج التربية الإعلامية في إطار النظام التعليمي الرسمي بالجزائر في تفكيك الرموز المتضمنة بالمحتوى الإعلامي بأعلى نسبة

60% تقابلها أضعف نسبة لإعادة تركيب الرسائل وتحديد أهدافها الضمنية والمعلنة بنسبة 20%.

- تركز المهارات النقدية التي يمكن أن ينميها الطالب بإدراج التربية الإعلامية في إطار النظام التعليمي الرسمي الجزائري بأعلى نسبة 55% لمناقشة القضايا التي تتناولها وسائل الإعلام وبأضعف نسبة للتعرف على الخط الافتتاحي للمؤسسات الإعلامية والانتماءات الإيديولوجية لمنشئي الرسائل بنسبة 10%.

- وسائل التربية الإعلامية التي تدعم تكوين شخصية الطالب في إطار النظام التعليمي الرسمي للتعامل نحو المضامين الإعلامية، فبحسب المبحوثين يشكل استخدام الكمبيوتر والتوجيه على الانترنت نسبة 11.11% من الوسائل المهمة الداعمة فهو يرشدهم على ولوج عالم الانترنت ويوجههم نحو المواقع المفيدة التي تثقفهم وتمدهم بالمعلومات المعمقة عن الوسائل الإعلامية كما يعد التدريب على استخدام الكمبيوتر ومعرفة مكوناته عامل تعزيز يساعد في عملية الإبداع من خلال تسهيل عمليات كتابة الرسائل وغيرها من المضامين وحفظ الصور والفيديوهات وكيفية مشاركتها ونشرها عبر الوسائط الرقمية وإنشاء شبكة علاقات مع مختصين وباحثين في المجال يدعمون عملية توعيتهم ممن ينشطون عبر الفضاء الرقمي ويتوجيه من الأستاذ وإشرافه.

- تتمثل وسائل التربية الإعلامية التي تدعم تكوين شخصية الطالب في إطار النظام التعليمي الرسمي للتعامل نحو المضامين الإعلامية في استخدام الكمبيوتر والتوجيه على الانترنت بأعلى نسبة 11.11% وبأضعف نسبة 6.55% للتلفزيون المدرسي.

- يتمثل دور الأنشطة غير الصفية في إطار دعم إدراج التربية الإعلامية بالنظام التعليمي الرسمي بأعلى نسبة 60% في التطبيق والتعرف على العملية الإعلامية ومحتوياتها وبأضعف نسبة 10% للتعلم باختياره وإرادته.

- تتجسد خطوات وضع الإستراتيجية الوطنية للتربية الإعلامية بقصد إدراجها في إطار النظام التعليمي الرسمي بالجزائر في أولا ضبط الأهداف بنسبة 22.78%، ثانياً تأطير محتوى البرنامج بنسبة 21.51% ثالثاً اختيار الأطراف المشاركة بنسبة 20.25% رابعاً تحديد الميزانية والوسائل بنسبة 18.98% وخامساً القيام بالمتابعة والتقييم بنسبة 16.45%.

4.4.1- دور مؤسسات النظام التعليمي غير الرسمي الجزائرية في تضمين التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية:

- تعتبر الجمعيات والنوادي التربوية طرف فاعل في دعم الترشيد على التربية الإعلامية في إطار نظام التعليم غير الرسمي بأعلى نسبة 19.65% وبأضعف نسبة 3.26% للمسارح كطرف مساعد في التوعية بوسائل الإعلام.
- نادراً ما تضع الأسرة الجزائرية ضوابط على المضامين الإعلامية الذي يتعرض له النشء والشباب بأعلى نسبة 75% في الوقت الذي تتعدم النسبة فيه لـ"دائماً".
- تشكل الضوابط الأخلاقية نسبة 70% من طبيعة الضوابط التي تضعها الأسرة لأبنائها على المضامين الإعلامية بأعلى نسبة وبأضعفها نسبة 5% لوضع ضوابط على المضامين الإعلامية غير الهادفة.
- دور الجمعيات والنوادي التربوية في ترشيد الاستخدام للمضامين الإعلامية لدى النشء والشباب بأعلى نسبة 15.87% لكل من المساعدة في انتقاء المضامين الإعلامية وكذا المساهمة في اختيار مصادر المعلومات التي تتحلى بالمصداقية والكفاءة وبأضعف نسبة 11.11% لقبول استخدام التقنيات والبرامج التكنولوجية التفاعلية الجديدة.
- دور وسائل الإعلام في تعزيز تداول التربية الإعلامية لدى النشء والشباب يتمثل في القيام بالتغطية الإعلامية للأنشطة المدرسية التي تتناول التربية الإعلامية بأعلى نسبة 35% في مقابل أضعف نسبة 15% لإتاحة المجال للإعلاميين لإثراء البرامج التعليمية ليؤثروا بأنشطتهم في شخصية الطالب.
- يحتوي دليل التربية الإعلامية على عدة مضامين لدعم توعية النشء والشباب بالجزائر حول التعامل نحو وسائل الإعلام ومنها الشبكات الاجتماعية إذ بأعلى نسبة 35% للتدريب على فنون وقوالب الكتابة الصحفية يليها الترشيد على مصادر الخبر بنسبة 20% وبنفس النسبة 10% لكل من التوعية بالصورة الصحفية وفنونها وكذا التوجيه على استخدام وسائل الإعلام بالإضافة إلى مراعاة تنظيم محتوى الدليل إلى أقسام ووحدات.

5.4.1- ضرورة وجود مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر:

- تتيح مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر دعم البحث والمعرفة بأساسياتها بأعلى نسبة 60% في مقابل انعدام النسبة للمعارضين.
- يحتل المرتبة الأولى من حيث ترتيب الوسائل الرقمية الداعمة لوجود مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر إنشاء صفحة على فيسبوك بنسبة 48% ونسجل بالمرتبة الخامسة التسجيل بقناة يوتيوب بنسبة 4%.
- إنّ مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية تدعم مصممو الإستراتيجية الوطنية للتربية الإعلامية بالجزائر بنسبة 100% في مقابل انعدام النسبة لمن ينفي دعمها.

- تدعم مواد التربية الإعلامية تكوين المواطنة الرقمية لدى النشء والشباب عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر من خلال محو الأمية الرقمية بالإنفاذ الرقمي والمشاركة الإلكترونية في المجتمع بأعلى نسبة 18.18% وبأضعف نسبة 10% لإدراك القوانين الرقمية والوعي بالمسؤولية على الأعمال والأفعال.
- يواجه وجود التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر عوائق منها بأعلى نسبة 15.70% لكل من قلة اهتمام وسائل الإعلام بنشر مضامين التربية الإعلامية ولضعف التنسيق بين جهود الخبراء الإعلاميون والتربويون لوضع خطط تعنى بالتنوع بالتربية الإعلامية وبأضعف نسبة 6.48% لانخفاض مستوى وعي الأسر بأهمية التربية الإعلامية.
- تتمثل سبل تخطي العوائق لإدراج التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية بالجزائر في تسخير الوسائل التكنولوجية بالأنشطة المدرسية لمحور الأمية الرقمية وإنشاء مواقع للتوعية بالفضاء الرقمي عن المضامين الإعلامية بأعلى نسبة 20.22% وبأضعف نسبة 6.74% لمرافقة الأولياء للأبناء وتشجيع الحوار البناء أثناء التعرض واستخدام وسائل الإعلام.

2- نتائج الدراسة على ضوء تساؤلات الدراسة:

1.2- نتائج تساؤلات الدراسة التحليلية:

- تتمثل مضامين ووسائل التربية الإعلامية المنشورة على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في كونها تحرص على التنوع في عرض منشوراتها عن التربية الإعلامية والتي تظهر على شكل نص+صورة وغيرها مع تعزيز المنشور بأكثر من ثلاث صور في الغالب مستخدمة اللغة العربية بمعدل نشر مرة واحدة باليوم، هذا وتمثل الدروس النظرية والنشاطات التطبيقية عن مضامين ووسائل التربية الإعلامية أهم المواضيع المنشورة مجسدة في أساسيات الكتابة الصحفية وقراءة دلالات الصورة وكذا كيفية استخدام الإذاعة والاستفادة منها بالإضافة إلى طرق تصميم المجلة وتوظيف مهارة التربية الإعلامية والتي تركز فيها على مهارة التفكير الناقد ومن حيث طبيعة المنشورات الإعلامية نجد الأنشطة الصحفية هي الغالبة على جل المنشورات وفيما يتعلق بالمضامين عن المعلومات الإرشادية والتحذيرية فهي تهتم بالتوعية والاهتمام بالمواطنة الرقمية في الوقت الذي تستبعد فيه نشر معلومات متعلقة بقوانين المضامين الإعلامية وسبل ممارستها والذي يعد كتنقص في المعارف المكتسبة لدى المستخدمين لعدم اهتمام مسيرة

الصفحة بما يتعلق بسبل التعامل نحو المضامين الإعلامية من باب تناولها كقوانين لحقوق وواجبات وعقوبات منصوص عليها بالنصوص القانونية.

- إنّ مصادر المعلومات التي اعتمدها صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في نشر مواد التربية الإعلامية تعتمد على مصادرها الخاصة المتمثلة في القائمين على النادي وكذا إدارة الصفحة التي تعتبر إمتداد له من عن طريق مسيرة الصفحة وكذا المشرفة على النادي الذي تقوم بنشر نشاطاته وبالإضافة إلى معلومات أخرى من مصادر متعددة على الصفحة، بالإضافة إلى اعتماد الصفحة على ما يقدمه المنضوون بها من إضافات على التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية

- تقوم صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك على فاعلون يعملون على أداء دورها وهم مسيرة الصفحة بشكل غالب والقائمين على النادي على نحو تكيف فيه حسب طبيعة المنشورات ومستخدميها في نشر مضامينها من خلال وسائل وأساليب في شرح وتقديم أسس ومعايير العمل على التربية الإعلامية بالإضافة إلى المستخدمين للصفحة والمتابعين لها مع قلة وضعف تفاعل الخبراء المختصين بالتربية الإعلامية على الصفحة.

- تتمثل أهداف مضامين التربية الإعلامية المنشورة على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في توفير معلومات لخلق فهم ووعي بالتربية الإعلامية والتعريف بنشاطات النادي لترشيد الاستخدام وتلبية حاجيات المنضوون المعرفية عن أساسيات وسبل التمكن من القراءة الواعية والتحليل السليم لمكونات الخبر ومصادره وكشف أبعاده بالإضافة لتكوين صورة مبسطة ممارساتية عن أهمية المتابعة والتدريب في عملية اكتساب التربية الإعلامية.

- تقوم اتجاهات مضامين المنشورات نحو التربية الإعلامية المنشورة على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك خلال فترة الدراسة فيما يتعلق بمضامين التربية الإعلامية أنها تدعها لتعزيز تداول فهم أساسيات الكتابة الصحفية والوعي بفنونها وأشكالها وكذا القائمين عليها وأجندتها، كذلك اتجاهها المؤيد لوسائل التربية الإعلامية بمحاولة التعمق فيها والوقوف على مكوناتها وكيفية توظيفها وخصائصها وآثارها، بالإضافة إلى اتجاهها المؤيد لمهارات التربية الإعلامية على غرار مهارة التفكير الناقد في عديد المنشورات مدعمة بالصور في إشارة لأهمية الوقوف على مكتسبات التعامل الواعي نحو مضامين ووسائل الإعلام، وذات الإتجاه فيما يتعلق بأبعاد التربية الإعلامية كونها قد تسعى للمضي في تكوين المواطنة الرقمية القائمة على كالوعي

بالبعد المعرفي والوجداني والجمالي والسلوكي، وفيما يتعلق باتجاهها نحو سياقات التربية الإعلامية فهي تتسم بالحياد كونها تركز على التمكين من استخدام الوسائل والتعريف بأساسيات الكتابة الصحفية كما أن ربطها بالسياقات قد يشتمل تركيزهم عن هدفها كونه يحتاج جهد وتركيز واعي والمستخدمين للصفحة من فئات ومستويات متعددة ما يحد فهمهم للسياقات فيكون الحياد بمثابة الموقف المبرر لاتجاهها نحوها.

- تتجسد القيم التي تسعى إلى تكريسها صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في القيمة المعرفية وكذا القيمة التمكينية والقيمة المشاركة بالإضافة إلى القيمة التربوية والقيمة الترفيهية والمواطنة فصفحة نادي التربية على وسائل الإعلام ترى في القيمة المعرفية أهمية تفوق باقي القيم إذا ما ربطناها بموضوع التربية الإعلامية وتفعيلها عبر الشبكات الاجتماعية وكذا من جهة مدى وعي الناس وإدراكهم لها وممارستهم اليومية نحو المعالجة للمضامين الإعلامية التي يقل فيها التعامل الواعي وكذا الاستخدام الرشيد للفضاءات الرقمية والوسائل التكنولوجية.

2.2- نتائج تساؤلات الدراسة الميدانية:

- إن أنماط استخدام المبحوثين لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك حول التربية الإعلامية يتسم بكونها أحياناً ما يتابعونها ومن سنة إلى ثلاث سنوات من خلال توجههم نحو ما يحتاجون إليه من معلومات عن طريق تفاعلهم وإبداء الإعجاب بالمنشورات، كما لا يعترض أغلب المبحوثين عوائق عند استخدامهم لها وعن أولئك الذين يواجهونها فهي ترتبط بعوائق تقنية ولغوية وأخرى معرفية كضعف تدفق الإنترنت ولاستعمال الصفحة للغة الفرنسية وكذا لنقص المعلومات بها. وهدف المستخدمين من تفاعلهم هو الإطلاع والفضول وكذا مشاركة أصدقائهم ما يتداول عبرها.
- تتمثل دوافع استخدام المبحوثين لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك حول التوعية بالمضامين الإعلامية في الدوافع المعرفية وحاجتهم للمعرفة بمضامين التربية الإعلامية التي تتجلى على شكل صور وفيديوهات والتي تتضمن تفاصيل متعلقة بنشاطات النادي وفيما يتعلق بوسائل التربية الإعلامية فدافعهم نحوها هو اهتمامهم بمعرفة تقنيات الكمبيوتر وبرمجيات الأنترنت وسبل توظيفها.

• تتجسد الإشباعات المحققة للمستخدمين لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك حول مواد التربية الإعلامية في تتيح إمكانية الإطلاع على النشاطات التي يقوم بها النادي التابعة له عن التربية الإعلامية كذلك لكون مضامين التربية الإعلامية بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك تتطابق مع ما ينشط عليه نادي "التربية على وسائل الإعلام" التابعة له هذا وتمكن الصفحة المعنية بالدراسة من تقديم معلومات جديدة متعلقة بالتربية الإعلامية ؛ بحيث تساعد في التعريف بها كما وتساهم في الإرشاد على مصادر المضامين الإعلامية وتدعم فهم تقنيات إعداد المضامين الإعلامية وتعزز المعرفة بأبعاد المضامين الإعلامية كذلك تقدم فرصة نشر عروض ميدانية لكيفية تطبيق مضامين التربية الإعلامية، بالإضافة إلى كونها تشجع على اكتساب مهارات التربية الإعلامية التي يستفيد منها ويتغير بها التعامل نحو المضامين الإعلامية أهمها مهارة المشاركة بإنتاج الرسائل الإعلامية، وفي ذات السياق فهي تنشر معلومات عن لسبل استخدام وسائل التربية الإعلامية وكيفية التعامل نحو المضامين الإعلامية، كما تحسن من طرق التواصل عن طريق الرد على الإستفسارات والتعليقات ما جعل ارتباط هذا التحسن في التعامل نحو مضامين وسائل الإعلام باستخدامهم للصفحة المعنية بالدراسة وعن تقييمهم لمستواها فهو يتسم بالحياد في الوقت الذي يرون فيه بأن في الغالب الصفحة لا تحتوي على نقائص وفي حال وجودها فهي مرتبطة بقلة الجدية في الترشيد على مهارات التربية الإعلامية وهو ما يفسر تقييمهم بالحياد لها وفي سياق مكمل فيرى المبحوثين أن المقترحات التي يمكن أن تساعد على تخطي هذه النقائص فتتمثل في التركيز على تحليل مواد التربية الإعلامية بتعمق في التفصيل للمعلومات بتنويعها وتبسيطها.

• تقوم قواعد التسيير التي يعتمدها القائم بالاتصال على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك على عدة اعتبارات بدأ بدوره في تنظيم منشورات الصفحة لدعم التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية والتي انطلقت من فكرة إنشاء الصفحة التي تعود لمنطلقات بحثية لملاحظة تطور سلوك المستخدمين ومتابعتها التي كان للتكوين الأكاديمي في معهد الصحافة وعلوم الإخبار دور في وضع برنامج عمل ومحتوى المنشورات حول مواد التربية الإعلامية على الصفحة بالإضافة إلى مكتسباته ومعارفه ومعلومات من مصادر متعددة ما يفسر بداية المنشورات بأساسيات الصحافة كمفهوم الخبر ومكوناته بطرح الأسئلة الخمسة وكذا هيكल الخبر من مقدمة وعرض وخاتمة وكذا القوالب الصحفية التي يوضع فيها وطريقة التحرير

والمعالجة والتعديلات التي يخضع لها قبل أن يصل للمتلقي بالإضافة إلى احتياجات واستفسارات المستخدمين من الصفحة. كذلك تلعب الخدمات المسخرة على الصفحة دور في فحوى ومضامين الصفحة فهي تعرض معلومات متنوعة عن التربية الإعلامية بالإضافة إلى تفاصيل عن أنشطة النادي "التربية على وسائل الإعلام بتستور" مع التأكيد على تحسين التواصل والتفاعل عبر الصفحة بين مستخدميها وكذا القائم بالاتصال. مع مراعاة ترتيب المواضيع وفق تدرج كرونولوجي لأنشطة النادي أو الأحداث الجارية ودعمها بمنشورات من مصادر أخرى لمتخصصين والربط بمواقع مفيدة في نفس الموضوع ليبقى المستخدمون على تواصل ومتابعين للصفحة التي تقوم بدورها في التعريف بالتربية الإعلامية كذلك المشاركة في الشأن العام بالإضافة إلى تتبع الأحداث الجارية وإشراك الولي والمربي في التربية على وسائل الإعلام. كذلك دورها في التوضيح والإشارة إلى تداخل وتكامل أبعاد الرسالة أثناء إدراكها وتحليلها كالبعد الأخلاقي والمعرفي والجمالي والمعرفي.

- تتمحور وظيفة القائم بالاتصال في دعم سلوكيات التفاعل والتواصل مع المستخدمين للصفحة لدعم الوعي بالمضامين الإعلامية من خلال التوجه وتحديد الفئة العمرية المستهدفة بالصفحة وهي فئة النشء والشباب وكذا من خلال تسطير الأساليب والوسائل التي تعتمد عليها لجذب انتباه المستخدمين للصفحة التي تقوم على طريقتين أسلوب التشويق القائم على نشر جزئيات من موضوع كلي لكل منشور والمشاركة بالمنشورات النظرية من روابط لمواقع ذات صلة بالموضوع أو بالتطبيق من خلال نشاطات النادي على التربية الإعلامية، وبالنسبة للوسائل تعتمد على طريقتين وهي التقنيات التي يتيحها الفيسبوك أو التواصل هاتفيا أو من خلال ترتيب موعد بتقنية البث من خلال الفيديو وكذا الوسائل الموجودة بالنادي وخارجه. مع الأخذ بأنه لا يوجد جهات وأطراف أخرى تساعد في دعم منشورات الصفحة حول التربية الإعلامية مع الإشارة إلى أنّ أن مستوى التفاعل مع المستخدمين في تحسن مستمر من خلال دراسة حاجاتهم عن طريق ما يقومون بتقديمه من مقترحات وانتقادات التي التي تشتغل عليها بطريقتين، الأولى بالإعداد وجمع الوثائق والثانية بالتداول مع أعضاء النادي.

- وعن واقع التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية من وجهة نظر القائم بالاتصال على صفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور عبر الفيسبوك فإنّ الأهداف التي نجحت مسيرة الصفحة في تحقيقها هي القدرة على تكوين زاد معرفي يسمح ببناء فهم مقبول عن التربية الإعلامية خاصة لدى النشء والشباب فقد أصبحت الصفحة مصدر للمعلومات يستمدوا منها أفكار عن مكونات الرسالة وأهميتها ووظيفة القائم بالاتصال وعن القيم التي تسعى لتحقيقها حول التربية الإعلامية

من خلال الصفحة راجع للدور والوظيفة التي تلبيها القيم على المستوى الفردي أو الاجتماعي ومنها المعرفية والوجدانية والسلوكية، وفيما يتعلق بواقع اهتمام القائمين بالاتصال من خبراء في علوم الإعلام والاتصال وعلوم التربية في دعم التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية فهو ضعيف ويحتاج لمزيد من الجهود والعمل على تجسيده ومنها سواء من حيث إنشاء صفحات خاصة بالتربية الإعلامية والنشر فيها أو من حيث نشرها ضمن مجموعات وصفحات طلابية متعلقة بالجامعة وصفحات ومنصات الحوار وغيرها للإشارة ولفت الانتباه للتربية الإعلامية أو عبر الصفحة الشخصية لهم ومشاركتها مع أصدقائهم.

- يشهد واقع التربية الإعلامية لدى المستخدمين من النشء والشباب عبر الشبكات الاجتماعية من وجهة نظر الخبراء من الأكاديميون والإعلاميون والتربويون الجزائريون بدأ بالإشارة إلى المفهوم الذي ينظر له على أن التربية الإعلامية عملية تعليمية تربية تهدف لتطوير قدرات الأفراد التفاعلية بهدف خلق مجتمع واعي بالسياسة التعليمية والإعلامية للدولة عن مضامين وسائل الإعلام يسهر عليها مختصون بالمجال، لكن الواقع الفعلي يعرف نقص وغياب التنسيق والمتابعة بين الخبراء في مجال علوم الإعلام والاتصال وعلوم التربية والذي يعد أهم أسباب عدم اهتمام مؤسسات النظام التعليمي الرسمي الجزائرية بإدراجها ضمن برامجها التعليمية التي تشهد ضعف هي الأخرى في برامجها وهو ما يفسر ضعف دعمها لها والذي يرجع لضعف التكوين والمضمون والمؤطرين، كما أن بحث المؤسسات الإعلامية الجزائرية عن الربح وتنفيذ أجندتها السياسية يحد دون تعزيز نشر التربية الإعلامية لدى النشء والشباب ضمن برامجها وهو ذات الواقع للجمعيات والنوادي التربوية الجزائرية الذي لا يعزز نشر التربية الإعلامية بين النشء والشباب الذي يرجع لغيابها بالأساس والذي يعد نقص للتربية الإعلامية بالجزائر، هذا ويعارض الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون إدراك النشء والشباب لاستخداماته لمضامين ووسائل الإعلام فيما يتعلق بانتقاء المضمون الجيد الذي يتعرض له، ويحايدون برأيهم فيما يتعلق بقدرتهم على المعرفة بأن على وسائل الإعلام أن تلتزم بأخلاقيات العمل الإعلامي ومهنيته وكذا الحياد بموقفهم عن إدراكه لما تقدمه وسائل الإعلام عن الواقع بأنه جزء من الحقيقة وليس كله بالإضافة إلى الحياد بكونه يتعامل بوعي ويتجنب المواد المضللة عبر وسائل الإعلام وكذا ليشارك ويتفاعل معها والحياد أيضا لإدراكه لأهداف القائم بالاتصال وسياسة المؤسسات الإعلامية وهذا يعد نقص وقلة متابعة بالدراسات والأبحاث لاستخدامات النشء والشباب الجزائري لوسائل الإعلام. وبحسبهم

يرجع نقص التوعية حول التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية لدى النشء والشباب إلى عدم إدراجها بالنظامين التعليمي الرسمي وغير الرسمي في الجزائر.

- تساهم مؤسسات النظام التعليمي الرسمي الجزائرية في تضمين مواد التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية من وجهة نظر الخبراء من الإعلاميون والتربويون في الجزائر من خلال اقتراح تضمينها بالمستوى التعليمي الجامعي أو المستوى الابتدائي كإقتراح ثاني وأن سبل وجود التربية الإعلامية في إطار نظام التعليم الرسمي يكون عن طريق تخصيص حصة أسبوعية لها وأن الخبراء في مجالي علوم الإعلام والاتصال وعلوم التربية هم طرف فاعل في تضمين التربية الإعلامية بالمنظومة التربوية الجزائرية، كما أن للأستاذ دور فاعل في تقديم المعلومات عن استخدام الوسائل وتقنيات إنتاج المواد الإعلامية، وعملية التدريب على التربية الإعلامية تمر بمراحل خمسة بدأ بالمعرفة بتقنيات الرسالة الإعلامية وصولاً إلى التدريب على استخدام التقنيات والوسائل التكنولوجية. وفيما يتعلق باكتساب مهارات التربية الإعلامية التي يمكن أن ينميها الطالب بإدراج التربية الإعلامية في إطار النظام التعليمي الرسمي بالجزائر فإن المهارات الإدراكية تقوم على معرفته بأساسيات الكتابة الصحفية وأنواع المضامين الإعلامية وعن المهارات التحليلية فإنها تدرب على تفكيك الرموز المتضمنة بالمحتوى الإعلامي وعن المهارات النقدية فتوعي بمناقشة القضايا التي تتناولها وسائل الإعلام. وفيما يتعلق بوسائل التربية الإعلامية التي تدعم تكوين شخصية الطالب في إطار النظام التعليمي الرسمي للتعامل نحو المضامين الإعلامية نجد ترشيدهم على استخدام وسيلة الكمبيوتر والتوجيه على الانترنت. ويقصد إدراج التربية الإعلامية تستدعي العملية وجود إستراتيجية وطنية لها في إطار النظام التعليمي الرسمي بالجزائر تبدأ بضبط الأهداف وتليها مجموعة خطوات وصولاً إلى القيام بالمتابعة والتقييم عنها.

- تدعم مؤسسات النظام التعليمي غير الرسمي الجزائرية تضمين التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية من وجهة نظر الخبراء من الإعلاميون والتربويون في الجزائر من حيث الاستفادة من دور الجمعيات والنوادي التربوية على اعتبار أن الأسرة الجزائرية نادراً ما تضع ضوابط على استخدام المضامين الإعلامية التي يتعرض لها النشء والشباب، هذا وتشكل الضوابط الأخلاقية أهم الضوابط التي تضعها، ويتجسد دور الجمعيات والنوادي التربوية في حيث ترشيد الاستخدام للمضامين الإعلامية لدى النشء في المساعدة على انتقاء المضامين الإعلامية وكذا المساهمة في اختيار مصادر المعلومات التي تتحلّى بالمصداقية والكفاءة وفي ذات السياق عن دور وسائل الإعلام فإنه يتمثل في القيام بالتغطية الإعلامية

للأنشطة المدرسية التي تتناول التربية الإعلامية. وفيما يتعلق بفحوى دليل التربية الإعلامية لدعم توعية النشء والشباب بالجزائر حول التعامل نحو وسائل الإعلام ومنها الشبكات الاجتماعية فإنه يشتمل على عدة مضامين منها فنون وقوالب الكتابة الصحفية والترشيد على مصادر الخبر والتوعية بالصورة الصحفية وفنونها وكذا التوجيه على استخدام وسائل الإعلام.

- يعد وجود مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر ضرورة بحسب الخبراء من الأكاديميون الإعلاميون والتربويون لكونها تتيح دعم البحث والمعرفة بأساسياتها هذا ويحتل المرتبة الأولى من حيث ترتيب الوسائل الرقمية الداعمة لوجود مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر إنشاء صفحة على فيسبوك باعتبار أن مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية تدعم مصممو الإستراتيجية الوطنية للتربية الإعلامية في إعداد محتواها وكذا تعزز من تكوين المواطنة الرقمية من خلال محور الأمية الرقمية بالإنفاذ الرقمي والمشاركة الإلكترونية في المجتمع، ويتخلل وجود التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر عوائق منها قلة اهتمام وسائل الإعلام بنشر مضامين التربية الإعلامية ولضعف التنسيق بين جهود الخبراء الإعلاميون والتربويون لوضع خطط تعنى بالتوعية بها في مقابل ذلك يمكن تخطيها من خلال تسخير الوسائل التكنولوجية بالأنشطة المدرسية لمحو الأمية الرقمية وإنشاء مواقع للتوعية بالفضاء الرقمي عن المضامين الإعلامية ومراقبة الأولياء للأبناء وتشجيع الحوار البناء أثناء التعرض واستخدام وسائل الإعلام.

3- نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة:

إنّ العلم تراكمي والبحث في ميدان علوم الإعلام والاتصال دليل ذلك، ففي بداية بحثنا لهذه الدراسة استعنا بمجموعة من الدراسات السابقة لإرشادنا من خلال النتائج التي توصلت إليها والتي على أساسها يتم توجيه دراستنا التي أسفرت على مجموعة من النتائج سنحاول عرضها مقارنة بنتائج الدراسات السابقة.

1.3-الدراسات العربية التي تناولت محور التربية الإعلامية:

✓ دراسة "إبراهيم خلف سليمان الخالدي"، "محمد أحمد حسن رابعة"، فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك:

- توصلت إلى أن مستوى فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك جاءت على نحو متوسط وهي نقطة نتفق فيها، إلا أننا في دراستنا تم تحديد الوسيلة وهي الفيسبوك.
- وجدت دراسة إبراهيم خلف سليمان الخالدي، "محمد أحمد حسن رابعة"، أن مجال طرق تحقيق التربية الإعلامية في المرتبة الأخيرة، أما دراستنا فترى أنه هناك داعي لوجود التربية الإعلامية بالنظامين التعليميين الرسمي وغير الرسمي عن طريق تخصيص حصة أسبوعية لها وفق استراتيجية وطنية أو بالتوجه لمؤسسات المجتمع المدني كمؤسسات الإعلام والجمعيات والنوادي أو عبر الفضاء الرقمي من خلال موقع الفيسبوك كونه يشهد إقبال من قبل النشء والشباب.
- توصل الباحثين إلى أن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($a = 0.05$) تعزى لأثر السنة الدراسية في جميع المجالات وفي الأداة ككل باستثناء مجال مبررات تفعيل التربية العملية وجاءت الفروق لصالح السنة الثالثة، هذه النتيجة تختلف في شقها الأول عما توصلنا إليه، بحيث أظهرت نتائجنا أن اعتماد المستوى التعليمي الجامعي أو الابتدائي يساعد أكثر على نشر وتطبيق التربية الإعلامية من خلال تواصل وتنسيق الطاقم الإداري والتربوي وكذا المختصين بالمجال، ونتفق مع الدراسة في أن الهدف هو تفعيل التربية الإعلامية.

✓ دراسة محمد عبد العاطي مسلم، عبد السلام محمد عزيز، تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في

ضوء المعايير الأكاديمية:

- توصلت الدراسة إلى ضرورة وجود التربية الإعلامية في الوعي بمضامين الإعلام وفي تعزيز قدرات طلاب الجامعات لفهم وتحليل ما تقدمه وسائل الاتصالات التكنولوجية الحديثة والوسائط المتعددة في هذا المجتمع المعلوماتي وهي بذلك تتشابه مع دراستنا التي خلصت أيضا إلى ضرورة وجود التربية الإعلامية وإدراجها بالمنظومة التربوية.
- خلصت الدراسة الثانية إلى أهمية دراسة مستوى وعي طلاب الجامعة بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية المناسبة مع استبيان آراء أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية والتربية النوعية والإعلام حتى يمكن تقديم برنامج متكامل لمقرر التربية الإعلامية، ويكون مناسباً لطلاب الإعلام التربوي بصفة خاصة ولطلاب الجامعات بصفة عامة وهذه أيضا نقطة مشتركة تشترك فيها مع دراستنا من خلال طرح الاسئلة المتضمنة باستبيان استمارة الخبراء التي تقيس مستوى وعي الطلبة من النشء والشباب لاستخداماته ووعيه بمضامين ووسائل الإعلام والتي خلصت إلى الحياد عن مستوى وعيهم وقلة خبرتهم حولها وضرورة تعزيز سبل تضمين مواد التربية الإعلامية بالنظام التعليمي الرسمي الجزائري لتحسين مستواهم.

✓ دراسة "أشجان حامد الشديفات"، "خلود أحمد الخصاونة"، واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها:

- توصلت الدراسة إلى أن التربية الإعلامية تزود الطالب بالاتجاهات السلوكية البناءة والنهوض بالمستوى التربوي والفكري والحضاري والوجداني للطلاب، كما تعمل على المحافظة على التراث الثقافي والحضاري ونشره وهذه النتيجة تتفق وما توصلنا إليه، بحيث وجدنا أن صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر موقع الفيسبوك توظف على نحو ايجابي في توصيل المعلومات عن مواد التربية الإعلامية وتعمل بشكل دائم ومستمر من أجل نشر كل ما هو جديد عن نشاطات ناديها "نادي التربية على وسائل الإعلام".
- إبراز دور المدرسة بوصفها الوسيلة الأساسية للتربية والتعليم في المجتمع والتأكيد على ضرورة دعمها ومساعدتها في أداء رسالتها عن التربية الإعلامية وعلى تكوين نموذج القدوة الحسنة لدى الطلاب في المدرسة وامتلاك الطلاب مهارات الخطابة والعرض الحوار وحسن تقدير الإنجازات والتحمل والصبر وتعزيز مفاهيم اجتماعية وصحية بالغة الأهمية لديهم وهو ذات النقطة التي توصلت إليها الدراسة الحالية بأن المدرسة ثاني مؤسسة تربية بعد الجامعة يصنفها الخبراء من الإعلاميون والتربويون بعد الجامعة من حيث المستويات التعليمية المؤهلة لتضمين التربية الإعلامية بها.

✓ دراسة "منال محمد أبو الحسن فؤاد"، التربية الإعلامية للوالدين:

- خلصت الدراسة إلى حاجة المجال العلمي إلى دراسات ميدانية لأساليب التربية الوالدية المتبعة في الأسر العربية والإسلامية واختلافها باختلاف الثقافات والمستوى الاقتصادي والاجتماعي والتعليمي وهو ما تلتقي فيه والدراسة الحالية التي خلصت إلى ضرورة تدريب الأسرة الجزائرية على أساليب الضبط المتبعة وترشيدها على سبل مراقبة أبنائها للتعامل مع وسائل الإعلام.
- وأظهرت الباحثة أن أهم المشكلات المعاصرة التي تواجه الوالدين متعلقة بطبيعة المستجدات والتطور التكنولوجي في المجال الإعلامي ومدى تطور استخدام الأبناء لوسائل الإعلام بما يحقق لهم التنمية في المجالات الحياتية المختلفة وهو ذات السياق الذي تجلت عليه نتائج الدراسة الحالية التي تعرف نقص ووعي فيما يتعلق بالتربية الإعلامية لغياب مكونين ومرشدين عليها سواء بالنظام التعليمي الرسمي أو غير الرسمي.

✓ دراسة "علي نواوي فلمبان"، التربية الإعلامية والتنمية الشاملة للمجتمع:

- أظهرت النتائج أن مفهوم التربية الإعلامية يحتاج إلى صياغة وتحديد من خلال الموازنة بين أهداف كل من التربية والإعلام وهو ما أشارت له الدراسة الحالية في مفهوم التربية الإعلامية

من وجهة نظر الخبراء الأكاديميون والإعلاميون والتربويون بأنه ضمن إطار تعليمي إعلامي وفق سياسة الدولة.

- توصلت الدراسة إلى أن العلاقة بين التربية والإعلام ضرورية ومهمة تحتاج إلى تكامل وتفاعل عملي تطبيقي وإيجاد صيغة عملية بينهما وهو ذات السياق الذي تهدف إلى التوعية به الدراسة الحالية التي توصلت إلى قلة وضعف اهتمام وسائل الإعلام الجزائرية بنشر برامج عن مواد التربية الإعلامية.

✓ دراسة "الحسين حامد محمد حسين"، التربية الإعلامية ونشر ثقافة حقوق الإنسان -دراسة تحليلية-:

- خلصت الدراسة إلى دعم الإهتمام بالتربية الإعلامية في التعليم عامة والثانوي خاصة، لتنمية الحس الإعلامي لدى الطلاب ومساعدتهم على الإدراك والانتقاء المفيد للمعلومات والاتجاهات والقيم في جميع مجالات الحياة وهو ما تتفق معه نتائج الدراسة الحالية التي تعمقت في الطرح على صعيدين صعيد تناول مواد التربية الإعلامية بالدراسة التحليلية عبر الفضاء الرقمي بالشبكات الاجتماعية من خلال الصفحة المنتقاة بالدراسة عبر موقع الفيسبوك "صفحة نادي التربية على وسائل الإعلام" والتي أكدت نتائج الدراسة الحالية جدواها في الترشيد على التربية الإعلامية، بالإضافة إلى السعي لإيجاد سبيل لتفعيلها مستقبلا من خلال دراسة استشرافية للتربية الإعلامية بالنظاميين التعليميين الرسمي وغير الرسمي وفق ما يتوافق وخصائص المجتمع الجزائري مستهدفة فئة النشء والشباب.
- توصل الباحث إلى ضرورة عقد دورات تدريبية في التربية الإعلامية لمديري المدارس والمعلمين لإرشادهم وتوجيههم نحو الممارسة الفعالة لأنماط الأنشطة الإعلامية داخل المدارس، وهي ذات النقطة التي تؤكدتها الدراسة الحالية في إطار النظام التعليمي الرسمي وبتنسيق العمل مع المختصين ومتابعة عملية تدريب الأساتذة من خلال خطوات الإستراتيجية المقترحة للتربية الإعلامية.

✓ دراسة "صالح عبد الله عبد كبير"، "أحمد صالح علوي" وآخرون، دور وسائل الإعلام في تعزيز اهتمام المجتمع بالتعليم:

- خلصت الدراسة بدرجة موافق بشدة إلى ضرورة توفير المواد التربوية لوسائل الإعلام من قبل اختصاصيين في المجال وكذا استطلاع آراء المجتمع حول مدى قيام المدارس بواجباتها وهو ما تتفق معه في الشق الأول الدراسة الحالية الخالص لضرورة وجود التربية الإعلامية ليس فقط بالنظام التعليمي الرسمي وحتى غير الرسمي في حين تختلف معها في الشق الثاني كونها ترى أن الأولياء هم في حد ذاتهم بحاجة إلى تكوين وارشاد كما الأساتذة فالتقييم بالاستطلاع

للأولياء عن دور المدارس دون خلفية معرفية لهم عن دور وكيفية التعامل نحو تأثيرات وسائل الإعلام يضعف من مصداقيته.

- وفيما يتعلق بما توصل له الباحثان بدرجة موافق لإشراك وسائل الإعلام في الفعاليات التربوية فالدراسة الحالية تعتبره ضرورة وحاجة يفرضها الواقع لاكتساح التكنولوجيات المتطورة والفضاء الرقمي حياة أفراد المجتمع الجزائري وبخاصة النشء والشباب.

✓ دراسة "فاضل محمد البدراني"، التربية الإعلامية والرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي:

- خلصت دراسة "البدراني" إلى أن التربية الإعلامية تعني التفكير النقدي والمشاركة النقدية وإنتاج الأفكار الجديدة والمعالجات وطرح النموذج الذي يتعلق بالمجتمع وبطبيعة حياة أفرادهم وتفكيرهم وهي مشاركة حضارية من دون شك وهو ذات السياق الذي توصلت إليه الدراسة الحالية فيما يتعلق بمفهوم التربية الإعلامية من وجهة الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون الجزائريون باعتبارها عملية تعليمية تربوية قائمة على تدريب النشء والشباب على التعامل الواعي نحو مضامين ووسائل الإعلام في إطار السياسة التعليمية الإعلامية للدولة.
- وتوصل الباحث إلى أنه أصبح من اللازم إدخال التربية الإعلامية والرقمية لتكون منهجاً ثابتاً للدراسة في المدارس والجامعات، كما هو الحال في التربية الإسلامية والفنية وتفعيل جهود البعض في ذلك لأنه سيسهم في تفعيل مسألة التواصل المعمق وإثراء الثقافة الإعلامية بين جميع الناس وهو نفس النقطة التي تدرجها الدراسة كنتيجة مهمة وضرورية لوجود التربية الإعلامية بالنظام التعليمي الرسمي وحتى غير الرسمي.
- كما خلصت الدراسة إلى أن التربية الإعلامية والرقمية تمثل الرافد الحقيقي لتغذية عقول الجماهير بالمعلومات والأفكار وتحقيق مبتغاها وتجسيد اتجاهاتها في ذات الوقت، كما ثبت أن للصورة فيها أثراً بالغاً في التراسل وإثارة رؤية التحليل العلمي وهو ما لمسه في نتائج الدراسة التحليلية القائمة على التأكيد على دور الصورة وفهم مكوناتها وخصائصها ودورها في مصداقية المضامين بالدراسة التحليلية.
- ويرى "الفضلاني" أن المجتمع يكاد أن يكون أمياً ليس في القراءة والكتابة بل في تحليل النص والصورة، كذلك أمياً في التعامل مع تقنيات الإعلام والاتصال (الرقمنة) لذا فالتربية الإعلامية والرقمية تمثل خطوة لتعليمهم وتخليصهم من هذه الأمية وهو الأمر ذاته الذي تدعمه وتعززه الدراسة الحالية بضرورة الإهتمام بمحو الأمية الرقمية والتدريب على المواطن الرقمي.

✓ فهد بن علي العميري، فاطمة بنت صنهات المقاطعي، المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي:

- أظهرت نتائج الدراسة السابقة في تحليل المحتوى عن انخفاض شديد في تضمين المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية وهو ما خلصت إليه الدراسة الحالية التي أكد فيها الخبراء بأن نقص التوعية حول التربية الإعلامية راجع لعدم إدراجها بالنظام التعليمي الرسمي الجزائري وهذا ما يبرر تدعيمها بالنظام التعليمي غير الرسمي الذي توصي به الدراسة الحالية لما له من دور فاعل يمكن أن تقوم به الجمعيات والنوادي التربوية وحتى الأسرة الجزائرية في دعمها لتداول التربية الإعلامية لحين إدراجها بالنظام التعليمي الرسمي، بالإضافة إلى محاولة اقتراح الدراسة الحالية إستراتيجية وطنية يمكن أن السير وفقها وكذا دليل عمل يساعد على ممارستها.
- وكشف الباحثان أن تقديرات المشاركين في الدراسة هي بدرجة مرتفعة من الأهمية في تضمين المفاهيم الإعلامية في تلك الكتب وهو ما تشيد به الدراسة الحالية التي تشير إلى ضرورة وجود مواد التربية الإعلامية وبحسب تقديرات الخبراء الأكاديميون من الإعلاميون والتربويون فإنه يتناسب وخصائص المجتمع الجزائري إدراجها كحصة أسبوعية تدرس بالجامعات أو بالطور الابتدائي.

✓ دراسة "سحر خليفة سالم"، كفايات منهج التربية الإعلامية الرقمية من وجهة نظر أساتذة الجامعات العراقيين - دراسة ميدانية:-

- توصلت دراسة "سحر خليفة سالم" إلى أنّ تحديد الكفايات المعرفية في منهج التربية الإعلامية الرقمية يتم بالتركيز على موضوعات قائمة على أساس المعرفة المتنامية والمهارات العقلية والفهم والإستيعاب، مما يعني أنّ مفردات التربية الإعلامية الرقمية تمنح للطلاب ذهنًا متفتحًا ووصولاً أفضل للكيفية التي تشكل بها وسائل الإعلام المختلفة إدراكهم في حين ترى الدراسة الحالية ووفقا لما توصلت إليه أنّ الكفاية المعرفية أو البعد المعرفي غير كافي بل يجب تعزيزه بأبعاد أخرى كالبعد الأخلاقي والجمالي والوجداني وليس هذا فقط بل يثمن بمهارات التربية الإعلامية كمهارة القراءة والتحليل والتفكير الناقد والمشاركة بإنتاج مضامين إعلامية وربطه بسياقات الرسالة الإعلامية.
- خلصت الباحثة إلى أنّ الكفايات الإعلامية يتم تحديدها عن طريق تعليم الطلبة كيفية عمل وسائل الإعلام الرقمية ومعرفة مهارات الإعلام الرقمي وإنتاج مواد ومضامين إعلامية، فضلا عن معرفة مفهوم التربية الإعلامية الرقمية.. فلا بد للطلاب من معرفة أخلاقيات مهنة الإعلام

التي تضبط إيقاع العمل الإعلامي وهي ذات النقطة التي خلصت إليها الدراسة الحالية التي تجد ضرورة في دعم المواطنة الرقمية وكذا تحدي محو الأمية الرقمية عبر الفضاء الرقمي من خلال إدراج التربية الإعلامية بالنظاميين التعليميين الرسمي وغير الرسمي والتدريب على معاييرها وأساسياتها.

✓ دراسة "صالح عابر صالح الشمري"، التربية الإعلامية وطرق تضمينها في الإطار العام للمناهج في المؤسسات التعليمية في دولة الكويت:

- خلصت الدراسة السابقة إلى أنّ المؤشر السلبي الملفت للنظر وهو نقطة البدء والتي تكمن في مفهوم التربية الإعلامية الذي غاب عن جميع المبحوثين الطلبة وبالتالي لم يكن هناك اطلاع على هذا المفهوم ولا مصدر المعرفة به وهي ما يتشابه مع ما توصلت إليه الدراسة الحالية التي عبر فيها الخبراء من الأكاديميون الإعلاميون والتربويون بالرفض وكذا بالحياد دون الموافقة على التعامل الواعي نحو وسائل الإعلام لدى النشء والشباب وفي إشارة لغياب مفهوم التربية الإعلامية لديهم ونفسها لقلة المعرفة بالنسبة للمبحوثين المنضوين بالصفحة المعنية بالدراسة.
- توصل الباحث "صالح عابر صالح الشمري" أنّ هناك دور ايجابي للأسرة من حيث المراقبة والتوجيه والإرشاد للأبناء والتدخل فيما يتم استخدامه لوسائل الإعلام المختلفة وهو ما تراه الدراسة الحالية ضرورة من حيث إشراكها كطرف فاعل لتسهيل عملية نشر وتداول التربية الإعلامية بين النشء والشباب في الوقت الذي يقل فيه واقعا لقلة التدريب والتكوين على المرافقة الوالدية وضوابطها فيما يتعلق بالتعامل نحو وسائل الإعلام، هذا وترى الدراسة الحالية أهمية لفت النظر على التوعية بأهداف التربية الإعلامية ومن بينها تجسيد المواطنة الرقمية ضمن مؤسسات المجتمع المدني عبر الفضاء الرقمي ومنه الشبكات الاجتماعية.
- أظهرت نتائج الدراسة السابقة توفر الإمكانيات التقنية في مجتمع الدراسة في مدارس الكويت هي نتيجة تختلف فيها نتيجة الدراسة الحالية التي أبرزت افتقار الوسائل الداعمة لتنفيذ استراتيجية تدعم وجود وتضمين التربية الإعلامية بالمدارس بالمجتمع الجزائري .

2.3 - الدراسات الجزائرية التي تناولت محور التربية الإعلامية:

✓ دراسة "الطاهر بن أحمد"، دور التربية الإعلامية عبر مواقع التشبيك الاجتماعي في تعزيز التنشئة الاجتماعية للشباب الجزائري:

- توصلت دراسة "الطاهر بن أحمد" إلى أنّ التربية الإعلامية تساهم في زيادة الوعي الإعلامي خاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما تؤكد عليه نتائج الدراسة الحالية وتعمق في

الطرح إلى مستوى تعزيزها لمحو الأمية الرقمية وكذا دعم التعامل بمبدأ المواطنة الرقمية من خلال إدراجها ليس فقط بالنظام التعليمي غير الرسمي كما بالدراسة السابقة وفي قسم من الدراسة الحالية بل من خلال وجودها أيضا بالنظام التعليمي الرسمي كونه يضمن استراتيجية وطنية شاملة ومتشابهة في كل ربوع الوطن من حيث المضمون والوسائل والمتابعة والتنفيذ.

- وخلص الباحث إلى أنّ أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية عبر موقعها وكذا عبر صفحتها الرسمية بالفيسبوك وكذا عبر اليوتيوب تقوم بتزويد الشباب بكل ما يحتاجونه من محاضرات وتعلم الشباب بأنهم يمكنهم الحصول عليها مجانا مع وضع آرائهم وأفكارهم حول مضامينها وهو ما توصلت له الدراسة الحالية التي أظهرت دور النوادي التربوية في نشر وتداول التربية الإعلامية على غرار "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر صفحته "لترشيد النشء والشباب على أساسيات الكتابة الصحفية وكذا مهارات التربية الإعلامية واستخدام مختلف وسائل الإعلام.

✓ دراسة "ليندة ضيف"، التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد - شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً:

- أظهرت الدراسة أن التربية الإعلامية تركز على الأخلاقيات التي يمكن أن يلتزم بها الفرد عند استخدامه للإعلام وهي أخلاق مستمدة من تعاليم ديننا ومن قيمه وهي النقطة التي تتشارك فيها مع الدراسة الحالية التي تدعم توظيف أبعاد التربية الإعلامية وكذا مراعاة سياقاتها التي تحيل على الجانب الأخلاقي والإنساني المسؤول في عمليات التواصل وكذا مراعاة البيئة المحلية من جانب ثقافي تقليدي اجتماعي وغيره أثناء التعرض للمضامين الإعلامية أو المساهمة بإنتاجها عبر الفضاء الرقمي ومنه الشبكات الاجتماعية.
- وخلصت الباحثة إلى أهمية الابتعاد عن التضليل وعن القذف خصوصا عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي التي يتمتع فيها الفرد بحرية كبيرة دون الخضوع لأي رقابة، فالفرد حر فيما ينشره ويتداوله من مضامين عبر هذه الشبكات وهذا الأمر يفرض عليه أن يكون واعيا حتى يؤثر ولا يتأثر سلبا بهذا الاستخدام وهو النقطة التي أشارت إليها الدراسة الحالية من حيث مراعاة جانب الخصوصية الرقمية وكذا الحق في النسيان الرقمي.

✓ دراسة "نصر الدين أمقران" و"ريم بوش"، مخاطر ومساوئ تكنولوجيا الإعلام الحديثة ودور التربية الإعلامية في مواجهتها:

- توصلت دراسة الباحثين إلى أنه ينبغي إيلاء اهتمام خاص لحملات التوعية والتحسيس في الأوساط الشبابية بين طلاب المدارس والجامعات وتشجيعهم على استعمال تقنيات الحماية من القرصنة وهي نقطة على قدر من الأهمية تتشارك فيها الدراسة الحالية في محاولة إثرائها من

خلال استبيان المقابلة الموجه للقائم بالاتصال والذي أثّرنا فيها نقطة سبل دعم التربية الإعلامية لتحدي محو الأمية الرقمية وكذا دعم المواطنة الرقمية التي من خلالها يتمكن المستخدم من معرفة اليات التعامل وحماية خصوصيته عبر وسائل الإعلام وخاصة منها عبر الفضاء الرقمي، كذلك من خلال ما توصلت له نتائج الدراسة المتعلقة باستبيان الخبراء الرامي لتعزيز حماية النشء والشباب التي أظهرت نقص وضعف في تعامله نحوها مايشير إلى قلة درايته بسبل حماية بياناته الشخصية وكيفية الوقاية من مخاطر ومساوئ الأنترنت ما جعل من الدراسة الحالية تصل لنتيجة ضرورة وجود التربية الإعلامية بالنظامين التعليميين الرسمي وغير الرسمي كل وفق طاقاته وإمكانياته المتاحة.

● أثارت دراسة "نصر الدين أمقران" و"ريم بوش" الحاجة إلى تعزيز المنظومة القانونية المنظمة للجرائم المتصلة بها، خاصة بعد تنامي ظاهرة التدخل في الحياة الخاصة على شبكة الفيسبوك وهي ذات النتيجة التي خلصت إليها الدراسة الحالية بالنقص في مجال التوعية حول قوانين الخصوصية واستخدام وسائل الإعلام إنطلاقاً من نتائج الدراسة التحليلية لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام" التي تخلو من التوعية والترشيد بالتطرق إلى القوانين والمراسيم التي تكفل سبل ممارسة أخلاقيات العمل الإعلامي وكذا كيفية حماية المستخدمين لبياناتهم من انتهاك للخصوصية الرقمية.

● خلصت الدراسة السابقة إلى دمج كفاءات التربية الإعلامية النقدية بمهارات التربية الرقمية وبكفاءات التفكير النقدي، حيث أثبتت أنها من أكثر الوسائل فعالية في عملية تدريس التربية الإعلامية، في هذه النتيجة الدراسة الحالية تتفق معها في أهمية وجود مهارات التربية والتي أشار إليها الباحثين بكفاءات مجتمعة ليكون الترشيح ذا فائدة ويقدم بعد من حيث التعامل نحو وسائل الإعلام ، وفيما يتعلق بالشق الثاني الذي ينظر الباحثين فيه لهته المهارات على أنها وسائل ذات فعالية في عملية تدريس التربية الإعلامية في الوقت الذي لا تعتبر فيه وسائل للتدريس فقط بقدر ما هي مهارات يحتاجها المستخدم لمضامين ووسائل الإعلام لتوظيفها في تمكينه من فهم وتحليل ونقد هته الأخيرة وليس في توظيفها في تدريس التربية الإعلامية بمعنى آخر يعد التفكير النقدي وكذا الإنتاج الإبداعي مكون قائم كغيره من المهارات المكونة للتربية الإعلامية وليس وسيلة لها وللتدريس عليها وإن كانت وسيلة فهي وسيلة للمستخدمين لوسائل الإعلام والفضاء الرقمي لاكتساب فكر مواطنة رقمية والمساعدة على محو الأمية الرقمية والتي تتجلى في التعامل الواعي نحو المضامين الإعلامية.

✓ دراسة "العيفة سمير"، رهانات التداخل بين التربية الإعلامية وعادات مشاهدة المواد الدرامية التلفزيونية وأثرها على الهوية الثقافية:

• توصلت دراسة "العيفة سمير" إلى أن الأسرة اللبنة الأولى للنسيج الاجتماعي والمدرسة المحطة الثانية للوجود القيمي والفكري للفرد وأن التربية الإعلامية تؤسس إنطلاقاً من هاتين المؤسستين الاجتماعيتين (المدرسة والأسرة) خاصة الآباء في هذه النتيجة الدراسة الحالية تتفق معها كونها في ذات السياق من حيث الهدف في التدريب وإيلاء أهمية بالتربية الإعلامية، لكن من حيث أولوية المؤسسات التربوية التي تدعم وجود التربية الإعلامية والتدريب عليها فإنها لا تتفق معها بحيث توصلت الدراسة الحالية إلى أن في إطار النظام التعليمي الرسمي تعد الجامعة أولى مؤسسة مؤهلة أكاديمياً للتدريب على التربية الإعلامية لتأتي بعدها المدرسة وبتأطير وبتدريب من قبل المختصين في مجال علوم الإعلام والاتصال وكذا علوم التربية وفق وجهة نظر الخبراء من الأكاديميون الإعلاميون والتربويون الجزائريون، وإن المؤسسات الاجتماعية الداعمة للتربية الإعلامية في إطار النظام التعليمي غير الرسمي هي الجمعيات والنوادي التربوية لتأتي بعدها الأسرة على اعتبار أن الأولياء هم أيضاً بحاجة للتشديد والتوعية على سبل التعامل نحو مضامين ووسائل الإعلام لتحسين كيفية التشديد لدى الأبناء وتجسيد المرافقة الوالدية على نحو سليم من خلال وضع ضوابط التعامل نحوها فبحسب الدراسة الحالية التي أسفرت عن قلة وعي ودراسة الأسرة الجزائرية بهته الضوابط وهو ما يجعل من الجمعيات والنوادي التربوية والتي وإن كانت هي الأخرى تعاني من عجز وضعف في التشديد على التربية الإعلامية بالمجتمع الجزائري بحسب نتائج الدراسة تعتبر من وجهة نظر الخبراء عينة الدراسة سبيل للتشديد من خلال تدريب المشرفين عليها بدليل عمل يساعد كل من الأولياء والأبناء على اكتساب مهارات التعامل نحو وسائل الإعلام.

✓ دراسة "أمال سي موسى"، ثنائية الشبكات الرقمية وإدارة المعرفة في مؤسسات التربية والتعليم دراسة حالة مديرية التربية لولاية المدية:

- توصلت "أمال سي موسى" إلى أن موظفو مديرية التربية لولاية المدية يرون أن تطبيق تكنولوجيا إدارة المعرفة يتم ويتجسد من خلال توفر المتطلبات التكنولوجية أي عن طريق توفير مختلف وسائل الاتصال الحديثة لنقل المعلومات وهو ما يتوافق والدراسة الحالية التي تؤكد على أهمية امتلاك الوسائل التكنولوجية كوسيلة للتمكن منها والمعرفة بكيفية استخدامها والتي تعد خطوة من مراحل التدريب على التربية الإعلامية لتحقيق الغاية وهي تخطي من جهة محو الأمية الرقمية وكذا تكييف مختلف العمليات التفاعلية الاتصالية وفق معايير المواطنة الرقمية عبر الفضاء الإلكتروني.
- وأظهرت الدراسة أن استخدام الشبكات الرقمية في المديرية فعال مما يجعلها تتحكم في سيرورة عملية اتخاذ القرارات وهو ما يدعم نتائج الدراسة الحالية التي خلصت إلى ضرورة وجوده

التربية الإعلامية وتضمينها بالنظامين التعليميين الرسمي وغير الرسمي كونها ستساعد على خدمة ودعم مختلف القطاعات عندما توظف على نحو واعي وبناء جراء الترشيد عليها كونها تصب في خدمة المواطنة الرقمية التي تقوم على جعل المعاملات الاتصالية التجارية وحتى الخدماتية أو تلك المبنية على العلاقات الاجتماعية المعمول بها في النظام التقليدي تكون ذاتها وعلى نحو بناء في ظل النظام الرقمي الجديد الذي توظفه المؤسسات المجتمعية لخدمة مواطنيها ولتكون هته الخطوة ذات نجاعة يكون دور المستخدم أو المواطن هنا أن يكون مدرك لتقنيات استخدام هذا الفضاء الرقمي من خلال اكتساب معايير المواطنة الرقمية التي تؤتي بالتدرب على التربية الإعلامية.

- خلصت الدراسة إلى أن الشبكات الرقمية المعتمدة في المديرية تساهم في بقدر كبير في زيادة دقة المعلومات وتوفرها في وقت سريع، كما تعطي شكلا أحسن للمعلومات مما يسهل التعامل معها والاستفادة منها وهي النقطة التي تتفق معها وتوصلت إليها الدراسة الحالية من خلال التأكيد على أهمية ودور وسائل التربية الإعلامية في تحدي محو الأمية الرقمية والتي أكد عليها المبحوثين المنضوون والمستخدمين لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام" وكذا القائم بالاتصال على الصفحة وحتى الخبراء من الأكاديميون والإعلاميون والتربويون.

3.3- الدراسات الغربية التي تناولت محور التربية الإعلامية:

✓ دراسة Alice Y. L. LEE, Media Education: Definitions, Approaches and Development around the globe, Vol.58, No.3, Dec 2010.

- توصلت الدراسة أنه في عصر الويب 2.0 الافتراضات والمناهج الدراسية ومهام التربية الإعلامية سوف تشهد العديد من التغييرات وهذه النقطة تعتبر نقطة مغايرة عما توصلت إليه الدراسة الحالية من زاوية كونها لم تتطرق لهذا المستوى من المعالجة بحكم الدراسة الحالية استشرافية بالمجتمع الجزائري.
- وخلصت الباحثة إلى أن التربية الإعلامية بدأت بالفعل بنموذج جديد مع عمر الويب 3.0 قاب قوسين أو أدنى، بما يستوجب على التربية الإعلامية مواجهة تحديات جديدة في الوقت الذي اهتمت فيه الدراسة الحالية بدراسة كيفية الإستفادة من جيل الويب 0.3 والوقوف على معيقاته من خلال دراسة كيفية ترشيد صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" للمستخدمين لها على التعامل الواعي نحو مضامين ووسائل التربية الإعلامية بملاحظة وتحليل محتواها وكذا التوجه للمستخدمين لها والقائم بالاتصال عليها من حيث دورها وأهدافها الأمر الذي خلص على سعيها في دعم تفعيل التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية.

- الاستجابة التعليمية لتقنيات وسائل الإعلام الجديدة ستصبح مصدر قلق كبير لبرامج محو الأمية الإعلامية في العديد من البلدان، كون البحث المستقبلي عن التربية الإعلامية سيتمحور حول استخدام واستهلاك وسائل الإعلام الجديدة من خلال تدريب المتعلمين على القراءة والكتابة من وسائل الإعلام وهي ذات النقطة التي توصل إليها الدراسة الحالية التي توصلت إلى ضعف وافتقار في الوسائل وكذا الترشيح عليها.
- بما أن كل منطقة لها خصائصها التعليمية الفريدة، يجب أن يتم وضع أبحاث التربية الإعلامية في سياقها.
- تقترح هذه الدراسة أن نضع التربية الإعلامية في سياقات تنظيمية واجتماعية وسياسية واقتصادية وتكنولوجية وإعلامية للتدقيق وهو ما يتوافق وما اقترحتة الباحثة من خلال ضبط استراتيجية وطنية قائمة على خصائص وقيم المجتمع الجزائري وسياقاته بحسب النظام التعليمي الذي تدرج فيه التربية الإعلامية سواء النظام التعليمي الرسمي أو غير الرسمي.

✓ دراسة José Gómez Galána Media Education as Theoretical and Practical Paradigm for Digital Literacy: An Interdisciplinary Analysis

- توصل الباحث إلى أنه في المجال التعليمي التربية الإعلامية تهتم بنموذج تعليمي ذو أهمية كاملة وعاجلة وبطبيعة الحال فإن التطوير المستمر لهذا النموذج المتكيف مع الخصائص الاجتماعية المتغيرة مع قاعدتها وأساسها، خلال القرن العشرين صالحة تماما في الوقت الحاضر وهو ما تراه الدراسة الحالية ضرورة من خلال التأكيد على الحاجة لتضمين التربية الإعلامية بالنظام التعليمي الرسمي الجزائري.
- خلصت الدراسة السابقة إلى ضرورة تكوين مهنيي التدريس بحثاً عن تعليم حقيقي لاحتياجات العالم المعاصر ودعامة أساسية لمحو الأمية لمواطني القرن الواحد والعشرين وهي نفس السياق الذي توصلت إليه الدراسة الحالية بالتأكيد على دور التربية الإعلامية في محو الأمية الرقمية وتكريس أسس المواطنة الرقمية.

✓ دراسة Alfonso Gutiérrez & Kathleen Tyner Media Education, Media Literacy and Digital Competence

- خلصت الدراسة السابقة إلى تقليل الاهتمام بالتربية الإعلامية في مقابل تطوير الكفاءات الرقمية وهو ما يخالف نتائج الدراسة الحالية التي تؤكد على أهمية تفعيلها ووجودها بالنظاميين التعليميين الرسميين وغير الرسميين بالجزائر وهذا راجع لكون الدراسة استشرافية تقف على واقعها ومعوقاتها وتعمل على إيجاد سبل تضمينها.
- وتوصلت الدراسة إلى الحد من الكفاءات الرقمية إلى أبعادها التقنية من خلال التركيز على الخبرة الضيقة اللازمة في التمكن من الأجهزة وكذا النظر على أن البرامج دورها محدود

وضعيف من حيث محتوى المناهج التي استخدمت منذ فترة طويلة لتحديد الاستخدامات الاجتماعية وفوائد محو الأمية، وهذه النتيجة هي نتيجة مغايرة عما تتناوله الدراسة الحالية كون البيئة التي تتناولها بالدراسة لم تدرج بعد التربية الإعلامية بمناهجها وبحسب النتائج المتوصل إليها فالخبراء يقترحون ضرورة إدراجها ضمن حصة أسبوعية كمادة تدرس بالنظام التعليمي الرسمي.

✓ دراسة Armanda Pinto da Mota /Matos, Maria Isabel Festas, Ana Maria Seixas،

:Digital media and the challenges for media education

- توصلت الدراسة السابقة إلى أن هناك مفاهيم أربعة أساسية تمثل محور توجيه العمل في مجال التربية الإعلامية وهي الوعي، اللغة، الإنتاج والجمهور وهي نقطة توسعت فيها الدراسة الحالية بعمق وتفصيل من حيث تحديد مهارات للتربية الإعلامية وكذا سياقاتها ومضامينها ووسائلها لبناء نموذج متكامل يدعم تجسيدها على أرض الواقع.
- خلصت الدراسة إلى أن تنمية مهارات التحليل والتفكير النقدي لفهم الرسائل وتأثير وسائل الإعلام من أولويات التربية الإعلامية وهي ذات النقطة التي تؤكد عليها الدراسة الحالية.
- وأظهر الباحثين أن الوسائط الرقمية تمكن المستخدمين من أن يكونوا أكثر نشاطاً وتشاركية في عملياتهم التواصلية كما أن زيادة فرص المشاركة تجلب معهم مسؤوليات متزايدة كمشاركين في ثقافة وسائل الإعلام، وهو سياق يتوافق وما تسعى له الدارسو الحالية من خلال التدريب على استخدام وسائل الإعلام والتي ظهرت بنتائج الدراسة الحالية وكذا الميداني للمضي في ممارسة مواطنة رقمية واعية بكيفية التعامل مع وسائل الإعلام رغم أنها تواجه ضعف وعراقيل في الواقع لتجاوز محو الأمية الرقمية بكلا النظامين التعليميين الرسمي وغير الرسمي.
- وتوصلت الدراسة إلى حاجة اختصاصيو التربية والتعليم إلى إعادة التفكير في استراتيجيات الوسائط التقليدية وتكييفها مع مستخدمي الوسائط الرقمية المحمولة كالهاتف المحمول بتطبيقات شبكة الأنترنت بحيث تزايد استخدام الأجهزة المحمولة للوصول إلى الأنترنت وفي جيوب الشباب العديد من إمكانيات الاتصال. وهي نقطة تتفق معها الدراسة الحالية لكنها ليس بذات القدر من العمق من حيث مراجعة ما تم وضعه من استراتيجيات كون الدراسة الحالية استشرافية ولكن من حيث هدفها للسعي لضبط إستراتيجية تفعل التربية الإعلامية لتحقيق غايتها.

✓ دراسة "Alberto Parola, Maria Ranieri"، **The Practice of Media Education:**

:International Research on Six European Countries

- خلصت دراسة الباحثين إلى ضرورة التعاون الفعلي والجاد بين المعلمين والباحثين لدعم هذا النوع من البرامج التي تؤدي إلى ممارسة فعالة لنموذج التربية الإعلامية وهي نقطة مشابهة

وعلى قدر من الأهمية بالنسبة للدراسة الحالية لمحاولة وضع أسس تسطير إستراتيجية ودليل عمل للتربية الإعلامية وفق خصائص المجتمع الجزائري وبما يتوافق وإمكانات وقدرات النظام التعليمي الرسمي أو غير الرسمي لدعم نشرها وتداولها بين النشء والشباب.

- هذا وتوصلت الدراسة إلى أهمية تطوير الأدوات المناسبة التي يمكن للمعلمين استخدامها بسهولة أثناء الأنشطة الخاصة لتحسين مستويات المضامين. هذا وأظهرت بعض الاتجاهات الكمية التحليلية في بداية الدراسة مجموعة من الكفاءات التي تم تحديدها في معظم الأحيان. بين نموذجية أهداف ممارسات التربية الإعلامية وأكثرها ترتبط وبصيغة متكررة بمهارات القراءة والكتابة لوسائل الإعلام في حين أن المهارات المتعلقة باستهلاك وسائل الإعلام هي أقلها تكرارًا بصرف النظر عن النوع المحدد للسياقات الوطنية وهي نقاط لا تتقاطع والدراسة الحالية باعتبار افتقار المؤسسات التربوية لتضمين التربية الإعلامية ومنه لمتابعة سيرورة العمل عليها.

✓ دراسة László Hartai József Andóczy, Zsuzsanna Horváth, György Jakab, Imre Szijártó, NATIONAL EXPERTS, CONTRIBUTORS: Christine Wijnen, Suzanne Krucsay, Marketa Zezulova, Jan Jirak, Kadri Ugur, Pirjo Sinko, Evelyn Bevert, Reinhad Middel, Irene Andriopoulou, Silvia Mendes, Alberto Parola, Albert Bitonti, Alicia McGivern, Brian O’Nail, Inese Priedite, Georges Fautsch, Regina Jasklevičiene, Christine Gauci, Mary Berkhout, Florine Wiebenga, Piotr Drzewiecki, Dorota Górecka, Sara Pereira, Nicoleta Fotiade, Andrej Skolkay, Zala Volcic, José Manuel Pérez Tornero, Barbro Oxstrand, Andrew Burn, Scott **REPORT ON FORMAL MEDIA EDUCATION IN EUROPE** ، Donaldson **:(WP3)**

- توصلت دراسة الباحثين إلى أنه في هولندا تتمتع المدارس بقدر كبير من الحرية لتخصيص مناهجهم الدراسية بمواد التربية الإعلامية ولكن يحتوي المنهج بها على التلميحات الضمنية التي قد تكون مرتبطة بمحو الأمية الرقمية. وهي نقطة تفتقر إلى الوصول إليها الدراسة الحالية وهذا راجع لاعتبارات ضعف وقلة المختصين وكذا المتدربين على التربية الإعلامية لوضع دليل ومنهج خاص بها بالإضافة لعدم تضمينها في حين خلصت النتائج على دليل وكذا استراتيجية للسير
- وأظهرت الدراسة أنه لا توجد إرشادات رسمية محددة فيما يتعلق بالمحتوى أو الإطار الزمني أو حالة الموضوع، على الرغم من وجود الكثير من المنظمات التي تساعد المدارس للتدريس حول وسائل الإعلام. وهي نقطة ضعف مشابهة للدراسة الحالية من حيث الافتقار لوجود مختصين يساعدون النشء والشباب على التعامل الواعي نحو وسائل الإعلام وفق سياسة واضحة المعالم.

- الاهتمام بالعوامل التي تحدد ممارسات الفصول في وثائق أخرى للتربية الإعلامية، مثلاً: في متطلبات الامتحان أو المناهج المحلية. ببعض الدول يجب فحصها على أساس هذه الوثائق. وهذا ليس واضحاً طريقة كما هو الحال في هولندا وهي المرحلة لم تصل لمستواها الدراسة الحالية بحكم اعتبار الجزائر التربية الإعلامية فيه كمادة تدرس لم يدرج بعد ومن خلال الدراسة الحالية نحاول تضمينها بالبرنامج الدراسي كحصة أسبوعية بما يتناسب والطور التعليمي الابتدائي وكذا الجامعي المقترح من الخبراء عينة الدراسة.
- وأظهرت الدراسة السابقة أنه لا يوجد تحليل نهائي دقيق ولا قياسات رسمية في محو الأمية الرقمية وهذ نتيجة تختلف عن ما تبحث فيه وتوصلت له الدراسة الحالية كون البيئة الجزائرية لم تعرف بعد تطبيق استراتيجيات ومناهج متعلقة بالتربية الإعلامية وسبل تخطي محو الأمية الرقمية.

✓ **Education in the Swedish Media** ،Rosemarie Manalili and Johann Rehnberg
Compulsory School - a comparison of the Swedish school curriculum
:countries documents with the leading

- خلصت دراسة الباحثين إلى الحياد وعدم اليقين حول ما إذا كانت التربية الإعلامية يجب اعتبارها مادة مستقلة وموضوعاً دراسياً منفصلاً أو مدمجاً في الموضوعات الموجودة وهي ذات النتيجة التي توصلت إليها الدراسة الحالية من حيث التقارب بين اعتبارها كمادة دراسة مستقلة أو تخصيص حصة أسبوعية لها ضمن المقرر الدراسي ضمن المواد الأساسية الأخرى مع ميل الخبراء من عينة الدراسة إلى هته الأخيرة.
- أظهرت الدراسة السابقة أنه في أغلب الأحيان التربية الإعلامية توظف في الغالب بالمنهج التعليمي للمواد الأساسية أو الدراسات الاجتماعية (أو ما يعادلها) وهي نقطة تتشارك معها الدراسة الحالية من حيث الاستفادة منها مستقبلاً عند إدراج إستراتيجية التربية الإعلامية بحسب المستوى التعليمي سواء مدارس أو جامعات التي تكون تتناسب ومناهجها وفقاً لها.

✓ دراسة David Buckingham's and Kate Domaille's **and How Where Are We Going**
:Can We Get There?

- خلصت الدراسة إلى أنّ التربية الإعلامية تميل إلى الظهور في المناهج المختلفة في دول مختلفة وهو ما لاحظته الباحثة عند القيام بتجميع المادة النظرية أيضاً لهته الدراسة في مبحث دليل واستراتيجيات التربية الإعلامية وهو ما يحيل على قلة وضعف وجود منهج عام شامل لكل الدول يمكن الرجوع إليه.
- وكشفت كذلك أنّ هناك حدوداً في نسبة الاعتماد على المصادر المنشورة والوثائق الرسمية وأوراق السياسة وما إلى ذلك كونها توفر توصيات لممارسة الفصول الدراسية أو تمثيلات لها ؛ لكنها ليست بالضرورة تتوافق مع ما يحدث "على الأرض وهي نتيجة أخرى على نفس سياق

الدراسة الحالية عند محاولة الباحثة تقديم قراءة على إستراتيجية التربية الإعلامية بدولة فرنسا وكذا دليل عمل التربية الإعلامية بلبنان إذ وجدت حدود عديدة ونقص في مجال التطبيق خاصة على الأساتذة وكذا المتابعة من قبل الطلبة من النشء والشباب بما في ذلك لو تناولنا بالتحليل طريقة التطبيق لهته الأخيرة التي تحمل أفكارا في حد ذاتها تعد توجهها مسبقا لسياسة تحديد عن الموضوعية وتحاول التطبيق من خلال بناء فكر امبريالي علماني يخدم أطراف معينة وإبرازه على نحو هادف.

- هناك ندرة غير عادية من البحوث المنهجية والموثوق بها في هذا المجال. وعلى هذا النحو فإن الردود والمواد التي جمعناها هي جزئية وانطباعية. وهو ذات الإشكال والنقص الذي واجهته الباحثة في تجميع المادة النظرية لهته الدراسة والتي لاحظت فيها أيضا خاصة أثناء ترجمة المفاهيم المتعلقة بالتربية الإعلامية أنها تحمل نفس الفكرة والقيم لكن بمسميات عديدة على غرار التربية المعلوماتية، التربية على وسائل الإعلام، محو الأمية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية.

✓ دراسة "Anastasia Levitskaya", "Alexander Fedorov" **Mass media education in Commonwealth of Independent States (CIS)**

- آفاق تطبيق تجربة بلدان رابطة الدول المستقلة في وسائل الإعلام والتعليم قد ينظر في إدخال دورات تدريبية إلزامية للتربية الإعلامية إلى الجامعات والمدارس (ونتيجة لذلك - هناك مقدمة واسعة من التربية الإعلامية في المدارس)، كما تصبح التربية الإعلامية المتكاملة الفعالة القائمة على التحليل وتنمية التفكير والنهج الثقافية والاجتماعية-الثقافية في التدريب على مضامين ووسائل الإعلام.

4.3- الدراسات العربية التي تناولت محور الشبكات الاجتماعية:

✓ دراسة "حسني عوض"، **أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب تجربة مجلس شبابي عرار أنموذجا:**

- توصلت دراسة "حسني عوض" إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد المجموعة التجريبية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في مستوى المسؤولية الاجتماعية قبل تطبيق البرنامج وبعده لصالح بعد تطبيق البرنامج التدريبي وهي نتيجة ايجابية تتفق مع ما توصلت له الدراسة الحالية حول أهمية تنمية المواطنة الرقمية وكذا دعم محو الأمية الرقمية من خلال تفعيل التربية الإعلامية بالتدريب على التعامل مع مضامين ووسائل الإعلام.

✓ دراسة "زهير عابد"، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي-دراسة وصفية تحليلية:-**

- خلصت دراسة "زهير عابد" أنه من دواعي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الأساسية بناء علاقات اجتماعية والتواصل مع الأشخاص لكن الدراسة الحالية فمستخدمي الصفحة هدفهم لدواعي معرفية بهدف اكتساب مهارات التعامل نحو المضامين والتواصل مع الآخرين.
- أظهرت نتائج الدراسة أنّ لشبكات التواصل الاجتماعي دور في تعبئة التغيير الاجتماعي والسياسي في فلسطين وهي زاوية معالجة لم تتطرق لها الدراسة الحالية من هذا المنطلق بل خلصت لوجود دور داعم للشبكات الاجتماعية في تعزيز تكوين فهم ودراية بسبل التعامل نحو المضامين ومن ثم التعاطي معها من خلال وجود صفحات التربية الإعلامية عبرها حتى يتسنى تكوين مواقف سياسية بناءة والمشاركة بها.

✓ دراسة "عصام محمد عبيد"، دور الشبكات الاجتماعية في دعم المقررات الجامعية: من وجهة نظر طلاب وطالبات كلية علوم الحاسب والمعلومات بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية:

- رتب المشاركون المواقع التي يزورونها حسب الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية بالنسبة لهم وكانت مواقع الشبكة الاجتماعية مثل الفيسبوك في المرتبة الأولى، المواقع التعليمية في المركز الثاني، محركات البحث في المركز الثالث أما المواقع الترفيهية في الرابع وأخيراً المواقع الإخبارية.
- ضعف المحتوى العربي للشبكات الاجتماعية على الانترنت، مقارنة بمواقع الشبكات الاجتماعية باللغات الأجنبية الأخرى على مستوى الأقسام والكليات والجامعات.
- خلصت الدراسة السابقة إلى أن الطلاب يحظون بقدر كبير من التواصل مع الشبكات الاجتماعية ولكنها لا تتعدى على كونها ذات علاقات اجتماعية ولا تتعدى مرحلة ارتباطها بالمقررات الجامعية والتواصل الأكاديمي على المستوى العملي وهي نتيجة توحى بالجانب التواصل الأكاديمي فقط، في حين الدراسة الحالية توصلت إلى أنه للشبكات الاجتماعية دور في إطار النظام التعليمي غير الرسمي من خلال توظيف هته الأخيرة لدعم اكتساب معارف ومهارات ليس في الجانب البيداغوجي وإنما في تنمية وبناء شخصيتهم في التعامل مع جل المضامين العلمية والاجتماعية بمتابعة الترشيد الذي تسعى للقيام به الصفحة المعنية بالدراسة عن التربية الإعلامية.
- أظهرت الدراسة السابقة عدم ميل الطلاب والطالبات إلى تقبل أسلوب المشاركة الفعلية في الشبكات الاجتماعية في دعم المقررات الجامعية وكذا عدم إقبال الأساتذة على ربط مواقعهم الشخصية أو مواقع أقسامهم الدراسية على الويب بالشبكات الاجتماعية هذا الأمر الذي يوحي بقلة ثقة وضعف التفاعل عبر الفضاء الرقمي في الوقت الذي يمكن الاستفادة

منه على عدة مستويات هذه الاستفادة تؤكد عليها نتائج الدراسة الحالية التي توصلت إلى أهمية إدراج التربية الإعلامية بالمؤسسة الجامعية كونها تدعم فهمهم لكيفية توظيف هذه الوسائط والاستفادة منها.

✓ دراسة "محمد عبد الرحمان خليل السعدني"، "هشام بركات بشر حسين"، فاعلية استخدام الشبكات الاجتماعية في تحقيق التنمية المهنية المستدامة:

- توصلت الدراسة السابقة لوجود فاعلية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي كأحد تطبيقات الويب 2.0؛ في تنمية الأداءات التدريسية للمعلمين مجموعة الدراسة مما يشير لفاعليتها في تحقيق التنمية المهنية للمعلم، وهي نتيجة على نفس الدور والأهمية في من حيث أهمية توظيفها لتنمية مهارات الأستاذ بالتدرب والإرشاد على التربية الإعلامية على غرار متابعة واستخدام صفحات التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية.
- خلصت دراسة الباحثين إلى وجود فروق دالة إحصائية بين درجات التطبيق القبلي والبعدي في اختبار الأداءات التدريسية لدى معلمي الرياضيات بالمدارس الابتدائية عينة الدراسة لصالح التطبيق البعدي مما يشير لفاعلية البرنامج وهي نتيجة تتوافق ومنحى أهداف وتساؤلات الدراسة الحالية التي لم تستقر على برنامج لاختبار تجريب برنامج التربية الإعلامية وإنما أفضت نتائج الدراسة التحليلية والميدانية لفحوى شبكات الاجتماعية على غرار صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في دعم سب التعامل نحو وسائل الإعلام لدى النشء والشباب ومنهم استفادة الأساتذة من مضامينها.

5.3- الدراسات الجزائرية التي تناولت محور الشبكات الاجتماعية:

✓ "بضياف سهيلة"، الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر-دراسة

في تمثلات واستخدامات الشباب لشبكة الفيسبوك:-

- توصلت الدراسة إلى أنّ تمثلات الشباب لشبكة الفيسبوك تظهر بأنها تنحصر بالأساس في المجال اللهوي والاتصالي أي أن الشباب يرى في الفيسبوك وسيلة للترفيه والتواصل الاجتماعي بعيدا عن مجال السياسة. وهو ما يعتبر امتداد لنتائج الدراسة الحالية التي خلصت إلى أن هناك عدة دوافع لاستخدام الصفحة المعنية بالدراسة والتي كان من ضمنها التسلية والترفيه ولكن بنسب ضعيفة مقارنة بأعلى نسبة للدافع المعرفي نحو مواد التربية الإعلامية.
- خلصت الباحثة "بضياف سهيلة" إلى ظهور ثلاث خطابات تعبر عن مكانة الفيسبوك مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية كمصدر للمعلومات حول القضايا السياسية وهي الفيسبوك كمصدر رئيسي للمعلومات، كمنافس لوسائل الإعلام التقليدية والفيسبوك كمصدر مكمل وهو ما يتفق

ونتيجة الدراسة التي توصلت لدوره الداعم في توظيف تقنياته كوسيلة إعلامية في حال التمكن منها وهذا بالترشيد على مهارات التربية الإعلامية التي تخول اكتساب فنيات ربط الرسالة بسياقاتها الاجتماعية والسياسية والمعرفية وغيرها.

- ظهرت ثلاث ملامح لخطابات الشباب حول الفيسبوك كفضاء عام لنقاش القضايا السياسية، فهناك من يؤيد بتحفظ أن يكون فضاء ناجعا لذلك وهناك من يرفض بأن يكون كفضاء عام لنقاش القضايا السياسية وخطاب آخر وبنسبة قليلة يؤيد ذلك بشكل مطلق وفي نفس الوقت قيم الشباب الجزائري النقاشات السياسية عبر شبكة الفيسبوك بالسلبية في الجزائر وهي نتيجة مخالفة للدراسة الحالية التي توصلت بحسب خبراء عينة الدراسة إلى عدم قدرة النشء والشباب على اتخاذ مواقف تجاه قضايا سياسية والحياد بشأن سبل التعامل نحو المضامين والتميز بينها.

✓ دراسة "ليندة ضيف"، شبكات التواصل الاجتماعي وخدمة علوم القرآن الكريم، قراءة تحليلية لعينة من صفحات الفيسبوك:

- خلصت الدراسة إلى اعتبار الفيسبوك مصدر أساسي للحصول على المعلومات والمعارف المرتبطة بتعلم أحكام تلاوة القرآن الكريم وهذه نتيجة تتوافق مع نتائج الدراسة الحالية من خلال النظر لها بزاوية التقنية بحيث للفيسبوك دور في دعم نشر التربية الإعلامية.
- توصلت الباحثة إلى أن التمتع لحجم التفاعل مع ما تم نشره من دروس أحكام تلاوة القرآن الكريم عبر صفحات الفيسبوك التي تم تحليلها يلاحظ محدودية التفاعل بين المشتركين على الرغم من أهميته في إيصال الفهم للمستخدم والإجابة عن استفساراته وهي ذات النتيجة المتحصل عليها بالدراسة الحالية التي أظهرت قلة تفاعل وتواصل من قبل المستخدمين لها على الصفحة المعنية بالدراسة حول التربية الإعلامية.

✓ دراسة "خيري محمدي"، شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الشباب

الجزائري-دراسة وصفية تحليلية لعينة من صفحات مستخدمي موقع الفيسبوك:

- يختلف شكل المضامين عبر صفحات الفيسبوك فنجد فئة الشباب تهتم باستخدام الصور في عملية التعبير والتواصل يليها استخدام التعليقات وهي نتيجة توحى بدراية الشباب في كيفية استخدام تقنيا الموقع لتلبية حاجاتهم وهو ما يدعم ما توصلت له الدراسة الحالية من خلال التأكيد على دوره عبر صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" في تعزيز الترشيد على التواصل مع المستخدمين نحو التربية الإعلامية من خلال المنشورات المتنوعة.
- تهتم فئة الشباب الجزائري من خلال ما تنشره على حساباتها الشخصية على الفيسبوك بمواضيع التسلية والترفيه وهي نتيجة تشير إلى دور الموقع في تلبية حاجات المستخدمين

نحو التسلية بينما بالدراسة الحالية ومن خلال الصفحة المعنية بالدراسة فدافع المستخدمين هو دافع معرفي ومع ذلك نخلص لدور الموقع في إشباع الحاجات وإن اختلفت بين المستخدمين.

- تساهم شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك في نشر بعض القيم والصفات الإيجابية كالدعوى إلى احترام الغير والالتزام بتعاليم الدين الإسلامي والمحافظة على الإرث الثقافي وهذا يتجاوز النظرة السلبية للفيسبوك وهو دور معزز لنشر القيم الاجتماعية وهي ذات النقطة التي تشترك معها الدراسة الحالية على غرار القيم التربوية الوطنية والتشاركية ما يشير إلى أهمية استخدام الموقع في دعم قيم التربية الإعلامية والتي بدورها تهئ لتكوين المواطن الرقمي.

✓ دراسة "مفيدة بوسيلة"، "نبيل طهوري"، الشبكات الاجتماعية وأثرها على العلاقات الاجتماعية لدى الطلبة-الفيسبوك والتويتر نموذجاً:-

- بينت نتائج الدراسة أن موقعي الفيسبوك وتويتر فرصة مناسبة للتعبير عن الآراء والتوجهات الفكرية التي لا يمكن التعبير عنها بصراحة في المجتمع وهي نتيجة تعكس بعد إيجابي يتوافق وما توصلت له نتائج الدراسة الميدانية التي أثبتت دور الصفحة المعنية بالدراسة عبر الفيسبوك في توظيف تقنيات الفيسبوك في دعم التواصل وإبداء الرأي ع اكتساب كيفية القيام بها من خلال منشورات الصفحة أيضاً.
- لا يوظف موقعي الفيسبوك وتويتر للتواصل مع القطاعات الخدمية. وهي نقطة نقص تؤكدتها الدراسة الحالية وواقع الممارسة الفعلي الذي يتطلب الحاجة لوجود مواد التربية الإعلامية التي تدرب على اكتساب مهارات التعامل مع المضامين الإعلامية وتوظيفها على نحو يخدم المستخدم ومنهم النشء والشباب في جل القطاعات المجتمعية.
- أظهرت نتائج الدراسة أن استخدام موقعي الفيسبوك والتويتر كان له أثر سلبي من ناحية شكوى وتذمر الأسر الجزائرية من الاستخدام المفرط من قبل الأبناء وهي نقطة سلبية أخرى توصلت لها الدراسة الميدانية الحالية من حيث قلة وعي الأسر بأساليب الضبط وضعف إدراك وتكن البناء من الاستخدام الرشيد لها.

✓ دراسة " وداد سميشي"، منتديات الحوار الإلكترونية الجزائرية، دراسة تحليلية ميدانية- منتديات الجلفة أنموذجاً:-

- خلصت دراسة 'وداد سميشي' إلى أن الجمهور يستخدم منتديات الحوار الإلكترونية الجزائرية بصفة غير دائمة ويخضع استخدامه لهذه المواقع لأنماط متعددة وهي نتيجة مشابهة لما توصلت إليه الدراسة الحالية حيث يتابع مستخدمو الصفحة منشوراتها أحياناً بصفة غالبية وتتنوع وتتعدد أنماط ودوافع استخدامهم لها إلا أن هذه الأخيرة مرتبطة فقط بالتربية الإعلامية على عكس الدراسة السابقة التي مجالاتها متنوعة.

- أظهرت النتائج اعتماد القائم بالاتصال في منتديات الجلفة على أساليب محددة لتسيير الموقع خاصة منها محاولة خلق التفاعل بين الإدارة والأعضاء وبين الأعضاء فيما بينهم، عبر البريد الإلكتروني والرسائل الخاصة في حين توصلت الدراسة الحالية إلى أن مسير الصفحة تهتم بنشر المعلومات وتنويعها حول التربية الإعلامية مع محاولة السعي إلى استمرارية نشرها على نحو متسلسل من حيث المحتوى المنشور لسابقه حول مواد التربية الإعلامية.

6.3- الدراسات الغربية المتعلقة بمحور الشبكات الإجتماعية:

✓ دراسة " Nisrine Zammar "، **Réseaux Sociaux numériques: essai de catégorisation et cartographie des controverses**

- توصلت الدراسة السابقة إلى أنّ المستخدمين يستنبطون من بعضهم حرية التعبير لوجود مساحة مشتركة بينهم للتعبير فيها عن أنفسهم وإفساح المجال أمام مخاوفهم، أفكارهم، انتقاداتهم ودعمهم لبعضهم... إلخ؛ دفع هذا إلى اختبار محتوى جديد مغاير عن المجال الاجتماعي المعمول به عادة وهو يتوافق وسياق وهدف الدراسة الرامي من خلال ما توصلت إليه إلى التدريب على مهارات التربية الإعلامية.
- خلصت الباحثة إلى اتخاذ رسامو الخرائط خطوة اندفاعية بتقديم البلدان الرئيسية فقط في استخداماتها الاجتماعية للشبكات الاجتماعية الرقمية هذه النتيجة تفسر ما توصلت له الدراسة الحالية فيما يتعلق بصعوبات وقلة انتشار مواد التربية الإعلامية بالمجتمع الجزائري ومنه عبر الشبكات الاجتماعية التي تحد من إمكانية التمكن من الوسائط التكنولوجية المتطورة والتعاطي مع مضامينها.
- أظهرت الدراسة تحديد خمس فئات من المستخدمين للموقع الذين ينشرون الصور والذين ينشرون مقاطع الفيديو والذين لديهم ملف شخصي عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمدونين والمدونين الصغار وهي خصائص موقع الفيسبوك وبحسب ما أكدته نتائج الدراسة التحليلية فهي تدعم تطوير مهارات التدريب على الوسائل الرقمية لتحسين عمليات التواصل وفهم المضامين.

✓ دراسة Jean MOSCAROLA ،Inès BOUZID ،Younès BOUGHZALA ، **Le rôle des révolutions arabes réseaux sociaux et des TIC dans les**

- توصلت الدراسة إلى أن الأفراد لعبوا دوراً حاسماً في استخدام تقنيات الشبكات الاجتماعية وهي نتيجة تتشارك مع نتائج الدراسة الحالية من حيث اهتمامها بدور المستخدمين من الشباب في ادراك وفهم مضامين وسائل الإعلام وتوظيفها بحسب الوسيلة التي تتناسب معها خاصة أن النتائج أثبتت ضعف تمكن الشباب من تكييف المحتوى مع الوسيلة والوعي بخصائصه خاصة بالفضاء الرقمي.

- أظهرت نتائج الدراسة السابقة أنَّ الشبكات الاجتماعية لعبت دورًا أساسيًا في هذه الانتفاضات كوسيلة لتعبئة الشباب بشكل خاص وهي نتيجة تتوافق وما تؤكد عليه التربية الإعلامية من أهمية المعرفة بالوسائل والتدريب عليها لتوظيفها على نحو يساهم في التنمية والمواطنة الرقمية للشباب.

✓ دراسة Erika E. Smith، Social media in undergraduate

:learning:categories and characteristics

- أظهرت نتائج المقابلات شبه المنظمة والمسح بالعينة العلاقة المهمة بين الطرق الخاصة في التعلم لطلبة جامعة "البارتا" التي تم تحديدها وتقنيات وسائل الإعلام الاجتماعية المحددة التي يستخدمونها في التعلم بجامعتهم وهي نتيجة مغايرة لما تهدف له نتائج الدراسة الحالية القائمة على العلاقة بين فهم مضامين وسائل الإعلام والقدرة على نقدها وتحليلها والتي أفضت لضعف وقلة خبرة الشباب الجامعي في التعامل نحوها.
- وخلصت الدراسة إلى أنَّ غالبية الطلاب إلى أنهم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بمفردهم في التعلم وتطوير معارفهم ومهاراتهم فيما يتعلق بالمجال الرقمي وهي نتيجة لا تتفق مع نتائج الدراسة الحالية التي تؤكد على أهمية التدريب على كيفية توظيف واستخدام هذه الوسائل وأن هذه الوسائل لا ترتبط بالإعلام التربوي فقط بل تتعدى ذلك من خلال النظر لها على أنها تحمل أهداف وأجندة خاصة بها ومن المهم نقد وتحليل مضامينها قبل استخدامها وربطها بسياقات حدوثها.
- أظهرت نتائج الدراسة السابقة أن مهارات القراءة والكتابة تعزز قدراتهم على دمج الجوانب المفيدة لوسائل التواصل الاجتماعي التي يمكن أن تساعد في تعلمهم مع التخفيف من العيوب التي يمكن أن تعيق ذلك وهي نتيجة تتفق ونتائج الدراسة الحالية الداعمة للترشيد على مهارات التربية الإعلامية للتعامل الواعي نحو مختلف المضامين والقدرة على إنتاجها ومشاركتها عبر الوسائط الرقمية.

خاتمة

خاتمة:

تمدنا هذه الدراسة للإحاطة العلمية والتطبيقية التي تمكّنا من تشكيل نظرة شاملة عن الواقع الفعلي الذي توجد عليه التربية الإعلامية بالعالم الرقمي وتحقيق مجتمع المعرفة محليا والوقوف على أهم الفوارق التي تكتسي الممارسة الفعلية المحلية، مقارنة بالعمل بمنهج التربية الإعلامية أجنيا ومدى احترافيته وجديته عبر الفضاء الافتراضي الذي أضحى هو الآخر كبيئة موازية للعالم الفعلي على قدر هام من الأهمية، يمثل امتدادا طبيعيا لنشاطات مختلف المؤسسات في بث مضامينها وتواصلها مع مستخدمي موقعها أو عبر صفحاتها على الفيسبوك لرسائلها الإعلامية ومنه فقد كانت لنا على درجة معتبرة من الأهمية لما مثّلته من نقطة انطلاق رئيسية لإثراء آفاقنا العلمية وتزويدنا بمختلف أطر البحث والتّظير المعمّق. وبالتالي وكحوصلة شاملة فقد قدّمت لنا هذه الدراسة إضافة علمية معتبرة زادت من غوصنا وطرحنا النظري والمعرفي من خلال تسليط الضوء على آخر التجلّيات الافتراضية عبر العالم الرقمي والموجودة حاليا عبر تفعيل التربية الإعلامية على المستوى المحلي والأجنبي نحو السعي للتعمق في محو الأمية الرقمية وسبل بناء مجتمع تكنولوجي بمعايير المواطنة الرقمية والتي خصّصنا بدورنا لها حيّزا علميا مهما من التناول العلمي كما قدمت لنا كذلك فرصة أكاديمية قيّمة ساهمت بدورها بتسهيل فهمنا الجيّد والمنطقي الشامل لكافة الأطر المتطورة والابتكارية التي تدخل ضمن تفاصيل الممارسة العملية المؤسساتية التعليمية للتربية الإعلامية وتبيان كل تلك الحثثات العلمية والمنهجية التي جعلتها بذلك موضوعا جديرا بالتناول البحثي وقابلا للتقيب التطبيقي المفصّل.

توصيات الدراسة:

تناولت الدراسة الحالية بالتحليل التربية الإعلامية وسبل تفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الإجتماعية لدى الشباب الجزائري بالغوص في التفصيل بالجانبين التحليلي والميداني لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام" عبر الفيسبوك من خلال التعمق في دراسة محتوى الصفحة وكذا التوجه لعينة من مستخدميها وحاجاتهم نحوها ومعرفة اشباعاتهم المحققة وربطها بوجهة نظر القائم بالاتصال عليها وكذا تضمينها برأي الخبراء من الأكاديميون من علوم الإعلام والاتصال وكذا علوم التربية

وقد توصلت الدراسة إلى أن المنضوين بالصفحة لهم دوافع متعددة حول مواد التربية الإعلامية فمنهم من هدفه المعرفة بماهيتها ومنهم من يرغب بالترشيد على كيفية توظيف أسسها ومهاراتها ومنهم من يرغب في توظيفها على نحو يتواصل فيه مع مستخدمي الصفحة، هذا التوظيف الذي يختلف باختلاف الفئة العمرية والمستوى التعليمي والمهني وهو ما يفسر تنوع الحاجات من جهة المستخدمين نحوها وتعدد طرق عرض المنشورات من جهة أخرى فيها يتعلق بالتربية الإعلامية حتى تعكس تطلعات ورغبات مستخدميها، وإن كانوا أحياناً بنحو غالب ما يتفاعلوا ويتواصلوا ومنشوراتها، ما قد يعكس قصور في القائم بالاتصال عليها من حيث قدرته على تكييفها وخصائص المستخدمين على تنوعهم سماتهم الإدراكية والوجدانية والسلوكية في فهم ومتابعة ومحاولة تطبيق ما يتناول من موضوعات سواء من حيث المحتوى أو الأسلوب في عرض المضامين أو طريقة التواصل مع المستخدمين، ما يفتح المجال للقائم بالاتصال على الوقوف ومراجعة احتياجات المستخدمين وربطها بمحتوى التربية الإعلامية، كذلك الاجتهاد في تطوير وتحسين مواد الصفحة استجابة لرغبات المستخدمين، تحسين سبل التواصل وتدارك العوائق التي يتعرض لها المنضوين بالصفحة ومحاولة تجاوزها بتقديم توضيحات وصور وتعزيزها بالفيديوهات والأمثلة ليسهل عملية الفهم ولتخلق نوع من الثقة المتبادلة لتشجيعهم ودفعهم للتدريب عليها، وهذا بمراعاة تقديم محتوى يتوافق والمضمون العلمي والمنهجي السليم الذي يخول الترشيد على التربية الإعلامية على نحو يدعم عملية ممارستها بشكل بناء باتباع معاييرها وأسسها كما تناولها الباحثون وممن سبقهم بالخبرة فيها لدعم عملية انتشارها بين النشء والشباب.

ما قد يفسر سبب المتابعة المتوسطة للصفحة وفي نفس الوقت يدعم عملية تحفيز وتنويه القائم بالاتصال عليها للترشيد السليم وعدم الاكتفاء بتقديم عناصر موجزة وصور عن نشاطات تبرز أمثلة للتدريب على أسس الكتابة الصحفية وإنما متابعتها بمنشورات معمقة ومفصلة بحسب المستوى حتى تعم الفائدة للآباء والأبناء وحتى المختصين من المجال كذلك ضعف خطة واضحة المعالم في تناول المنشورات وترتيبها ووتيرة عرضها ونوع محتواها ومصادره يضعها في خانة التناول السطحي الغير مدروس ما يجعل أهداف الصفحة وسياساتها غير محددة المعالم وإن كان هناك جهد.

فهذه النقاط بحاجة لتسليط الضوء ومتابعتها من قبل المختصين بعلوم الإعلام والاتصال وكذا علوم التربية من علم النفس وعلم الاجتماع كونها تهتم بمقومات الإدراك وسبل التأثير على السلوك وبناء الشخصية الفاعلة بالمتابعة بالدراسات بهدف التدريب الأكاديمي على الترشيد على مسار ممارسة التعامل الواعي من خلال وضع إستراتيجية ودليل عمل قائم على التنسيق بالتكوين والدعم المالي بين الأطراف المشاركة بهته العملية من مؤسسات المجتمع المدني كالجمعيات والنوادي التربوية وكذا المؤسسات التعليمية الرسمية وأيضاً من خلال دعم مسيري صفحات التربية الإعلامية عبر الفضاء الرقمي نحو مضامين ووسائل إعلام بالوقوف على سياساتها ودراسة سلوكيات المستخدمين من الشباب. كذلك الحاجة للاهتمام بالتعمق في فهم أنماط ودوافع مستخدمي المضامين الإعلامية والذين أيضاً يهتمون بمتابعة المعرفة بمواد التربية الإعلامية على غرار مستخدمي الصفحة المعنية بالدراسة التي نلاحظ فيها قلة التفاعل والتعليقات من طرفهم وكذا من قبل مسير الصفحة ما يجعل المنشورات تتسم بقلّة الجدوة وضعف الرؤية حول توجهاتها وهو ما يخل من مصداقيتها وكذا تأثيرها على المستخدمين لها.

مما سبق ذكره يمكننا تحديد توصيات الدراسة الحالية على النحو التالي:

1. من حيث مستخدمي الصفحة:

- أظهر مستخدمو الصفحة المعنية بالدراسة الحالية أن هناك نقص في اكتساب معارف وسلوكيات حول التربية الإعلامية من خلال منشوراتها وهذا راجع كما سبقنا وأشرنا لقلّة التعمق في تناول مواد التربية الإعلامية ولغياب أطراف مشاركة مختصة قائمة على تسييرها بالإضافة لعامل لوتيرة النشر ومستوى المتابعة، ما يتوجب معالجة هذا النقص بتوطيد الصلة بالمختصين ودفعهم لمشاركة خبرتهم المكتسبة عبر منشورات الصفحة وتشجيع المستخدمين للتفاعل حولها، وكذا تنويع المنشورات مع الإبقاء عليها في حيز التربية الإعلامية وتنظيم وتيرة وعدد المنشورات فيها لترك انطباع بالثقة والمصداقية لديهم. بالإضافة إلى القيام بدراسات معمقة على غرار خبراء الدراسة من أهل الاختصاص الإعلام والاتصال وكذا التربية عن سبل تفعيل التربية الإعلامية بالنظاميين التعليميين الرسمي وغير الرسمي بالجزائر لدعم ممارسة تعامل واعي نحو وسائل الإعلام. والتعمق في محوري محور الأمية الإعلامية وكذا المواطنة الرقمية.

- أشار مستخدمو الصفحة لجانب المواضيع التي تتناولها الصفحة من حيث كونهم يتعرضون لعوائق معرفية وتقنية ولغوية عبر الصفحة ما يجعل القائم على تسيير الصفحة يحسن من أسلوب ولغة الحوار بما يتوافق والمستويات المعرفية والاجتماعية للمستخدمين ويفتح المجال

للمناقش والتحاور لإزالة هته العوائق وتداركها حتى يسهل على المستخدمين فهم ما يقوم القائم بالاتصال بنشره عن التربية الإعلامية من مهاراتها وكذا وسائلها حتى يتمكنوا من القراءة الواعية وكذا تحليل المضامين الإعلامية وتوظيفها بما يخدمهم عبر مختلف المنصات.

- كذلك يهتم المستخدمون بالمنشورات لكن هذا الاهتمام يقف عند حد الإعجاب لا التعليق أو المشاركة مع الأصدقاء التي تنسم بالضعف وهذا راجع لقلة خبرة القائم بالاتصال في تسيطر جمل محفزة استفسارية تثبت العزيمة لدى المستخدمين على اختلاف دوافعهم من مسابرة في طرحه ما يجعل عملية التدريب يسومها النقص لقلة التفاعل، ما يشير إلى أهمية التركيز على أساليب الإقناع وعوامل التأثير في صياغة وإعداد منشورات الصفحة حتى تصبح عملية الترشيد ذات بعد له انعكاسات ايجابية.
- تشجيع نشر وتوسيع فكرة ممارسة أنشطة صحفية لدى الشباب الجزائري وجعلها مبادرة حسنة تنشيط بالعالم الواقعي على المستوى المحلي وتشارك عبر العالم الافتراضي حتى تعم الفائدة وتنتبه الجمعيات والنوادي التربوية الجزائرية لقيمة وأهمية التدريب على التربية الإعلامية على غرار ما يقوم به "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" على الميدان وينشره بصفحة عبر موقع الفيسبوك .

2. من حيث مضمون صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور":

- من حيث الشكل نلاحظ أن الصفحة لا تولي اهتمام بالعناصر التعريفية المتعلقة بها كنوع الخط، ألوان، شعار... للهوية التصويرية الدالة على مؤشرات خاصة بها سواء على صورة الغلاف أو الصورة المصغرة بالإضافة لغياب علامة التوثيق الزرقاء، على اعتبارها عامل أساسي في جلب المستخدمين لها من خلال معرفتهم بها كأول مرحلة قبل التعرض لمحتواها، ما يستدعي الحاجة من القائم بالاتصال على أبرزها وجعلها واضحة المعلم والأهداف.
- كذلك من حيث ترتيب وتنظيم العبارات وعرض الصور التي تنسم بقلّة المهنية في نشرها والتركيز على إرفاق الصور دون شرح داعم لها فأحيانا يتضمن المنور الواحد عشرات الصور دون تعقيب على محتواها من حيث فائدتها وخصائص ما تتضمنه. ما يترك ابهام ونقص في تكوين معرفة بها ومنه على القائم بالاتصال تعزيز المنشورات بنص موضح لمحتواها وعلاقتها بالتربية الإعلامية وفائدتها عند التوظيف.

3. من حيث القائم بالاتصال:

- يعتبر القائم بالاتصال المسير لمضامين الصفحة من حيث محتواها ونوعها وأهدافها ما يجعله طرف فاعل في عملية تجسيد ونشر التربية الإعلامية ما يبرز الحاجة بالدراسة والوقوف على قدراته الإدراكية ومهاراته التواصلية التي تعتبر أولوية نظير الدور المنوط به، والملاحظ أن القائم بالاتصال على الصفحة يختص بمخاطبة فئة عمرية وهي النشء والشباب من خلال ما

ينشط عليه بالنادي على أرض الواقع ويشاركه مع المستخدمين عبر الصفحة، وهو السمة الغالبة فيما يقوم بنشره لكن الهدف ليس الترويج للنادي في حد ذاته بقدر التركيز على ما يتم تناوله فالأحرى التفصيل في تقديم المادة وليس عقد لقاء وأخذ صور جماعية أو تناول جزء بسيط من موضوع ذلك الاجتماع عبر الصور دون التفصيل في محتواه، فالمستخدمون للصفحة هدفهم اكتساب معارف ومهارات يوظفونها وليس التعرف على المشاركين وصفاتهم أو أخذ صور لمصقات حائطية دون التوضيح عن كيفية ترتيبها أو كيفية تنظيمها ومحتواها، وهو ما يبرر قلة التفاعل ما يعني المعلومة عنصر مهم في عملية التدريب على التربية الإعلامية وبوازئها في الأهمية كيفية توصيلها.

- كذلك أهمية توظيف الاستمالات التي لا يمنحها القائم بالاتصال على الصفحة تلك الأهمية وخاصة الاستمالات المعرفية الإقناعية التخويفية للتأكيد على قيمة وأهمية ما يتم نشره من مواد التربية الإعلامية على الرغم من إيجابيتها ودورها في جذب اهتمام المستخدمين لما ينشر. وكذلك من خلال تناول الدراسات التي تهتم بدور هته الأخيرة في جذب المستخدمين عبر الفضاء الرقمي خاصة مع انتشار أوجه عديدة لعمليات التواصل التي أصبح فيها المرسل والمستقبل على السواء في عملية الإرسال والتلقي على غرار صحافة المواطن التي تحضى بمتابعة لذا من المهم الوقوف بالتشخيص والتعمق في هته الاستمالات وكيفية توظيفها لما تركته من أثر وانتشار كبير لدى الفئات العمرية على اختلاف مستوياتها.
- من المهم معرفة أن القائم بالاتصال مدرك لأهمية الجمل التي ينتقيها لما لها من أثر ذو بعدين على المتلقي لها، لذا من الأولوية أن يعني مستوى مهاراته ويسعى لتطويرها ليوظفها على النحو الذي يخدم عملية التواصل والتفاعل مع المستخدمين، من خلال ملاحظة كيفية تواصله وقابليته لذلك ومهاراته فيها، وهذا من خلال التوسع في الدراسات التي تعنى به عبر الشبكات الاجتماعية.

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

1- قائمة القوانين والمراسيم:

- القانون: 17/78 بتاريخ 06 جانفي 1978 بشأن المعالجة الإلكترونية للبيانات والمعلومات والبطاقات والحريات، ج ر ف (7-1-1978).

2- قائمة الكتب:

- 1- إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، دار مجد، عمان، 1993.
- 2- ابراهيم العسل، الأسس النظرية والأساليب التطبيقية في علم الاجتماع، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1997.
- 3- إبراهيم محمد أو فروة: الإدارة المدرسية، الجامعة المفتوحة، 1998.
- 4- أبو بكر، خير ميلاد والطائي، مصطفى حميد، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الاعلام والعلوم السياسية، الاسكندرية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، 2007.
- 5- أحمد اسماعيل أحمد، الإعلام التربوي ودوره في التربية والتعليم، طبعة 1، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 6- أحمد بدر، الاتصال الجماهيري بين الإعلان و الدعاية و التنمية، وكالة المطبوعات، الطبعة الأولى، الكويت، 1982.
- 7- أحمد جمال حسن، التربية الإعلامية، المنيا: دار المعرفة، فهرسة دار الكتب المصرية أثناء النشر، ط2015، 1.
- 8- أحمد رشيد القادري، باسم علي حوامدة، شاهر ذيب أبو الشيخ، وسائل الاعلام والطفولة، دار جرير، عمان، 2005.
- 9- الأخضر ايدروج، نكاء الإعلام في عصر المعلوماتية، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، تونس، مؤسسة التميمي للبحث العلمي والمعلومات، 1999.
- 10- باسم الطويسي، شيرين صبحي، نيللي ألبنا، التربية الإعلامية والمعلوماتية في الأردن الحاجات والفرص، ورقة سياسة عامة، معهد الإعلام الأردني، 2016.
- 11- بخيت السيد، الانترنت كوسيلة اتصال جديدة، دار الكتاب الجامعي، ط1، 2012.
- 12- البدري طارق: أساسيات الإدارة التعليمية ومفاهيمها، ط 2، عمان، دار الفكر للطباعة والنشر، 2005.
- 13- بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 14- تبيري سامية، غراف نصر الدين، دار الأيام، عمان ، مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة العملية التعليمية، ط1-الأردن، 2018.
- 15- جمال محمد أبو شنب، نظريات الاتصال والإعلام، المفاهيم، المدخل، النظرية للقضايا، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2012.
- 16- حامد عباس مخيف المعموري، عارف وحيد إبراهيم الخفاجي، مناهج البحث في البحث العلمي، ط1، 2016، دار المنهجة للنشر والتوزيع.
- 17- حسان بن عمر بصفر، ربيع عبد الرؤوف محمد، طارق عبد الرؤوف عامر، الإعلام التربوي "مفهومه-فلسفته-أهدافه"، طبعة أولى، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2011.
- 18- حسن شحاتة، النشاط المدرسي (مفهومه ومجالاته)، الدار المصرية اللبنانية)، طبعة مزيده ومنقحة.
- 19- حسن عماد مكاي، سامي الشريف، نظريات الإعلام، مركز جامعة القاهرة، للتعليم المفتوح، 2000.
- 20- حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، نظريات الاتصال المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1998.

- 21-حسني عوض، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى فئة الشباب تجربة مجلس شبابي عرار أنموذجاً، برنامج التنمية الاجتماعية والأسرية، جامعة القدس، 2011.
- 22-حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، الطبعة الأولى، 2015.
- 23-حلمي خضر، ساري، ثقافة الإنترنت -دراسة في التواصل الاجتماعي، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- 24-حنان يوسف، تكنولوجيا الاتصال ومجتمع المعلوماتية، ط2، القاهرة، أطلس، 2006.
- 25-خالد عبد الرحيم اللاهيتي، إدارة الموارد البشرية، دار وائل للنشر، ط1، عمان، 2003.
- 26-خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2013.
- 27-راتب السعود، الإنسان والبيئة (دراسة في التربية البيئية)، دار الحامد، عمان، 2004.
- 28-راي بوينتر، دليل بحوث الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، أدوات وتقنيات لباحثي السوق، ط1، عام الكتب، القاهرة.
- 29-ربحي مصطفى عليان، محمد عبد الدبس، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2003.
- 30-ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، أساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، ط5، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.
- 31-عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2014.
- 32-رشاد أحمد عبط اللطيف، تنمية المجتمع وقضايا الاعلام التربوي، الإسكندرية دار المعرفة الجامعية، 1995.
- 33-رضوان مفلح العلي، مصطفى يوسف، نيرمين خلدون أحمد، مدخل إلى وسائل الإعلام الإلكتروني والفضائي، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2018.
- 34-الرفاعي، أحمد حسين، مناهج البحث العلمي - تطبيقات إدارية واقتصادية -، عمان، دار وائل، 1998.
- 35-رفعت عارف الصنيع، الإعلام التربوي، تأصيله وتحصيله، عمان دار الفكر العربي، 2009.
- 36-رمزي أحمد عبد الحي، الإعلام التربوي في ظل ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مؤسسة الورق للنشر والتوزيع، عمان -الأردن، 2010.
- 37-زواتي، البحث العلمي في العلوم الاجتماعية أسس علمية وتدريبية، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2004.
- 38-السعيد بومعزة، نظريات الاتصال الجماهيري، مطبوعة موجهة لطلبة الدراسات العليا، كلية أصول الدين، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر، الجزائر، 2011.
- 39-سعيد سبعون، حفصة جرادي، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2012.
- 40-السيد أحمد مصطفى عمر، الإعلام المتخصص (دراسة وتطبيق)، منشورات جامعة قاريونس، بنغازي، ط1، 1998.
- 41-شرف عبد العزيز، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، دار قباء للطباعة والنشر، القاهرة، 2002.
- 42-شريف اللبان، دار العالم العربي، القاهرة، ط1، 2011.
- 43-الشريف حاتم بن عارف العوني، فيس بوكيات: القسم الأول، ط1، الرياض، مطابع الشبانات الدولية 2013.
- 44-شريف درويش اللبان، تكنولوجيا الاتصال والمجتمع، دار العالم العربي، ط1، القاهرة، 2009.
- 45-شريف يوسف خاطر، حماية الحق في الخصوصية المعلوماتية، دراسة تحليلية لحق الإطلاع على البيانات الشخصية -دراسة مقارنة- دار الفكر والقانون، المنصورة، مصر، ط1، 2015.

- 46-صالح بن نوار، مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والانسانية، منشورات مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2012.
- 47-صالح عبد الله عبد كبير، أحمد صالح علوي وآخرون، دور وسائل الإعلام في تعزيز اهتمام المجتمع بالتعليم، مصر، 2005.
- 48-صالح محمد سعادة، محمد محمود الرامي، علاء علي حمدان، مقدمة في الانترنت، مكتبة المجتمع العربي، ط1، عمان، 2013.
- 49-العاجز فؤاد علي، القيم وطرق تعلمها وتعليمها، دراسات في القيم والتربية، الأردن، جامعة اليرموك، 1999.
- 50-عادل أبو العز سلامة وآخرون . طرائق التدريس . دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان 2009.
- 51-عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها المعاصرة، دار الإيمان للطباعة، القاهرة، 2007.
- 52-عامر ابراهيم قنديلجي، ايمان فاضل السامرائي، شبكات المعلومات والاتصالات، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
- 53-عامر إبراهيم قنديلجي، شبكات المعلومات والاتصالات، دار المسيرة، ط2، عمان 2008.
- 54-عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
- 55-العايدي محمد عوض، إعداد وكتابة البحوث والرسائل الجامعية مع دراسة عن مناهج البحث، (ط1)، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، 2005.
- 56-عبد الحفيظ سلامة، الاتصال وتكنولوجيا التعلم، دار اليازوري العلمية للنشر، 2002.
- 57-عبد الحميد علي أحمد، التحصيل الدراسي وعلاقته بالقيم الإسلامية التربوية، ط1، بيروت، مكتبة حسين العصرية، 2010.
- 58-عبد الرحمان عزي، منهجية التنمية القيمية في الإعلام ومقياس (ع. س. ن) للإعلام والقيم، الدار المتوسطة للنشر، ط1، تونس، 2013.
- 59-عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة المكتوبة، دار وائل للنشر، ط1، الأردن، 2011.
- 60-عبد الرزاق محمد الدليمي، وسائل الإعلام والطفل، دار المسيرة للطباعة والنشر، عمان، 2012.
- 61-عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، عمان، 2002.
- 62-عبد العزيز شرف، الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998.
- 63-عبد الفتاح أبو معال، أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتنقيفهم، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2006.
- 64-عبد اللطيف حمزة، الصحافة والمجتمع، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2006.
- 65-عبد اللطيف حمزة، المدخل في فن التحرير الصحفي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2002.
- 66-عبير عبد الرحمان، الإعلام رسالة ومهنة، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2013.
- 67-عزام محمد الجميلي، الإعلام الاجتماعي، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 68-عقيل محمود رفاعي، الإعلام التربوي (دراسات مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، 2008.
- 69-علاء الدين محمد عفيفي المليجي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي، جامعة القاهرة، قسم الإعلام، 2018.
- 70-على امبابي، الإعلام التربوي المسموع في المؤسسة التعليمية الإذاعة المدرسية، دسوق، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2007.
- 71-على عبد الفتاح علي، الإعلام التربوي: مفهومه-أهدافه-استراتيجيته، ط1، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

- 72- علي أمبابي، الإعلام التربوي المسموع، الإذاعة المدرسية- المناظرات، العلم والايمان للنشر والتوزيع، دسوق، 2007.
- 73- علي أمبابي، الإعلام التربوي المقروء في المؤسسة التعليمية، التحرير-الإخراج-الإصدارات والمسابقات، العلم والايمان للنشر والتوزيع، دسوق، 2007.
- 74- علي راشد وآخرون، طرق وأساليب واستراتيجيات في تدريس العلوم، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2003.
- 75- علي عبد الفتاح، الإعلام الاجتماعي، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 76- عليان ربحي، خطوات البحث العلمي في علم المكتبات.
- 77- عيسى عمراني، المسرح المدرسي، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2006.
- 78- فاروق أبو زيد -فن الكتابة الصحفية- عالم الكتب، ط4، 1990.
- 79- فاضل محمد البدراني، التربية الإعلامية والرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي، مجلة المستقبل العربي، 2015.
- 80- فاطمة حسين عواد، الاتصال والإعلام التسويقي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 81- فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام: تصميماتها وإجراءاتها وتحليلها، دار النشر للجامعات القاهرة، مصر، 2001.
- 82- فضيل دليو، الاتصال مفاهيمه ونظرياته ووسائله، دار الفجر.
- 83- فضيل دليو، تقنيات المعالجة في العلوم الانسانية والاجتماعية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، 2015.
- 84- فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام؟، مكتبة الملك فهد الوطنية، 2016.
- 85- فيصل محمد أبو عيشة، الدعاية والإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2011.
- 86- قتيبة عباس حمد حبيب الشلال، الفكر التربوي الإسلامي سبل تفعيله، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
- 87- قيس الياسري، الخبر الصحفي -دراسة نظرية وتطبيقات، دار الحكمة للنشر والتوزيع، عمان، 1987.
- 88- كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام-التطور-الخصائص-النظريات-، دار المسيرة للنشر و التوزيع والطباعة، ط1، عمان- الأردن.
- 89- لويس رامير ويلتران، اليزابيث فوكس دي كاردوتنا، وسائل الاتصال الجماهيري والهيمنة الثقافية(ترجمة محمود عبد الحميد السيد)، القاهرة، مستقبل العرب، ع1، مركز مطبوعات اليونسكو، 1981.
- 90- ماجدة لطفي السيد، تقنيات الإعلام التربوي والتعليمي، دار أسامة، ط1، الأردن، 2011.
- 91- محمد أبو سمرة، استراتيجيات الإعلام التربوي، طبعة مزيده ومنقحة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان -الأردن، 2015.
- 92- محمد أبو سمرة، الإعلام التربوي ودور الإذاعة المدرسية في العملية التعليمية، ط 1، دار الراية، 2010.
- 93- محمد أحمد العنام، الواقع المرتقب للتعليم والإعلام في الوطن العربي، دراسات في أصول التربية، دار الثقافة، الدوحة، 2003.
- 94- محمد أحمد غنام، التعليم والإعلام من أجل تربية أفضل للمواطن العربي، ندوة ماذا يريد التربويين من الإعلاميين، الرياض، مكتب التربية العربي لدول الخليج، 1402هـ.
- 95- محمد حسن علي الجندي، الإعلام المدرسي في ضوء ثورة المعلوماتية في الحلقة الثانية من التعليم الأساسي(دراسة تقويمية)، دار الجامعة الجديدة،الازايطة، 2008.
- 96- محمد سيد فهمي، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، 2006.
- 97- محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 2007.
- 98- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
- 99- محمد عبد الحميد، التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي، ط1 ، عالم الكتب، القاهرة، 2012 .

- 100- محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 1997.
- 101- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، دار عالم الكتب، ط3، مصر، 2010.
- 102- محمد محمود الحيلة، تصميم وإنتاج الوسائل التعليمية التعليمية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2002.
- 103- محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، المكتبة الفيصلية، مكة المكرمة، 1987.
- 104- محمود البدر، الإعلام التربوي في دول الخليج العربية، الدوحة، مكتب التربية العربي لدول الخليج، 1992.
- 105- محي الدين إسماعيل، إبراهيم أحمد، تفعيل دور الإعلام المعاصر، دار التعليم الجامعي، مصر، 2016.
- 106- مروى عصام صلاح، محمود عزت اللحام، إعلام الأطفال ما له وما عليه، ط1، دار الإصدار العلمي، عمان الأردن، 2015.
- 107- مصطفى عيسى فلاته، الإذاعة السمعية وسيلة اتصال وتعليم، منشورات جامعة الملك سعود، الرياض، 1997.
- 108- مصطفى يوسف كافي، الإعلام التربوي والتعليمي، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 109- مصطفى يوسف كافي، وسائل الاعلام والطفل، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2018.
- 110- مصعب حسام الدين قتلوني، ثورات الفايبريوك-مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير، شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، ط1، بيروت-لبنان، 2014.
- 111- ممدوح رضا الجندي، وسائل الاعلام والطفولة، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2018.
- 112- منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة، عمان، 2012.
- 113- منذر سامح العتوم، مناهج التعليم "الابتدائي وما فوق الابتدائي"، دار الصمعي للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية 2006.
- 114- منى الأشقر جبور، محمود جبور، البيانات الشخصية والقوانين العربية الهم الأمني وحقوق الأفراد، المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية، جامعة الدول العربية، ط1، بيروت-لبنان، 2018.
- 115- موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف وسعيد سبعون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006.
- 116- مي العبد الله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، طبعة ثانية، بيروت لبنان، 2010.
- 117- نضال فلاح الضلاعين، مصطفى يوسف كافي وآخرون، نظريات الإتصال والإعلام الجماهيري، دار الإصدار العلمي، ط1، 2016.
- 118- النعيمي، محمد عبد العال والبياتي، عبد الجبار توفيق وخليفة، غازي جمال، طريق ومناهج البحث العلمي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 119- نيك كولديري، ترجمة: هبة ربيع، شيكات التواصل الاجتماعي والممارسة الإعلامية، ط1، القاهرة، دار النشر 2014. عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015.
- 120- هيثم بن إبراهيم الرغبان ، قضايا تربوية من الميدان.
- 121- وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفايبريوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، الطبعة الأولى، 2010.
- 122- وفاء السيد خضر، الإعلام التربوي: سياساته، تخطيطه، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، مصر.
- 123- Rabweh, Jesus & Mary Cornet Chahwan ، ترجمة مؤسسة رتاج للحلول الإدارية، التربية الإعلامية من أجل السلام في لبنان، دليل لمدرسي التربية الإعلامية - مواد تدريبية وتعليمية، ط1، مدرسة يسوع ومريم ، P.O.BOX 70.337 ANTELIAS Lebanon School، 2019.

- 1- عبد الرحمان محمد سعد الشامي، استخدامات القنوات التلفزيونية المحلية والدولية الدوافع والإشباع، أطروحة دكتوراه منشورة، جامعة الأزهر وكلية اللغة العربية قسم صحافة، 2002.
- 2- محمد عبد العاطي مسلم، تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية، إشراف عبد السلام محمد عزيز، أطروحة دكتوراه الفلسفة في التربية النوعية، كلية بنا، مصر، 2017..
- 3- الحسين حامد محمد حسين، التربية الإعلامية ونشر ثقافة حقوق الإنسان -دراسة تحليلية-، دكتوراه الفلسفة في التربية، أصول التربية جامعة سوهاج، المجلة التربوية -العدد السابع والثلاثون-، 2014.
- 4- صالح عابر صالح الشمري، التربية الإعلامية وطرق تضمينها في الإطار العام للمناهج في المؤسسات التعليمية في دولة الكويت، أطروحة دكتوراه، قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2018.
- 5- بضياف سهيلة، الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وتشكيل الرأي العام في الجزائر-دراسة في تمثيلات واستخدامات الشباب لشبكة الفيسبوك-، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه العلوم في علوم الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2018.
- 6- حسام الدين الأهواني، الحق في احترام الحياة الخاصة، الحق في الخصوصية، "دراسة مقارنة"، دار النهضة العربية، بدون تاريخ نشر .
- 7- تامر المغاوري محمد الملاح، المواطنة الرقمية " تحديات وآمال"، فرع تكنولوجيا التعليم، كلية التربية، جامعة الإسكندرية، 2016.
- 8- سماح محمد الدسوقي، التربية الإعلامية بمرحلة التعليم الأساسي في جمهورية مصر العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد الدراسات والبحوث التربوية، جامعة القاهرة، 2008.
- 9- غادة حسام الدين محمد رشدي، أثر استخدام برنامج للمشاهدة الناقدة على عينة من الأطفال المصريين: دراسة تجريبية، رسالة دكتوراه غير منشورة، القاهرة: معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، 2006.
- 10- سمير لعرج، دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري، دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر.
- 11- وداد شمس، منتديات الحوار الإلكترونية الجزائرية -دراسة تحليلية ميدانية-منتديات الجلفة أنموذجاً، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص: صحافة، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 03، 2014-2015.

3- قائمة المجلات:

- 1- إبراهيم خلف سليمان الخالدي، محمد أحمد حسن رابعة، فاعلية التربية الإعلامية لدى طلبة الدعوة والإعلام الإسلامي في جامعة اليرموك، دراسة ميدانية، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات- العدد الثاني والأربعون، 2017.
- 2- أحمد علي كنعان، أثر المسرح في تنمية شخصية الطفل، مجلة جامعة دمشق، كلية التربية، المجلد 27، عدد 1 و2، 2011.
- 3- أشجان حامد الشديفات، خلود أحمد الخصاونة، واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها، المجلة الدولية التربوية، المجلد 1، العدد 6، 2012، 277. حسين تكريني، دور النخطيب التربوي في تغير القيم الاجتماعية، دراسة مقدمة إلى مؤتمر القيم والتربية في عالم متغير، عمان، جامعة اليرموك، 2010.
- 4- أمال سي موسى، ثنائية الشبكات الرقمية وإدارة المعرفة في مؤسسات التربية والتعليم دراسة حالة مديرية التربية لولاية المدية، جامعة الجزائر 3، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 02، العدد 8، 2018.

- 5- التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد- شبكات التواصل الاجتماعي أنموذجاً-، ليندة ضيف، مجلة المعيار عدد 42، 2017، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين، 2017.
- 6- جامعة باتنة 01، كلية العلوم الاجتماعية والإسلامية، الملتقى الدولي حول: الأطفال والبيئة الرقمية-تشخيص الواقع واستشراف المستقبل-، 28-29 سبتمبر 2019.
- 7- جمال الزرن، من التربية بوسائل الإعلام إلى التربية على وسائل الإعلام: نهاية الإعلاموفوبيا، مجلة الإذاعات العربية، العدد 2، 2012.
- 8- جمال الزرن، الشباب والاتصال والميديا: أشغال ملتقى معهد الصحافة تونس 2010 منشورات معهد الصحافة 2012.
- 9- حسن السوداني، تكنولوجيا الإعلام الجديد وانتهاك حق الخصوصية، مجلة دفاتر السياسة والقانون، عدد 11، 2014.
- 10- حسن محمد صديق محمد، التربية الإعلامية والتعليم دراسة إعلامية، مجلة التربية، العدد 136، قطر، 2007.
- 11- حلمي خضر ساري، تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية، دراسة ميدانية في المجتمع القطري، مجلة الجامعة، دمشق، العدد الأول، 2008.
- 12- حمدان محمد، العلاقة بين الإعلام والتربية في الوطن العربي: أية إشكاليات؟ أي مستقبل؟، ورقة مقدمة إلى ندوة معهد الصحافة وعلوم الأخبار بتونس، 2004.
- 13- حنان فنيش، حمزة بركات، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للطلاب الجامعي، مجلة الوقاية والأرغوميا، العدد 6، رقم 2، جامعة الجزائر 2، 2016.
- 14- خليل حسن الزركاني، دور المعلم في التعليم الإلكتروني، بحث منشور في ندوة التعليم الإلكتروني، جامعة البحرين، نيسان، 2006.
- 15- خيري محمدي، شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الشباب الجزائري-دراسة وصفية تحليلية لعينة من صفحات مستخدمي موقع الفايسبوك، مقال منشور بمجلة جامعة مستغانم عبر البوابة.
- 16- دور التربية الإعلامية عبر مواقع التشبيك الاجتماعي في تعزيز التنشئة الاجتماعية للشباب الجزائري، الطاهر بن أحمد، دراسة تحليلية لموقع "أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية"، مقال بمجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد الأول _العدد الثاني، 2017.
- 17- زهير عابد، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي-دراسة وصفية تحليلية-، قسم العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة الأقصى، غزة، فلسطين، مجلة جامعة النجاح للأبحاث(العلوم الإنسانية)، مجلد 26(2)، 2012.
- 18- زينب حميدة بقادة، مشكلات التعليم الأساسي ودوافع الإصلاح التربوي في الجزائر، المنهل.
- 19- سحر خليفة سالم، راضي رشيد حسن، كفايات منهج التربية الإعلامية الرقمية من وجهة نظر أساتذة الجامعات العراقيين - دراسة ميدانية-، كلية الإعلام الجامعة العراقية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 40، 2018.
- 20- السيد بهنسي حسن، مدى تأثير الاتجاه السائد بوسائل الاعلام المصرية على تشكيل اتجاهات الرأي العام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 13، القاهرة، 2001.
- 21- السيد بهنسي حسن، مدى تأثير الاتجاه السائد بوسائل الاعلام المصرية على تشكيل اتجاهات الرأي العام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 13، القاهرة، 2001.
- 22- شفية زنات، واقع التربية الإعلامية من خلال المؤسسات التعليمية بولاية المسيلة، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد الأول، العدد الثالث، 2017.

- 23- شيرين محمد كدواني، شريهان محمد توفيق، الممارسة المهنية في الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية، قسم الإعلام، كلية الأدب، جامعة أسيوط/ مصر، بحث للمؤتمر السنوي الثاني والعشرون للجمعية العربية الأمريكية لأساتذة الاتصال، 2017.
- 24- صبحي شعبان علي شرف، محمد السيد أحمد الدمرداش، معايير التربية على المواطنة الرقمية وتطبيقاتها في المناهج التدريسية، جامعة المنوفية، مصر، المؤتمر السنوي السادس 2014.
- 25- عبد الرحيم أحمد سليمان درويش، التربية الإعلامية ثورة جديدة في بحوث الإعلام، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الرابع لكلية التربية النوعية بدمياط: جامعة المنصورة، 2003.
- 26- عبيدة صبطي، فريدة ملاك، واقع التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية الجزائرية، دراسة ميدانية على عينة من أساتذة الطور المتوسط بمدينة بسكرة، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد الأول، العدد الثالث، 2017.
- 27- عثمان طارق، حماية الأطفال من الاستغلال في المواد الإباحية عبر الإنترنت في التشريع الجزائري، مجلة الفكر، العدد الثالث عشر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة.
- 28- عثمان طارق، حماية الأطفال من الاستغلال في المواد الإباحية عبر الإنترنت في التشريع الجزائري، مجلة الفكر، العدد الثالث عشر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة.
- 29- عثمان طارق، حماية الأطفال من الاستغلال في المواد الإباحية عبر الإنترنت في التشريع الجزائري، مجلة الفكر، العدد الثالث عشر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة.
- 30- عصام توفيق قمر، أسباب عزوف الطلاب عن المشاركة في الأنشطة التربوية الحرة وسبل علاجها، مجلة عالم التربية، رابطة التربية الحديثة، 2001.
- 31- علي راشد وآخرون، طرق وأساليب واستراتيجيات في تدريس العلوم، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2003.
- 32- علي نواوي فلمبان، التربية الإعلامية والتنمية الشاملة للمجتمع، مجلة التربية كلية المنصورة، المجلد "ج"، العدد 27، مصر، 1995.
- 33- العيفة سمير، رهانات التداخل بين التربية الإعلامية وعادات مشاهدة المواد الدرامية التلفزيونية وأثرها على الهوية الثقافية، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد الأول، العدد الثاني، 2017.
- 34- فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة -تويوتو نموذجاً-، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد 61، الرياض، 2014.
- 35- فهد بن علي العميري، فاطمة بنت صنهاة المقاطعي، المفاهيم الإعلامية في كتب الدراسات الاجتماعية والوطنية بالتعليم العام في ضوء معايير التربية الإعلامية وطبيعة المجتمع السعودي، مجلة البحوث التربوية والنفسية، العدد 09، 2018.
- 36- القرني محمد بن سالم، إدمان الإنترنت وعلاقته ببعض الاضطرابات النفسية لدى عين من طلاب جامعة الملك عبد العزيز، مجلة كلية التربية، ع.75، 2011.
- 37- كلير الحلو، طوني جريج، جوزيف قرقماز وإيليان يوسف، مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الحالة النفسية للطلاب الجامعي -دراسة مقارنة متعددة الدول-، المجلة الدولية للدراسات النفسية والتربوية، عدد3، رقم 2، 2018.
- 38- لبندة ضيف، التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد، مجلة المعيار، عدد 42، الجزائر، 2017.
- 39- لبندة ضيف، شبكات التواصل الاجتماعي وخدمة علوم القرآن الكريم، قراءة تحليلية لعينة من صفحات الفيسبوك، مجلة دراسات وأبحاث، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد 10 عدد4، السنة العاشرة، 2018.
- 40- محمد عبد الرحمان خليل السعدني، هشام بركات بشر حسين، فاعلية استخدام الشبكات الاجتماعية في تحقيق التنمية المهنية المستدامة، دراسة حالة على معلمي الرياضيات ببعض المدارس الابتدائية بمدينة الرياض، مجلة جامعة طيبة، العلوم التربوية، مجلة محكمة نصف سنوية السنة الثالثة، المجلد 6، العدد السادس.

- 41- محمد عبد الهادي وآخرون: إدمان الإنترنت وعلاقاته بكل من الاكتاب والمساندة الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، مجلة كلية التربية بني سويف، القاهرة، ع.4، 2005.
- 42- محمدي فوزية، خدة فاطمة الزهراء، تأثير العنف الالكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية لدى الشباب -دراسة ميدانية بمدينة ورقلة-، مجلة جيل العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 40.
- 43- مرسي مشري، شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، ع395، 2012.
- 44- مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، انتهاك الخصوصية الرقمية في الصحافة المهنية الصحفية والحياة الشخصية، مصر، 2017.
- 45- المعرفة وشبكات التواصل الاجتماعي الالكترونية، سلسلة نحو مجتمع المعرفة، سلسلة يصدرها مركز الدراسات الإستراتيجية، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية الإصدار، 2009.
- 46- مفيدة بوسلحة، نبيل طهوري، الشبكات الاجتماعية وأثرها على العلاقات الاجتماعية لدى الطلبة "الفيسبوك والتويتر نموذجا"، جامعة تبسة، المجالات الاجتماعية التقليدية وإنتاج الهوية الفردية والجماعية في المجتمع الجزائري، قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، جامعة قاصدي مرباح.
- 47- ملحق نموذج فهد بن عبد الرحمان الشيمري، الرابط ، يوم 22-10-2019.
- 48- ممدوح منيزل فليح الشرعة، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الدينية والأخلاقية لدى عينة من طلبة الجامعة الهاشمية في الأردن، مجلة دراسات، العلوم التربوية، مجلد 44، عدد4، ملحق 8، 2017،
- 49- منال محمد أبو الحسن فؤاد، التربية الإعلامية للوالدين، ندوة: نحو والدية راشدة من أجل مجتمع أرشد، كلية التربية بسوهاج ومركز الدراسات المعرفية، المعهد العالمي للفكر الإسلامي مصر، 2004.
- 50- مهدي حسن رابحي، الوعي بالمواطنة الرقمية بين مستخدمي الشبكات الاجتماعية وعلاقتها ببعض المتغيرات، المجلة الدولية لنظم إدارة التعلم، المجلد (6)، العدد (1)، 2018.
- 51- مؤتمر فيينا (1999)، التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية الرقمية، توصيات موجهة إلى منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو)، فيينا.
- 52- نبيلة بن يوسف، دور الوسائط الالكترونية في تشكيل الرأي العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة مولود معمري، تيزي وزو، مجلة الدراسات والبحوث القانونية.
- 53- نصر الدين أمقران، ريم بوش، مخاطر ومساوئ تكنولوجيا الإعلام الحديثة ودور التربية الإعلامية في مواجهتها، جامعة الجزائر، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد الأول، العدد الثاني، 2017.
- 54- هادي طوالة، المواطنة الرقمية في كتب التربية الوطنية والمدنية -دراسة تحليلية-، المجلة الأردنية في العلوم التربوية، مجلد 13، عدد3، 2017.

5- الجرائد:

- 1- أحلام م، جريدة المساء، تغطية صحفية لملتقى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم

المجتمعية"البويرة" 2017، الرابط: <https://www.el-majmaie.com/dz/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9/%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1-%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D9%85%D9%86%D8%B8%D9%88%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%8A%D9%85-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9>، يوم 14-06-2020.

6- الكتب بالفرنسية:

- 1- Alberto Parola, Maria Ranieri, **The Practice of Media Education: International Research on Six European Countries**, Faculty of Education, University of Turin, Turin, ITALY, Faculty of Education, University of Florence, Florence, ITALY, The
- 2- Alice Y. L. LEE, **Media Education: Definitions, Approaches and Development around the globe**, new horizons in education, Vol.58, No.3, Dec 2010.
- 3- Armanda Pinto da Mota /Matos, Maria Isabel Festas, Ana Maria Seixas, **Digital media and the challenges for media education**, Faculty of Psychology and Educational Sciences University of Coimbra, Portugal, ATI-Applied technologies and Innovations, Volume 12, Issu2, pp42-43 2016.
- 4- Bérangere Blondeau et Divina Frau-Meigs, Guide Yalla Emi, **Un guide d'Education aux Médias et L'Informtion**, IREX Europe, pp 3-12, 2018.
- 5- Beyer, B. K. **Developing A Thinking Skills Program**. New York: Doubleday ,2002
- 6- Conflicts of Interest, **Privacy/Confidentiality, and Tissue Repositories**: Protections, Policies, and Practical Strategies Conference co-sponsored by PRIM&R and the Columbia University Center of Bioethics. 2004 May 3-5; Boston, MA.
- 7- David Buckingham's and Kate Domaille's study, **Where Are We Going and How Can We Get There?**, General findings from the UNESCO Youth Media Education as an essential antecedent of the EMEDUS WP3 research, England, 2001.
- 8- Edmonton catholic schools, digital citizenship-administrative policy, 2012.
- 9- J, Lull, **Media Communication, Culture A.global Approach**, London, polity press, 1955.
- 10- Johanna Martin soon, the role of media literacy in the governance reform agenda, Washington Comm, GAP, P3
- 11- José Gómez Galána, **Media Education as Theoretical and Practical Paradigm for Digital Literacy: An Interdisciplinary Analysis**, a Director of CICIDE (Metropolitan University, AGMUS, Puerto Rico-United States & Catholic University of Avila, Spain). Corresponding author: jogomez@suagm.edu, jose.gomez@ucavila.es .
- 12- László Hartai, **Contributors: József Andóczy, Zsuzsanna Horváth, György Jakab, Imre Szijártó, REPORT ON FORMAL MEDIA EDUCATION IN EUROPE (WP3)**, NATIONAL EXPERTS, CONTRIBUTORS:Christine Wijnen, Suzanne Krucsay, Marketa Zezulkova, Jan Jirak, Kadri Ugur, Pirjo Sinko,Evelyn Bevert, Reinhad Middel, Irene Andriopoulou, Silvia Mendes, Alberto Parola, Albert Bitonti, Alicia McGivern, Brian O'Nail, Inese Priedite, Georges Fautsch, Regina Jaskelevičiene, Christine Gauci, Mary Berkhout, Florine Wiebenga, Piotr Drzewiecki, Dorota Górecka, Sara Pereira, Nicoleta Fotiade, Andrej Skolkay, Zala Volcic, José Manuel Pérez Tornero, Barbro Oxstrand, Andrew Burn, Scott Donaldson EMEDUS, **European Media Literacy Education Study**, Research leader: OFI, (Hungarian Institute for Education Research and Development, Hungary), February 2014.
- 13- **Mass media education in Commonwealth of Independent States (CIS)**, Alexander Fedorov, Anastasia Levitskaya, Rostov State University of Economics, Russia, Taganrog Institute of Management and Economics, Russia, N 1 (Volume 56) Journal of history, theory and practice of media education, № 1, 2018.
- 14- **Media Education as Theoretical and Practical Paradigm for Digital Literacy: An Interdisciplinary Analysis**,José Gómez Galána, a Director of CICIDE (Metropolitan University, AGMUS, Puerto Rico-United States & Catholic University of Avila, Spain) .
- 15- **Media Education, Media Literacy and Digital Competence**, Alfonso Gutiérrez & Kathleen Tyner, Segovia (Spain) & Austin (USA), Comunicar «n 38 «v. XIX «2012 «Scientific Journal of Media Education ,pp31-39, ISSN: 1134-347, Accepted: 12-09-2011 / Published: 01-03-2012.
- 16- Mike Ribble, **digital citizenship in schools**, second edition, international society for technology in education, 16-43.
- 17- **National Association for Media Literacy Education's**, Journal of Media Literacy Education 3:2 (2011) 90 – 100.
- 18- Potter,W. James, Media Literacy, California: Sage Publication,2003, p 3.
- 19- Ratner,c, **Aculture psychological analisis pf emotions culture and psychology**, 6,05, 39, 2000.
- 20- Régis Depray : Vie et mort de l'image «Folio Essais «Paris, 2000.
- 21- Ribble, M, **Digital Citizenship in School**, International Society for Technology in Education, 2nd ed., Eugene, Oregon, Washington, 2006.
- 22- Roger Silverstone, **Media and morality on the rise of the media polis**, Combridge, polity, 2007.
- 23- Rosemarie Manalili and Johann Rehnberg entitled Media Education in the Swedish Compulsory School - a comparison of the Swedish school curriculum documents with the leading countries, Sweden, 2009.

- 24- Rowell, Rebecca , Youtube : **The Company and Its Founders**, UK Essential Library, January 2011.
- 25- Tomé, Vitor (2016):**Developing Digital Citizenship in Children Aged from 3 to 9: A Pilot Project in the Portuguese Region of Odivelas**, MEDIA EDUCATION – Studies & Research, Vol. 7, No. 2.
- 26- Younès BOUGHZALA, Docteur – Chercheur associé – Consultant, IAE Savoie Mont-Blanc - Le Sphinx Développement. Inès BOUZID, Docteur – Chercheur associé, M-Lab, Université Paris-Dauphine, Jean MOSCAROLA, Professeur, IREGE – IAE Savoie Mont-Blanc – Université de Savoie **Le rôle des réseaux sociaux et des TIC dans les révolutions arabes : les résultats d'une enquête**, 2011.

7- قائمة المواقع الالكترونية:

1 مواقع باللغة العربية:

- 1- علي عبد العال، **إمبراطورية الشر الإعلامية**، روبرت مورдох نموذجاً، الهيمنة على الإعلام العالمي وصناعة الوهم، شبكة الأخبار العربية، الرابط: <http://anntv.tv/new/showsubject.aspx?id=144596>، 2019-10-09، سا 21:00.
- 2- محمد شطاح، **التربية على وسائل الإعلام في المؤسسة المدرسية-مقاربة نقدية لاستخدامات التلفزيون-**، كلية الاتصال، جامعة الشارقة، محور العدد: الإتصال والانماء الثقافي، الرابط: <https://platform.almanhal.com/Reader/2/24565>.
- 3- الموقع الرسمي للفيسبوك <http://www.facebook.com/help/144507869019360/> يوم 28.02.2017.
- 4- عصام محمد عبيد، **دور الشبكات الاجتماعية في دعم المقررات الجامعية: من وجهة نظر طلاب وطالبات كلية علوم الحاسب والمعلومات بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية**، بحث مقدم إلى مؤتمر المحتوى العربي على الأنترنت: التحديات والطموحات الذي تعقده كلية علوم الحاسب والمعلومات بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 3-5 . 2011. 10.
- 5- **الخصوصية الرقمية بين الانتهاك والغياب التشريعي**، الرابط: <https://sitcegypt.org/?p=1425> ، 2019-09-30، ساعة: 22:32.
- 6- حسين نواره، **آليات تنظيم المشرع الجزائري لجريمة الاعتداء على الحق في الحياة الخاصة إلكترونياً**، كلية الحقوق و العلوم السياسية – جامعة مولود معمري تيزي وزو – الجزائر . **كتاب أعمال ملتقى آليات مكافحة الجرائم الإلكترونية في التشريع الجزائري المنعقد في الجزائري العاصمة يوم 29 مارس 2017** ، الرابط: <https://jilrc.com/%D8%A3%D9%84%D9%8A%D8%A7%D8%AA%D8%AA%D9%86%D8%B8%D9%8A%D9%85%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%B1%D8%B9%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1%D9%8A-%D9%84%D8%AC%D8%B1%D9%8A%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%84/> 11-08-2019، سا 12:33.
- 7- دستور مصر الصادر عام 2012، المادة 38 من الباب الثاني: **الحقوق والحريات**، ص10، ملف بصيغة pdf: الرابط https://www.constituteproject.org/constitution/Egypt_2012.pdf?lang=ar، 2019-08-12.
- 8- **هيئة حقوق الإنسان، المملكة العربية السعودية، حقوق الإنسان في المملكة، كيف تكفل المملكة الحق في الخصوصية والحرية الشخصية**، الرابط: <https://www.hrc.gov.sa/ar-sa/HumanRightsInSaudi/Pages/privatelife.aspx>، 2019-09-27، سا 18:38.
- 9- مركز المساعدة فابيسوك، انستغرام ، **الإطلاع على ملفك الشخصي وكيفية تعديله**، <https://www.facebook.com/help/instagram/936495066470190>.

- 10- أشرف جابر سيد، خالد بن عبد الله الشافي، حماية خصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة انتهاك الخصوصية في موقع الفيسبوك، دراسة مقارنة في ضوء النظام السعودي، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية بكلية الحقوق بجامعة حلوان، مصر، 2013
https://opac.cndp.ma/doc_num.php?explnum_id=161، يوم 03-10-2019، 17:33.
- 11- مرصد دعم، التحول الديمقراطي وحقوق الإنسان، القانون رقم (10) لسنة 2003 بإصدار قانون تنظيم الاتصالات <https://marsd.daamdh.org/archives/5396?lang=ar>، يوم: 02-10-2019، ساعة : 22:49.
- 12- عثمان بكر عثمان، المسؤولية عن الاعتداءات على البيانات الشخصية، جامعة طنطا، الرابط:
<file:///F:/we2+2%AE%8%A%8%A%2%82%82%AA%AF%2%882%8%A%8%A2%8AE%A%.pdf>.
- 13- يونس عرب، المخاطر التي تهدد الخصوصية وخصوصية المعلومات في العصر الرقمي، الرابط:
<https://alyaseer.net/vb/showthread.php?t=19032>، 16-09-2019، 18:46.
- 14- رائد محمد فليح النمر، حماية خصوصية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على ضوء التشريعات في مملكة البحرين، كتاب أعمال المؤتمر الدولي المحكم حول الخصوصية في مجتمع المعلوماتية، الرابط:
<https://jilrc.com/%D8%AD%D9%85%D8%A7%D9%8A%D8%A9%D8%AE%D8%B5%D9%88%D8%B5%D9%8A%D%A9%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D9%85%D9%8A%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B98%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%D8%A7%D9%84/>.
- 15- علي السيد حسين أبو دياب، أضواء على حجية الرسائل في الإثبات في مواقع التواصل الاجتماعي، كلية العلوم والدراسات الإنسانية، بالغات، العدد الثاني والثلاثون، ج3، 2017، الرابط:
http://mksq.journals.ekb.eg/article_7751_9c8683eab6c8e103572c90915f407fda.pdf
- 16- المؤتمر العلمي الدولي السنوي الرابع لكلية الشريعة، وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على المجتمع-نظرة شرعية اجتماعية قانونية-، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2014، ص168. الرابط:
<https://repository.najah.edu/bitstream/handle/20.500.11888/10583/%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- 17- فارس حسان، المواطنة الرقمية، مجلة دلشد، العدد، 151، 2014، الرابط :
<http://dlshad.net/SOURIATNA/?p=7396>
- 18- مصطفى القايد، مفهوم المواطنة الرقمية، موقع تعليم جديد، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني، 2102، الرابط :
<http://www.new-educ.com/definition-of-digital-citizenship>
- 19- حسني عوض، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب، تاريخ الإتاحة:
https://www.academia.edu/17286376/Dr_housni_Awad ، الرابط: 2019/07/22
- 20- فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار الجنادرية للنشر والتوزيع، 2015، نسخة إلكترونية، متاح على
<https://books.google.dz/books?id=lrGsDQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=fr#v=onepage&q&f=false>، يوم: 27/07/2019، ساعة: 16:20.
- 21- مؤشرات التقرير الرقمي العالمي، اطلاق يوم: 2019/07/26، ساعة 23:21، متاح على الرابط:
<https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>
- 22- إحصائيات عن العالم الرقمي، موقع <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>

- 23- سعد بن عبد الله الحميد، صادق بن محمد الهادي، أهمية اللغة العربية ومميزاتها، https://www.alukah.net/publications_competitions/0/36097
- 24- أحمد درويش، أهمية اللغة العربية في المحافظة على الهوية وتوطين المعرفة https://www.alukah.net/literature_language/0/24128/#ixzz6GQXzuvrK
- 25- نهى بلعيد، التدريب في مجال الإعلام والاتصال: من التقليدي إلى الإلكتروني، المرصد العربي للصحافة AJO، 14-2020-03، متاح على الرابط:
<https://ajoar.org/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%88%D8%AF%D8%A9/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AF%D8%B1%D9%8A%D8%A8-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%AC%D8%A7%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D9%84-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84>
- 26- محمد رياض العشري، اليوم العالمي للراديو: هل هناك مستقبل للإذاعة مع هيمنة وسائل التواصل الاجتماعي، بي بي سي أخبار، الرابط: www.bbc.com، تاريخ الاطلاع: 19-03-2020، ساعة: 16:55.
- 27- عادل عمر، دور الأنشطة الثقافية والاجتماعية في الجامعات في بناء الشخصية، مركز موقاديشو للبحوث والدراسات، تاريخ الاطلاع: 29-03-2020، ساعة: 23:00، الرابط:
<http://mogadishucenter.com/2019/12/%D8%AF%D9%88%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%86%D8%B4%D8%B7%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7>
- 28- الصمادي، هند سمعان إبراهيم، تصورات طلبة جامعة القصيم نحو المواطنة الرقمية دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة القصيم، مجلة دراسات نفسية و تربوية، مخبر تطوير الممارسات النفسية و التربوية، ع(18)، 2017، الرابط: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/23715>
- 29- المادة الأولى، الضوابط المنظمة لأندية النشاط الطلابي، كلية الجبيل الجامعية، كلية الجبيل الصناعية، معهد الجبيل التقني، المملكة العربية السعودية، اطلاع يوم: 2020-03-27، ساعة 03:49، الرابط:
<http://ucj.edu.sa/en/admission/Documents/ByLaw/%D8%A7%D9%84%D8%B6%D9%88%D8%A7%D8%A8%D8%B7%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%B8%D9%85%D8%A9%20%D9%84%D8%A3%D9%86%D8%AF%D9%8A%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B4%D8%A7%D8%B7%20%D8%A7%D9%84%D8%B7%D9%84%D8%A7%D8%A8%D9%8A.pdf>
- 30- صفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور، الرابط:
<https://www.facebook.com/%D9%86%D8%A7%D8%AF%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A8%D8%AA%D8%B3%D8%AA%D9%88%D8%B1-851374775228472/>
- 31- عادل حسن عبد الرحمن العقاب، القيم التربوية لإدارة الوقت في حياة الإنسان المسلم، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا- كلية التربية-، 14-05-2020، 15:34، الرابط:
http://www.sustech.edu/staff_publications/2012022610363922.pdf

- 32- محمد مقداد، القيم الثقافية ودورها في نقل التكنولوجيا، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، كلية التربية، جامعة البحرين، العدد 2، رقم 2، الرابط: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/45108>
- 33- رباب رأفت محمد الجمل: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي والأخلاقي للشباب السعودي، قسم الصحافة، كلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبد العزيز، جدة 2011، الرابط: <http://dalay6848.blogspot.com/2014/04/3.html>
- 34- الجموعي مومن بكوش، القيم الاجتماعية، مقارنة نفسية-اجتماعية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد 8، 2014، يوم 14-05-2020، 14:33 سا، رابط: <https://www.univ-eloued.dz/rers/images/pdf/H092014072.pdf>
- 35- محمد قيراط، التربية الإعلامية.. رهانات وتحديات، صحيفة البيان الالكترونية-اتجاهات-، الإمارات، ليوم: 05-07-2013، الرابط: <https://www.albayan.ae/opinions/articles/2013-07-05-1.1916525>
- 36- سكينه العابد، التحدي الرقمي وحاجتنا للتربية الإعلامية، أصوات الشمال، مجلة عربية ثقافية اجتماعية شاملة، 2017، الرابط: <http://aswat-elchamal.com/ar/?p=98&c=2&a=54835>
- 37- صلاح حسان، نظام التعليم في الجزائر، مقال على منصة المحيط، جانفي 2019، 11:44 سا، 3-8-2020، الرابط: <http://almoheet.net/> نظامالتعليمفيالجزائر/
- 38- فضيل دليو، دراسات في الإعلام الإلكتروني، الإشكالات المنهجية، الممارسات ومرحلة ما بعد الإعلام الإلكتروني، مركز الكتاب الأكاديمي، الرابط: <https://books.google.dz/books?id=pRrkDwAAQBAJ&pg=PA338&lpg=PA338&dq=%D8%A7%D8%AB%D9%8A%D8%B1+%D8%A7%D9%84%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9+%D8%A7%D9%84%D8%BA%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9+%D8%B9%D9%84%D9%89+%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9+%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1%D9%8A&source=bl&ots=EblqES55po&sig=ACfU3U0pVsXCyETz-ScXR3HFGOfB5jNVcQ&hl=fr&sa=X&ved=2ahUKEwiwlnP3uILqAhUR3xoKHQMKA8gQ6AEwBXoECAoQAQ#v=onepage&q=%D8%AA%D8%A7%D8%AB%D9%8A%D8%B1%20%D8%A7%D9%84%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%BA%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9%20%D8%B9%D9%84%D9%89%20%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9%20%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1%D9%8A&f=false>
- 39- محمد عبد العزيز، مصادقية وسائل الإعلام الرسمية المصرية : دراسة ميدانية على القائم بالاتصال وعينة من طلبة أقسام الإعلام بصعيد مصر، المؤتمر السنوي الأول لكلية الإعلام - جامعة الأهرام الكندية، 2012، الرابط: https://www.researchgate.net/publication/310350009_msdaqt_wsayl_alalam_alrsmtyt_almsryt_drast_mydanyt_ly_alqaym_balatsal_wynt_mn_tibt_aqsam_alalam_bsyd_msr
- 40- موقع وزارة التربية الوطنية، المبادئ، الأهداف العامة للتربية وتنظيم المسار الدراسي، 12-09-2020، 18:48، الرابط: <http://www.education.gov.dz/%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%B8%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D8%A8%D9%88%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1%D9%8A/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%A8%D8%A7%D8%AF%D8%A6-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%87%D8%AF%D8%A7%D9%81-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%85%D8%A9-%D9%84%D9%84%D8%AA%D8%B9%D9%84%D9%8A%D9%85/>
- 41- كلير واردل Claire Wardle، المرصد الأوروبي للصحافة-مقال أصلي-، ترجمة المهدي الجنوبي، نشر: البرتو سليني Alberto Cellini، أشكال متنوعة من التضليل الإعلامي، المرصد العربي للصحافة، 15-07-2020، سا

الرابط:

،18:11

<https://ajoar.org/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AC%D9%88%D8%AF%D8%A9/%D8%A3%D8%B4%D9%83%D8%A7%D9%84-%D9%85%D8%AA%D9%86%D9%88%D9%91%D8%B9%D8%A9-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B6%D9%84%D9%8A%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%8A> ،

42- الإحصاء الاستدلالي وتطبيقاته، جامعة زيان عاشور الجلفة، منصة التعليم عن بعد،

CENTRE DES SYSTÈMES ET RÉSEAUX D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION DE TÉLÉ-ENSEIGNEMENT ET D'ENSEIGNEMENT À SECTION de Télé..DISTANCE (C.S.R.I.C.T.E.D)

43- إحصائيات 2019 لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، يوم 07-10-2019، ساعة: 21:2، الرابط:

<https://www.dimofinf.net/blog/s/491/%D8%A5%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%88%D8%B4%D9%8A%D8%A7%D9%84-%D9%85%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D8%A7-%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%85-2019>.

2- مواقع باللغة الأجنبية:

- 1- Center for Media Literacy (2003). Canada's Key Concepts of Media literacy, http://scholar.google.com/scholar?q=center+for+media+literacy+2003+canada%27s+key+concepts+of+media+literacy&hl=fr&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar.
- 2- Amand lenhartaa, Madden Mary : Teens, **Privacy and Online Social Networks**, Unpublished report, the new internet and American life project, U.S.A, 2007, date of availability 22/07/2019, on time 12:37, available on: .
- 3- Boyd.Donah, and others : **Social Network Sites Definition**, History and Scholarship, Journal Of Computer Mediated Communication, vol(13), 2010, date of availability: 22/07/2019, on time: 14:03, available on: <http://jcmc.indiana.edu/vol113/boyd.ellison.html>.
- 4- Alfonso Gutiérrez & Kathleen Tyner, **Media Education, Media Literacy and Digital Competence**, Segovia (Spain) & Austin (USA) Accepted: 12-09-2011 / Published: 01-03-2012, <http://dx.doi.org/10.3916/C38-2012-02-03>, www.comunicarjournal.com
- 5- National Association for Media Literacy Education's, Journal of Media Literacy Education 3:2 (2011) 90 – 100.
- 6- Alberto Parola, Maria Ranieri, Florence, Florence, ITALY, The National Association for Media Literacy Education's, Journal of Media Literacy Education 3:2 (2011) 90 – 100, www.jmle.org.
- 7- OnAir. <http://www.onair.medmediaeducation.it/casestudies.aspx>
- 8- **Réseaux Sociaux numériques : essai de catégorisation et cartographie des controverses**, Nisrine Zammar, Thèse soutenue le (6 janvier 2012), HAL Id: tel-00687906, <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00687906>, Submitted on 16 Apr 2012.
- 9- Erika E. Smi, **Social media in undergraduate learning: categories and characteristics**, International Journal of Educational Technology in Higher Education, universitat Oberta de Catalunya, Universidad de Los Andes, 2017, 14:12, DOI 10.1186/s41239-017-0049-y, <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0> .
- 10- Jinkins, H., Clinton, K., Purshotma, R. & Weigel, M. Confronting The Challenges of Participatory Culture: Media Literacy for the 21st Century, 2006, https://www.macfound.org/media/article_pdfs/JENKINS_WHITE_PAPER.PDF
- 11- Davis, Francis (1992). from Activism to Exploration. Aspen Institute,
- 12- http://www.medialit.org/reading_room/pdf357AspenbkgnD_Davis.pdf
- 13- Triling, Bernie & Hood, Paul, Learning, Technology, and Educational Reform in the Knowledge Age, Educational Technology, Vol.39, (3), 1999, pp.5-17. <file:///C:/Users/toshiba/Downloads/MIL-Curricula-Analysis-EN.pdf>.
- 14- NCREL, North Central Regional Educational Laboratory, 21st Century skills, 2003, <http://www.ncrel.org/engage/skills.htm>). Retrieved: 29/9/2006.

- 15- Les jeunes et Internet : De quoi avons-nous peur ? étude réalisée ,par Élodie KREDENS et Barbara FONTAR , auprès de 1000 enfants et adolescents, Un projet mené par Fréquence écoles ,avec le soutien de la Fondation pour l'Enfance , www.frequence-ecoles.org. Mars 2010, <http://veille-et-analyses.ens-lyon.fr/Rapports/DetailRapport.php?parent=liste&id=1226>
- 16- Francis Balle, L'école et la télévision, In Communication et langages, N°100-101, 2ème-3ème trimestre, 1994, pp. 79-88 , accessible: https://www.persee.fr/issue/colan_0336-1500_1994_num_100_1
- 17- <http://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2012/05/mil-policyguidelines.pdf> , p 20-22.
- 18- Media and information literacy :policy and strategy guidelines, p 26. <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-information-literacy-policy-and-strategy-guidelines/>.
- 19- <http://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2012/05/mil-policyguidelines.pdf> , p 20-22.
- 20- Media and information literacy :policy and strategy guidelines, p 26. <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-information-literacy-policy-and-strategy-guidelines/>.
- 21- L'Éducation aux Médias et à l'Information, https://www.ac-paris.fr/portail/jcms/p1_1010085/accueil.
- 22- M.E.N, L'EMI dans la stratégie du numérique, EDUSCOL, nov.2014. <http://eduscol.education.fr/cid72525/education-aux-medias-information.html>, 22/07/2019, 22:12h.
- 23- La compétence médiatique dans un monde numérique. Résolution du Parlement européen du 16 décembre 2008 sur la compétence médiatique dans un monde numérique. <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0598+0+DOC+XML+V0//FR>.
- 24- IGEN – IGAENR, L'éducation aux médias : enjeux, état des lieux, perspectives, Catherine Becchetti-Bizot, Alain Brunet (rapp.), Rapport n° 2007-083. IGEN – IGAENR, http://pressealecole.fr/wp-content/uploads/2007/12/rapport_inspection_generale.pdf , 11-06-2019, a23:44.
- 25- Frau-Meigs D., Boutin P. Politiques d'éducation aux médias et à l'information en France (2013). Mai 2014. http://www.enjeuxemedias.org/IMG/pdf/FRANCE_rapport_2014.pdf.
- 26- <http://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/2012/05/mil-policyguidelines.pdf> , p 22.
- 27- <http://lestroiscouronnes.esmeree.fr/identite-professionnelle/partie-2-l-emi-dans-la-strategie-numerique>.
- 28- Freed, ken(2003), Deep media literacy, <http://www.media-vision.com/ed.deepliteracy.html>). Retrieved:18/1/2007.
- 29- Canada Offers Ten Classroom Approaches to Media Literacy, CML, centre for media literacy, site : <http://www.medialit.org/reading-room/canada-offers-ten-classroom-approaches-media-literacy>.
- 30- Sarah Bordac, Identifying undergraduate media literacy skills: An exploratory study of faculty perceptions, Graduate School of Library and Information Science, Simmons College Boston, MA 02115, 07-10-2019, a 12 :34 accessible : <https://asistdl.onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/meet.2009.1450460263>.
- 31- **Titre Ier : Dispositions communes, Chapitre Ier - Principes et définitions, Article 2,**
- 32- <https://www.cnil.fr/fr/la-loi-informatique-et-libertes#article2>, le 03-10-2019, a 23 :22 h.
- 33- Nathalie Walczak, **La protection des données personnelles sur l'internet**, analyse des discours et des enjeux sociopolitiques, thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, université lumière lyon2, 2014, le : 22.09.2019, <https://halshs.archives-ouvertes.fr/tel-01271019/document>.
- 34- Cecile Nlend, **La protection du mineur dans le cyber espace**, université de picardie jules verne amiens, faculté de droit et de sciences politique, 2009, HAL,archives-ouvertes.fr https://tel.archives-ouvertes.fr/file/index/docid/432247/filename/LA_PROTECTION_DU_MINEUR_DANS_LE_CYBERESPACE.pdf.
- 35- Madame Anne Debet , **Mesure de la diversité et protection des données personnelles** , Rapport présenté en séance plénière le 15 mai 2007 ,CNIL , le 22.09.2019 / 22 :33, <https://www.cnil.fr/sites/default/files/typo/document/RapportdiversiteVD.pdf>.
- 36-

- 37- Article 226-18, **Le fait de collecter des données à caractère personnel par un moyen frauduleux**, déloyal ou illicite est puni de cinq ans d'emprisonnement et de 300 000 Euros d'amende. <https://www.codes-et-lois.fr/code-penal/article-226-18>.
- 38- Avis 06/2014 **sur la notion d'intérêt légitime poursuivi par le responsable du traitement des données au sens** de l'article 7 de la directive 95/46/CE Adopté le 9 avril 2014, 844/14/FR WP 217, GROUPE DE TRAVAIL «ARTICLE 29» SUR LA PROTECTION DES DONNÉES, Ce groupe de travail a été institué par l'article 29 de la directive 95/46/CE. Il s'agit d'un organe consultatif européen indépendant sur la protection des données et de la vie privée. Ses missions sont définies à l'article 30 de la directive 95/46/CE et à l'article 15 de la directive 2002/58/CE. Son secrétariat est assuré par la direction C (Droits fondamentaux et citoyenneté de l'Union) de la direction générale «Justice» de la Commission européenne, B-1049 Bruxelles, Belgique, bureau MO-59 02/013. Site internet: http://ec.europa.eu/justice/data-protection/index_fr.htm.
- 39- Laroussi CHEMLALI, **Protection des données à caractère personnel** : vers la révision de la directive 95/46/CE, sur <https://juriscom.net/wp-content/documents/donneesperso20120222.pdf>.
- 40- **Journal officiel** n° L 281 du 23/11/1995 p. 0031 – 0050, Directive 95/46/CE du Parlement européen et du Conseil, du 24 octobre 1995, relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, Document 31995L0046, le lien: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX%3A31995L0046>, le 22.09.2019, a 17 :10.
- 41- **Règlement général sur la protection des données (RGPD, ou encore GDPR, de l'anglais General Data Protection Regulation)**, est un règlement de l'Union européenne qui constitue le texte de référence en matière de protection des données à caractère personnel. (RGPD), Article 17 Droit à l'effacement ("droit à l'oubli"), le lien: <https://www.gdpr-expert.eu/article.html?id=17#textesofficiels>, le 23.09.2019, a 22 : 14.
- 42- La loi « Informatique et Libertés », 17 juin 1978, Loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, article 13, le lien : <https://www.cnil.fr/fr/la-loi-informatique-et-libertes#article13>.
- 43- GROUPE DE TRAVAIL «ARTICLE 29» SUR LA PROTECTION DES DONNÉES, 00264/10/FR WP 169, **Avis 1/2010 sur les notions de «responsable du traitement» et de «sous-traitant»**, Adopté le 16 février 2010, le lien : https://cnpd.public.lu/dam-assets/fr/publications/groupe-art29/wp169_fr.pdf, le 24.09.2019, a09 :12h.
- 44- Katherine Blizard, **Facebook and Beacon and Your Privacy**, 2011, le lien: https://prezi.com/frzronywj_ob/facebook-ethical-analysis/.
- 45- Jeffrey Rosen, **The Right to be Forgotten-Symposium Issue**-, 64 Stan. L.REV.ONLINE 88, 2012, le lien : <https://review.law.stanford.edu/wp-content/uploads/sites/3/2012/02/64-SLRO-88.pdf>.
- 46- 2025 ex machina, **réseaux sociaux**, épisode 1 fred et le chat démoniaque-il a publié, il a oublié, pas les réseaux, site web, le lien : http://www.clg-verne-rueil.ac-versailles.fr/IMG/pdf/Reseaux_Sociaux.pdf; le 27-09-2019.
- 47- Alain Rallet et Fabrice Rochelandet, **« Exposition de soi et décloisonnement des espaces privés : les frontières de la vie privée à l'heure du Web relationnel »**, in Terminal, n° 105 : Technologies et usages de l'anonymat sur Internet, sur le lien : <https://journals.openedition.org/terminal/1869>.
- 48- Wissem jarraya, **la protection des données personnelles dans le commerce électronique**, rapport de recherche, faculté de droit de sfax 2013, disponible sur le lien : https://www.google.com/search?xsrf=ACYBGNRvoP1bwLNg62Bu8u6G9P90w3LxhQ:1570059587398&q=Jean+Frayssinet,+%C2%AB+La+protection+des+donn%C3%A9es+personnelles+%C2%BB,+en+Droit+de+l%E2%80%99informatique+et+de+l%E2%80%99Internet,+Th%C3%A9mis,+2001,+p.128&spell=1&sa=X&ved=0ahUKEwi6qe7f3_7kAhUCu3EKHWufBNAQBQgtKAA&biw=1280&bih=640.
- 49- A-ARAMAZANI, **le droit à l'oubli et internet RDTI**, n43-2/2011 page 34, disponible sur le lien: opac.cndp.ma/doc_num.php?explnum_id=184.
- 50- CNIL, **Ce que change la loi pour une République numérique pour la protection des données personnelles**, 17 novembre 2016, le lien: https://www.cnil.fr/fr/ce-que-change-la-loi-pour-une-republiquenumeriquepourlaprotectiondesdonneespersonnelles?fbclid=IwAR3ow2K_7gFev8m7hMXVOdKpDNXva18Zgk8FkmL6IHS4QvpAEUga-hjLXSo, 26-09-2019.
- 51- Fiche informative: **Les 10 conseils clé de la CNIL pour réfléchir avant de publier**, <http://www.2025exmachina.net/medias/pdf/10-conseils-cles.pdf>.
- 52- Edmonton catholic schools, **digital citizenship-administrative Policy**, 2012. <https://www.ecsd.net/ParentsStudents/ParentResources/Documents/137%20Digital%20Citizenship%20Policy.pdf>.

- 53- ¹ Indian department of education, <https://www.doe.in.gov>, **digital citizenship Indiana Academic Standards Course Framework**, 2016, site : [/sites/default/files/standards/cf-bmit-digitalcitizenship-01-2016-august.pdf](https://www.doe.in.gov/sites/default/files/standards/cf-bmit-digitalcitizenship-01-2016-august.pdf).
- 54- Ribble, bailey, **digital citizenship**, At all grades levels, international society for technology and education, information literacy, available, at: www.iste.org.
- 55- Indian department of education, **digital citizenship Indiana Academic Standards Course Framework** (2016), le lien : <https://www.doe.in.gov/sites/default/files/standards/cf-bmit-digitalcitizenship-01-2016-august.pdf>.
- Mike s, Ribble and Gerald D, bailey, **Digital Citizenship at All Grade Levels**, learning and learning with the technology, international society for technology in education; us and canada, 2006, p30, available at : www.whyville.net > press > L LMar06Whyville
- 57- richard harrison and michael thomas: **identity in online communities**: social networking sites and language learning, **international of emerging technologies**, 407(2), p 112, le lien : <https://pdfs.semanticscholar.org/c40f/fd108ba9d3d9483e6f2b1e9818741d310b7a.pdf> , accessed on 22/07/2019.
- 58- The most downloaded social networking app worldwide for May 2019, accessed on 22/07/2019, Available at : <https://sensortower.com/blog/top-social-networking-apps-worldwide-may-2019-downloads>
- 59- NATALIA SELIVERSTOVA ,**LES REGLES DE LA PUBLICATION EN FACEBOOK**, 12:08 22.03.2017, accédé le/ 09.03.2020/ 21.02h , site web / <https://arabic.sputniknews.com/mosaic/201703221022984301-%D9%82%D9%88%D8%A7%D8%B9%D8%AF%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A5%D8%B9%D8%AC%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D8%AA/>.
- 60- NATALIA SELIVERSTOVA ,**LES REGLES DE LA PUBLICATION EN FACEBOOK**, 12:08 22.03.2017, accédé le/ 09.03.2020/ 21.02h , site web / <https://arabic.sputniknews.com/mosaic/201703221022984301-%D9%82%D9%88%D8%A7%D8%B9%D8%AF%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83-%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A5%D8%B9%D8%AC%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D8%AA/>.
- 61- Tomé, Vitor (2016):**Developing Digital Citizenship in Children Aged from 3 to 9**: A Pilot Project in the Portuguese Region of Odivelas, MEDIA EDUCATION – Studies & Research, Vol. 7, No. 2, pp. 196-214. http://riviste.erickson.it/med/wp-content/uploads/4%20MED_Novembre.pdf , 19-03-2020, 22:28h
- 62- [Amanda Lenhart](#), [Mary Madden](#), **Teens, privacy and online social networks: How teens manage their online identities and personal information in the age of MySpace** , 2007, <https://www.semanticscholar.org/paper/Teens%2C-privacy-and-online-social-networks%3A-How-and-LenhardtMadden/0ace59d91bc28b15d2f2050777b17dd2b6a935b8>
- 63- Mark A. Urista, Qingwen Dong, Kenneth D. Day, **Explaining Why Young Adults Use MySpace and Facebook Through Uses and Gratifications Theory**, Human Communication. A Publication of the Pacific and Asian Communication Association. Vol. 12, No. 2, 2007 pp.215-229, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.568.9846&rep=rep1&type=pdf>.

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

كلية: العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية

قسم: الإعلام والاتصال

استمارة تحليل مضمون لموضوع:

التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية

دراسة تحليلية ميدانية لصفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر
الفيسبوك-أنموذجا-

إشراف:

أ.د جمال بن زروق

إعداد:

قراندي سعاد

السنة الجامعية: 2019-2020

• القسم الأول:

1. البيانات الأولية:

1		
2		
5	4	3
6		

2. فئات الشكل لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر موقع الفيسبوك:

1.2 

1.1.2 

1.1.1.2 

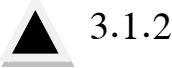
الوفرة
12
13

العناصر التعريفية
7
8
9
10
11



الوفرة
19
20

العناصر التعريفية
14
15
16
17
18



21
22
23



الوفرة	معلومات حول الصفحة
32	24

33		25
		26
		27
		28
		29
		30
		31



5.1.2

التكرار

34
35
36
37



2.2

التكرار

38
39
40
41
42
43
44
45
46



3.2

47
48
49
50
51
52

 4.2

53
54
55
56
57

 5.2

58
59
60
61
62

3. فئات المضمون لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك:

 1.3

63
64
65
66
67
68

 1.1.3

69

70
71
72
73
74
75
76
77



2.1.3

78
79
80
81
82
83
84



3.1.3

85
86
87
88
89
90
91



4.1.3

92
93
94
95



5.1.3

96
97
98
99
100
101
102
103
104
105
106
107
108
109
110
111
112
113
114
115
116



2.3

117
118
119

120
121



3.3

122
123
124
125
126
127



4.3

128
129
130
131
132
133
134
135
136



5.3



1.5.3

الاتجاه

143
144
145

المضامين

137
138
139
140
141
142

146
147
148
149
150
151
152
153
154
155
156
157
158

• القسم الثاني: التعليمات

نعرف فيه إلى ما تشير إليه الأرقام والأشكال الواردة في الاستمارة، على النحو التالي:
أولاً: الأشكال

- شكل المستطيل يرمز إلى الفئات الرئيسية
شكل المثلث يرمز إلى الفئات الفرعية
شكل الدائرة إلى الفئات الثانوية
وكل شكل رقم يرافقه يشير إلى معناه

1.2. العناصر التعريفية

2. 1.1. العناصر التعريفية في صورة غلاف الصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام
بتستور" عبر الفيسوك

1.1.1.2. الوفرة

2.1.2. العناصر التعريفية في الصورة المصغرة لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام
بتستور" عبر الفيسوك .

1.2.1.2. الوفرة

3.1.2. علامة التوثيق الزرقاء لصفحة "نادي التربية على وسائل الاعلام بتستور"

4.1.2. المعلومات حول الصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور"

1.4.1.2 ● الوفرة

5.1.2 ▲ المعلومات والإحصاءات حول منشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور"

2.2 ■ نوع المنشورات عبر صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك

3.2 ■ اللغة المستخدمة بمنشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور"

4.2 ■ معدل تواتر النشر على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر

5.2 ■ عدد الصور المرافقة لمنشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور"

1.3 ■ مواضيع منشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور"

1.1.3 ▲ طبيعة المنشورات الإعلامية لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور"

2.1.3 ▲ المعلومات الإرشادية والتحذيرية لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك

3.1.3 ▲ القوانين الضابطة للتعامل مع المضامين الإعلامية ضمن الشبكات الاجتماعية عبر صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك

4.1.3 ▲ منهجية العمل على التربية الإعلامية لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك

5.1.3 ▲ مواضيع الدروس النظرية والنشاطات التطبيقية لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك

2.3 ■ مصادر المعلومات لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك

3.3 ■ الفاعلون عبر صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك

4.3 ■ أهداف منشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك

5.3 ■ اتجاهات مضامين المنشورات نحو التربية الإعلامية على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك

1.5.3 ● الاتجاه نحو المضامين

6.3 ■ القيم التي تحملها صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" بالفيسبوك

ثانياً: الأرقام

1- يشير إلى اسم الصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور"

2- يشير إلى موقع الصفحة عبر الفيسبوك :

<https://www.facebook.com/%D9%86%D8%A7%D8%AF%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A8%D8%AA%D8%B3%D8%AA%D9%88%D8%B1-851374775228472/>

3- 4- 5: تاريخ إنشاء الصفحة (اليوم-الشهر-السنة) 02 جويلية 2019.

- 6- المدة الزمنية للتحليل: ستة أشهر من 02 جويلية 2019 وإلى غاية 02 جانفي 2020.
- 7- العناصر التعريفية في صورة غلاف الصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسوك 8- اسم النادي 9 - الشعار 10- ألوان النادي 11- الهوية التصويرية 12- متوفرة 13- غير متوفرة
- 14-العناصر التعريفية في الصورة المصغرة لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسوك 15-اسم النادي 16-الشعار 17-ألوان النادي 18-الهوية التصويرية 19- متوفرة 20-غير متوفرة
- 21- علامة التوثيق الزرقاء لصفحة "نادي التربية على وسائل الاعلام بتستور" عبر الفيسبوك 22- متوفرة 23 - غير متوفرة
- 24- معلومات حول الصفحة 25- اسم الصفحة 26-تاريخ التأسيس 27-وظيفة الصفحة 28- البريد الإلكتروني 29- موقع الويب 30- رقم الهاتف 31- خدمات النادي 32- متوفرة 33- غير متوفرة
- 34- معلومات وإحصاءات حول منشورات الصفحة 35- إعجاب 36- إعجاب+تعليق 37-إعجاب+تعليق+مشاركة
- 38- نوع منشورات الصفحة 39- نص 40- صورة 41- نص+ صورة 42- نص+ رابط 43- نص+ رابط+ صورة 44- نص+ رابط+ فيديو 45- نص+ فيديو 46- نص+ رابط+ نوع الفيديو
- 47- اللغة المستخدمة في الصفحة 48- لغة عربية فصحي 49- لغة عربية عامية 50- لغة انجليزية 51- لغة فرنسية 52- لغة مختلطة(عربية +انجليزية)
- 53- عدد مرات النشر في اليوم على الصفحة 54- مرة واحدة 55- مرتين 56- ثلاث مرات 57- أكثر من ثلاث مرات
- 58- عدد الصور المرافقة لمنشورات الصفحة 59- صورة واحدة 60- صورتين 61- ثلاث صور 62- أكثر من ثلاثة صور
- 63- مواضيع المنشورات لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك 64- منشورات إعلامية 65- معلومات إرشادية وتحذيرية 66- قوانين الاستخدام للمضامين الإعلامية 67- منهجية العمل للتربية الإعلامية 68- دروس نظرية ونشاطات تطبيقية 69- طبيعة المنشورات الإعلامية على الصفحة 70- الأنشطة الإذاعية 71- الأنشطة المسرحية 72- الأنشطة الصحفية 73- الحفلات 74- المعارض 75- استضافة في وسائل الإعلام 76- زيارة إلى المؤسسة 77- أنشطة اجتماعية
- 78- مواضيع المعلومات الإرشادية التحذيرية المنشورة على الصفحة 79- إرشاد حول نظم البرمجيات 80- مخاطر الأنترنت 81- كيفية استخدام الوسائل التكنولوجية 82- التنبيه عن المواقع السلبية 83- الوعي بالمواطنة الرقمية 84- تحدي محو الأمية الرقمية

- 85- قوانين الاستخدام للمضامين الإعلامية المنشورة على الصفحة 86- قوانين دولية 87-
قوانين محلية 88- قوانين منظمات 89- قوانين جمعيات 90- قوانين للأنظمة الإعلامية
91- قوانين للمؤسسات التربوية
- 92- منهجية العمل على التربية الإعلامية للصفحة 93- تسطير الأهداف والفئة المستهدفة
94- تنسيق المنشورات وفق برنامج عمل النادي 95- تحديد الأساليب والوسائل
- 96- الدروس النظرية والنشاطات التطبيقية للصفحة 97- مفاهيم أساسية حول التربية الإعلامية
98- الحصول على المعلومة 99- مصادر الخبر 100- كتابة المقال الصحفي 101-
تصميم مجلة 102- تصميم مجلة حائطية 103- إعداد مقابلة صحفية 104- قراءة
دلالات الصورة 105- تركيب فيديو 106- إعداد روبرتاج 107- كيفية الإنتاج
التلفزيوني 108- كيفية الإنتاج الإذاعي 109- كتابة القصة 110- الكتابة المسرحية
111- إقامة معرض 112- كيفية استعمال وسائل تقنية وبرمجيات 113- طرق توظيف
مهارات القراءة 114- طرق توظيف مهارة الكتابة 115- طرق توظيف مهارة النقد 116-
توظيف مهارة المشاركة بالمعلومة
- 117- مصادر معلومات الصفحة 118- مواقع التواصل الاجتماعي 119- الدليل
والنصوص والمراجع المعمول بها 120- المختصون والمدربون 121- مدير الصفحة
والقائمين عليها
- 122- الفاعلون عبر الصفحة 123- المشرف على النادي 124- أعضاء النادي 125-
الجهات الإعلامية 126- المختصون والخبراء 127- المشتركون بالصفحة
128- أهداف منشورات الصفحة 129- التعريف بنشاطات النادي 130- توفير معلومات
لخلق فهم ووعي بالتربية الإعلامية 131- التفاعل مع نشاطات النادي ومنشوراته 132-
التكوين والتدريب 133- خلق الاتجاهات 134- التدرج مع التكوين على تعزيز المعرفة
بالخصوصية الرقمية 135- التدرج مع التكوين على دعم المواطنة الرقمية 136- التدرج مع
التكوين على محو الأمية الرقمية
- 137- اتجاهات مضامين الصفحة نحو التربية الإعلامية 138- مضامين التربية الإعلامية
139- وسائل التربية الإعلامية 140- مهارات التربية الإعلامية 141- أبعاد التربية
الإعلامية 142- سياقات التربية الإعلامية 143- مؤيد 144- محايد 145-
معارض
- 146- القيم التي تحملها الصفحة 147- البعد المعرفي 148- البعد الجمالي 149-
البعد التربوي 150- البعد الثقافي 151- البعد الاقتصادي 152- البعد السياسي
153- البعد الترفيهي 154- البعد الاتصالي 155- البعد الإنساني 156- البعد
الاجتماعي 157- البعد النفسي 158- البعد اللساني

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

كلية: العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية

قسم: الإعلام والاتصال

استبيان الإستمارة الإلكترونية حول دراسة:

التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية

دراسة تحليلية ميدانية لصفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر
الفيسبوك-أنموذجا-

إشراف:

إعداد:

أ.د/ جمال بن زروق

قراندي سعاد

ملاحظة: المعلومات الواردة في الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

السنة الجامعية: 2019-2020

المحور الأول: البيانات العامة

1- النوع:

☐ ذكر ☐ أنثى

2- السن:

☐ 25- 10 ☐ 35-26 ☐ 45-36 ☐ 46 فما فوق

3- المستوى التعليمي:

☐ ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي

4- النشاط المهني:

☐ إطار سامي ☐ مهن حرة ☐ موظف ☐ متقاعد ☐ بطال

المحور الثاني: أنماط استخدام صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك

5- هل أنت من المتابعين لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك؟

☐ نعم ☐ لا

6- هل أنت متابع للصفحة بشكل؟

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً

7- عند استخدامك لصفحة النادي، هل تقوم بـ:

☐ تصفح كل المحتوى الموجود
☐ التوجه نحو ما تحتاجه من معلومات

8- هل تتفاعل عبر صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك؟

☐ إعجاب ☐ تعليق ☐ مشاركة ☐ رسالة على الخاص ☐ نشر بحائط الصفحة

9- هل سبق وواجهت عوائق عند استخدامك لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور"

عبر الفيسبوك ؟

☐ نعم ☐ لا

في حالة الإجابة بنعم، ما هي هذه العوائق؟

1.9 صعوبات تقنية: ☐ نعم ☐ لا

1.1.9 إذا كانت الإجابة نعم، متعلقة بـ :

ضعف تدفق الانترنت ☐ سوء استخدام الانترنت والتطبيقات ☐ سوء تسيير الصفحة ☐

2.9 صعوبات لغوية: ☐ نعم ☐ لا

1.2.9 إذا كانت الإجابة نعم، هل لأن:

اللغة: ☐ مكتوبة بـ: لغة عربية ☐ لغة فرنسية

أسلوبها: ☐ بسيط ☐ معقد

3.9 صعوبات معرفية: ☐ نعم ☐ لا

1.3.9 إذا كانت الإجابة نعم هي:

صعوبات في متابعة الجديد ☐ نقص المعلومات ☐ قلة التفاعل والرد على الصفحة ☐
10- هل تتفاعل حول مواد التربية الإعلامية من خلال منشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك؟

دائماً ☐ أحياناً ☐ أبداً ☐

11- هل هدفك من التفاعل؟

الإطلاع والفضول ☐ النشر على الصفحة ☐ الحصول على معلومات ☐
إبداء رأي ☐ الإستفسار ☐ تخصصك في نفس النشاط ☐
إعادة النشر ضمن صفحة أخرى ☐ إعادة النشر على الصفحة الشخصية ☐
إعادة النشر ضمن مجموعة ☐ إضافة أصدقاء ☐

12- هل تشارك أصدقاءك بالحديث حول ما تجده على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور"؟

نعم ☐ لا ☐

المحور الثالث: دوافع استخدام صفحة النادي "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك

13- ما هي دوافع استخدامك لصفحة نادي التربية على وسائل الإعلام؟

دوافع مهنية ☐ دوافع معرفية ☐ دافع المصداقية والثقة ☐
البحث عن الذات والانتماء ☐ الهروب من الروتين اليومي والتسلية ☐

14- ما هي الحاجات التي تلبّيها من خلال استخدامك لصفحة نادي "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك؟

المعرفة بمضامين التربية الإعلامية ☐ الترشيد على استخدام وسائل التربية الإعلامية ☐
الوعي بالمضامين الإعلامية ☐ التدريب على مهارات التربية الإعلامية ☐
الاستفادة في مجال العمل أو الدراسة ☐

15- ما هي طبيعة مضامين التربية الإعلامية التي تتابعها على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك؟

منشور نصي خاص بمسير الصفحة ☐ صور وفيديوهات ☐ خدمات ☐
معلومات ودروس عن التربية الإعلامية ☐ الاستفسار ☐
زيارات ميدانية للنادي ☐ ورشات عمل النادي ☐

16- ما نوع مضامين التربية الإعلامية التي تنشرها صفحة النادي "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك وتدفّك لتصفحها؟

دروس نظرية ☐ دروس تطبيقية ☐ نشاطات النادي ☐
أجوبة لاستفسارات ☐ عروض خاصة ☐ نشاطات وطنية ودولية ☐

17- ما هي وسائل التربية الإعلامية التي تعمل صفحة النادي "نادي التربية على وسائل

الإعلام بتستور" في الترشيد على استخدامها ؟

- ☐ الإذاعة ☐ التلفزيون ☐ المجلة ☐ الصحيفة ☐ المطوية والملصقة ☐ المعرض ☐ المسرح ☐ السينما ☐ الكمبيوتر وبرمجيات الانترنت

المحور الرابع : الإشباع المحفزة من خلال منشورات صفحة النادي بالفيسبوك حول مواد

التربية الإعلامية لدعم السلوكيات الاتصالية والتفاعلية عبر الشبكات الاجتماعية

18- هل يمكن الإطلاع على نشاطات النادي المقدمة على صفحة "نادي التربية على

وسائل الإعلام بتستور" التابعة له عبر الفيسبوك في تحفيز استخدام الصفحة؟

- ☐ نعم ☐ لا

19- هل تتطابق مضامين التربية الإعلامية وما ينشط عليه نادي "التربية على وسائل

الإعلام" وينشره على صفحته بالفيسبوك ؟

- ☐ نعم ☐ لا

20- هل تقدم صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك معلومات

جديدة حول مضامين التربية الإعلامية؟

- ☐ نعم ☐ لا

21- هل تساعد صفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" في التعريف بمضامين

التربية الإعلامية؟

- ☐ نعم ☐ لا

22- هل تساهم صفحة النادي " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك

في المعرفة بمصادر المضامين الإعلامية؟

- ☐ نعم ☐ لا

23- هل توعي صفحة النادي " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك

بسياقات المضامين الإعلامية؟

- ☐ نعم ☐ لا

24- هل ترشد صفحة النادي " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك

في فهم تقنيات إعداد المضامين الإعلامية؟

- ☐ نعم ☐ لا

25- هل ترشد صفحة النادي " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك

بأبعاد المضامين الإعلامية؟

- ☐ نعم ☐ لا

26- هل تقدم صفحة النادي " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر الفيسبوك

معلومات لكيفية تطبيق مضامين التربية الإعلامية؟

نعم ☐ لا ☐

27- ما هي مهارات التربية الإعلامية التي تستفيد منها ويتغير بها تعاملك مع المضامين

الإعلامية من خلال منشورات صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك ؟

مهارات القراءة ☐ مهارة الإصغاء ☐ مهارة التحليل ☐
مهارة النقد والتقييم ☐ مهارة المشاركة ☐ مهارة الإبداع وإعادة الإنتاج ☐

28- هل تساهم صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في

التوعية باستخدام وسائل التربية الإعلامية ؟

نعم ☐ لا ☐

29- هل ترشد صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك من خلال

المنشورات عن وسائل التربية الإعلامية في التعامل نحو المضامين الإعلامية ؟

نعم ☐ لا ☐

30- كيف تساهم صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في دعم

المستخدمين من التواصل حول التربية الإعلامية؟

الحصول على المعلومات ☐ الرد على الاستفسارات والتعليقات ☐
اختصار الوقت والجهد ☐ الربط بمواقع متخصصة بالتربية الإعلامية ☐

31- هل ترى أن هذا التغيير في التعامل نحو المضامين الإعلامية له علاقة باستخدامك

لصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك وما تنتشره من مضامين

ووسائل حول التربية الإعلامية؟

نعم ☐ لا ☐

32- ما هو تقييمك لمستوى صفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر

الفيسبوك في نشر مواد التربية الإعلامية ؟

جيدة ☐ حسنة ☐ محايدة ☐ متوسطة ☐ ضعيفة ☐

33- هل هناك نقائص بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك ؟

نعم ☐ لا ☐

1.33 في حالة الإجابة بنعم، ما هي هذه النقائص ؟

.....

2.33 كيف يمكن التغلب على هذه النقائص؟

.....

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

كلية: العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية
قسم: الإعلام والاتصال

استبيان مقابلة القائم بالإتصال حول دراسة:

التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية

دراسة تحليلية ميدانية لصفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر
الفيسبوك - أنموذجاً -

إشراف:

إعداد:

أ.د/ جمال بن زروق

قراندي سعاد

ملاحظة: المعلومات الواردة في الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

السنة الجامعية: 2019-2020

1. المحور الأول: دور القائم بالاتصال في تحدي محو الأمية الرقمية من خلال دعم التربية الإعلامية على صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك عبر الشبكات الاجتماعية:

1. كيف جاءت فكرة إنشاء صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" على الفيسبوك؟
2. ما هو برنامج عملكم والمرجعية التي تتبعونها بالنسبة لمحتوى المنشورات حول مواد التربية الإعلامية على الصفحة؟

3. ما هي الخدمات المسخرة على الصفحة؟

4. هل هناك وتيرة معينة في عدد مرات النشر على الصفحة وما سبب ذلك؟

5. ما هو الدور الذي تقومون به من خلال هذه الصفحة في تحدي محو الأمية الرقمية؟

المحور الثاني: وظيفة القائم بالاتصال في دعم المواطنة الرقمية نحو المضامين الإعلامية لدى المستخدمون للصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك:

6. ما هي الفئة العمرية التي تخاطبونها ولماذا؟

7. ما هي الأساليب والوسائل التي تعتمدونها لجذب انتباههم؟

8. هل هناك جهات وأطراف أخرى تساعد في دعم منشورات الصفحة حول التربية الإعلامية وفي حالة عدم وجودها ما السبب في ذلك؟

9. هل ترون أن مستوى التواصل والتفاعل في تحسن وما سبب ذلك؟

10. كيف تؤثر حاجات المستخدمين على اختياركم للمواضيع؟

المحور الثالث: واقع وأفاق القائم بالاتصال في تعزيز التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية

11. ما هي الأهداف التي نجحت في تحقيقها الصفحة وتلك التي تسعى إليها؟

12. ما هي القيم التي تسعون لتسخيرها من خلال الصفحة؟

13. كيف ترون واقع اهتمام القائمين بالاتصال في دعم التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية؟

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

كلية: العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية
قسم: الإعلام والاتصال
استبيان استمارة حول دراسة:

التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية

دراسة تحليلية ميدانية لصفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر
الفيسبوك-أ نموذجاً-

بين أيديكم استبيان مقابلة نصف مقننة عن التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي
الشبكات الاجتماعية، تستخدم كإحدى أدوات البحث العلمي في إطار إنجاز أطروحة
الدكتوراه.

رابط الصفحة المعنية بالدراسة هو : <https://www.facebook.com/%D9%86%D8%A7%D8%AF%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%A9-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A8%D8%AA%D8%B3%D8%AA%D9%88%D8%B1-851374775228472/>

إشراف:

أ.د جمال بن زروق

إعداد:

قراندي سعاد

ملاحظة: المعلومات الواردة في الاستبيان سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

السنة الجامعية 2019-2020

البيانات العامة:

1. النوع:

☐ ذكر ☐ أنثى

2. المجال الأكاديمي:

☐ علوم الإعلام والاتصال ☐ علوم التربية

3. نوع الشهادة:

☐ دكتوراه دولة ☐ دكتوراه علوم ☐ دكتوراه نظام ل.م.د. ☐ ماجستير ☐

4. طبيعة الوظيفة:

☐ أستاذ مساعد "ب" ☐ أستاذ مساعد "أ" ☐ أستاذ محاضر صنف "ب" ☐ أستاذ محاضر صنف "أ" ☐ أستاذ التعليم العالي ☐

5. سنوات الخبرة في المجال:

☐ من 1 سنة إلى أقل من 5 سنوات ☐ من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات ☐ من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة ☐ من 15 سنة فما فوق ☐

المحور الثاني: واقع تفعيل التربية الإعلامية لدى المستخدمين من النشء والشباب

عبر الشبكات الاجتماعية

6. ما مفهومك للتربية الإعلامية؟

.....
.....

7. ما هي مصادر معلوماتك عن التربية الإعلامية؟

☐ مختصين في التربية الإعلامية ☐ وسائل الإعلام ☐ مواقع إلكترونية ☐ مؤلفات ورقية ☐ ملتقيات ☐ ندوات ☐ أصدقاء ☐

8. هل تقوم مؤسسات النظام التعليمي الرسمي الجزائري بدور في تفعيل التربية الإعلامية ؟

☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة بلا، ما سبب ذلك؟

.....
.....

9. هل ترى أن المؤسسات الإعلامية الجزائرية تقوم بالترشيد على التربية الإعلامية لدى

النشء والشباب ؟

☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة بلا، ما سبب ذلك؟

10. هل تقوم الجمعيات والنوادي التربوية الجزائرية بجهد في نشر التربية الإعلامية بين

النشء والشباب؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت الإجابة بلا، ما سبب ذلك؟

11. ما هي المخاطر التي يحتمل أن يتعرض لها النشء والشباب في استخدامهم لوسائل

الإعلام؟

☐ تعرقلهم عن مراجعة دروسهم	☐ تؤثر على قيمهم وعاداتهم المجتمعية
☐ تشجعهم على تبني ثقافات غربية هدامة	☐ تشجعهم على تبني ثقافات غربية هدامة
☐ تدفعهم للانعزال عن المجتمع	☐ تشجعهم على تبني ثقافات غربية هدامة
☐ تجعلهم يتمردون على واقعهم	☐ تشجعهم على تبني ثقافات غربية هدامة
☐ تشككهم في عقيدتهم وتضعف هويتهم	☐ تشجعهم على تبني ثقافات غربية هدامة
☐ تضعف من مستوى الإدراك في الحكم على القضايا	☐ تشجعهم على تبني ثقافات غربية هدامة

12. هل النشء والشباب مدرك لاستخداماته نحو مضامين وسائل الإعلام؟

ينبغي المضمون الجيد الذي يتعرض له

☐ موافق	☐ محايد	☐ معارض
يعرف أن على وسائل الإعلام يجب أن تلتزم بأخلاقيات العمل الإعلامي ومهنيته		
☐ موافق	☐ محايد	☐ معارض
يعلم أن ما تقدمه وسائل الإعلام عن الواقع جزء من الحقيقة وليس كله		
☐ موافق	☐ محايد	☐ معارض
يستعمل بوعي ويتجنب المواد المضللة عبر وسائل الإعلام		
☐ موافق	☐ محايد	☐ معارض
يتفاعل مع وسائل الإعلام ويشارك فيها ويبيدي رأيه فيما يشاهده		
☐ موافق	☐ محايد	☐ معارض
يدرك أهداف القائم بالاتصال		
☐ موافق	☐ محايد	☐ معارض

13. هل نقص التوعية حول التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية لدى النشء والشباب

يرجع إلى عدم إدراجها بالنظام التعليمي الرسمي وغير الرسمي في الجزائر؟

نعم ☐ لا ☐

14. هل تهتم صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك بنشر أساليب حسن الاختيار للوسائل الإعلامية؟

نعم ☐ لا ☐

15. ما هي أساليب اختيار الوسائل الإعلامية التي تنشرها صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك؟

التعريف بها وشرح دورها وأهميتها ☐

إقامة معارض ودورات تدريبية بخصوص طرق التعامل نحوها ☐

الزيارة لمؤسسات إعلامية ذات مصداقية ☐

محاولة المشاركة والتعبير عن القضايا بإنتاج مضامين إعلامية ☐

16. هل تساعد صفحة نادي "التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك في دعم طرق التعامل نحو المضامين الإعلامية؟

نعم ☐ لا ☐

17. ما هي طرق الترشيح على مضامين التربية الإعلامية بصفحة نادي "التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك ؟

القراءة والإطلاع على المراجع ذات العلاقة بمجال الإعلام والاتصال ☐

برمجة ندوات ودورات تكوينية بإشراف إعلاميين وأكاديميين بالاختصاص ☐

اقتراح البرامج التدريبية على شبكة الانترنت ☐

18. ما هو مستوى مضامين المنشورات المقدمة عن التربية الإعلامية بصفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك ؟

جيدة ☐ حسنة ☐ محايدة ☐ متوسطة ☐ ضعيفة ☐

المحور الثالث: دور مؤسسات النظام التعليمي الرسمي الجزائرية في تضمين التربية الإعلامية لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية

19. ما هو نظام التعليم الذي يمكن تطبيق التربية الإعلامية من خلاله؟

نظام التعليم الرسمي ☐ نظام التعليم غير الرسمي ☐ كلاهما معا ☐

20. ما هي المستويات التعليمية التي يمكن تضمين التربية الإعلامية بها في النظام التعليمي الرسمي؟

المستوى الابتدائي ☐ المستوى المتوسط ☐ المستوى الثانوي ☐ المستوى الجامعي ☐

21. من هي الأطراف التي تساهم تضمين التربية الإعلامية بالمنظومة التربوية الجزائرية ؟

الخبراء في مجالي علوم التربية وعلوم الإعلام والاتصال ☐

الأساتذة القائمين على متابعة التكوين على التربية الإعلامية ☐

☐

مسؤولي وصانعي القرار في القطاع على ضبط الإستراتيجية الوطنية ودليل التربية الإعلامية
☐ الأولياء في مراقبة الأبناء لاستخدام الوسائل الإعلامية
☐ مرافقة الأهل أثناء استخدام الأبناء للوسائل التكنولوجية
☐ النوادي والجمعيات والمؤسسات الإعلامية المتخصصة

22. ما هي سبل تطبيق التربية الإعلامية في إطار نظام التعليم الرسمي؟

تطوير المناهج التربوية ☐ تضمينها بمواد التدريس الأخرى ☐ تخصيص حصة أسبوعية ☐
إدراجها ضمن المقرر كمادة مستقلة ☐ ممارستها كنشاط مدرسي ☐

23. ما دور الأستاذ في ترشيد الطلاب على التعامل بوعي نحو مضامين ووسائل الإعلام؟

.....
24. ما هي المراحل التي تمر عليها عملية التدريب على التربية الإعلامية؟* رتب الإجابات التي تتوافق مع اختيارك بالأرقام *

_التدريب على اكتساب مهارات التربية الإعلامية (القراءة الواعية، الإصغاء البناء، التحليل، التفكير الناقد، الإنتاج الإبداعي) ☐

_المعرفة ☐ ب: *سياقات الرسالة (اجتماعي، سياسي، ثقافي، اقتصادي) ☐

*مصادر الرسالة (قوانين ومراسيم ومواثيق، نصوص موثقة

مسؤولين ومديرين، وكالات أنباء، مراسلون، شهود عيان) ☐

*تقنيات الرسالة (الفنون والقوالب الصحفية) ☐

*أبعاد الرسالة (معرفية، أخلاقية، فنية، وجدانية) ☐

_التدريب على استخدام التقنيات والوسائل التكنولوجية ☐

25. ما هي المهارات الإدراكية التي يمكن أن ينميها الطالب بإدراج التربية الإعلامية في إطار النظام التعليمي الرسمي بالجزائر ؟

.....
26. ما هي المهارات التحليلية التي يمكن أن ينميها الطالب بإدراج التربية الإعلامية في إطار النظام التعليمي الرسمي بالجزائر ؟

.....
27. ما هي المهارات النقدية التي يمكن أن ينميها الطالب بإدراج التربية الإعلامية في إطار النظام التعليمي الرسمي بالجزائر ؟

.....
28. ما هي وسائل التربية الإعلامية التي تدعم تكوين شخصية الطالب في إطار النظام التعليمي الرسمي ؟

الإذاعة المدرسية ☐ التلفزيون المدرسي ☐
صحيفة مدرسية، مجلة حائطية وتصميم المطويات والملصقات ☐

☐ المعرض ، المسرحية ، المسابقات الفكرية، المطالعة، الموسيقى

☐ استخدام الكمبيوتر والترشيد على الانترنت

29. ما هو دور الأنشطة غير الصفية في دعم تطبيق التربية الإعلامية بالنظام التعليمي الرسمي؟

30. ما هي الخطوات التي تقترحها لوضع إستراتيجية وطنية تدعم إدراج التربية الإعلامية في النظام التعليمي الرسمي بالجزائر؟

المحور الرابع: دور مؤسسات النظام التعليمي غير الرسمي الجزائرية في تضمين التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية

31. ما هي الأطراف التي تدعم تطبيق التربية الإعلامية في إطار النظام التعليمي غير الرسمي؟

الجمعيات والنوادي التربوية ☐ المساجد ☐ الأسرة ☐ مؤسسات الإعلام ☐
المكتبات ☐ المسارح ☐ قادة الرأي ☐ الأصدقاء ☐

32. هل ترى أنّ ديمومة ما تضعه الأسرة الجزائرية من قواعد وضوابط محددة للمضمون الإعلامي الذي يتعرض له الأبناء؟

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐

33. ما طبيعة الضوابط التي تضعها الأسرة لأبنائها على المضامين الإعلامية؟

ضوابط أخلاقية ☐ ضوابط على عدد ساعات التعرض ☐
ضوابط على نمط المشاركة والتواصل عبر الشبكات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية ☐
ضوابط على التعرض لوسائل إعلام غير هادفة ☐

34. ما دور الجمعيات والنوادي التربوية في ترشيد الاستخدام للمضامين الإعلامية لدى النشء والشباب؟

تشجيع التعبير عن الرأي بحرية نحو المضامين الإعلامية ☐
تنبيه الأسرة بوجود سلبيات وإيجابيات بالمحتوى الإعلامي ☐
المشاركة في نقد المحتوى الإعلامي ☐
قبول استخدام التقنيات والبرامج التكنولوجية التفاعلية الجديدة ☐
المساعدة في انتقاء المضامين الإعلامية ☐

☐ المساهمة في اختيار مصادر المعلومات التي تتحلى بالمصداقية والكفاءة

☐ دعم إنتاج المواد الإعلامية ومشاركتها عبر وسائل الإعلام

35. ما هو دور وسائل الإعلام في تفعيل التربية الإعلامية؟

☐ التنسيق مع المؤسسات التعليمية للتعريف بالاتجاهات الحديثة نحو التعليم والتربية

☐ مراعاة أخلاقيات العمل الإعلامي ومهنيته والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية

☐ إتاحة المجال للإعلاميين لإثراء البرامج التعليمية ليؤثروا بأنشطتهم في شخصية الطالب

☐ التغطية الإعلامية للأنشطة المدرسية التي تتناول التربية الإعلامية

36. ما هي الخطوات التي تقترحها لوضع دليل عمل يدعم التربية الإعلامية في ظل النظام

التعليمي غير الرسمي ؟

.....
.....
.....

المحور الخامس: ضرورة وجود مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في

الجزائر

37. هل ترى أنه من الداعي أن تتيج مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في

الجزائر دعم البحث والمعرفة بأساسياتها؟

موافق ☐ محايد ☐ معارض ☐

38. ما هي الوسائل الرقمية الداعمة لوجود مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية

في الجزائر؟ -ترتيب بالأرقام حسب أهميتها-

فتح أرضية رقمية وطنية ☐ تسجيل بقناة يوتيوب ☐

تصميم منتديات حوار الكترونية ☐ إنشاء صفحة فيسبوك ☐

تطوير برمجيات وتطبيقات تعليمية ☐

39. هل تدعم مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية مصممو الإستراتيجية الوطنية

للتربية الإعلامية بالجزائر؟

نعم ☐ لا ☐

40. هل ترى أنه من الواجب أن تدعم مواد التربية الإعلامية النشء والشباب في تكوين

المواطنة الرقمية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر؟

مراعاة المعايير الرقمية للسلوك والإجراءات ☐

محو الأمية الرقمية بالنفاذ الرقمي والمشاركة الإلكترونية في المجتمع ☐

إدراك القوانين الرقمية والوعي بالمسؤولية على الأعمال والأفعال ☐

القيام بمهام البيع والشراء الإلكتروني للبضائع والمنتجات ☐

الاهتمام بالصحة النفسية والبدنية في عالم التكنولوجيا الرقمي ☐

مراعاة الجانب الأخلاقي والإنساني المسؤول نحو القضايا العامة بالمجتمع ☐

41. ما هي العوائق التي تواجه تفعيل مواد-الوسائل والمضامين- التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر؟

- ☐ عدم وجود إستراتيجية وطنية لتطبيق مواد التربية الإعلامية غير واضحة أو محددة
- ☐ عدم وجود دليل عمل لنشاطات حول مواد التربية الإعلامية
- ☐ قصور المؤسسات التربوية في تدريب الطلاب على مضامين التربية الإعلامية
- ☐ قلة وضعف الأستاذة الأكفاء
- ☐ انخفاض مستوى وعي الأسر بأهمية التربية الإعلامية
- ☐ قلة اهتمام وسائل الإعلام بنشر مضامين التربية الإعلامية
- ☐ ضعف الميزانية المخصصة لها ومحدودية الدعم المالي
- ضعف التنسيق بين جهود الخبراء الإعلاميون والتربويين لوضع خطط تعنى بمواد التربية الإعلامية ☐
- قلة المواقع الإلكترونية والصفحات التي تتطرق للتربية الإعلامية ☐

42. ما هي سبل مواجهة العوائق لتفعيل التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في الجزائر ؟

- دعم الطلبة من النشء والشباب بالتدريب على أساسيات الكتابة الصحفية ومهارات التربية الإعلامية من خلال المواد والأنشطة المدرسية ☐
- دراسة إستراتيجية وطنية لإدراج التربية الإعلامية بالنظام التعليمي الرسمي بإشراك الفاعلين فيها وتكوين الأساتذة ☐
- الاهتمام بالطلاب الموهوبين إعلاميا وإشراكهم في برامج وسائل الإعلام المحلية ☐
- تنمية مهارات التربية الإعلامية للنشء والشباب بالنظاميين التعليميين ☐
- تسخير الوسائل التكنولوجية بالأنشطة المدرسية لمحو الأمية الرقمية وإنشاء مواقع للتوعية بالفضاء الرقمي عن المضامين الإعلامية ☐
- مرافقة الأولياء للأبناء وتشجيع الحوار البناء أثناء التعرض واستخدام وسائل الإعلام ☐
- توفير الدعم المادي والمعنوي لمؤسسات المجتمع المدني ☐

Mode gratuit ?

Voir les photos



Rechercher sur Facebook

Rechercher

Accueil Profil **Messages(1)** **Notifications(2)** Discussion instantanée(29) Amis(187) **Pages(130)**
Groupes(99) COVID-19 Menu Doctorat Skikda(14)



نادي التربية على وسائل الاعلام بتستور

Conseiller pédagogique

ENVOYER UN MESSAGE



Je n'aime plus



Déjà abonné(e)



Message



Plus

A propos



...نادي التربية على وسائل الاعلام بتستور هو مبادرة من الأساتذة وهبة الغالي



Réponse moyenne : quelques heures

[Envoyer un message](#)



Appeler +216 96 150 118

5,0 ★

5 étoiles sur 5

Afficher 0 avis



Pages connexes



الجمعية الرياضية التأسيسية بتستور

Équipe sportive scolaire



تستوريات - Testouriet

Art



ملخص الدراسة: التربية الإعلامية وتفعيلها لدى مستخدمي الشبكات الإجتماعية دراسة تحليلية ميدانية -لصفحة نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور عبر الفيسبوك أنموذجاً-

تندرج الدراسة الحالية ضمن البحوث التي تعنى بتناول القضايا الاتصالية الإعلامية والتعمق فيها ومنها دراسة التربية الإعلامية من خلال التعمق في مدى تفعيلها عبر الشبكات الإجتماعية من خلال الوقوف على واقع ممارستها والمعوقات التي تعترضها وسبل تخطيها بالوصول لمخرجات تمكن من تطبيقها بالمجتمع الجزائري. وهذا بالتفصيل في تناول مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الإجتماعية بتحليل مضمون صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر موقع الفيسبوك شكلاً ومضموناً، بالإضافة لدراسة أنماط ودوافع مستخدمي هذه الصفحة والإشباعات المحققة منها وكذا تناول كيفية تسيير وأهداف القائم بالاتصال عليها وجعل ما سبق تحت نظر الخبراء الأكاديميين من علوم الإعلام والاتصال وعلوم التربية للسعي لاستيفاء نظرة شاملة حول سبل وجود التربية الإعلامية بالجزائر على المستويين التعليميين الرسمي وغير الرسمي.

ولمعالجة هذه الدراسة تم طرح تساؤل رئيسي يتمثل في:

كيف يساهم استخدام مواد التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية في تفعيل التربية الإعلامية لدى الشباب في الجزائر بالتطبيق على صفحة " نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور " عبر الفيسبوك؟ وقد وظفت الدراسة نظرية الاستخدامات والإشباعات للمضي في التناول العلمي لتفاصيله وبالمنهج الوصفي التحليلي بأسلوب المسح الشامل فيما تعلق بالدراسة التحليلية وبأسلوب المسح بالعينة فيما تعلق بالدراسة الميدانية، وهذا من خلال الاستعانة بأدوات بحث لجمع البيانات من متمثلة في الملاحظة بالمشاركة، تحليل المضمون، استبيان استمارة إلكترونية، استبيان مقابلة نصف مقننة وكذا استبيان استمارة أيضاً. وقد قامت عينة الدراسة التحليلية على تحيل 43 منشور في الفترة الزمنية الممتدة من جويلية 2019 وإلى غاية جانفي 2020 الميدانية من 300 مفردة من مستخدمي الصفحة المعنية بالدراسة وكذا 20 خبير من الأكاديميون بمجال علوم الإعلام والاتصال وكذا علوم التربية.

وقد توصلت الدراسة لجملة من النتائج أهمها:

1. أسفرت الدراسة التحليلية عن وجود محتوى مقبول يمكن من خلاله الاستفادة في نشر قيم التربية الإعلامية والاستعانة بها في اكتساب معارف ومهارات للتعامل الواعي نحو مضامين وسائل الإعلام.

2. كشفت الدراسة الميدانية عن نقاط عدة منها أنها أتاححت المجال للوقوف على أنماط ودوافع مستخدمي صفحة "نادي التربية على وسائل الإعلام بتستور" عبر الفيسبوك نحو مواد التربية الإعلامية والإشباعات المحققة منها.

3. سمحت الدراسة الميدانية بالتقرب من رؤى وأهداف وسياسة القائم بالاتصال ومعرفة مدى قدراته في تسيير ودعم التربية الإعلامية عبر الشبكات الاجتماعية والفئات المستهدفة بالتدريب عليها.

4. أسفرت نتائج الدراسة الميدانية عن توصل الخبراء من الأكاديميون الإعلاميون والتربويون إلى ضرورة وجود التربية الإعلامية بالنظام التعليمي الرسمي ومنها بالطور المتوسط على شكل حصة تدرس أسبوعيا لضعف وقلة خبرة النشء والشباب في التعامل نحو المضامين الإعلامية.
5. أكد الخبراء من الأكاديميون الإعلاميون والتربويون على ضرورة وجود التربية الإعلامية بالنظام التعليمي غير الرسمي بالمجتمع الجزائري لقلة اهتمام مؤسسات المجتمع المدني بها وحرصا منهم على توعية الجمعيات والنوادي التربوية والأسر على أهميتها في تكوين الشباب الجزائري للتمكن من مضامين وسائل الإعلام.