



مستقبل ترقية التربية الإعلامية في المناهج التعليمية في ظل البيئة الرقمية

(دراسة إستطلاعية من وجهة نظر عينة من أساتذة علوم الإعلام والإتصال)

The future of enhancing media education in educational curricula in the light of the digital environment: A preliminary study from the perspective of a sample of media and communication teachers)

البشير محمدي *¹

جامعة زيان عاشور الجلفة، bachir.mhamdi@univ-djelfa.dz

تاريخ النشر: 2025/09/30

تاريخ القبول: 2025/09/06

تاريخ الاستلام: 2025/07/07

doi 10.53284/2120-012-003-035

ملخص:

تهدف هذه الدراسة الميدانية إلى إحداث مسائلة حول مستقبل ترقية التربية الإعلامية في المناهج التعليمية في ظل البيئة الرقمية، وذلك من وجهة نظر عينة من أساتذة علوم الإعلام والإتصال، إنطلاقا من محاولة التعرف على آليات تعزيز الوعي الإعلامي لدى الأفراد، خاصة في ظل ضخامة المعلومات في البيئة الرقمية، ثم الكشف عن مدى فاعلية برامج التربية الإعلامية ودورها في تحسين مهارات الأفراد في التعامل مع المعلومات الرقمية، وصولا إلى التحديات التي تواجه تجسيد برامج التربية الإعلامية في المناهج التعليمية. توصلت الدراسة في الأخير على ضرورة تبني إستراتيجية واضحة المعالم، تتضمن تطوير مناهج تعليمية متكاملة تستجيب للتحديات الإعلامية الراهنة من خلال تعزيز التفكير النقدي الإعلامي لدى الطلاب في أن يصبحوا مستهلكين واعين للمضامين الإعلامية والمعلوماتية، وقادرين على المشاركة الفعالة في المجتمع الرقمي.

كلمات مفتاحية: التربية الإعلامية، المناهج التعليمية، البيئة الرقمية

Abstract:

This field study aims to create accountability regarding the future of promoting media education in educational curricula in the context of the digital environment, from the perspective of a sample of media and communication science professors. It starts from an attempt to identify the mechanisms for enhancing media awareness among individuals, especially in light of the vast amount of information in the digital environment, then revealing the effectiveness of media education programs and their role in improving individuals' skills in dealing with digital information, leading to the challenges facing the implementation of media education programs in educational curricula. The study concluded that there is a need to adopt a clear strategy that includes developing comprehensive educational curricula that respond to current media challenges, by enhancing students' media critical thinking to become conscious consumers of media and informational content, and capable of active participation in the digital community.

. **Keywords:** Media education, educational curricula, digital environment



1. مقدمة:

تعرَّز مفهوم التربية الإعلامية نتيجة للتراكومات المعرفية التي توضحَّت بمستقبل ممارستها ضمن السياق الإعلامي والاتصالي، فالتربية الإعلامية في مفهومها العام هي التفكير النقدي والتعامل البناء مع وسائل الإعلام، كما هي التوظيف الأمثل لمهارات تعليمية تحيل الفرد إلى فرد فاعل يحسن التعامل مع مختلف وسائل الإعلام والاتصال، وفي ظل موجة التسارع الرقمي والتحديات التكنولوجية الذي يعيشه عالم اليوم، فهو بمثابة علامة مسجلة في مستقبل الصناعة الإعلامية والاتصالية، كذلك فوضى الإتصال جعلت من المعلومات أنها تمتاز بالضخامة وسرعة إلتقاط مختلف المضامين بعيداً عن آليات التقصي، فالحديث في الفترة الأخيرة بات ينصبُّ عن توظيف الخوارزميات في مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي مهمتها تدوير وترتيب المضامين بما يتناسب مع معطيات إيديولوجية لملاك هذه الوسائل، وهو أكبر تحدّي يواجه مستخدمي هذه الوسائط خاصة في المجتمعات التي تغلب عليها الخصوصية الدينية والثقافية، في مقابل ذلك برزت دعوات إلى مجابهة هذه الأخطار عبر تقوية وتعزيز برامج التربية الإعلامية لدى الأفراد التي أصبحت ضرورة ملحة، وعليه كان لزاماً هو التوجه إلى تحقيق هذه الاستراتيجية التي تزيد من متانة الأمن القومي للمجتمعات، عبر تجسيد مفهوم التربية الإعلامية عملياً، والذي هو من أهم الموضوعات الحيوية في عصرنا الحديث، بإعتبار أن وسائل الإعلام تلعب دوراً كبيراً في تشكيل وعي الأفراد وتصوراتهم حول الواقع في ضل التطور التكنولوجي الهائل وتزايد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كثيف.

إشكالية الدراسة:

ظهر جلياً أن بلورة مفهوم التربية الإعلامية تناغم وترتَّب معانيه وفق التحولات والمراحل التي أسست لظهور وسائل الإتصال الجماهيري، خاصة بعد الحرب العالمية الأولى عندما أستخدمت هذه الوسائل من أجل تحقيق بما يسمى بأهداف الدعاية السياسية والحربية خدمة للقائم بالاتصال، وإلحاق الضرر النفسي للخصم السياسي، وبرز هذا المفهوم مجدداً بإنتشار التلفزيون التماثلي والرقمي الذي أعاد الحديث عن التربية الإعلامية في المناهج التعليمية كضرورة ملحة، لكن إشتد أكثر تناول هذا الموضوع في البيئة الرقمية مع إنتشار شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي التي عرّت ودفعت بالخطر المعلوماتي الذي ستمارسه حتماً على الفرد، فأصبح من الضروري تزويد الأفراد بالمهارات اللازمة للتعامل مع المعلومات الإعلامية بشكل نقدي وفَعَّال، وقد تتحقق هذه الاستراتيجية بمجموعة من المحددات ولحصر هذا الموضوع في سياقه قمنا بطرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو مستقبل تعزيز برامج التربية الإعلامية والمعلوماتية في المناهج التعليمية في ضل البيئة الرقمية من وجهة نظر أساتذة علوم الإعلام والاتصال؟

وقد تمخَّض عن التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي على النحو التالي:

1. كيف يمكن تعزيز الوعي الإعلامي لدى الأفراد خاصة في ظل ضخامة المعلومات في البيئة الرقمية؟
2. مامدى فاعلية برامج التربية الإعلامية في تحسين مهارات الأفراد في التعامل مع المعلومات الرقمية؟
3. ما هي التحديات التي تواجه تجسيد برامج التربية الإعلامية في المناهج التعليمية؟



أهمية الدراسة: تتضح أهمية هذه الدراسة في أنها ستعمل على إبراز دور التربية الإعلامية في تطوير مهارات التفكير النقدي لدى الأفراد من خلال إمكانية تناولها في البرامج التعليمية، والتي ستمكّنهم في أن يصبحوا أكثر وعياً بالتأثيرات الإعلامية على حياتهم اليومية، وإتخاذ القرار وتحسين المهارات الرقمية ومواكبة التطورات التكنولوجية، وذلك وفق ما يراه مختصون من أساتذة علوم الإعلام والاتصال.

أهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة إلى الوصول إلى إنشغال يتعلق بمعرفة مستقبل تعزيز برامج التربية الإعلامية والمعلوماتية في المناهج التعليمية في ظل التسارع الرقمي. ويندرج ضمن الهدف العام مجموعة من الأهداف الفرعية التي تسعى إليها الدراسة وهي:

- التعرف على مستوى تأثير الوعي الإعلامي لدى الأفراد خاصة في ظل ضخامة المعلومات في البيئة الرقمية من وجهة نظر أساتذة الإعلام والاتصال.
- التعرف على فاعلية برامج التربية الإعلامية في تحسين مهارات الأفراد في التعامل مع المعلومات الرقمية من وجهة نظر أساتذة علوم الإعلام والاتصال.
- التعرف على أهم التحديات التي تواجه تجسيد برامج التربية الإعلامية في المناهج التعليمية من وجهة نظر أساتذة علوم الإعلام والاتصال.

منهج وأداة الدراسة: طبيعة الموضوع تفرض على الباحث اختيار منهج يتلاءم مع الهدف وطبيعة المشكلة التي تسعى إليها الدراسة، وبما أن هذه الدراسة تنتمي إلى الدراسات الاستكشافية، فإن المنهج الذي يتوافق مع هذه الدراسة هو المنهج الوصفي الذي سيقودنا إلى الكشف عن مستقبل وتحديات تعزيز برامج التربية الإعلامية والمعلوماتية في المناهج التعليمية في ظل البيئة الرقمية وفق ما يراه مختصون من أساتذة علوم الإعلام والاتصال، أما أداة البحث في هذه الدراسة الذي تتحدد من المنهج المستخدم، فتم الإستعانة بإستمارة إستبيان التي تم تصميمها وفق الهدف التي تسعى إليه الدراسة، وتم تقسيم الإستمارة ضمن محاور ثلاث، وضمن كل محاور هناك أسئلة، بالإضافة إلى البيانات الخاصة بالمبحوثين أفراد العينة.

عينة الدراسة: تشكّلت عينة هذه الدراسة من عينة قصدية، وذلك إنطلاقاً من الموضوع التي يبحث في مستقبل تعزيز برامج التربية الإعلامية والمعلوماتية في المناهج التعليمية في ظل البيئة الرقمية من وجهة نظر أساتذة علوم الإعلام والاتصال، وهو نوع من العينة المتاحة تمثلت في 38 مفردة، والتي بلا شك الأمر الذي يتيح للدراسة أريحية في الوصول إلى نتائج معبر عنها من طرف مختصون، نظراً لخصوصية الموضوع الذي يبحث في موضوع راهن ومستجد. وهنا يظهر توزيع أفراد العينة وفق خصائص معينة هي على النحو التالي:

الجدول رقم 01: يوضح البيانات الشخصية للمبحوثين وفق الرتبة والخبرة المهنية في قطاع التعليم العالي.

الرتبة	التكرار	النسبة
أستاذ مساعد	7	18.42
أستاذ محاضر	22	57.90



أستاذ التعليم العالي	9	23.68
المجموع	38	100%
الخبرة المهنية في القطاع	التكرار	النسبة
أقل من 05 سنوات	13	34.21
من 06 إلى 10 سنوات	14	36.84
أكثر من 10 سنوات	11	28.95
المجموع	38	100

المصدر من إعداد الباحث

2. مصطلحات الدراسة:

1,2 التربية الإعلامية: تعرّف التربية الإعلامية على أنها هي: مهارة الحصول على المعلومات وتوصيلها بدرجة وكفاءة عالية، وهي مجمل المهارات اللازمة التي يحتاجها سواء الطالب أو المواطن للتعامل والتعاطي مع سيل المعلومات، والتعامل معها وفرزها وتحليلها والقدرة على الإنتقاء ومقابلة التحديات المعلوماتية والتكنولوجية (السعيد، 2018، صفحة 57)، إذا فالتربية الإعلامية هي عملية تعليمية تهدف إلى تمكين الأفراد من مهارات فهم وتحليل وتقييم الرسائل الإعلامية، بغض النظر عن مصدرها أو شكلها.

2.2 المناهج التعليمية: تعرّف المناهج التعليمية على أنها مجموعة من المواد أو الموضوعات أو الأنشطة التي يتم تصميمها ثم تنفيذها بقصد تحقيق أهداف تعليمية محددة المعالم، وهي تشمل جميع الجوانب التي يتم تلقينها للطلاب والمتدربين في جميع الأطوار التعليمية، وتختلف طريقة التدريس من تضمين مواد أساسية وأخرى فرعية، وكذا ممارسة مختلف الأنشطة الإضافية التي تعزز للطلاب قدرات تعليمية نوعية.

3,2 البيئة الرقمية: هي عبارة عن مجموعة من التقنيات والبرمجيات التي تحقق للأفراد والمجتمعات التواصل والتفاعل وتبادل مختلف المعلومات والمضامين عبر شبكة الإنترنت والشبكات الرقمية، والتي تتمثل في: منصات التواصل الاجتماعي (فايسبوك، وتويتر...)، التطبيقات الرقمية (الأجهزة الذكية..)، البيانات الضخمة، الوسائط المتعددة (الصور، الفيديوهات، الصوتيات).

3. مدخل مفاهيمي للدراسة

1.3 مفهوم التربية الإعلامية:

تعددت التعريفات بخصوص مفهوم التربية الإعلامية أين إرتبطت أساسا بالأدوار التي تؤديها نظراً لكل الظروف والعوامل التي تحيط بالفرد، ومن جملة هذه التعريفات: أنها تلك الطرق التي تعمل على تمكين مستخدمي التقنية من خلال التعلّم المستمر، واكتساب المعرفة حول وظائف وسائل الإعلام، وآليات إنشاء المحتوى وتوزيعه، وتأثيرات وسائل الإعلام، وحقوق الأشخاص في المعلومات والتعبير، ومسؤوليات أولئك الذين يستخدمون وسائل الإعلام، ويتوسطون فيها ويتحكمون فيها، والتصميم الأخلاقي، وإستخدام التقنيات الجديدة والناشئة" (راتراي، 2020).



كما تعرّف كذلك التربية الإعلامية على أنها هي: مهارة الحصول على المعلومات وتوصيلها بدرجة وكفاءة عالية، وهي مجمل المهارات اللازمة التي يحتاجها سواء الطالب أو المواطن للتعامل والتعاطي مع سيل المعلومات، والتعامل معها وفرزها وتحليلها والقدرة على الانتقاء ومقابلة التحديات المعلوماتية والتكنولوجية (السعيد، 2018، صفحة 57)، أما في مؤتمر فيينا المنعقد عام 1999 الذي أُنْعِد كذلك تحت رعاية منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة اليونسكو UNESCO قدمت التعريف التالي "تختص التربية الإعلامية في التعامل مع كل وسائل الإعلام، وتشمل الكلمات والرسوم المطبوعة والصوت والصور الساكن والمتحركة التي يتم تقديمها عبر أي نوع من التقنيات، والتي تمكن الأفراد من الوصول إل فهم وسائل الإعلام التي تستخدم في مجتمعهم والطريقة التي تعمل بها، وبالتالي تكسيهم مهارات إستخدام هذه الوسائل (مقبل، 2019، صفحة 895)، أما مؤتمر التربية الإعلامية للشباب سنة 2002 فيقدمها على أنها التعرف على مصادر المحتوى الإعلامي وأهدافه السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية، والسياق الذي يريد، ويشمل التحليل النقدي للمواد الإعلامية والقيم التي يحتويها (دالي، 2020، صفحة 30). ومن هنا يظهر ويتجلى لنا من خلال التعريفات السابقة أن التربية الإعلامية: هي ذلك الوعاء الحصين الذي يوفر المعلومات بشكل أفضل للفرد، ويعيله على الفهم الصحيح لكل ما يحيط به من أحداث ومعلومات بطرق أفضل تحقق الفهم بما يحقق له فعل الإدراك بمهارة وكفاءة عالية.

2.3 السياق التاريخي لمفهوم التربية الإعلامية:

يعدُّ كتاب التربية الإعلامية Media Education الصادر عن منظمة اليونسكو UNESCO سنة 1948 من أوائل الإصدارات في حقل التربية الإعلامية رغم أن هذا المفهوم والتريفات المنوطة به والبض من تطبيقاته ظهرت في دول مثل إنكلترا وأستراليا وبعض الدول الأوروبية (الدين، 2017، صفحة 268)، وفي العام 1973 إُعترفت منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والفنون اليونسكو UNESCO بأن التربية الإعلامية حقل معرفي محدد ومستقل بنظرياته شأنه شأن العلوم الأخرى كالرياضيات والعلوم الطبيعية والجغرافيا وغيرها، ويختص بدراسة وسائل الإعلام الحديثة كأدوات مساعدة على التواصل في التعلم والتعليم، خاصة وأن مسيرة الثورة التكنولوجية في تسارع مستمر، ففي العام 1977 أصدر Thooder Hlom Nelson كتابا بعنوان The Home Computer Revolution يؤكد فيه تجذر الحتمية التكنولوجية بإتجاه ملفت للانتباه وقدم كتابا آخر في سنة 1981 تحت عنوان Machine Litorary، وهو تقرير عن مشروع Project Yanau ونظرياته على مناهج تحليل النصوص، النشر الإلكتروني، النص التشعبي، الثورة الفكرية ومواضيع أخرى ذات الصلة بهذا المجال، بمن فيها المعرفة التربية والحرية (محمد، 2024، صفحة 293).

وذهبت الرابطة الإعلامية الأمريكية The American Media Association في التأسيس لهذا المفهوم بما يوازي مع التحولات في مجال تكنولوجيا الاتصالات التي شهدها العالم أين صاغت هذا المفهوم بأنه "القدرة على إستخدام المعلومات والتكنولوجيا لإنتاج وتقييم المحتوى الإتصالي والتي تحتاج إلى مهارات ذهنية وتقنية" (محمد، 2024، صفحة 299)، ويضيف Mc Deromtr نظريته حول التربية الإعلامية بإعتبارها تسعى لتحقيق القدرة على قراءة مضمون وسائل الإعلام وتحليله وتقويمه وإنتاجه فالوعي الإعلامي لا يقتصر على جانب التلقي والنقد فقط بل يجب أن يتعدى ذلك إل المشاركة الواعية والهادفة لإنتاج المحتوى (بوعيفي، 2018، صفحة 12)..

3.3: موقع التربية الإعلامية في البيئة الرقمية:



يُمكن تعريف البيئة الرقمية أو البيئة التكنولوجية بأنها مجموعة من العناصر ذات المهام والإختصاصات المتفاوتة يتفاعل الإنسان معها في مختلف المؤسسات عبر تطبيق التكنولوجيا الجديدة (بولناخر، 2022) أو هي عملية التحول الرقمي عموماً هي: عملية إنتقال الشركات إلى نموذج عمل يعتمد على التقنيات الرقمية في إبتكار المنتجات والخدمات (بوشي، 2019)، أما التحول الرقمي في المجال الاعلامي يكون يرتبط بمخرجات تكنولوجيا الاعلام والاتصال بالدرجة الاولى، ومن هنا يمكن أن نستشف التعريف التالي للبيئة الرقمية في مجال الاعلام والاتصال، بأنه مجموعة من التقنيات المستخدمة، التي توفرها الشركات التكنولوجية، والتي تستفيد منها المؤسسات التي تحمل صفة تقديم خدمة إعلامية، والتي تهدف إلى تحقيق مفهوم الاتصال بين الجماهير، أو المستخدمين والهيئات او القوائم بالاتصال، ومن هنا تكمن عملية التحول الرقمي، في أنها تتقاطع مع مفهوم المواكبة.

وقد فرض الواقع الاعلامي المعاصر خاصة في الفضائيات والانترنت ضرورة التنبيه على وضع اليات وقواعد، حرصاً على سلامة البناء القيمي والاخلاقي في المجتمعات العربية (الحمداني، 2014)، فالتربية الاعلامية ضرورة بل واجب على عاتق الافراد والمؤسسات في تعزيز هذه القيمة الاخلاقية، التي تنبني على جعل الفضاء الاعلامي فضاء خالٍ من الشوائب، تسوده الشفافية والمسؤولية الاجتماعية بالدرجة الأولى، ولعلّ من أهم المبادرات التي يجب ان تكون ملزمة لكل الشركاء في العملية الاتصالية، من القائمين بالاتصال إلى جمهور المتلقين، هو تخصيص المنطلق التربوي كأساس للعملية الاتصالية، فهو بمثابة السلاح الذي نواجه به خطر الاخبار الغير الموثوقة التي سطت وتوغلت على المشهد الاعلامي، خاصة في ضل الانفتاح الإتصالي الذي يشهده العالم، و من تحولات رقمية رهيبة، أقصت عدة مفاهيم، وقضت على أخلاقيات المهنة التي سادت الإعلام التقليدي فيما مضى، ومن هنا تقتضي هذه الوضعية ضرورة الانتباه إلى إنعكاسات هذا التحول الذي جعل من القوائم بالاتصال متعدد وغير واضح، ولا توجد لا ضوابط أخلاقية ولا مهنية تقن النشاط الاعلامي والاتصالي على هذا الفضاء الرقمي.

ومما لاشك فيه أنّ للتربية الإعلامية أهمية بالغة في تجسيد الكثير من المحددات والأساسات التي تجعل من الموضوعات والمضامين التي تطلقها وسائل الإعلام بجميع أنواعها عبئاً ليس ثقيلاً على الأفراد الذي يتمتعون بنوع من الوقاية القبلية إتجاه زخم معلوماتي رهيب، فهناك بعض الإختلافات بين المنظومة التعليمية والحياة الواقعية، وهو ما يعيق حياة الشباب بالأسلوب السليم للدخول للحياة العملية، ويعدّد عقيل هايس عبدالغفور نجم جملة من الأسباب التي تجعل من التربية الإعلامية ضرورة ملحة وهي (نجم، 2021):

- ✓ تعتبر التربية الإعلامية جزء من الحقوق الأساسية لكل مواطن في كل بلد في بلدان العالم.
- ✓ أصبحت الحاجة إلى الوعي الإعلامي شيئاً مهماً وعاجلاً وملحاً وضرورياً في ظل عصر ثورة الإعلام والمعلومات والاتصالات الجديدة.
- ✓ تعد التربية الإعلامية عاملاً فعالاً في نشر ثقافة الحوار في المجتمع، وتساعد المتعلم ان يكون إيجابياً يشارك بفعالية في تنمية المجتمع وتقدمه وبنائه.
- ✓ بدون الوعي الإعلامي سينشأ كثير من أبنائنا وهم معصوبي الأعين في العالم تتجاذبه الصراعات والأهواء والمصالح، ولا يرحم الضعفاء.



4.3: التربية الإعلامية كمشروع في المناهج التعليمية:

يعرّف البعض المنهج الدراسي الحديث بأنه جميع الأنشطة والخبرات التي تقدمها المدرسة للطلبة تحت إشرافها، سواء داخل المدرسة أو خارجها، والبعض الآخر يعرفه بأنه مجموعة من الأنشطة والممارسات المخططة والهادفة التي توفرها المدرسة لمساعدة المتعلمين على تحقيق مجموعة من الأهداف التعليمية، والحصول على أفضل النتائج بناءً على قدراتهم وإمكانياتهم داخل الصف الدراسي (ساجدة، 2017)، فالمتعارف عليه أنه لا قيمة لمواد وبرامج تعليمية التي تهتم بحماية الخصوصيات الثقافية والفكرية لكل بلد إلا بتكييف مقررات تدريبية تتماشى مع سياسة الدولة بمقوماتها التي نشأت عليها، فالمقررات التي تهتم بالتربية الإعلامية هي في الحقيقة تشمل الكثير من المجالات المتعلقة بالأمن الثقافي، والديني، والإجتماعي، والامن القومي، ومن هنا سنعدُّ مجموعة من المهارات التي يمكن أن يكتسبها المتعلم لبرامج التربية الإعلامية وهي كالآتي:

- ✓ زيادة القدرة على التواصل ونشر أفكارهم في مجموعة واسعة ومتزايدة في الصحافة وأشكال وسائل الإعلام الإلكترونية.
- ✓ استخدام نموذج قابل للتنفيذ تصبح التربية الإعلامية مستدامة على مَر الزمن ويصبح الطلبة قادرين على إستيعاب عدد من المهارات للتفاوض على نحو فاعل في ثقافة وسائل الإعلام العالمية التي يعيشون فيها (محمد، 2024، صفحة 296).
- في مقابل ذلك يقترح ديفيز أن تركز التربية الإعلامية على ثلاثة مهارات أساسية وهي (بوعيفي، 2018، صفحة 12):
- ✓ التحليل: أو ما يسمى بمهارات المستهلك حيث يشارك بصورة نشطة في الحوار حول المعنى في المحتوى الإعلامي مع الوعي مع العوامل المختلفة التي تؤثر في الحوار
- ✓ البحث أو مهارات المستخدم: حيث يكون الفرد نشطاً في تحديد المصادر المتنوعة والمناسبة للإهتمام الشخصي.
- ✓ التأثير أو مهارات المنتج: حيث يكون الفرد قادراً على تغيير المعنى أو تأثير الرسائل الإعلامية.

4. عرض وتحليل نتائج الدراسة التطبيقية:

المحور الأول: قراءة وتحليل إجابات المبحوثين حول الوعي الإعلامي لدى الأفراد في ظل ضخامة المعلومات في البيئة الرقمية: الجدول رقم 02: التدفق الإعلامي والحجم المعلوماتي الضخم الذي يعيشه العالم له تأثير واضح على كل مناحي الحياة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
دائماً	34	89.47%	
أحياناً	03	7.90%	
نادراً	01	2.63%	
المجموع	38	100%	2,87

المصدر: إعداد الباحث



بيّنت نتيجة هذا الجدول من خلال حساب المتوسط الحسابي أنه يساوي (2,87) ، أي أن الإجابات تميل بشدة نحو خيار (دائما)، وبقراءة معطيات الجدول نلاحظ أنّ أغلبية أفراد العينة يعتقدون أن هناك (دائما) تأثيرات واضحة للمعلومات والتدفق الإعلامي على كل مناحي الحياة، وذلك عبر نسبة إتفاق بين المبحوثين عادت (89.47%) ، في حين رأي ما نسبته (7.90%) من أفراد العينة أنه (أحيانا) فقط توجد تأثيرات بذلك الحجم والمستوى الذي يمارسه الحجم الكبير للمعلومات، وعليه يمكن أن ترجع نسبة إرتفاع الرأي أن هناك دائما تأثيرات واضحة للمعلومات والتدفق الإعلامي إلى ظهور ما يسمى بالخطر المعلوماتي وتوسّع فضاء البيئات الزائفة بسبب تنوع مصادر الأخبار، خاصة في ضل التسارع الرقمي الذي يعيشه عالم اليوم ومن إتساع رقعة مستخدمي وسائل التواصل الحديثة من شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 03: وسائل الإعلام تعمل بالمطلق على تنمية المشاركة الإيجابية لأفراد المجتمع.

الاحتمالات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
دائما	16	42.10%	
أحيانا	12	31.58%	
نادرا	10	26.32%	
المجموع	38	100%	2,16

المصدر: من إعداد الباحث

المتوسط الحسابي لنتائج هذا الجدول هو (2,16)، وبالتالي هو يشير إلى ميل متوسط الإجابات نحو الخيار (أحيانا) مع إقتراب طفيف من خيار (دائما) ، وعليه يتضح لنا أن رأي المبحوثين يتجه إلى القول الذي يعتبر أن وسائل الإعلام تعمل بالمطلق على تنمية المشاركة الإيجابية لأفراد المجتمع، والذين هم يتعرضون للمضامين الإعلامية والمعلوماتية التي تبثها هذه الوسائل من خلال غرس الأفكار الإيجابية وتوجيههم خدمة لقضايا المجتمع، وذهب ما نسبته (42.10%) من أفراد العينة أن هناك (دائما) تأثير إيجابي واضح تمارسه وسائل الإعلام بشكل دائم على الأفراد خدمة للمجتمع الذين يعيشون فيه، وقد يُفسّر هذه الرأي على نحو يتعلق بالدور الذي تمارسه وسائل الإعلام في الترويج، وتعبئة الجمهور خدمة للقضايا التي تحمل البعد التضامني والإنساني، خاصة خلال الأزمات التي يمر بها المجتمع، وهو ما تعتقده النظرية التنموية في الإعلام، وهي إستخدام وسائل الإعلام خدمة لقضايا التنمية، في حين عبّر ما نسبته (31.58%) من المبحوثين أنه ليس هناك تأثير إيجابي (أحيانا) فقط، أي بشكل قطعي لوسائل الإعلام للفرد داخل المجتمع، بل هناك تأثير إيجابي محدود النطاق، وقد يعود تبرير هذا الرأي في أن وسائل الإعلام تعمل في دائرة (رابع -- راجع) بإعتبارها مؤسسة ربحية تسعى لتحقيق العائد المادي حسب الظروف بعيدا عن ما يريده الجمهور والمجتمع، في حين رجّح ما نسبته (26.32%) من إجمالي أفراد العينة أنه (نادرا) ما يكون تأثير إيجابي تمارسه وسائل الإعلام للفرد داخل المجتمع، ويمكن تبرير هذا الرأي بأن وسائل الإعلام لا تحتكم إلى بالضرورة بما ينتظره المجتمع من هذه الوسائل، بل تعمل وفق المنظور السلطوي حفاظا على نظام الحكم.

الجدول رقم 04: فوضى الإتصال وضخامة المعلومات قيّدت الأفراد من الإلتقاط السليم لمختلف المضامين.

الاحتمالات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
------------	---------	--------	-----------------



	63.16%	24	موافق تماما
	13.16%	05	موافق
	5.26%	02	محايد
	18.42%	07	غير موافق
	//	//	غير موافق تماما
4,21	100%	38	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

يُوضّح لنا هذا الجدول الذي يتناول آراء أفراد العينة حول علاقة فوضى الإتصال وضخامة المعلومات وإلتقاط الجمهور السليم لمختلف المضامين والمعلومات التي تبثها وسائل الإعلام، وعليه تم تسجيل متوسط حسابي يقدر ب (4,21) الذي يُشير إلى أن الآراء تميل إلى (موافق بشكل عام)، ومن خلال قراءة مخرجات هذا الجدول عبّر ما نسبته (63.16%) من العدد الإجمالي لأفراد العينة ب (موافق تماما) أي أنّ هنالك علاقة واضحة وتأثير قوي لفوضى الإتصال وضخامة المعلومات، والإلتقاط السليم لمختلف المضامين والمعلومات، ومن هنا قد يُفسّر هذا الاعتقاد إستنادا إلى التحول والتسارع الرقمي الذي جعل ذهن وتفكير المتلقي مشوش ومشتت بسبب التعرض الكثيف لثخمة كبيرة من الأخبار والمعلومات، ما يحول بينه وبين التأكد من صحة الأخبار وموثوقيتها، وهو ما ظهر جليا في السنوات الأخيرة عندما ظهرت منصات تفند الكثير من الأخبار التي كان يعتقد أنها موثوقة، وبالتالي ضخامة الأخبار تقضي على فرصة التأكد من المعلومات وهضم المعلومات بعيدا عن أي تفكير، في مقابل ذلك عبّر ما نسبته (18.42%) من أفراد العينة الإجمالي ب (غير موافق)، أي أنه لا توجد علاقة بين فوضى الإتصال وضخامة المعلومات والإلتقاط السليم للجمهور لمختلف المضامين والمعلومات التي تبثها وسائل مختلفة وسائل الإعلام، ويمكن تبرير هذا بالموقف الشخصي لأصحاب هذا الرأي بخصوص التأكد من الخبر قبل إتخاذ موقف إتجاه ذلك الموضوع، أو أنهم لا يتعرضون بالشكل الكبير للمضامين الإعلامية خاصة في شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي. فيما توزعت آراء باقي أفراد العينة بين (موافق) و(محايد).

الجدول رقم 05: تعمل الخوارزميات التي تستخدم في مواقع وشبكات التواصل الإجتماعي على ترتيب المضامين بما يتناسب مع معطيات إيديولوجية لملاك هذه الوسائل.

الإحتمالات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
موافق تماما	38	100%	
موافق	//	//	
محايد	//	//	
غير موافق	//	//	
غير موافق تمام	//	//	



المجموع	38	100%	5,00
---------	----	------	------

المصدر من إعداد الباحث

يتناول هذا الجدول دور الخوارزميات المستخدمة في مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي بشكل خاص وعلاقتها بترتيب المضامين بما يتناسب مع التوجه الإيديولوجي لملاك هذه الوسائل، ويُشير المتوسط الحسابي للإجابات المسجلة إلى القيمة (5,00)، وهو ما يعني أن كل الإجابات كانت على أقصى درجة من الاتفاق، أي أن هناك إجماع مطلق بتعبير (موافق تماما) أي بنسبة (100%)، في أنّ منصات ومواقع شبكات التواصل الاجتماعي تستخدم هذه الخوارزميات التي تعمل على ترتيب المضامين بما يتناسب مع التوجه الإيديولوجي لملاك هذه الوسائل، ويمكن إستناد هذا التبرير بكل الموضوعات المتعلقة بالعدوان الصهيوني على غزة، فالملاحظ أن جُل هذه المواقع والشبكات تقصي كل الكلمات والحقل الدلالي الذي ينتقد ممارسات الإحتلال بحق سكان قطاع غزة، في مقابل ذلك يتم حظر أي عبارة تؤيد المقاومة، والأكثر من ذلك لا يتم مشاركة كل الأخبار المتعلقة بحرب الإبادة وتقليص دائرة إنتشار هذه المعلومات بواسطة خوارزميات تعمل على تصفية كل ما يناقض التوجه الإيديولوجي لملاك هذه الوسائل، ويتم تجميل صورة الإحتلال عبر نشر واسع لهذه الأخبار التي تناقض الحقيقة.

الجدول رقم 06: برامج الحوكمة الإتصالية من شأنها أن تُعزّز الثقة بين مختلف فواعل العملية الإتصالية والإنتقال الامن للمعلومات.

الإحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	36	94.74%
لا	02	5.26%
المجموع	38	100%

المصدر: من إعداد الباحث

يُبيّن هذا الجدول مدى مساهمة برامج الحوكمة الإتصالية وهي التي تعني (الإستخدام الأمثل للمعلومات بين الأفراد والحكومات) ودورها في تعزيز الثقة بين مختلف فواعل العملية الإتصالية بما يعزز الإنتقال الأمن للمعلومات، ومن خلال قراءة معطيات هذا الجدول وإجابات المبحوثين هناك شبه إجماع بين المبحوثين بتعبير (نعم) أن هذه البرامج تُؤثر بشكل كبير على تقوية الأمن المعلوماتي والمجتمعي، وذلك بنسبة (94.74%)، ويمكن تبرير هذا الموقف والرأي إلى إنتشار برامج الجوسسة وخرق البيانات التي تستهدف الخصوصيات الرقمية للمستخدمين عبر مختلف المنصات والشبكات، إضافة إلى إستخدام وإستغلال الأفراد في صناعة أجندة معينة، وهو ما يتوجب تكثيف وتقوية الحس المعلوماتي بين الأفراد خدمة للمجتمع وتماسكه، في حين يعتقد باقي أفراد العينة، والذي يمثلون ما نسبته (5.26%) أنّ الحوكمة الإتصالية لا تعزز بالضرورة الثقة بين مختلف فواعل العملية الإتصالية، ومن هنا قد يُعبّر هذا الرأي عن عوامل أخرى مساعدة بشكل أفضل لإنتقال أمن للمعلومات بين فواعل العملية الإتصالية.

المحور الثاني: قراءة وتحليل إجابات المبحوثين حول فاعلية برامج التربية الإعلامية في تحسين مهارات الأفراد في التعامل مع المعلومات الرقمية



الجدول رقم 07: تجسيد برامج التربية الإعلامية في المناهج التعليمية يعزز لدى الطلاب مهارة التعامل الأمثل مع مضامين مختلف وسائل الإعلام.

الإحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	34	89.47%
لا	04	10.53%
المجموع	38	100%

الجدول من إعداد الباحث.

يمثل هذا الجدول آراء أفراد العينة في مدى فاعلية برامج التربية الإعلامية في المناهج التعليمية لدى الطلاب وأثرها على مهارة التعامل الأمثل مع مضامين مختلف وسائل الإعلام والاتصال، وبالرجوع إلى قراءة معطيات هذا الجدول يتضح لنا أنَّ هناك شبه إجماع من المبحوثين بتعبير (نعم) أن تجسيد برامج التربية الإعلامية في المناهج التعليمية سيعزز التعامل الأمثل مع مضامين مختلف وسائل الإعلام، بنسبة (89.47%)، وبالإمكان تبرير هذا التوجه من منطلق أن الطلاب يتأثرون بتلقي هذه البرامج في منهاج تعليمي هم مطالبون بالتقيد به في إطار العمل الأكاديمي المحكَّم، ضُف إلى ذلك التراكمات المعرفية تجعل من الطلاب يدركون أهمية هذا الموضوع وخطورة المعلومات إن لم نتدرب بشكل يجعلنا بعيدين عن الخطر المعلوماتي، في مقابل ذلك يرى (10.53%) من المبحوثين تجسيد برامج التربية الإعلامية في المناهج التعليمية (لا) يعزز مهارة التعامل الأمثل مع مضامين مختلف وسائل الإعلام، ويمكن إيعاز هذا التوجه إلى التشتت المعرفي الذي يعاني منه الطلاب بسبب ضخامة البرامج التعليمية، وتأثيرها السلبي على التحصيل الإيجابي لمختلف المعارف.

الجدول رقم 08: إجراء تكوينات نوعية للمدرّسين على مستوى المؤسسات ذات الطابع التكنولوجي يساهم في تقوية الامن المعلوماتي.

الإحتمالات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
موافق تماما	31	81.58%	
موافق	6	15.79%	
محايد	01	2.63%	
غير موافق	//	//	
غير موافق تماما	//	//	
المجموع	38	100%	4,79

المصدر من إعداد الباحث



يتناول هذا الجدول آراء المبحوثين عن جدوى إجراء تكوينات نوعية للمدرّسين والأساتذة على مستوى المؤسسات ذات الطابع التكنولوجي ومساهمتها في تقوية الامن المعلوماتي، فنتيجة المتوسط الحسابي (4,79) تشير أن الإتجاه العام يميل بدرجة عالية إلى (الموافقة التامة) مع تواجد طفيف للمستوى المتوسط، إذن الأغلبية من المبحوثين عبروا ب (موافق تماما) أي بنسبة (81.58%) الذين يرون أن إجراء تكوينات نوعية للمدرّسين والأساتذة على مستوى المؤسسات ذات الطابع التكنولوجي سيساهم في تقوية الامن المعلوماتي للأفراد والمؤسسات، ويُبَرّر هذا الموقف إلى التحديات التي فرضتها التحولات الرقمية، وأنّ الأمية التي تعاني منها كل الفئات في المجتمع اليوم هي أمية رقمية تكنولوجية، ولا يمكن أن نُغَيّب الإطار التكويني على من يصنعون مستقبل الأجيال وهم المؤطرون والأساتذة، والدليل على هذا الإعتقاد أن كثير من الدول تتجه في برامجها التكوينية على مشاريع الأمن السيبراني وأنظمة الذكاء الإصطناعي، وهو التوجه الذي ذهبت إليه وزارة التعليم العالي والبحث العلمي الجزائرية في السنوات الماضية من خلال إفتتاح مدراس عليا متخصصة، وهي المدرسة العليا للأمن السيبراني، والمدرسة العليا للذكاء الإصطناعي، ويكون ذلك عبر تكوين قاعدي وأساسي للطلاب والإطارات، في حين عبّر مانسبته (15.79%) من أفراد العينة، بإتجاه (موافق) أي أنهم مع إجراء تكوينات نوعية للمدرّسين والأساتذة على مستوى المؤسسات ذات الطابع التكنولوجي ومساهمتها في تقوية الامن المعلوماتي.

الجدول رقم 09. يمكن الإستفادة من أبحاث وتوصيات مراكز البحث والمؤسسات الجامعية التي تبحث في الموضوعات المتعلقة بالتربية الإعلامية والمعلوماتية وتوطينها في البرامج التعليمية.

الإحتمالات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
موافق تماما	38	100%	
موافق	//	//	
محايد	//	//	
غير موافق	//	//	
غير موافق تماما	//	//	
المجموع	38	100%	5,00

المصدر: من إعداد الباحث



يتناول هذا الجدول إمكانية الاستفادة من أبحاث وتوصيات مراكز البحث والمؤسسات الجامعية التي تبحث في الموضوعات المتعلقة بالتربية الإعلامية والمعلوماتية، وتوطينها في البرامج التعليمية، ويشير المتوسط الحسابي للإجابات المسجلة إلى القيمة (5,00)، وهو ما يعني أن كل الإجابات كانت على أقصى درجة من الاتفاق، أي أن هنالك إجماع وبالأغلبية (موافق تماما) أي بنسبة (100%) تتفق مع هذا الرأي، وقد يُفسّر هذا الاتفاق إلى طبيعة وخصوصية أفراد العينة الذين هم فئة الباحثين الذي يرون في الجامعة أنها منارة وخزان للأفكار التي تسعى لإيجاد الحلول وتقديم المقترحات، ومن هنا يتضح كذلك التأثير الذي تقدمه الجامعة في محيطها الاجتماعي، والثقافي، والإقتصادي، وحتى السياسي، فموضوعات التربية الإعلامية باتت في السنوات الأخيرة تستهوي الباحثين، خاصة مع تزايد الخطر المعلوماتي على النسيج الاجتماعي وفي ظل التحولات الرهيبة لتكنولوجيا علوم الإعلام والاتصال وإرهاصاتها.

الجدول رقم 10: هناك ضرورة ملحة لدمج وسائل الإعلام الحديثة من مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي في المقررات الدراسية حماية للأمن الثقافي والمجتمعي.

الإحتمالات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
موافق تماما	35	92.11%	
موافق	03	7.89%	
محايد	//	//	
غير موافق	//	//	
غير موافق تماما	//	//	
المجموع	38	100%	4,92

المصدر من إعداد الباحث

يعالج هذا الجدول إجابة عن سؤال يتمحور حول : هل هناك ضرورة ملحة لدمج وسائل الإعلام الحديثة من مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي وغيرها من الشبكات الحديثة في المقررات الدراسية حماية للأمن الثقافي والمجتمعي؟، وبقراءة المتوسط الحسابي الذي هو 4,92 ، فإنه يُدل أن غالبية المبحوثين عبّرو عن (موافقة تامة)، مع نسبة ضئيلة عبّرت عن موافق، ما يظهر أن هناك إتفاق شبه كامل، فالأغلبية الساحقة من المبحوثين هي (موافقة تماما) بما يمثل نسبة (92.11%) من أفراد العينة إلى أن هناك ضرورة فعلا إلى إعادة هيكلة المناهج والمقررات الدراسية تبعا لما فرضته التحولات التي طرأت على عالم اليوم الذي بات يعتمد على الرقمنة وعلى المصادر المفتوحة في تلقي المعلومات من مواقع ومنصات وشبكات التواصل الاجتماعي، فلا يمكن أن نناقض الواقع ببرامج تعليمية لا تحاكي الواقع، ويرى فيها الفرد أنها تمثل له عائقا معرفيا بالأساس، ويحاصر في بوتقة وسائل الإتصال الجماهيرية، وضمن معجم إعلامي لا يوجد على الأغلب في حياتنا اليومية، فهذه المنصات فعلا أنتجت لنا معجما إعلاميا كان غير موجود سابقا، وبات اليوم لسانا نتادوله في كل حديث عن ما تنتجه هذه المنصات والمواقع، في حين إتجه (7.89%) من أفراد العينة في نفس الخيار تقريبا بخيار (موافق).



الجدول رقم 11: التركيز على المهارات العملية بدلا من معرفة المحتوى يكسب الطلبة القدرة على تحليل أي رسالة من أي وسيلة إعلامية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
دائما	29	76.32%	
أحيانا	9	23.68%	
نادرا	//	//	
المجموع	38	100%	2,76

المصدر من إعداد الباحث

يتناول هذا الجدول عن مقارنة بين التركيز على المهارات العملية أو معرفة المحتوى: أيهما يكسب الطلبة القدرة على تحليل أي رسالة من أي وسيلة إعلامية؟، وعليه أشار المتوسط الحسابي إلى النتيجة (2,76)، وهو الذي يدل أن الميل العام للإجابات يتجه بقوة نحو دائما، فأراء الغالبية من المبحوثين أفراد العينة بما يمثل 76.32% يعتقدون أن التركيز على المهارات العملية يكسب الطلبة القدرة (دائما) على تحليل أي رسالة من أي وسيلة إعلامية، وقد يُفسّر هذا الرأي بأن المهارات العملية تكون أكثر نجاعة إستنادا إلى دور التجارب الشخصية التي يتعرض لها الفرد في حياته اليومية، والتي ستمكنه بالضرورة في التعامل الأمثل مع مختلف المعلومات وتحليلها من خلال إتخاذ موقف إما يُناقض أو يُوافق هذه المضامين، ووفق هذه الرؤية التي كانت عبارة عن تجربة شخصية سابقة أصبحت مهارة لدى الفرد، خاصة أولئك الذي لديهم إهتمام بمنصات وشبكات التواصل الاجتماعي، في حين يرى 23.68% من المبحوثين أفراد العينة أن معرفة المحتوى يكسب الطلبة القدرة على تحليل أي رسالة من أي وسيلة إعلامية (أحيانا فقط)، وقد يُرجّح هذا الرأي أن ضخامة المعلومات تُحتم على الفرد معرفة المحتوى ومآلاته إنطلاقا من معرفة الوسيلة وجس النبض تبعاً للظروف التي تم فيها بث ونشر هذه المضامين.

الجدول رقم 12: أصبحت الحاجة إلى الوعي الإعلامي شيئا ملحا وضروريا في ظل عصر ثورة الإعلام والمعلومات

الاحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	38	100%
لا	//	//
المجموع	38	100%

المصدر من إعداد الباحث

يُوضّح هذا الجدول في سؤال للمبحوثين هل الوعي الإعلامي بات شيئا ملحا وضروريا في ظل عصر ثورة الإعلام والمعلومات؟، وبينت نتائج هذا الجدول أن هناك إجماع من أفراد العينة بالمطلق بنسبة (100%)، وهي ضرورة الوعي الإعلامي للأفراد في عصرنا الحالي،



تبعاً لعدة تبريرات منها، ما يتعلق بالأمن المعلوماتي، وتعزيز ثقافة التعامل الحذر مع مختلف التحولات والظروف التي تطرأ على المحيط الذي يعيش فيه الفرد، بالإضافة أن الدوائر الإعلامية والأكاديمية تتناول هذا الموضوع عبر دعوات تدعو إلى تبني إستراتيجية واضحة المعالم يكون فيها الفرد مطالباً بالوعي الإعلامي لمواجهة الخطر المعلوماتي الذي يستهدف كل مقومات الحياة والنسيج الاجتماعي بالدرجة الأولى.

المحور الثالث: قراءة وتحليل إجابات المبحوثين حول التحديات التي تواجه تجسيد برامج التربية الإعلامية في المناهج التعليمية: الجدول رقم 13: عدم الإهتمام بموضوعات التربية الإعلامية في برامج التكوين الجامعي عزز القطيعة مع هذا النوع من التكوين

الإحتمالات	التكرار	النسبة	المتوسط الحسابي
موافق تماماً	38	100%	
موافق	//	//	
محايد	//	//	
غير موافق	//	//	
غير موافق تماماً	//	//	
المجموع	38	100%	5,00

المصدر من إعداد الباحث

يتناول هذا الجدول سؤال للمبحوثين وهو أن عدم الإهتمام بموضوعات التربية الإعلامية في برامج التكوين الجامعي عزز القطيعة مع هذا النوع من التكوين، ويشير المتوسط الحسابي للإجابات المسجلة إلى القيمة (5,00)، وهو ما يعني أن كل الإجابات كانت على أقصى درجة من الاتفاق، أي أن هناك إتفاق تام بين المبحوثين بعبارة (موافق تماماً) بنسبة (100%) على أن عدم تضمين برامج التربية الإعلامية في المناهج التعليمية أحدث قطيعة في هذا المستوى من التكوين، وقد يُبرر هذا الرأي في أن موضوعات التربية الإعلامية تُثار ويتم تناولها في الملتقيات والندوات العلمية، دونما إعتمادها كمقرر دراسي على الأقل في أحد الأطوار التعليمية أو الجامعية، ومن هنا تظهر قيمة هذا الموضوع بإعتباره موضوع يستحق تناوله وإعتماده بشكل أكاديمي ضمن المقررات الدراسية والمناهج التعليمية تقوية للجدار المعلوماتي السليم للفرد والمجتمع، وهي المسألة التي تُسجل دائماً في توصيات الندوات والمؤتمرات التي تتناول موضوعات التربية الإعلامية.

الجدول رقم 14: ضخامة الأخبار والمعلومات خلق صعوبات كبيرة لدى المستخدمين في طرق وأليات التعامل معها.

الخيارت	التكرار	النسبة
نعم	36	94.74%
لا	02	5.26
المجموع	38	100%

المصدر من إعداد الباحث



يُبين هذا الجدول إجابات أفراد العينة حول سؤال يتعلق بأنّ ضخامة الأخبار والمعلومات خلقت صعوبات كبيرة لدى المستخدمين في طرق وأليات التعامل معها، وبتفريع بيانات الجدول كانت إجابات المبحوثين على النحو التالي: أيّد أغلبية المبحوثين ونسبة 94.74% أن هناك تأثير واضح لضخامة الأخبار سيخلق بالضرورة صعوبات للأفراد في التعامل الجيد مع مختلف المضامين التي يتعرضون لها، ويمكن إيعاز ذلك بالظرف والبيئة الرقمية التي نعيشها اليوم، وتعدد وسائل التعرض من وسائل إتصال جماهيري و مواقع ومنصات متعددة، الأمر الذي قد يجعل الجمهور أو المستخدم لتلك الوسيلة عاجزا في كثير من الأحيان على هضم وغرلة تلك المضامين، خاصة أن توليد الأخبار في مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي هو كذلك صنيعة مستخدمي هذه المنصات أي أن القائم بالاتصال تعدد وتميّعت أدوارها، وبالتالي هناك صفة طغت على هذه الوسائل وهي تراكمية المضامين بعيدا عن تنفيذ أليات التحقق .

الجدول رقم 15: عدم إلزام وسائل الإعلام بدورها في تعزيز بيئة إعلامية آمنة خالية من الأخبار الغير موثوقة.

الإحتمالات	التكرار	النسبة
نعم	26	68.42%
لا	12	31.58%
المجموع	38	100%

المصدر من إعداد الباحث

يتناول هذا الجدول عدم إلزام وسائل الإعلام بدورها في تعزيز بيئة إعلامية آمنة خالية من الأخبار الغير موثوقة، وأتضح لنا من خلال إجابات المبحوثين أن نسبة 68.42% من أفراد العينة يرون أن هناك عدم إلزام وسائل الإعلام في تعزيز بيئة إعلامية آمنة متماز بالصدق والمصداقية، وتعتمد على صناعة المحتوى الموثوق ، الأمر الذي ساهم في إنتشار معلومات مُضلّة هدفها الرئيسي تحقيق نسب المشاهدة على حساب قداسة الخبر، وتنبع هذه التبريرات من كمّ الأخبار الذي تبين بعد ذلك أنها أخبار كاذبة ولا تستند إلى أية حقيقة قامت ببثها هذه الوسائل، فالمرسل أو القائم بالاتصال يتحمل مسؤولية صدقية الخبر، والانتقال الآمن للمعلومات للفرد والمجتمع، في حين رأى ما نسبته 31.58% من أفراد العينة أن وسائل الإعلام لا تتحمل لوحدها مسألة تعزيز بيئة إعلامية آمنة خالية من الأخبار الغير موثوقة، وتبرير ذلك قد يرجع ذلك إلى مجموعة من العوامل المشتركة لعلّ أهمها أن المسؤولية هي مشتركة بين الوسيلة والجمهور، بإعتبار الجمهور مستهلك وهو إنتقائي، وهو من يعمل على تعزيز بيئة مواطن، وهو من يلتقط ويستهلك المعلومات بما يخدم التمسك الاجتماعي والثقافي للمجتمع ومكوناته.

5. خاتمة

إتضح لنا من خلال نتائج هذه الدراسة الإستطلاعية، والتي أجريت من وجهة نظر عينة من أساتذة علوم الإعلام والاتصال أن هناك ضرورة ملحة لتعزيز أليات الوعي الإعلامي لدى الأفراد، خاصة في ظل ضخامة المعلومات في البيئة الرقمية، ثم العمل على تبني إستراتيجية واضحة المعالم تتضمن تطوير مناهج تعليمية متكاملة تستجيب للتحديات الإعلامية الراهنة، وذلك من خلال تعزيز التفكير النقدي الإعلامي لدى الطلاب في أن يصبحوا مستهلكين واعين للمضامين الإعلامية والمعلوماتية، وقادرين على المشاركة الفعّالة في المجتمع الرقمي، أما عن أهم التحديات التي قد تواجه تجسيد برامج التربية الإعلامية في المناهج التعليمية من وجهة نظر أفراد العينة



هي: أنَّ عدم تضمين برامج التربية الإعلامية في المناهج التعليمية لغاية اللحظة أحدث قطيعة في هذا المستوى من التكوين، بالإضافة إلى أنه لا يوجد إلزام وسائل الإعلام في تعزيز بيئة إعلامية آمنة تمتاز بالصدق والمصداقية.

. توصيات الدراسة:

نتائج هذه الدراسة الميدانية أحالتنا إلى مجموعة من المحددات لتجسيد هذا المشروع التربوي وهي:

- ضرورة تخصيص فضاءات للنقاش العام بشرط ان تسودها الشفافية حول الموضوعات البنّاءة التي ترسخ قيم المواطنة لدى الأفراد.
- توعية الأفراد بضرورة التفطن لمختلف التهديدات التي يتعرض لها عبر مختلف المضامين التي تستهدف النسيج الثقافي والإجتماعي للدولة.
- إشراك الخبراء والباحثين في المجال المعلوماتي وأساتذة الإعلام والإتصال في الموضوعات المتعلقة بأهمية تعزيز التربية الإعلامية.
- الإستشراف ودراسة كل الظروف التي تساهم في بلورة مفهوم التربية الإعلامية في المناهج التعليمية.
- تعزيز سبل مواجهة الأخطار المعلوماتية، عبر بناء مجتمع واعٍ لديه القدرة على التعامل مع مختلف التحديات.
- تحقيق عوالم التنمية المستدامة بما يخدم الفرد حاضرا ومستقبلا، ويتجلى الداعم الأساسي من كل هذا هو أن تكون إحاطة بكل موضوعات التربية الإعلامية للفرد بجعلها موضوعات التفكير وطرق التعامل مع المعلومة التي تصدر عن هذه الوسائل كخطر قادم.
- تفعيل التربية الإعلامية عبر توافق العديد من الوزارات والقطاعات منا التعليم، والتربية، وكذا الإعلام، والثقافة، والدفاع، والعدل، لأنَّ مسألة تعزيز التربية الإعلامية هي تعزيز لبنية مهمة تتعلق بالأمن القومي بجميع مظهراته.



6. قائمة المراجع:

الكتب:

1. بشرى الحسين الحمداني. (2014). . (2015). *التربية الاعلامية ومحو الامية الرقمية*. القاهرة: دار وائل للنشر 2014. القاهرة مصر

المجلات:

2. سلاحي جميلة. بوشي يوسف.. التحول الرقمي بين الضرورة والمخاطر. *مجلة العلوم القانونية والسياسية*، المجلد 10، العدد 2، 2019.

3. طالب كبحول. فلة بن دالي. التربية الإعلامية لجمهور وسائل الإعلام بين إمكانيات المتلقي ومساهمات وسائل الإعلام . *مجلة أفاق علمية*، المجلد 13، العدد 1، 2020

4. عبير فايز محمد. التربية الإعلامية الرقمية الأبعاد والضوابط. *مجلة البحوث الأكاديمية*، المجلد 28، 2024

5. علي محمد السعيد. التربية الإعلامية. قراءة في المفهوم، الأهداف والوسائل، *المجلة الدولية للإتصال* المجلد 05، العدد 02، . 2018،

6. قوعيش جمال الدين،، التربية الإعلامية والإعلام الرقمي (مبحث في التحديات والإستراتيجيات). *مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية*، المجلد: 2، العدد: 2، 2017.

7. ناجي بولناخر. البحث العلمي في ظل البيئة الرقمية: تحديات الواقع وأفاق المستقبل. *مجلة دفاتر المتوسط*، المجلد: 6، العدد: 2، 2022.

8. نصر الدين أمقران. سارة بوعيفي. التربية الإعلامية وإشكالات المنظومة التربوية الوطنية. *مجلة المربي*، المجلد: 21، العدد: 1، 2018

المدخلات:

9. حكيمة جاب الله، نسيمه مقل.. التربية الإعلامية وتحديات الإعلام الجديد . *الملتقى العلمي الدولي للعلوم التربوية والاجتماعية والإنسانية والإدارية والطبيعية*. إسطنبول تركيا، 2019.

مواقع الإنترنت:

أبو صوي ساجدة. (15 05، 2017). [مفهوم المنهج الدراسي - موضوع](#)

إيرل كورتينا راتراي. (13 12، 2020). [الدراية الإعلامية والمعلوماتية في عصر من عدم اليقين / الأمم المتحدة](#)

عقيل هايس عبدالغفور نجم. أهمية التربية الإعلامية في تحصين المجتمعات إعلاميا (21 08، 2021). [أهمية التربية الإعلامية](#)

[والرقمية في تحصين المجتمعات إعلامياً](#)