كلية التربية النوعية
قسم العلوم التربوية والنفسية

عنوان الدراسة

برنامج مقترح للتربية الإعلامية لتنمية الوعى الإعلامى لدى الشباب الجامعى

proposed program for media literacy program to develop media awareness among university students

مقدمة من الباحثة

بسمة محمود محمد محمد

باحثة فى مرحلة دكتوراه العلوم التربوية والنفسية

تخصص (مناهج وطرق تدريس التربية الإعلامية)

كلية التربية النوعية– جامعة القاهرة

٢٠٢٢م

مقدمة:

يشهد العالم اليوم الكثير من الأحداث والتغيرات والتطورات التكنولوجية المتسارعة والمتواترة فى شتى مجالات الحياة والذى انعكس بدوره على النمو المتزايد فى الصناعات الإعلامية وتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، ومن ثم أصبحنا نعيش فى عصر تتسارع فيه القوى الإعلامية على ضخ أكبر قدر ممكن من المضامين الإعلامية الإيجابية منها والسلبية على مدار الساعة، مخترقة كافة مناحى الحياة (السياسية، والاجتماعية، والثقافية، والصحية، وغيرها)، بهدف السيطرة على عقول جمهور المتلقين وخاصةً فئة الشباب والتى تعد أكثر فئات المجتمع إقبالا واستهلاكا لوسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال خاصة مواقع التواصل الاجتماعى والألعاب الالكترونية، والتى أصبحت تمثل بالنسبة لهم ضرورة من ضروريات الحياة لا يمكنهم الاستغناء عنها وبشكل يومى لساعات طويلة، فهم يحاولون من خلالها الهروب من المشكلات التى تواجههم والعيش فى عالم افتراضى خاص بهم بلا قيود ولاحدود.

وهنا تأتى أهمية التربية الإعلامية كضرورة ملحة لإعداد الشباب الجامعى لفهم الثقافة الإعلامية المحيطة بهم، وإكسابهم المهارات اللازمة لتنمية قدراتهم على الاستخدام الواعى والتعامل الإيجابى والنشط مع وسائل الإعلام بمختلف أنواعها وأشكالها، وتعزيز قدراتهم على الفهم الجيد والانتقاء السليم للمضامين الإعلامية بما يتلاءم مع قيم وأخلاقيات وعادات وتقاليد المجتمع.

مشكلة الدراسة:

لاحظت **الباحثة** من خلال طبيعة عملها واختلاطها بالشباب الجامعى زيادة إقبالهم على استخدام وسائل الإعلام الجديدة خاصة مواقع التواصل الاجتماعى لساعات طويلة على مدار اليوم ليس فقط للإطلاع على ما يدور فى العالم من حولهم أو كوسيلة للتسلية والترفيه، وإنما تخطى ذلك ليصبح أسلوبا لحياتهم ومصدرا لثقافتهم وموجها لسلوكهم، ورغبةً منهم فى التميز والاستقلال عمن حولهم فى عالمهم الافتراضى الخاص بهم، وبقلة وعى منهم يتقبلون كل ما هو جديد، وينساقون وراء كل ما يعرض عليهم من مضامين إعلامية والتى قد تكون إيجابية، وقد تكون سلبية تتعارض مع قيم وعادات وتقاليد وثقافة مجتمعنا، ودون التفكير والبحث عن مصدرها، ومدى مصداقيتها،

وما الأهداف الكامنة ورائها؟، ولمن موجهه؟، وتعبير عن مصلحة من؟، الأمر الذى قد يؤثر سلبا على سلوكهم داخل المجتمع، وما يتتبعه ذلك من انتشار لبعض الظواهر السلبية مثل ارتفاع نسبة العنف والجرائم بين الشباب وانتشار ظاهرة التحرش الجنسى، وإدمان المخدرات، والعزلة الاجتماعية وغيرها، وذلك فى ظل وجود ضعف لدور الأسرة التربوى والتوعوى، أصبحت وسائل الإعلام الجديدة تمثل قوة مؤثرة على قيم ومعتقدات واتجاهات وممارسات الشباب الجامعى، وهذا ما يضعنا أمام اشكالية كيفية تنمية الوعى الإعلامى لديهم لتنمية قدراتهم على التعامل الفعال والإيجابى مع وسائل الإعلام الجديدة و تمكنهم من الاستفادة من إيجابياتها وتُحصينهم ضد مخاطرها وتأثيراتها السلبية، ويمكن تحديد مشكلة الدراسة فى التساؤل الرئيس التالى:

ما البرنامج المقترح للتربية الإعلامية لتنمية الوعى الإعلامى لدى الشباب الجامعى؟

و يتفرع من هذا التساؤل الرئيس الأسئلة الفرعية التالية :

١- ما أسس بناء برنامج التربية الإعلامية المقترح ؟

٢- ما أهداف برنامج التربية الإعلامية المقترح ؟

٣- ما محتوى وابعاد برنامج التربية الإعلامية المقترح ؟

٤- ما طرق التدريس والوسائل التعليمية المستخدمة فى البرنامج المقترح ؟

٥- ما أساليب تقويم برنامج التربية الإعلامية المقترح ؟

أهمية الدراسة:

ترجع أهمية الدراسة إلى عدة نقاط تتمثل فى:

١- أهمية المرحلة العمرية التى تتناولها الدراسة وهى مرحلة الشباب الجامعى، والتى تعد مهمة فى بناء المجتمعات، فهم طاقة بشرية يجب الاهتمام بها بما يعود على المجتمع بالتقدم والرقى، فالشباب من أكثر شرائح المجتمع استخداماً لوسائل الإعلام الجديدة، وتأثراً بما يعرض لهم من مواد ورسائل إعلامية، وبالتالى من الضرورة تنمية الوعى الإعلامى لديهم .

٢- تؤكد الدراسة الحالية على أهمية الدور الإيجابى الذى قد تقوم به التربية الإعلامية فى حياة الشباب الجامعى من خلال تزويدهم بالمهارات اللازمة ليصبحوا قادرين على التعامل بوعى مع

وسائل الإعلام المختلفة وتدريبهم على الممارسات الإعلامية الناجحة لمواجهة ما تبثه وسائل الإعلام من أفكار وقيم وثقافات مختلفة يصعب السيطرة عليها، وقد لاتتلاءم مع قيم المجتمع، مما ينعكس على شخصيتهم وفاعليتهم داخل المجتمع .

٣- قلة الأبحاث العربية التى تستهدف وضع برنامج مقترح للتربية الإعلامية لتنمية الوعى الإعلامى لدى الشباب الجامعى – وذلك فى حدود علم الباحثة – لهذا تصبح للدراسة قيمتها بالنسبة للقائمين على التعليم الجامعى، وأعضاء هيئة التدريس، والطلاب، والباحثين فى مجال المناهج وطرق التدريس والتربية الإعلامية والإعلام التربوى، وغيرهم.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على الأتى:

١- مفهوم التربية الإعلامية وأهميتها وأهدافها .

٢- مفهوم الوعى الإعلامى وأهميته وجوانبه.

٣- وضع أسس، وأهداف، ومحتوى، وطرق تدريس، وأساليب تقويم برنامج مقترح للتربية الإعلامية يهدف إلى تنمية الوعى الإعلامى لدى الشباب الجامعى.

مصطلحات الدراسة :

- **التربية الإعلامية Media Literacy**:

– التربية الإعلامية هى " القدرة على فهم الرسائل الإعلامية التى يتم تقديمها عبر التقنيات الحديثة، والقدرة على الفهم والتطبيق الصحيح للمهارات والمواقف التى تسمح لهم بالتعامل مع المحتوى الإعلامى المتغير بطريقة واعية وهادفة، من خلال مضامين إعلامية مسئولة وجاذبة، تنمى التفكير الناقد للمتلقى ؛ وتتيح له التفاعل الإيجابى؛ فهى عملية لا تقف عند حد الإلتزام بمراعاة الأهداف التربوية تجاه المتلقى، إنما تجعل منه متلقى نشط ينتقد ويحلل وينتقى ويشارك فى المضامين الإعلامية المقدمة".[١]

---

(١) أميمة أحمد رمضان، إتجاهات المراهقين نحو الفيديوهات المقدمة عبر تطبيق "التيك توك" وعلاقته بإدراكهم لمعايير التربية الإعلامية ، **مجلة البحوث فى مجالات التربية النوعية**،ج ٨، (جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، العدد ٣٩، ٢٠٢٢)، ص ١٩٧٢ .

● **الوعى الإعلامى Media awareness**:

–الوعى الإعلامى هو " عمليات من المعرفة والتفكير والإدراك تتيح للملتقى القدرة على فهم الممارسة الإعلامية فهما صحيحا، والإحاطة بخلفيات الرسالة الإعلامية وأهدافها ومن ثم تبنى موقف صحيح إزائها ".[١]

● **الشباب الجامعى university students**:

–الشباب الجامعى هم " الشباب المنتظمون فى الدراسة فى المرحلة الجامعية، التى تعقب المرحلة الثانوية، وتسبق مرحلة الدراسات العليا، وتمتد زمنياً فى الأغلب من سن الثامنة عشرة حتى الخامسة والعشرين ".[٢]

منهج الدراسة: تتبع الدراسة المنهج الوصفى.

الإطار النظرى للدراسة:

أولاً : التربية الإعلامية (مفهومها – أهميتها– أهدافها)

●**مفهوم التربية الإعلامية**:

– تعرف **أسماء حسين على أسماعيل (٢٠٢٢)** التربية الإعلامية بأنها " جميع المفاهيم والمعايير والمهارات التى تمكن الطلاب من التعامل الواعى مع وسائل الإعلام ".[٣]

– وترى **نعيمة الدرعان (٢٠١٩)** أن التربية الإعلامية هى " مجموعة المهارات والمعارف والأدوات التى تمكن الطالب من التعامل مع مختلف أنواع الرسائل الإعلامية وصولا وتحليلا ونقدا إنتاجا لأغراض متعددة ".[٤]

---

(١) هند عزوز، **محاضرات فى النقد الإعلامى**، (الجزائر، جامعة محمد الصديق بن يحي– جيجل–: كلية العلوم الإنسانية، قسم الإعلام والاتصال، ٢٠١٦)، ص ١١.

(٢) رضا عبد الواجد أمين، فاطمة خليل أسيرى، **التأثيرات الاجتماعية للمواقع الإباحية: دراسة ميدانية على الشباب الجامعى بدول الخليج العربى**، (الرياض: دار جامعة نايف للنشر، ٢٠١٧)، ص ٢٢ .

(٣) أسماء حسين على أسماعيل، أثر برنامج مقترح فى التربية الإعلامية على تنمية مهارات إنتاج الفيديو الرقمى لدى طلاب المرحلة الثانوية: دراسة شبه تجريبية، **مجلة البحوث فى مجالات التربية النوعية**،ج ٨، (جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، العدد ٣٨، ٢٠٢٢)، ص ٤٨٢ .

(٤) نعيمة عمر الدرعان، تعزيز الأمن الفكرى فى ضوء المدخل الثقافى للتربية الإعلامية: دراسة تحليلية لبرامج التعليم السعودى الفكرية، **مجلة البحوث فى مجالات التربية النوعية**، ج٥، (جامعة المنيا: كلية التربية النوعية ، العدد ٢١، ٢٠١٩)، ص ٢٠٤.

– وتتبنى الباحثة تعريف **مريم بنت صالح (٢٠١٣)** للتربية الإعلامية بأنها " تزويد الطلبة بالمهارات التى تمكنهم من التعامل الواعى مع وسائل الإعلام، كالقدرة على النقد، والتحليل، والتقويم لمضامين الرسائل الإعلامية، وتعزيز قدرتهم على تكوين الأحكام الذاتية، والمستقلة على هذه الرسائل واستقطاب ما يتفق منها مع قيمهم، ومبادئهم ونبذ ما يتعارض معها،وإبداع الرسائل الإعلامية الخاصة بهم ".[١]

– وتعرف **سونيا ليفنجستون Sonia Livingstone (٢٠٠٤)** التربية الإعلامية بأنها " القدرة على الوصول إلى الرسائل الإعلامية وتحليلها وتقييمها وإنشائها عبر سياقات متنوعة ".[٢]

- **أهمية التربية الإعلامية:**

١– فى ظل التطور الهائل والزخم الإعلامى لكل وسائل الإعلام بأنواعها المتباينة وأيضاً لوسائل تكنولوجيا الاتصال والوسائط التقنية فى المجتمع المعلوماتى، أصبحت الحاجة ضرورة ملحة لوجود درع واقٍ يحمى الأطفال والنشء والشباب من التلوث الإعلامى المُقدم ألا هو (التربية الإعلامية) .

٢– قد تبث بعض وسائل الإعلام مضامين غير هادفة لها أيدولوجيات خاصة لا تخدم مصالح النشء والشباب، وقد يؤثر ذلك سلباً على معتقداتهم وخلفياتهم المعرفية والثقافية، مما يستلزم وجود التربية الإعلامية.

٣–التربية الإعلامية وسيلة هادفة لتحقيق الاتصال الفعال بين كل الأطراف(المتلقى– الوسائل– المضامين) لتحقيق الفهم الواعى والإدراك السليم .

٤– التربية الإعلامية كالمؤسسات التربوية تُعلم لنقرأ وتُعلم لنراقب وتُعلم لنستمع بحرص وحذر.

٥– نحتاج للتربية الإعلامية لأنها تُنمى لدى النشء والشباب التفكير الناقد والإبداع للتعرف على شخصياتهم المختلفة واستكشاف ما بداخلها .

٦– بالغة الأهمية لأنها تمد الشباب بالمهارات والخبرات اللازمة لاتخاذ قرارات هامة فى حياتهم للاستفادة منها فى الحاضر ويعبروا بها إلى المستقبل .[٣]

---

(١) مريم بنت صالح إبراهيم الصعب، تصور مقترح لتفعيل دور المدرسة الثانوية فى التربية الإعلامية لمواجهة تحديات العولمة الثقافية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (السعودية: جامعة القصيم، كلية التربية،٢٠١٣)، ص ٧.

(2) Sonia Livingstone, What is media literacy?, **Intermedia**, (Vol. 32, No. 3,2004), p.18.

(٣) أحمد على سعد على جاب الله، تنمية الوعى بالتربية الإعلامية لدى عينة من طلاب أقسام الإعلام التربوى فى ضوء المعايير الأكاديمية: دراسة ميدانية، **رسالة دكتوراه غير منشورة** ، (جامعة بنها: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوى، ٢٠١٧)، ص ٧٦.

● **أهداف التربية الإعلامية :**

١- حماية الصغار من التأثيرات الضارة أو السلبية أو غير المرغوبة لوسائل الإعلام، ومحتواها فى المجالات المتعددة وبالأشكال المختلفة، بالإضافة لحماية المواطنين – الصغار والكبار- من تأثيرات الاختراق الإعلامى والهيمنة الثقافية المقصودة فى ظل مبادئ العولمة، وعصر السماوات المفتوحة.

٢- المحافظة على الهوية الثقافية ودعم مقومات الثقافة الوطنية المحلية .

٣- ملاحقة التطورات السريعة والمتلاحقة فى تكنولوجيا الاتصال، وبناء الشبكات والمجتمعات الافتراضية، والاستفادة منها بشكل جيد بالنسبة للفرد والمجتمع.

٤- ضمان حرية التعبير وحق الوصول للمعلومات والحقائق باعتبارها ضرورات اتصالية لا غنى عنها لدعم المشاركة والبناء الديمقراطى فى المجتمع.

٥- تمكين أفراد المجتمع من فهم حركة النظم الإعلامية وأهدافها، وأساليب تحقيق هذه الأهداف، وإكسابهم مهارات استخدام الوسائل الإعلامية التى تعمل فى إطار هذه النظم، وعلاقة النظم الإعلامية بالنظم الاجتماعية الأخرى والسياقات المحلية والعالمية التى تعمل فى إطارها النظم الإعلامية. [١]

ثانياً: الوعى الإعلامى (مفهومه – جوانبه ومستوياته- أهميته)

● **مفهوم الوعى الإعلامى:**

يمكن عرض أهم المفاهيم التى تناولت الوعى الإعلامى فيما يلى:

- ترى **مدفونى جمال الدين** (**٢٠١٩**) أن الوعى الإعلامى هو " عملية عقلية معقدة تؤسس من المعرفة، التفكير والإدراك، يتيح للملتقى القدرة على فهم الممارسة الإعلامية فهماً صحيحاً، والإحاطة الكافية بماهية المؤسسات الإعلامية وعلاقاتها بمختلف المؤسسات والنظم الأمنية، السياسية، الاقتصادية والثقافية، وملكيتها ومصادر تمويلها، حتى تنجلى للفرد المتلقى أو المستخدم خلفيات الرسالة الإعلامية وأهدافها ومن ثم تبنى موقف صحيح إزائها، وهو أحد الآليات الضرورية للتعامل مع وسائل الإعلام ومضامينها، للكشف عن الممارسات الإعلامية غير الأخلاقية وغير المهنية؛ كالتضليل، نشر الأكاذيب والدعاية، والتعرف على الأجندات والأهداف المعلنة أو الضمنية التى يسعى القائمون على المؤسسات الإعلامية إلى تحقيقها". [٢]

---

(١) محمد عبد الحميد، **التربية الإعلامية والوعى بالأداء الإعلامى**، (القاهرة: عالم الكتب ،٢٠١٢)، ص ص ١٢٣-١٢٤.

(٢) مدفونى جمال الدين، التربية الإعلامية كألية لتحقيق الأمن الفكرى والاستقرار الاجتماعى، **مجلة الدراسات الإعلامية**، (برلين: المركز الديمقراطى العربى، العدد ٧، ٢٠١٩)، ص ٢٤٢ .

– ويذكر **حاتم علو الطائى (٢٠١٧)** أن الوعى الإعلامى هو " مدى إدراك الفرد للأوضاع التى تدور حوله والمحيط الذى يدركه، وبناء رأى عقلانى متزن وتحليل واضح يتوافق والمتغيرات وفق تصور علمى يتناسب وإمكانياته وتصوراته التى تخدم المجتمع".[١]

– ويرى **طارق الصعيدى (٢٠٠٤)** أن الوعى الإعلامى هو " حصيلة التلاميذ من المعارف والخبرات والمهارات الإعلامية والتربوية والثقافية التى تمكنهم من الفهم والإدراك السليم للمفاهيم والممارسات الإعلامية داخل المدرسة وخارجها " .[٢]

ومن خلال العرض السابق لمفهوم الوعى الإعلامى ترى **الباحثة** أن الوعى الإعلامى يشير إلى **" الفهم الصحيح والإدراك السليم للممارسات الإعلامية المختلفة من خلال تنمية قدرة الشباب الجامعى على التعامل الواعى والايجابى مع وسائل الإعلام بمختلف أشكالها وأنواعها بما فى ذلك الاستخدام الرشيد والتعامل الأخلاقى والمسئول مع وسائل الإعلام، والانتقاء الجيد من بين المضامين الإعلامية، ومن ثم اتخاذ قرارات حكيمة تجاه ما يعرض فى وسائل الإعلام".**

- **جوانب ومستويات الوعى الإعلامى:**

يشير كلا من **بيان العديلى، هادى طوالبة، سميح كراسنة (٢٠١٨)** إلى الوعى الإعلامى بأنه هو فهم المحتوى الإعلامى وتحليله والحكم عليه ونقده والمشاركة فى صناعته والاستفادة من الجوانب الإيجابية له بهدف حماية الطلبة من مخاطر الإعلام وتأثيراته السلبية ضمن ثلاثة مستويات وهى :

أ – **المستوى المعرفى**: يتعلق بفهم ومعرفة وإدراك محتوى الرسائل الإعلامية المختلفة ومعانيها وخلفياته وأهدافها بفهم.

ب – **المستوى الوجدانى**: يتعلق بالدوافع النفسية المحفزة للتعرض للرسائل الإعلامية عبر الوسائط الإعلامية المختلفة، فعندما يتعرض الفرد للرسالة الإعلامية يكون محاطاً بمجموعة من الانفعالات والدوافع النفسية والرغبة التى حفزته للتعرض لتلك الرسالة الإعلامية .

---

(١) حاتم علو الطائى، الوعى الإعلامى للطلبة فى تجاوز الأعمال الإرهابية، **مجلة الباحث الإعلامى**، ج ٩، (العراق، جامعة بغداد: كلية الإعلام، العدد ٣٥، ٢٠١٧)، ص١١١.

(٢) طارق الصعيدى، دور الإعلام التربوى فى تنمية الوعى الإعلامى لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠٠٤)، ص ٩١.

ج- **المستوى السلوكى**: ويرتبط بالأثر الذى يتركه التعرض لتلك الرسائل الإعلامية، وأثارها وانعكاسها على سلوك الفرد إما أن يتبنى أفكار تلك الرسالة و يرفضها بناءً على المعطيات التى توفرت لديه نتيجة تحليل الرسالة الإعلامية ونقدها مما قد يسهم فى اتخاذ القرار المناسب حولها .[1]

●أهمية الوعى الإعلامى:

ترى **الباحثة** أنه فى ظل ثورة المعلومات والانفجار المعرفى الذى يميز عصرنا الحالى، أصبحت وسائل الإعلام تسعى إلى ضخ كماً هائلاً من المضامين الإعلامية بمختلف أشكالها على مدار الساعة لجذب مستخدميها، ونتيجة لتزايد إقبال المتلقين بشكل عام والشباب الجامعى بشكل خاص الأمر الذى يتطلب تنمية الوعى الإعلامى لدى الشباب الجامعى بهدف تمكينهم من التعامل الإيجابى والفعال مع وسائل الإعلام بمختلف أشكالها وأنواعها، ومن ثم الاستفادة من إيجابياتها وتجنب سلبياتها عبر الانتقاء الجيد والواعى من بين المضامين الإعلامية بما يلبى احتياجاتهم ويتلائم مع قيم وعادات وثقافة مجتمعنا العربى والإسلامى.

ويمكن أن نلخص **أهمية الوعى الإعلامى** من خلال النقاط التالية:

١-العناية بالوعى الإعلامى يؤكد التربية على التفكير النقدى التأملى، إذ أننا نعيش فى بيئة مشبعة بالمواد الإعلامية، وينبغى لنا أن نعى أن وسائل الإعلام لا تقدم مجرد عرض بسيط للواقع الخارجى، بل تعرض تراكيب مصاغه بعناية تعبر عن طائفة من القرارات والمصالح المختلفة، والوعى الإعلامى يساعدنا على تفكيك عملية تصنيع المواد الإعلامية، وعلى فهم المنتجات الإعلامية، ومن ثم فهم كيفية استخدامها.

٢-العناية بالوعى الإعلامى جزء من تكوين المتلقى المستنير، إذ يؤكد الخبراء أن الشباب إذا كان واعياً ببيئته وملماً بأحداث الساعة من خلال إطلاعه على الوسائل الإعلامية، وقادراً على استخدام أدوات الاتصال فى التعبير عن ذاته، سيصبح متلقى أفضل تكويناً وأكثر التزاماً.

---

(١) بيان محمد العديلى، هادى محمد طوالبة، سميح محمود كراسنة، تطوير وحدات تعليمية فى ضوء التربية الإعلامية فى كتب التربية الوطنية والمدنية للمرحلة الأساسية وقياس أثرها فى تنمية الوعى الإعلامى لدى الطلبة ، **مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية**، ج ٢٦، (فلسطين: الجامعة الإسلامية بغزة، العدد ٥، ٢٠١٨)،ص ٣٥٢ .

٣–العناية بالوعى الإعلامى يشجع الشباب على المشاركة الفعالة فى المجتمع، فالتربية الإعلامية تمكن الشباب من تفسير المواد الإعلامية ومن تكوين آراء واعية عنها بوصفهم مستهلكين لها، وأن يصبحوا منتجين للمضامين الإعلامية، فالغاية التى تتوخاها التربية الإعلامية هى تطوير الملكات النقدية والإبداعية لدى الطلاب.[١]

الدراسات السابقة:

تشكل الدراسات السابقة منطلقاً أساسياً للأبحاث التى تليها، وقد راجعت الباحثة الدراسات والبحوث السابقة ذات العلاقة والأكثر انتماءً لموضوع الدراسة الحالية، والتى تم تقسيمها إلى محورين وتعرض بحسب الترتيب الزمنى بدءًا بالأحدث وانتهاءً بالأقدم، وهى كالتالى:

المحور الأول: الدراسات الخاصة ببرامج التربية الإعلامية :

(١) دراسة محسن يوسف مهنى (٢٠٢٢) [٢] بعنوان " فاعلية برنامج مقترح فى التربية الإعلامية لتنمية المسئولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة ":

هدفت الدراسة إلى قياس فاعلية برنامج مقترح فى التربية الإعلامية لتنمية المسئولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، واعتمد الباحث على المنهج التجريبى، وتمثلت أدوات الدراسة فى: اختبار تحصيلى لمهارات التربية الإعلامية، ومقياس المسئولية الاجتماعية، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٣٠) طالباً من طلاب قسم الإعلام التربوى بكلية التربية النوعية بجامعة المنيا، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: وجود فروق دال إحصائياً بين متوسطى درجات الطلاب عينة الدراسة فى التطبيق البعدى لاختبار التربية الإعلامية قبل تعرضهم للبرنامج وبعده لصالح التطبيق البعدى، وأيضاً وجود فروق دال إحصائياً بين متوسطى درجات الطلاب عينة الدراسة فى التطبيق القبلى والتطبيق البعدى لمقياس المسئولية الاجتماعية قبل تعرضهم للبرنامج وبعده لصالح التطبيق البعدى.

---

(١) ليلى رشاد البيطار، علياء يحيى العسالى، مفهوم التربية الإعلامية فى كتب التربية المدنية والتربية الوطنية للمرحلة الأساسية فى المنهاج الفلسطينى، بحث مقدم فى مؤتمر" العملية التربوية فى القرن الحادى والعشرين: واقع وتحديات "، (فلسطين، نابلس، جامعة النجاح الوطنية، الفترة من ١٧–١٨ أكتوبر ٢٠٠٩)، ص ٥.

(٢) محسن يوسف مهنى، فاعلية برنامج مقترح فى التربية الإعلامية لتنمية المسئولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، **مجلة البحوث فى مجالات التربية النوعية**، ج ٨، (جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، العدد ٤٠، ٢٠٢٢)، ص ص ٧٣١–٧٦٥ .

(٢) دراسة هانى نادى عبد المقصود محمود (٢٠٢٠) [١] بعنوان " فاعلية برنامج مقترح فى التربية الإعلامية باستخدام الإنفوجرافيك فى تنمية الوعى بمفاهيم المواطنة الرقمية لدى أخصائى الإعلام التربوى: دراسة شبه تجريبية ":

هدفت الدراسة إلى التعرف على فاعلية برنامج مقترح فى التربية الإعلامية باستخدام الإنفوجرافيك عبر مواقع التواصل الاجتماعى فى تنمية الوعى بمفاهيم المواطنة الرقمية لدى أخصائى الإعلام التربوى، و اعتمد الباحث على المنهج التجريبى، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٧٠) مفردة من أخصائى الإعلام التربوى بمدارس محافظة المنيا، وتم تطبيق اختبارين الأول اختبار مفاهيم التربية الإعلامية والثانى اختبار مفاهيم المواطنة الرقمية، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: وجود فروق داله إحصائياً بين متوسطى درجات مجموعة البحث فى التطبيق القبلى والبعدى لاختبار الوعى بمفاهيم التربية الإعلامية لدى أخصائى الإعلام التربوى لصالح التطبيق البعدى، وأيضاً وجود فروق داله إحصائياً بين متوسطى درجات مجموعة البحث فى التطبيق القبلى والبعدى لاختبار الوعى بمفاهيم المواطنة الرقمية لدى أخصائى الإعلام التربوى لصالح التطبيق البعدى.

(٣) دراسة سمية متولى عرفات (٢٠١٨) [٢] بعنوان " العلاقة بين دراسة طلاب الإعلام لمقرر التربية الإعلامية وسلوكهم الواعى فى تعاملهم مع وسائل الإعلام ":

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى تأثير دراسة مقرر التربية الإعلامية على السلوك الواعى لطلاب الجامعة فى تعاملهم مع وسائل الإعلام، واعتمدت الباحثة على المنهج شبه التجريبى، وتمثلت أدوات الدراسة فى: صحيفة الاستقصاء، و مقياس التعامل مع وسائل الإعلام، وطبقة الدراسة على عينة عمديه قوامها (١٠٠) مفردة من الذكور والإناث بالفرقة الثانية من كلية الإعلام بجامعة فاروس بالإسكندرية ممن درسوا مقرر التربية الإعلامية (كعينة تجريبية)، وكذلك عينة أخرى قومها (١٠٠) مفردة من طلاب الفرقة الأولى من نفس الكلية وهم لم يدرسوا بعد هذا المقرر

---

(١) هانى نادى عبد المقصود محمود، فاعلية برنامج مقترح فى التربية الإعلامية باستخدام الإنفوجرافيك فى تنمية الوعى بمفاهيم المواطنة الرقمية لدى أخصائى الإعلام التربوى: دراسة شبة تجريبية، **مجلة البحوث فى مجالات التربية النوعية**، ج ٦، (جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، العدد ٢٩، ٢٠٢٠)، ص ص ٦٦١-٧١٠ .

(٢) سمية متولى عرفات، العلاقة بين دراسة طلاب الإعلام لمقرر التربية الإعلامية وسلوكهم الواعى فى تعاملهم مع وسائل الإعلام، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد ١٤، ٢٠١٨)، ص ص ١٩٥-٢٧٠ .

(كعينة ضابطة)، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: يرى معظم أفراد عينة الدراسة أنه من المهم دراسة مقرر التربية الإعلامية وذلك بنسبة (٦٨٪)، كما ذكر (٩٠٪) من أفرار العينة أن دراستهم لمقرر التربية الإعلامية أدى إلى تغير فى سلوكيات تعاملهم مع وسائل الإعلام.

(٤) دراسة دعاء محمد فتح الله راضى Doaa Mohamed Fathallah Rady (٢٠١٤) [١] بعنوان " نموذج مقترح لإختبار العلاقة بين مهارات التربية الإعلامية الإخبارية ومعالجة الفرد للأخبار المنهجية و غير المنهجية و مستويات المعرفة السياسية ":

هدفت الدراسة إلى تطوير مقياس لمهارات التربية الإعلامية الإخبارية من أجل قياس مستويات هذه المهارات بين الطلاب المصريين، واعتمدت الباحثة على المنهج شبه التجريبى، واستخدمت الباحثة الاستقصاء فى اختبار مقياس مهارات التربية الإعلامية الإخبارية، وطبقت الدراسة على عينة من الشباب الجامعى بلغ عددها (٢١٢) مفردة من الطلاب المصريين فى الجامعة الأمريكية بمرحلة البكالوريوس والدراسات العليا، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: وجود علاقة سلبية دالة إحصائياً بين مستويات معالجة الأخبار غير المنهجية ومستويات مهارات التربية الإعلامية الإخبارية، كما توصلت الدراسة إلى أنه لا توجد علاقة بين مستويات مهارات التربية الإعلامية الإخبارية لدى الطلاب ومستويات المعرفة السياسية .

(٥) دراسة سهير صالح ابراهيم (٢٠١٤) [٢] بعنوان " دور برامج التربية الإعلامية فى تنمية مهارات استخدام الطلاب لوسائل الإعلام: رؤية مستقبلية مقترحة من الخبراء والتربويين":

هدفت الدراسة إلى التعرف على رأى الخبراء فى مفهوم التربية الإعلامية وأهدافها ومهاراتها وأنشطتها ومدى تطبيقها فى مصر والمستويات التى يجب أن تطبق من خلالها، واعتمدت الباحثة على المنهج المسحى، وقامت الباحثة بتطبيق استمارة الاستبيان على عينة من الخبراء ذوى التخصص فى مجال التربية الإعلامية بلغ قوامها (١٠٠) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من

---

(1) Doaa Mohamed Fathallah Rady, A MODEL FOR EXAMINING THE RELATION BETWEEN NEWS MEDIA LITERACY SKILLS, HEURISTIC-SYSTEMATIC NEWS PROCESSING AND POLITICAL KNOWLEDGE LEVELS, **Master Thesis** ,(The American University in Cairo: School of Global Affairs and Public Policy, 2014) .

(٢) سهير صالح ابراهيم، دور برامج التربية الإعلامية فى تنمية مهارات استخدام الطلاب لوسائل الإعلام: رؤية مستقبلية مقترحة من الخبراء والتربويين، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، ج ١٣، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مركز بحوث الرأى العام، العدد ١، ٢٠١٤)، ص ص ٧٣-١٤٢.

النتائج أهمها: أن مفهوم التربية الإعلامية طبقاً لوجهة نظر الخبراء ركز على دورها فى توعية الصغار وتكوين الوعى النقدى، وتنمية المهارات النقدية تجاه ما تبثه وسائل الإعلام من رسائل، وتحليل وتقويم الرسالة، إضافة لتشجيع الصغار على إنتاج مادة إعلامية خاصة بهم، وأيضاً جاء فى مقدمة المخاطر التى يتعرض لها الشباب فى استخدامهم لوسائل الإعلام أنها تعطلهم عن مذاكرة دروسهم، وتؤثر وسائل الإعلام على قيم الشباب وعاداتهم المجتمعية.

(٦) دراسة أريكا تشارر Erica Scharrer (٢٠٠٩) [١] بعنوان " قياس تأثيرات برنامج للتربية الإعلامية على الصراع والعنف ":

هدفت الدراسة إلى قياس تأثيرات برنامج للتربية الإعلامية على التلاميذ لمواجهة الصراع والعنف الذى يتعرضون له عبر شاشة التليفزيون ، واعتمد الباحث على المنهج التجريبى، وطبق البرنامج على (٥٧) طالباً فى الصف السادس بإحدى المدارس بالولايات المتحدة الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: أن الطلاب الذين طبق عليهم برنامج التربية الإعلامية أصبحوا أكثر احتمالية ألا يختاروا أن يقوموا بعنف واقعى فى حياتهم ، كما تبين أن الطلاب لا يحبون مشاهدة العنف التليفزيونى، ولا يقبلون العنف كتصرف فى الحياة.

(٧) دراسة بول ميهاليدس Paul Mihailidis (٢٠٠٨) [٢] بعنوان " كيف تجعل التربية الإعلامية الطلاب مواطنين أكثر أنخراطاً فى المجتمع ":

هدفت الدراسة إلى رصد كيف تجعل التربية الإعلامية الطلاب مواطنين أكثر أنخراطاً ومشاركة فى المجتمع، واعتمدت الدراسة على المنهج شبه التجريبى، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٢٣٩) طالباً بالمرحلة الجامعية، وقد تم الاعتماد على جماعات النقاش المركزة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: أن الطلاب الذين درسوا مقرر التربية الإعلامية أصبحوا أكثر قدرة على فهم وتحليل ونقد الرسائل الإعلامية (الإذاعية– والتليفزيونية– والمطبوعة)، كما أنهم عبروا عن آراء سلبية بشأن الثقة فى وسائل الإعلام .

---

(1) Erica Scharrer, Measuring the Effects of a Media Literacy Program on Conflict and Violence, **Journal of Media Literacy Education** ,(Vol. 9, No.1 ,2009), pp12-27.

(2) **Paul Mihailidis**, Beyond Cynicism: How Media Literacy Can Make Students More Engaged Citizens, **Ph.D. Thesis**,(U.S.A: University of Maryland, 2008).

المحور الثانى: الدراسات المرتبطة بالوعى الإعلامى:

(١) دراسة رائد بن على عبد الرحمن العمرود (٢٠٢١) [(١)] بعنوان " دور الحملات الإعلامية لتعزيز الوعى الإعلامى لدى الشباب فى مكافحة المخدرات: برنامج نبراس نموذجًا ":

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم الحملات الإعلامية التى تقدمها وزارة الداخلية السعودية لتعزيز الوعى الإعلامى لدى الشباب فى مكافحة المخدرات، والتعرف على أهم المعلومات الإرشادية والتوعوية التى يقدمها برنامج نبراس لتوعية الشباب، ومدى مساهمته فى الحد من انتشار المخدرات بين الشباب، واعتمد الباحث على منهج المسح، وتمثلت أدوات الدراسة فى: الاستبانة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة قوامها (٢٨٠) مفردة من الشباب بمحافظة جدة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: تمثلت أسباب متابعة المبحوثين للحملات الإعلامية فى المعلومات المقدمة بنسبة مئوية بلغت (١٦,٤٪)، كما أظهرت النتائج أن برنامج (نبراس) أسهم فى زيادة معلومات المبحوثين فى التوعية ضد المخدرات.

(٢) دراسة بيان محمد العديلى، هادى محمد طوالبة، سميح محمود كراسنة (٢٠١٨) [(٢)] بعنوان " تطوير وحدات تعليمية فى ضوء التربية الإعلامية فى كتب التربية الوطنية والمدنية للمرحلة الأساسية وقياس أثرها فى تنمية الوعى الإعلامى لدى الطلبة ":

هدفت الدراسة إلى استقصاء أثر تطوير وحدات تعليمية فى التربية الإعلامية التى تم تطبيقها من خلال كتب التربية الوطنية والمدنية فى تنمية الوعى الإعلامى لدى الطلبة، واعتمدت الدراسة على المنهج شبه التجريبى، وطبقت الدراسة على عينة قصديه قوامها (٥٩) طالبة من طالبات الصف العاشر الأساسى، حيث تم اختيار وحدات دراسية من كتاب التربية الوطنية والمدنية للصف العاشر الأساسى، وتقديم تطبيقات التربية الإعلامية من خلالها، وتم تصميم مقياس للوعى الإعلامى لقياس أثر الوحدات المطورة فى تنمية الوعى الإعلامى، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية فى الوعى الإعلامى لدى الطلبة تعزى إلى

---

(١) رائد بن على عبد الرحمن العمرود، دور الحملات الإعلامية لتعزيز الوعى الإعلامى لدى الشباب فى مكافحة المخدرات: برنامج نبراس نموذجًا، **مجلة البحوث الإعلامية**، ج ٤، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام، العدد ٥٨، ٢٠٢١)، ص ص ١٩٩١-٢٠٣٤ .

(٢) بيان محمد العديلى، هادى محمد طوالبة، سميح محمود كراسنة، **مرجع سابق**، ص ص ٣٤٦-٣٦٦ .

الوحدات المطورة فى ضوء التربية الإعلامية فى كتب التربية الوطنية والمدنية، كما يوجد فروق ذات دلالة إحصائية فى درجات مقياس الوعى الإعلامى ككل تبعاً لتغير المجموعة وكانت الفروق لصالح المجموعة التجريبية.

(٣) دراسة حاتم علو الطائى (٢٠١٧) [١] بعنوان " الوعى الإعلامى للطلبة فى تجاوز الأعمال الإرهابية ":

هدفت الدراسة إلى التعرف على الوعى الإعلامى للطلبة فى تجاوز الأعمال الإرهابية، واعتمد الباحث على المنهج المسحى، وتمثلت أدوات الدراسة فى: استمارة الاستبيان، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية طبقية قوامها (٤٠٠) طالب وطالبة بالمرحلة الإعدادية، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: حصلت الوسائل الإعلامية الرسمية فى مدى مصداقيتها فى نشر الأخبار على نسبة (٨٠٪) مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعى، وأيضاً نالت الوسائل الإعلامية ثقة من الطلبة فى دقة وصحة الأخبار فى تغطيتها للأعمال الإرهابية والإجراءات الأمنية مما ساعد فى تنمية الوعى الإعلامى عندهم.

(٤) دراسة صمويل وآخرون Samuel K.W. Chu and other (٢٠١٦) [٢] بعنوان " الوعى الإعلامى لدى طلاب التعليم الابتدائى فى هونج كونج ":

هدفت الدراسة إلى التحقق من مدى تمكن طلاب التعليم الابتدائى فى هونج كونج من الوصول إلى وسائل الإعلام المختلفة، وكيفية تقييم مصداقية وسائل الإعلام،وما يعرفونه عن وسائل الإعلام، وكيف يختارون بين وسائل الإعلام المختلفة، كما هدفت الدراسة إلى معرفة توقعات المعلمين نحو آراء الطلاب واستهلاكهم لوسائل الإعلام، طبق الباحثون استبيان حول التوعية الإعلامية وانماط استخدام وسائل الإعلام على كلاً من الطلاب والمدرسين، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: أن الطلاب يعتقدون أن وسائل الإعلام الأكثر موثوقية لتقديم الأخبار هى التلفزيون، ويليها الإذاعة والصحيفة والإنترنت، كما يعتقد حوالى نصف الطلاب أنهم قادرون على تمييز الحقيقة من الأخبار الكاذبة، وأيضاً يستخدم الطلاب وسائل الإعلام بشكل أكثر مما كان يعتقد المعلمون.

---

(١) حاتم علو الطائى، **مرجع سابق**، ص ص ١٠٧-١٣٤ .

(2) Samuel K.W. Chu, Wilfred W.F. Lau, Donna S.C. Chu, Media awareness among Hong Kong primary students, **Journal of Librarianship & Information Science** ,(Vol. 48, No.1 ,2016), pp 90-104.

(٥) دراسة طارق الصعيدى (٢٠٠٤) [١] بعنوان " دور الإعلام التربوى فى تنمية الوعى الإعلامى لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية ":

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام التربوى فى المدارس المصرية فى تنمية الوعى الإعلامى لتلاميذ المرحلة الإعدادية، اعتمدت الدراسة على المنهجى الوصفى والتجريبى، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٣٥) تلميذا وتلميذة من تلاميذ الصف الثانى الاعدادى، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: أن مستوى الوعى الإعلامى لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية منخفض سواء أكان فى المعلومات التحصيلية أو مقياس الاتجاه أو على قائمة تقويم الخبر الصحفى أو على بطاقة تقويم صحيفة مدرسية، وهذا بالقياس إلى الوضع الراهن مع وجود أخصائى الإعلام التربوى وبالبرنامج التقليدى القائم، كما أوضحت نتائج الدراسة التجريبية فاعلية الوحدة التجريبية فى الصحافة المدرسية كجزء من المنهج المقترح فى الإعلام التربوى فى تنمية الوعى الإعلامى لتلاميذ المرحلة الإعدادية، ورفع مستوى التلاميذ معرفيا ووجدانيا ومهاريا.

- **تعليق عام على الدراسات السابقة :**

١- تتفق الدراسة الحالية مع نتائج الدراسات السابقة على أهمية وفاعلية برامج التربية الإعلامية فى تنمية قدرة الشباب الجامعى على التعامل الواعى مع وسائل الإعلام، وضرورة إعداد الطلاب للتعامل مع التحديات الإعلامية السريعة والمتلاحقة عن طريق ممارسة الشباب لمهارات التربية الإعلامية لرفع الوعى الإعلامى لديهم، وأيضاً ضرورة تدريس التربية الإعلامية فى جميع المراحل التعليمية المختلفة.

٢-اعتمدت معظم الدراسات السابقة على المنهجين الوصفى والتجريبى.

٣- تنوعت العينات التى تناولتها الدراسات السابقة مابين (تلاميذ المرحلة الإعدادية- شباب جامعى- أخصائى الإعلام التربوى- خبراء فى مجال التربية الإعلامية)

٤- استخدمت معظم الدراسات السابقة أدوات للدراسة تمثلت فى (الاستبانة، والمقياس، والاختبار التحصيلى) أدوات للدراسة.

٥- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة فى بلورة مشكلة الدراسة ووضع إطار عام لما يجب أن تكون عليه الدراسة الحالية وما يمكن أن تضيفه، هذا بالإضافة إلى توفير العديد من المراجع والمصادر التى استعانت بها الباحثة فى كتابة المادة العلمية للدراسة.

---

(١) طارق الصعيدى، **مرجع سابق**.

ثانياً :الإطار التطبيقى: (البرنامج المقترح للتربية الإعلامية)

١- التعريف بالبرنامج:

هو مجموعة من الخطوات والإجراءات المخطط لها والمنظمة، والتى تتضمن مجموعة من المعارف والخبرات والمهارات الإعلامية والتربوية، والتى تقدم للشباب الجامعى (عينة الدراسة) خلال فترة زمنية محددة، بهدف تنمية قدراتهم على التعامل الواعى والإيجابى مع وسائل الإعلام الجديدة، وتمكنهم من الاستفادة من إيجابياتها وتُحصينهم ضد مخاطرها وتأثيراتها السلبية.

٢- تحديد أسس بناء البرنامج:

يستند البرنامج المقترح على مجموعة من الأسس التى تحكم عملية بنائه وتصميمه والتى تتمثل فيما يلى:

أ- الأسس الفلسفية: وتعنى الأطر الفكرية التى يقوم عليها البرنامج المقترح، حيث يستهدف البرنامج الحالى تنمية الوعى الإعلامى لدى الشباب الجامعى، وذلك عبر تزويدهم بمجموعة من المعارف والخبرات والمهارات التربوية والإعلامية والأخلاقية، التى تساعدهم على التعامل الواعى والأخلاقى مع وسائل الإعلام الجديدة، بما يتفق مع قيم وعادات وتقاليد المجتمع.

ب- الأسس النفسية: وهى التى تتعلق بمراعاة طبيعة وخصائص النمو لطلاب المرحلة الجامعية، وما يرتبط بذلك من حيث مراعاة مستوى نضجهم، وحاجاتهم، واهتماماتهم، وميولهم، وقدراتهم وحصيلتهم المعرفية والفكرية والإعلامية، بالإضافة إلى مراعاة الفروق الفردية بينهم.

ج- الأسس الاجتماعية (البيئية): وهى التى ترتبط بالحدود المكانية لتطبيق البرنامج المقترح والإمكانات المتاحة به، حيث يتم تطبيق البرنامج على مجموعة من طلاب كلية التربية النوعية – جامعة القاهرة من غير دارسى الإعلام .

٣- أهداف البرنامج :

يعد تحديد الأهداف من أهم الخطوات التى يجب مراعاتها عند البدء فى بناء وتصميم أى برنامج فى العملية التعليمية، فهى الغايات التى يسعى البرنامج إلى الوصول إليها وتحقيقها عند الطلاب، من خلال تزويدهم بمجموعة من المعارف والخبرات والمهارات التى يتضمنها البرنامج، وهى تعتبر بمثابة القاعدة الأساسية التى يتم فى ضوئها تحديد محتوى البرنامج، واستراتيجيات وطرق تطبيقه، وأساليب التقويم، وتنقسم أهداف البرنامج إلى أهداف عامة وأخرى خاصة ويمكن عرضها كالتالى:

أ- الهدف العام للبرنامج:

يتمثل الهدف العام من البرنامج فى تنمية الوعى الإعلامى لدى الشباب الجامعى، وذلك من خلال تطبيق برنامج التربية الإعلامية المقترح عليهم، بهدف تنمية قدراتهم على التعامل الواعى والأخلاقى مع وسائل الإعلام الجديدة بمختلف أشكالها.

ب- الأهداف الخاصة: وتتمثل فيما يلى:

١-تزويد الطلاب بالمفاهيم الأساسية عن وسائل الإعلام الجديدة المختلفة.

٢- تمكين الطلاب من التعامل الإيجابى والفعال مع وسائل الإعلام الجديدة، والاستفادة من مميزاتها.

٣- الحد من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام الجديدة على الشباب، وذلك من خلال إكسابهم مهارات التعامل الواعى مع وسائل الإعلام الجديدة.

٤-تنمية قدرة الطلاب على تطبيق مهارات التفكير الناقد فى تعاملهم مع وسائل الإعلام الجديدة.

٥- تنمية قدرة الطلاب على الوصول للمعلومات المطلوبة، وتقييمها، واستخدامها بفاعلية.

٦- تنمية قدرة الطلاب على المشاركة الفعالة عبر وسائل الإعلام الجديدة.

٧- تنمية قدرة الطلاب على تقديم محتوى إعلامى جيد وهادف.

٨- تمكين الطلاب من التعامل الأخلاقى مع وسائل الإعلام الجديدة.

٤- الفئة المستهدفة من البرنامج:

طلاب المرحلة الجامعية (البكالوريوس)، من الفئة العمرية ١٨-٢٢ عام، ذكور وإناث .

٥- محتوى البرنامج وأبعاده:

يعتبر المحتوى هو الوسيلة التى يمكن من خلالها تحقيق أهداف البرنامج، وهو عبارة عن الأفكار والعناصر الأساسية والمفاهيم الرئيسة والمهارات المراد إكسابها، وتنميتها لدى الطلاب.

واعتمدت الباحثة فى إعداد محتوى جلسات البرنامج على العديد من الكتب والمراجع والدراسات والأبحاث السابقة، والخاصة بمجال التربية الإعلامية والإعلام والاتصال، والتى تتعلق ببناء برامج التربية الإعلامية، ومن بينها:(دراسة **سمية متولى عرفات** (٢٠١٨)، دراسة **سهير صالح ابراهيم** (٢٠١٤)، كتاب **محمد عبد الحميد** (٢٠١٢)، وغيرها)، وحيث أن الهدف العام من البرنامج

المقترح هو تنمية الوعى الإعلامى لدى الشباب الجامعى، فقد توصلت الباحثة من خلال هذه المصادر إلى تحديد الأبعاد والعناصر التى يقوم عليها محتوى البرنامج، والتى تتمثل فى ثلاثة جوانب لتحقيق الوعى الإعلامى، وهى: (الجانب المعرفى- الجانب المهارى- الجانب الأخلاقى)، ويتضمن كل جانب مجموعة من العناصر كالتالى:

أ- الجانب المعرفى:

يعد الجانب المعرفى بمثابة القاعدة الأساسية التى يمكن من خلالها بناء وتنمية الوعى الإعلامى لدى الشباب الجامعى، ويرتبط الجانب المعرفى بتزويد الطلاب بالمعارف والمفاهيم والمعلومات الخاصة بعملية الاتصال، ووسائل الإعلام الجديدة، وذلك بهدف تنمية قدرة الطلاب على الفهم الصحيح للممارسات الإعلامية المختلفة، وتمكينهم من التعامل الإيجابى مع وسائل الإعلام الجديدة، والاستفادة من مميزاتها، وتجنب مخاطرها وتأثيراتها السلبية، ويتضمن الجانب المعرفى العناصر التالية:

١- الإطار المفاهيمى لوسائل الإعلام والاتصال الجديدة.

٢- التأثيرات الإيجابية والسلبية لوسائل الإعلام الجديدة.

ب- الجانب المهارى:

ويرتبط هذا الجانب بالسلوك الواعى حيال التعرض الإعلامى بالتحليل والنقد والاستنتاج، والانتقاء الجيد من بين المضامين الإعلامية المعروضة بما يتناسب مع ثقافة المجتمع، والقدرة على تقييم مدى مصداقية وموثوقية المحتوى الإعلامى، ومن ثم اتخاذ قرارات حكيمة تجاه ما يعرض بوسائل الإعلام، سواء بالقبول أو الرفض، وصولاً إلى تنمية قدرة الطلاب على مشاركة وإنتاج المحتوى الإعلامى الجيد والهادف، وذلك من خلال تزويد الطلاب بمهارات التربية الإعلامية التالية:

١- مهارة التفكير الناقد.
٢- مهارات الثقافة المعلوماتية.
٣- مهارة المشاركة الفعالة.
٤- مهارة إنتاج المحتوى الإعلامى.

ج- الجانب الأخلاقى:

تشير العديد من الدراسات إلى أن ظهور الإنترنت والتقدم فى وسائل الإعلام الجديدة، كمواقع التواصل الاجتماعى، ليس لها جوانبها الإيجابية فقط، بل إن تلك الثورة قد كشفت عن وجهها

الآخر، فظهرت المعلومات المضللة والكاذبة، وكذا المعلومات التى تسئ للقيم والأديان، ومع تزاحم كل هذه التغييرات، فإنه من الواجب الوعى بهذه التغيرات فى سبيل الاستخدام الرشيد لتلك الوسائل الإعلامية الجديدة، ولن يتأتى ذلك إلا من خلال الالتزام الأخلاقى عند استخدامها، ولذا ظهرت الحاجة للتعامل مع تلك الوسائل من خلال التربية الإعلامية، أى تعليم الشباب كيفية التعامل الواعى مع وسائل الإعلام بالشكل الصحيح.[١]

ومن هنا تأتى أهمية الجانب الأخلاقى والذى يمثل البعد الثالث من أبعاد البرنامج المقترح، حيث يرتكز هذا الجانب على تزويد الشباب الجامعى بأخلاقيات العمل الإعلامى، وتنمية قدراتهم على التعامل الواعى والأخلاقى مع وسائل الإعلام الجديدة، الأمر الذى يعد مطلباً ضرورياً من متطلبات العصر الحالى، الذى أصبحت فيه وسائل الإعلام الجديدة قوة مؤثرة فى قيم وتوجهات وأخلاقيات وسلوكيات الشباب الجامعى.

٦- استراتيجيات وطرق تطبيق البرنامج:

تمثل الاستراتيجيات وطرق التعليم أداة الاتصال التى يتم بواسطتها نقل محتوى البرنامج إلى الطلاب وهى الإجراءات التى تتبعها الباحثة لتوفير بيئة تعليمية فعالة وذلك عن طريق استخدام الإمكانات والوسائل المتاحة بطريقة مثلى تحقق الأهداف المراد تحقيقها من البرنامج المقترح، وتعتمد الباحثة على مجموعة من استراتجيات وطرق التدريس عند تقديم محتوى البرنامج والتى روعى فى اختيارها أن تكون مناسبة لطبيعة عينة البحث، ومستواهم العلمى، وعددهم، ومحتوى البرنامج المقترح، والإمكانيات المادية والزمنية المتاحة، وتتمثل هذه الطرق فيما يلى:

أ- طريقة المحاضرة : تعتبر طريقة المحاضرة من أقدم طرق التدريس وأكثرها شيوعاً واستخداماً، والتى تعتمد على الإلقاء والشرح وهى تفيد فى تقديم الجوانب المعرفية لمحتوى البرنامج.

ب- الحوار و المناقشة: تعتبر طريقة الحوار والمناقشة من أكثر طرق وأساليب التدريس فاعلية فى عملية التعليم عامه وفى تطبيق برنامج التربية الإعلامية المقترح خاصة، حيث أنها تقوم على تبادل الأفكار والآراء وتفاعل الخبرات بين الباحثة والطلاب، وهذا بدوره يساعد على تنمية مهارات التفكير الناقد

---

(١) أمين سعيد عبد الغنى، تأثير الإنترنت على القيم والاتجاهات الأخلاقية للشباب، **المؤتمر العلمى التاسع بعنوان " أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق "**، ج ٤، (جامعة القاهرة:كلية الإعلام، مايو ٢٠٠٣)، ص ١٢٥٢.

والإبداعى لدى المتعلمين ويزيد من قدراتهم على التعبير عن آراءهم ووجهة نظرهم تجاه الموضوعات التى يتناولها البرنامج، ومن ثم بناء الشخصية النقدية والواعية القادرة على التعامل الواعى والإيجابى مع مختلف المضامين الإعلامية.

ج- أسلوب النمذجة: ويعتمد على قيام الباحثة بتنفيذ نشاط أو تدريب مما يتم تنفيذه فى البرنامج لكى يستوعب الطلاب موضوعات محتوى البرنامج ثم يقومون بتنفيذ الأنشطة والتدريبات التالية.

د- أسلوب التغذية الراجعة (المرتدة): ويرتبط بقيام الباحثة بتصحيح الأخطاء التى يقع فيها الطلاب أثناء تطبيق أنشطة البرنامج، والتى تظهر من خلال رد فعلهم وآراءهم فيما يتم تدريبهم عليه.

٧- الوسائل التعليمية المستخدمة فى البرنامج:

تعتمد الباحثة فى تقديمها للبرنامج المقترح على مجموعة من الوسائل التعليمية اللازمة لتنفيذ البرنامج، والتى تتمثل فى (جهاز العروض التقديمية (داتاشو)- جهاز لاب توب – صور – نماذج من بعض الأخبار والمواد الصحفية الإلكترونية- مقاطع فيديو).

٨- أساليب تقويم البرنامج:

التقويم هو العملية التى تقوم بها الباحثة لمعرفة مدى نجاح البرنامج فى تحقيق الأهداف المرجوه منه، ويعتبر التقويم جزءاً أساسياً فى تصميم البرنامج، وتتنوع طرق التقويم فى البرنامج، ويتضمن الإجراءات التالية:

أ- **التقويم القبلى**: ويتمثل فى قياس مستوى الوعى الإعلامى لدى الطلاب قبل تطبيق البرنامج عليهم.

ب- **التقويم البنائى (تراكمى)**: يتم التقويم البنائى أثناء تنفيذ البرنامج، ويشمل توجية الأسئلة وتفاعل الطلاب مع الأنشطة الخاصة بكل جلسة.

ج- **التقويم البعدى**: ويتمثل فى قياس مستوى الوعى الإعلامى لدى الطلاب بعد تطبيق البرنامج عليهم.

٩- الإطار العام للبرنامج :

تبلغ جلسات البرنامج المقترح (٨ جلسات)، بمعدل جلسة أسبوعياً مدة كل جلسة (٩٠ دقيقة)، ويتضمن محتوى كل جلسة: المفاهيم، والأهداف،والأنشطة التعليمية، وفيما يلى عرض لمحتوى جلسات البرنامج :

الإطار العام للبرنامج المقترح للتربية الإعلامية

		محتوى الجلسة (المفاهيم)	الأهداف	الأنشطة المصاحبة
الجانب المعرفى	الجلسة الأولى: الإطار المفاهيمى لوسائل الإعلام والاتصال الجديدة	١- مفاهيم الاتصال والإعلام. ٢- عناصر عملية الاتصال (نموذج لازويل للاتصال). ٣- وسائل الإعلام الجديدة. ٤- خصائص ومميزات وسائل الإعلام الجديدة.	**بعد الانتهاء من هذه الجلسة يكون الطالب قادراً على أن:** - يشرح ماهية الاتصال والإعلام. - يذكر وسائل الإعلام الجديدة. - يحدد العناصر الأساسية لعملية الاتصال. - يذكر خصائص ومميزات وسائل الإعلام الجديدة.	- تحليل إحدى المواد الإعلامية وتحديد عناصر عملية الاتصال بها.
	الجلسة الثانية: تابع الإطار المفاهيمى لوسائل الإعلام الجديدة	١- وظائف وسائل الإعلام الجديدة. ٢- أنواع المحتوى الإعلامى. ٣- أنواع المؤسسات الإعلامية (حكومية – خاصة).	**بعد الانتهاء من هذه الجلسة يكون الطالب قادراً على أن:** - يعدد وظائف وسائل الإعلام الجديدة. - يميز بين أنواع المحتوى الإعلامى: (معلومات،آراء، مواقف، أفكار، وغيرها) - يصنف أنواع المؤسسات الإعلامية .	- تحليل إحدى المواد الإعلامية وتحديد عناصر عملية الاتصال بها، الوظيفة التى تحققها، وتحديد نوع المحتوى الإعلامى المقدم، والمؤسسة الإعلامية التابعة لها.

الجانب المعرفى	الجلسة الثالثة: التأثيرات الإيجابية والسلبية لوسائل الإعلام الجديدة	محتوى الجلسة (المفاهيم)	الأهداف	الأنشطة المصاحبة
		١- مجالات تأثير وسائل الإعلام. ٢-ايجابيات وسائل الإعلام الجديدة . ٣-سلبيات وسائل الإعلام الجديدة . ٤-أوجه الاستفادة من إيجابيات وسائل الإعلام الجديدة . ٥-طرق وأساليب مواجهة مخاطر وسلبيات وسائل الإعلام الجديدة .	**بعد الانتهاء من هذه الجلسة يكون الطالب قادراً على أن:** - يذكر مجالات تأثير وسائل الإعلام الجديدة. - يحدد التأثيرات الإيجابية لوسائل الإعلام الجديدة. - يُبين التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام الجديدة . -يوضح مخاطر الاستخدام المفرط لوسائل الإعلام الجديدة. -يقارن بين إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام الجديدة. -يوضح أوجه الاستفادة من إيجابيات وسائل الإعلام الجديدة -يشرح طرق وأساليب مواجهة مخاطر وسلبيات وسائل الإعلام الجديدة .	- مناقشة الطلاب حول خلفيتهم المعرفية عن ايجابيات وسائل الإعلام الجديدة، وإتاحة الفرصة لهم لعرض تجاربهم الشخصية حول أوجه استفادتهم منها. - مناقشة الطلاب حول خلفيتهم المعرفية عن مخاطر وسلبيات وسائل الإعلام الجديدة، وإتاحة الفرصة لهم لعرض تجاربهم الشخصية حول المخاطر والسلبيات التى تعرضوا لها جراء استخدامهم لها وأثرت على حياتهم الشخصية.

الجانب المهارى	الجلسة الرابعة: مهارة التفكير الناقد	محتوى الجلسة (المفاهيم)	الأهداف	الأنشطة المصاحبة
		١- مفهوم التفكير الناقد. ٢- مهارات التفكير الناقد. ٣-أهمية مهارات التفكير الناقد . ٤- كيف نستخدم مهارة التفكير الناقد فى تعاملنا مع وسائل الإعلام ؟	**بعد الانتهاء من هذه الجلسة يكون الطالب قادراً على أن:** - يعرف التفكير الناقد . -يوضح أهمية استخدام مهارات التفكير الناقد فى التعامل مع وسائل الإعلام الجديدة. - يستخدم مهارات التفكير الناقد فى تعامله مع وسائل الإعلام الجديدة. - يفهم الرسائل الإعلامية ويحللها ويفسرها. - يصنف الرسالة الإعلامية :خبر، أم رأى، أم حقيقة ،أم انطباع ،أم خيال. -يستنتج ما يكمن وراء الرسائل الإعلامية. - يقارن بين المحتوى المعروض وبين نفس المحتوى فى الوسائل الإعلامية الأخرى. -يربط محتوى ما يتعرض له فى وسائل الإعلام الجديدة بالواقع. -يصدر حكماً على المحتوى الإعلامى سلباً أو إيجاباً مدعماً بالحجج والبراهين.	- تدريب الطلاب على كيفية استخدام مهارات التفكير الناقد مع وسائل الإعلام الجديدة بالتطبيق على بعض النصوص الإعلامية، بحيث يستطيع الطلاب تحليل أى رسالة إعلامية، ونقدها، وإصدار الأحكام عليها.

		محتوى الجلسة (المفاهيم)	الأهداف	الأنشطة المصاحبة
الجانب المهارى	الجلسة الخامسة: مهارة الثقافة المعلوماتية	١- مفهوم مهارة الثقافة المعلوماتية. ٢-مفهوم المعلومات. ٣-أنوع مصادر المعلومات. ٤- معايير جودة المعلومات و وموثوقيتها. ٤-أساليب البحث عن المعلومات فى محركات البحث الإلكترونية.	**بعد الانتهاء من هذه الجلسة يكون الطالب قادراً على أن:** - يشرح مفهوم الثقافة المعلوماتية . - يذكر مفهوم المعلومات. - يعدد مصادر المعلومات. -يستخدم محركات البحث بكفاءة للوصول إلى المعلومات المطلوبة. - يصل إلى المعلومات المطلوبة عبر شبكة الانترنت بسرعة وفاعلية. -يميز بين مصادر المعلومات الموثوقة وغير الموثوقة.	تدريب الطلاب على أساليب البحث عن المعلومات فى محركات البحث الإلكترونية.
	الجلسة السادسة: مهارة المشاركة الفعالة	-مفهوم مهارة المشاركة الفعالة. ٢- أشكال المشاركة الفعالة فى وسائل الإعلام الجديدة. ٣-وسائل نجاح المشاركة التفاعلية.	**بعد الانتهاء من هذه الجلسة يكون الطالب قادراً على أن:** - يذكر مفهوم المشاركة الفاعلة فى وسائل الإعلام الجديدة. -يصنف أشكال المشاركة الفاعلة فى وسائل الإعلام الجديدة . -يشارك فى المحتوى الإعلامى بطرح الأسئلة، أو التعقيب، أو التعليق. - يعبر عن رايه فى الموضوعات والقضايا المطروحة فى وسائل الإعلام الجديدة. - يتأكد من صحة الأخبار و المعلومات قبل نشرها أو إعادة مشاركتها مع الآخرين.	-اختيار احد الأخبار أو الموضوعات المطروحة على وسائل الإعلام الجديدة ومناقشة الطلاب حول كيفية مشاركتهم فيها

		محتوى الجلسة (المفاهيم)	الأهداف	الأنشطة المصاحبة
الجانب المهارى	الجلسة السابعة: مهارة المشاركة الفعالة	١–مفهوم إنتاج المحتوى الإعلامى. ٢–سمات المحتوى الإعلامى الناجح. ٣–معايير جودة إنتاج الرسائل الإعلامية.	**بعد الانتهاء من هذه الجلسة يكون الطالب قادراً على أن:** – يشرح مفهوم إنتاج المحتوى الإعلامى. – يوضح سمات المحتوى الإعلامى الناجح. –يحدد معايير جودة إنتاج الرسائل الإعلامية. – ينتج محتوى إعلامى جيد وهادف. – ينتج محتوى إعلامى دقيق ووضح وخال من الأخطاء. – يشارك فى إنتاج المواد الإعلامية التى تعبر عن ذاته وتخدم المجتمع.	– عرض بعض المواد الإعلامية المنتجه من قبل الأفراد عبر مواقع التواصل الاجتماعى ومناقشة الطلاب حول مدى توافر معايير جودة الإنتاج بها.
الجانب الأخلاقى	الجلسة الثامنة: الضوابط الأخلاقية للتعامل مع وسائل الإعلام الجديد	١– مفهوم الضوابط الأخلاقية للإعلام الجديد. ٢– أخلاقيات العمل الإعلامى: – الالتزام بالدقة والموضوعية. – احترام الخصوصية. – احترام الكرامة الإنسانية. – حماية حقوق الملكية الفكرية. – الالتزام بقيم ومبادئ المجتمع.	**بعد الانتهاء من هذه الجلسة يكون الطالب قادراً على أن:** – يذكر مفهوم الضوابط الأخلاقية للإعلام الجديد. –يصنف أخلاقيات الإعلام. –يطبق أخلاقيات الإعلام أثناء تعامله مع وسائل الإعلام الجديدة.	فتح باب النقاش مع الطلاب حول كل عنصر من عناصر الجلسة والإجابة على تساؤلاتهم. –عرض احد المواد أو النصوص الإعلامية ومناقشة الطلاب حول مدى توافر أخلاقيات الإعلام بها.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

١- ضرورة تزويد الشباب الجامعى بمفاهيم التربيـة الإعلاميـة، وإعـدادهم لفهـم الثقافـة الإعلاميـة المحيطة بهم، وإكسابهم المهارات اللازمة لتنمية قدراتهم على الاستخدام الواعى والتعامل الإيجابى والنشط مع وسائل الإعلام بمختلف أنواعها وأشكالها، بطريقة تمكنهم من الاستفادة من إيجابياتهـا وتُحصينهم ضد مخاطرها وتأثيراتها السلبية.

٢- أهمية تنمية الوعى الإعلامى لدى الشباب الجامعى ومساعدتهم على الانتقاء الجيد والواعى مـن بين المضامين الإعلامية بما يلبى احتياجاتهم ويتلاءم مع قيم وعادات وثقافة المجتمـع، وذلـك فـى ظل تزايد إقبال الشباب الجامعى على استخدام وسائل الإعلام الجديـدة وتأثيرهـا علـى سـلوكياتهم وانماط حياتهم وتشكيل اتجاهاتهم

٣-اقـتراح وتصـميم برنـامج للتربيـة الإعلاميـة يتضـمن مجموعـة مـن المفـاهيم والمعـارف والمهـارات الإعلامية، يرتكز على ثلاثة جوانب هى (الجانب المعرفى- الجانب المهارى- الجانب الأخلاقى)، يهدف لتنمية الوعى الإعلامى لدى الشباب الجامعى.

مقترحات الدراسة:

- ترى الباحثة ضرورة تفعيل برامج التربية الإعلامية كمقرر أساسى داخل نظام التعليم الجامعى.
- توصى الباحثة ببناء وتفعيل العديد من بـرامج التربيـة الإعلاميـة التـى تهـدف إلى تنميـة الـوعى الإعلامى لدى الطلاب بجميع المراحل التعليمية.

المـــراجع

أولاً المراجع العربية :

(١) أحمد على سعد على جاب الله، تنمية الوعى بالتربية الإعلامية لدى عينة من طلاب أقسام الإعلام التربوى فى ضوء المعايير الأكاديمية: دراسة ميدانية، **رسالة دكتوراه غير منشورة** ، (جامعة بنها: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوى، ٢٠١٧).

(٢) أسماء حسين على أسماعيل، أثر برنامج مقترح فى التربية الإعلامية على تنمية مهارات إنتاج الفيديو الرقمى لدى طلاب المرحلة الثانوية: دراسة شبه تجريبية، **مجلة البحوث فى مجالات التربية النوعية**،ج ٨، (جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، العدد ٣٨، ٢٠٢٢)، ص ٤٨٢ .

(٣) أميمة أحمد رمضان، إتجاهات المراهقين نحو الفيديوهات المقدمة عبر تطبيق "التيك توك" وعلاقته بإدراكهم لمعايير التربية الإعلامية، **مجلة البحوث فى مجالات التربية النوعية**،ج ٨، (جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، العدد ٣٩، ٢٠٢٢).

(٤) أمين سعيد عبد الغنى، تأثير الإنترنت على القيم والاتجاهات الأخلاقية للشباب، **المؤتمر العلمى التاسع بعنوان " أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق "**، ج ٤، (جامعة القاهرة:كلية الإعلام، مايو ٢٠٠٣).

(٥) بيان محمد العديلى، هادى محمد طوالبة، سميح محمود كراسنة، تطوير وحدات تعليمية فى ضوء التربية الإعلامية فى كتب التربية الوطنية والمدنية للمرحلة الأساسية وقياس أثرها فى تنمية الوعى الإعلامى لدى الطلبة، **مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية**، ج ٢٦، (فلسطين: الجامعة الإسلامية بغزة، العدده، ٢٠١٨).

(٦) حاتم علو الطائى، الوعى الإعلامى للطلبة فى تجاوز الأعمال الإرهابية، **مجلة الباحث الإعلامى**، ج ٩، (العراق، جامعة بغداد: كلية الإعلام، العدد ٣٥، ٢٠١٧).

(٧) رائد بن على عبد الرحمن العمرود، دور الحملات الإعلامية لتعزيز الوعى الإعلامى لدى الشباب فى مكافحة المخدرات: برنامج نبراس نموذجًا، **مجلة البحوث الإعلامية**، ج ٤، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام، العدد ٥٨، ٢٠٢١) .

(٨) رضا عبد الواجد أمين، فاطمة خليل أسيرى، **التأثيرات الاجتماعية للمواقع الإباحية: دراسة ميدانية على الشباب الجامعى بدول الخليج العربى**، (الرياض: دار جامعة نايف للنشر، ٢٠١٧).

(٩) سمية متولى عرفات، العلاقة بين دراسة طلاب الإعلام لمقرر التربية الإعلامية وسلوكهم الواعى فى تعاملهم مع وسائل الإعلام، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد ١٤، ٢٠١٨) .

(١٠) سهير صالح ابراهيم، دور برامج التربية الإعلامية فى تنمية مهارات استخدام الطلاب لوسائل الإعلام: رؤية مستقبلية مقترحة من الخبراء والتربويين، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، ج ١٣، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، مركز بحوث الرأى العام، العدد ١، ٢٠١٤).

(١١) طارق الصعيدى، دور الإعلام التربوى فى تنمية الوعى الإعلامى لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل، ٢٠٠٤).

(١٢) ليلى رشاد البيطار، علياء يحيى العسالى، مفهوم التربية الإعلامية فى كتب التربية المدنية والتربية الوطنية للمرحلة الأساسية فى المنهاج الفلسطينى، **بحث مقدم فى مؤتمر" العملية التربوية فى القرن الحادى والعشرين: واقع وتحديات "**، (فلسطين، نابلس، جامعة النجاح الوطنية، الفترة من ١٧–١٨ أكتوبر ٢٠٠٩).

(١٣) مريم بنت صالح إبراهيم الصعب، تصور مقترح لتفعيل دور المدرسة الثانوية فى التربية الإعلامية لمواجهة تحديات العولمة الثقافية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (السعودية: جامعة القصيم، كلية التربية، ٢٠١٣).

(١٤) مدفونى جمال الدين، التربية الإعلامية كألية لتحقيق الأمن الفكرى والاستقرار الاجتماعى، **مجلة الدراسات الإعلامية**، (برلين: المركز الديمقراطى العربى، العدد ٧، ٢٠١٩).

(١٥) محسن يوسف مهنى، فاعلية برنامج مقترح فى التربية الإعلامية لتنمية المسئولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، **مجلة البحوث فى مجالات التربية النوعية**، ج ٨، (جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، العدد ٤٠، ٢٠٢٢) .

(١٦) محمد عبد الحميد، **التربية الإعلامية والوعى بالأداء الإعلامى**، (القاهرة: عالم الكتب ،٢٠١٢).

(١٧) نعيمة عمر الدرعان، تعزيز الأمن الفكرى فى ضوء المدخل الثقافى للتربية الإعلامية: دراسة تحليلية لبرامج التعليم السعودى الفكرية، **مجلة البحوث فى مجالات التربية النوعية**، (جامعة المنيا: كلية التربية النوعية ، العدد ٢١، ٢٠١٩).

(١٨) هانى نادى عبد المقصود محمود، فاعلية برنامج مقترح فى التربية الإعلامية باستخدام الإنفوجرافيك فى تنمية الوعى بمفاهيم المواطنة الرقمية لدى أخصائى الإعلام التربوى: دراسة شبه تجريبية، **مجلة البحوث فى مجالات التربية النوعية**، ج ٦، (جامعة المنيا: كلية التربية النوعية، العدد ٢٩، ٢٠٢٠) .

(١٩) هند عزوز، **محاضرات فى النقد الإعلامى**، (الجزائر، جامعة محمد الصديق بن يحى- جيجل-: كلية العلوم الإنسانية، قسم الإعلام والاتصال، ٢٠١٦).

ثانياً: المراجع الأجنبية:

(1) Doaa Mohamed Fathallah Rady, A MODEL FOR EXAMINING THE RELATION BETWEEN NEWS MEDIA LITERACY SKILLS, HEURISTIC-SYSTEMATIC NEWS PROCESSING AND POLITICAL KNOWLEDGE LEVELS, **Master Thesis** ,(The American University in Cairo: School of Global Affairs and Public Policy, 2014) .

(2) Erica Scharrer, Measuring the Effects of a Media Literacy Program on Conflict and Violence, Journal of Media Literacy Education ,(Vol. 9, No.1 ,2009).

(3) Paul Mihailidis, Beyond Cynicism: How Media Literacy Can Make Students More Engaged Citizens, Ph.D. Thesis,(U.S.A: University of Maryland, 2008).

(4) Samuel K.W. Chu, Wilfred W.F. Lau, Donna S.C. Chu, Media awareness among Hong Kong primary students, Journal of Librarianship & Information Science ,(Vol. 48, No.1 ,2016).

(5) Sonia Livingstone, What is media literacy?, Intermedia, (Vol. 32, No. 3,2004).