

مجلس إدارة المجلة

رئيس مجلس الإدارة	أ.د/ عبد العزيز السيد
عميد كلية الإعلام جامعة بني سويف	
نائب رئيس مجلس الإدارة	أ.م.د/ إنجي أبو العز
وكيل الكلية للدراسات العليا والبحوث	
رئيس التحرير	أ.م.د/ نسرين حسام الدين
عضو مجلس الإدارة ووكيل الكلية لشئون البيئة وخدمة المجتمع	
عضو مجلس الإدارة	أ.م.د/ منى هاشم
وكيل الكلية لشئون التعليم والطلاب	
نائب رئيس التحرير	أ.م.د/ أمنية عبدالرحمن
أستاذ مساعد بقسم الصحافة	
مدير التحرير	د/أماني حمدي
مدرس بقسم الصحافة	
سكرتير التحرير	أ.م.د/ نهي التلاوي
أستاذ مساعد بقسم العلاقات العامة	
المسئول المالي	أ.إيمان ربيع
المسئول الإداري	د. فاطمة الأباصيري

هيئة التحرير من الخارج

أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة	أ.د/ منى الحدیدی
أستاذ الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة	أ.د/ نجوى كامل
أستاذ العلاقات العامة كلية الإعلام جامعة القاهرة	أ.د/ ثريا البدوي

الهيئة الاستشارية للمجلة

أ.د/ محمد القعاري

أستاذ الصحافة جامعة الإمام محمد بن سعود

أ.د/ محمد محمد رضا حبيب

أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة المنصورة

أ.د/ محمد زين

أستاذ الصحافة جامعة بني سويف

أ.د/ محمد سعد إبراهيم

أستاذ الصحافة جامعة المنيا

أ.د/ محمد شومان

أستاذ الصحافة عميد كلية الاعلام

الجامعة البريطانية

أ.د/ محمود حسن اسماعيل

أستاذ الإذاعة والتلفزيون معهد الدراسات العليا

أ.د/ نورمين الأزرق

أستاذ الصحافة جامعة القاهرة

أ.د. نسرین البغدادی

أستاذ علم الاجتماع بالمركز القومي للبحوث

الاجتماعية والجنائية

أ.د/ نخی العبد

أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة بني سويف

أ.د/ هبة السمري

أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة القاهرة وعميد

كلية الإعلام جامعة النهضة

أ.د/ هشام زكريا

أستاذ الإعلام بالجامعة القاسمية

أ.د/ هويدا مصطفى

أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة القاهرة وعميد

كلية الإعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

أ.د/ وفاق حافظ

أستاذ الإعلام ب الإلكتروني الجامعة العراقية

أ.د/ طه نجم

أستاذ الإعلام جامعة الإسكندرية

أ.د/ عادل عبد الغفار

أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة القاهرة

ورئيس الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام

أ.د/ عادل فهمي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة القاهرة

أ.د./ عبدالرحمن بن نامي

ستاذ العلاقات العامة جامعة الإمام محمد بن سعود

أ.د./ عبد الرحيم درويش

أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة بني سويف

أ.د./ عبداللطيف بن صفيه

أستاذ ومدير معهد الإعلام بالمغرب

أ.د./ عبدالله بن محمد بن حسن الرفاعي

أستاذ الصحافة جامعة الإمام محمد بن سعود

أ.د./ عبدالله عبدالنبي الطيب

أستاذ الصحافة جامعة وادي النيل

أ.د./ عثمان العربي

أستاذ العلاقات العامة جامعة الملك سعود

أ.د./ عزة عبدالعزيز

أستاذ الإعلام الرقمي جامعة اسوهاج

أ.د/ علي السيد عوجة

أستاذ العلاقات العامة جامعة القاهرة

أ.د/ علي عبدالرحمن نجادات

أستاذ الصحافة جامعة الرموك

أ.د/ عيسى عبدالباقى

أستاذ الصحافة جامعة بني سويف

أ.د/ ليلى عبدالمجيد

أستاذ الصحافة جامعة القاهرة

أ.د/ ماجي الحلواني

أستاذ الإذاعة و التلفزيون جامعة القاهرة

أ.د/ أسما حسين حافظ

أستاذ الصحافة جامعة الأزرق

أ.د/ أماني فهمي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام

جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب

أ.د/ إيناس أبويوسف

أستاذ الصحافة

وعميد كلية الإعلام جامعة الأهرام الكندية

أ.د/ إيناس عبدالحميد

أستاذ العلاقات العامة جامعة الأهرام الكندية

أ.د/ حسن على

أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة السويس

أ.د/ حسين أمين

أستاذ الصحافة والإعلام الجامعة الأمريكية

أ.د/ حلمي محمود محسب

أستاذ الإعلام الإلكتروني وعميد كلية الإعلام

جامعة جنوب الوادي

أ.د/ دينا فاروق أبو زيد

أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة عين شمس

أ.د/ رباب عبدالرحمن

أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة حلوان

أ.د/ رضا عبدالواحد أمين

أستاذ الإعلام جامعة الأزهر

أ.د/ سامي الشريف

أستاذ الإذاعة والتلفزيون

عميد كلية الإعلام الجامعة الحديثة

أ.د/ شريف درويش اللبان

أستاذ و رئيس قسم الصحافة جامعة القاهرة

أ.د/ صابر عسران

أستاذ الإذاعة والتلفزيون جامعة القاهرة

قواعد النشر

- 1-** تقبل المجلة البحوث المتعلقة بمجال المرأة والإعلام والمجتمع سواء كان في تخصصات الإعلام التقليدي أو الرقمي في مجالات الصحافة والإذاعة والتلفزيون والعلاقات العامة والإعلان، وتخصصات العلوم البينية التي تتشابه مع علوم الإعلام والاتصال مثل علم الاجتماع وعلم النفس وعلم السياسة في مجالات المرأة والمجتمع النوع الاجتماعي.
- 2-** ترحب المجلة بنشر المقالات العلمية المتخصصة وترحب بإسهام الباحثين بعرض الكتب والتقارير العلمية وملخصات رسائل الماجستير والدكتوراة المتميزة.
- 3-** خضع البحث المرسل إلى المجلة إلى التحكيم من قبل هيئة التحرير ويحق للمجلة بناء على رأي اثنين من المحكمين، ويجوز عدم قبول البحث للنشر دون إبداء الأسباب.
- 4-** البحث المقبول للنشر يأخذ دوره للنشر حسب تاريخ قبوله للنشر.
- 5-** تكون أبعاد هوامش الصفحة (2) سم، والمسافة بين الأسطر مفردة. ونوع الخط في المتن والعناوين للبحوث العربية **Arabic Simplified** وللبحوث الإنجليزية **(Times New Roman)**، بحجم 14. ويكون ترقيم صفحات البحث في أسفل الصفحة.
- 6-** تقبل البحوث باللغتين العربية أو الإنجليزية ويقدم مع البحث ملخص باللغتين العربية والإنجليزية لا يتجاوز (200) كلمة لكل. يليها الكلمات المفتاحية (**Key Words**) حيث لا تزيد على خمس كلمات.
- 7-** الأبحاث المقبولة للنشر لا ترد لإصحاحها وتحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرتها المجلة.
- 8-** أسلوب التوثيق المعتمد في المجلة هو نظام جمعية علم النفس الأمريكية، الإصدار السادس. (**ED American Psychological Association – APA – 6th**)
- 9-** وقع الباحث على تعهد يفيد تحمله المسؤولية الكاملة عن أي انتهاك أو تجاوز لأخلاقيات البحث في حالة ثبوته (مثل تجاوز الأخلاقيات العلمية المتعلقة بالتعامل مع العينات، والبيانات، والأدوات، وحق الملكية). وأن البحث لم ينشر ولم ولن يقدم للنشر إلى أي جهة أخرى.
- 10-** إدارة المجلة غير مسؤولة عن الأفكار والآراء الواردة بالبحوث المنشورة في أعدادها وإنما فقط تقع مسؤوليتها في التحكيم العلمي والضوابط الأكاديمية.

كلمة رئيس مجلس الإدارة

مع النصف الثاني من عام 2024، يصدر المجلد الأول (يوليو 2024) - العدد الثاني بجزيئه الأول والثاني من المجلة العلمية لبحوث المرأة والإعلام والمجتمع التي تصدرها كلية الإعلام جامعة بني سويف كأول مجلة علمية عربية مصرية محكمة في مجال بحوث المرأة والإعلام والمجتمع تهتم بشكل مباشر بالدراسات البينية في العلوم الاجتماعية، وفي إطار حرص الجامعة برئاسة الأستاذ الدكتور/ منصور حسن - رئيس الجامعة، على إتاحة الرصيد العلمي والمعرفي على أكبر عدد من المنصات العلمية فقد تم توقيع بروتوكول تعاون بين المجلة ودار المنظومة لتصبح البحوث والدراسات المنشورة متاحة على موقعها، إضافة إلى وجودها على موقع بنك المعرفة، وتضم المجلة عددًا من الدراسات والبحوث العلمية، التي تنوعت أطرها ومقارباتها المنهجية ومدخلها النظرية وأدواتها البحثية لتشكل تراكمًا علمياً ومعرفياً لكل المهتمين بدراسات الإعلام والاتصال والمرأة والمجتمع. وتنوعت الدراسات المقدمة التي ترتبط بأهداف المجلة والخطة البحثية للكلية التي تحرص على أن ترتبط بخطة التنمية ورصد الأدوار المختلفة للمرأة والإعلام والمجتمع نحوها.

وفي النهاية أدعو كل الباحثين المصريين والعرب على اختلاف رؤاهم وتوجهاتهم البحثية ومدارسهم العلمية للنشر في المجلة بما يسهم في تنوع المنطلقات العلمية وآليات معالجة القضايا والظواهر المجتمعية المختلفة؛ ما يسهم في تفعيل دور البحث العلمي في خدمة المجتمع.

والله الموفق،،،

أ.د. عبد العزيز السيد

رئيس مجلس الادارة

كلمة رئيس التحرير

المجلة العلمية لبحوث المرأة والإعلام والمجتمع هي مجلة علمية محكمة نصف سنوية متخصصة في مجال المرأة والإعلام والاتصال والمجتمع، تصدر عن كلية الإعلام جامعة بني سويف، وتسعى لتحقيق التميز والريادة في نشر الأبحاث العلمية المتعلقة بالإعلام والاتصال على المستوى المحلي، والإقليمي، والدولي. وتنطلق المجلة من رؤية أن تكون من المجالات العلمية الرائدة والمتفردة في مجالات المرأة والإعلام والمجتمع على المستويين المحلي والإقليمي، كما تسعى للعمل على إثراء البحث العلمي وإنتاج المعرفة ودعم الإبداع الفكري الملتزم بالمعايير الدولية للبحث العلمي لتصبح منصة بحثية كبرى، تحقق التواصل العلمي بين المهتمين بالدراسات البينية في مجالات الإعلام والاتصال والاجتماع وعلم النفس والسياسة.

تهدف المجلة إلى تعزيز منهجية التكامل المعرفي من خلال دعم البحوث الفردية أو الجماعية ذات الطابع البيني والتي تجمع بين الإعلام والاتصال والعلوم الإنسانية الأخرى، والتي تقدم نتائج وتوصيات مبنية على أسس علمية منضبطة، للاستفادة منها في تطوير الواقع الإعلامي والمجتمعي، وصياغة رؤية مستقبلية لتطوير بحوث الإعلام والمرأة والمجتمع.

كما تحرص المجلة على تقديم دراسات ذات أصالة علمية مبنية على عدم التكرار والاختلاف والتميز، واستكشاف موضوعات مدروسة باستخدام منهجية أصيلة، وفي نفس الوقت تعتمد التجديد والابتكار والإبداع لخلق رصيد معرفي تراكمي يسمح بتكوين رؤى تفصيلية دقيقة تقود إلى فهم أعمق للمشكلات، ورؤى استراتيجية متكاملة يمكن أن تكون إطاراً معرفياً لصناعة قرارات رشيدة، تساهم في خلق تغيير إيجابي في المجتمع.

كما تسعى المجلة إلى رصد وتحليل الإضافات المعرفية والنظرية والمنهجية في الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية، لتقديمها كروية استراتيجية تنطلق منها الممارسات الإعلامية؛ لبلوغ مكانة مرتفعة في التصنيفات الدولية.

ويضم الجزء الأول للعدد الثاني من المجلد الأول يوليو 2024 مجموعة من الأبحاث الهامة في مجال الإعلام وهي:

الدراسة الأولى بعنوان تطبيق التربية الإعلامية الرقمية وأثرها على تنمية مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية لدى طالبات الجامعة

د/ أحمد جمال حسن

الدراسة الثانية بعنوان المعالجة الإعلامية بالمواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الغربية الموجهة للعرب للحرب الإسرائيلية على غزة 2023: دراسة تحليلية مقارنة

د/ سعيد عبدالمعتمد الدسوقي

الدراسة الثالثة بعنوان الإرهاب والتطرف الفكري في مصر: دراسة تحليلية على مواقع القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية

د/ حامد عبدالرحمن حامد بدر

الدراسة الرابعة بعنوان تعرض طلاب الجامعات لأفلام المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية دافع الانجاز لديهم.

د/ حسن فراج حسن وآخرون

الدراسة الخامسة بعنوان مبادرات تسويق الإعلام الأخضر للمشروعات القومية بالدولة وتأثيرها على صورتها الذهنية لدى الشباب - دراسة ميدانية حول مشروعات النقل الخضراء.

د/ مرفت عبدالحמיד

الدراسة السادسة بعنوان خطاب الصحافة الإلكترونية العربية والإيرانية للصراعات المذهبية
(السنينة - الشييعية) في سورية واليمن والعراق .

أ/ إسلام أحمد محمد عبدالله العربي

الدراسة السابعة بعنوان انعكاسات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى
الإعلامي من وجهة نظر خبراء الإعلام الأردنيين

د/ سرى محمد شطناوي - أ/ براءة كمال أبو همام - أ/ أية حسن المومني

الدراسة الثامنة بعنوان معالجة المنصات الرقمية لقضايا تمكين المرأة وعلاقتها بمستوى الحضور
الاتصالي لدى مستخدميها .

أ/ نورهان محمد عبدالنواب

الدراسة التاسعة بعنوان تقنيات الكتابة للطفل عند سماح أبو بكر عزت: دراسة تحليلية
على نماذج مختارة

أ/ سمر محروس

رئيس التحرير

أ.م.د/ نسرين حسام الدين

محتويات العدد

م	عنوان البحث	الصفحة
1	تطبيق التربية الإعلامية الرقمية وأثرها على تنمية مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية لدى طالبات الجامعة د. أحمد جمال حسن	44 - 1
2	المعالجة الإعلامية بالمواقع الإلكترونية لوكالات الأنباء الغربية الموجهة للعرب للحرب الإسرائيلية على غزة 2023 دراسة تحليلية مقارنة د. سعيد عبد المنعم الدسوقي	118 - 45
3	الإرهاب والتطرف الفكري في مصر: دراسة تحليلية على مواقع القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية د. حامد عبدالرحمن حامد بدر	146 - 119
4	تعرض طلاب الجامعات لأفلام المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي وعلاقته بتنمية دافع الانجاز لديهم د.حسن فراج حسن وآخرون	180 - 147
5	مبادرات تسويق الإعلام الأخضر للمشروعات القومية بالدولة وتأثيرها على صورتها الذهنية لدى الشباب دراسة ميدانية حول مشروعات النقل الخضراء د. مرفت عبد الحميد	257 - 181
6	خطاب الصحافة الإلكترونية العربية والإيرانية للصراعات المذهبية (السنية - الشيعية) في سورية واليمن والعراق أ. إسلام أحمد محمد عبدالله العربي	311 - 258
7	انعكاسات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة لمحتوى الإعلامي من وجهة نظر خبراء الإعلام الأردنيين د.سرى محمد شنتاوي - أ. براءة كمال أبوهمام - أ.أية حسن المومني	337 - 312
8	معالجة المنصات الرقمية لقضايا تمكين المرأة وعلاقتها بمستوى الحضور الاتصالي لدى مستخدميها أ.نورهان محمد عبدالنواب	363 - 338
9	الكتابة للطفل عند سماح أبو بكر عزت دراسة تحليلية على نماذج مختارة أ.سمر محروس	414- 364

تطبيق التربية الإعلامية الرقمية وأثرها على تنمية مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية لدى طالبات الجامعة

د. أحمد جمال حسن *

ملخص

انطلقت هذه الدراسة من هدف عام يتمثل في مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية لدى طالبات الجامعات المصرية في إطار تطبيق التربية الإعلامية الرقمية، ومن أجل تحقيق ذلك الهدف وظفت الدراسة المنهج شبه التجريبي بالتطبيق على عينة شملت (21) طالبة من طالبات قسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة المنيا، بالاعتماد على مجموعة من الأدوات، وقد خلصت الدراسة إلى عديد من النتائج، أهمها: وجود فرق دال إحصائياً بين متوسطي درجات الطالبات مجموعة الدراسة في القياسين القبلي والبعدي للاختبار المعرفي لبنية مهارات التربية الإعلامية لصالح القياس البعدي، كذلك وجود فرق دال إحصائياً بين متوسطي درجات الطالبات مجموعة الدراسة في القياسين القبلي والبعدي لبطاقة تقييم جودة إنتاج الرسائل الإعلامية لصالح القياس البعدي. وعلى المستوى النظري كشفت النتائج أن التربية الإعلامية الرقمية قد فرضت نفسها على الساحة البحثية والأكاديمية، حيثُ تزايد الاهتمام البحثي بها في السنوات الماضية على المستوى العربي بشكل عام، والمصري بشكل خاص، وقد قابل هذا الاهتمام اهتماماً آخر من قبل بعض المنظمات والجامعات، والمتمثل في إقامة المؤتمرات أو الندوات أو ورش العمل حول التربية الإعلامية، أيضاً إقامة مراكز أو وحدات للتربية الإعلامية في بعض الكليات، إضافةً للتوصيات المُنتالية بإدراج التربية الإعلامية الرقمية كمادة دراسية في جميع المراحل والمستويات التعليمية.

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية الرقمية؛ إنتاج الرسائل الإعلامية؛ طالبات الجامعة.

* مدرس بقسم الإعلام - كلية الآداب جامعة المعقل - البصرة - العراق

Abstract:

This study began with a general goal of producing new skills among Egyptian university students within the framework of a digital educational application. In order to achieve the goal, the basic study employed a semi-experimental application on creativity to show (21) female students from the Department of Educational Media at the Faculty of Specific Education, University of Germany, with accreditation. Based on a set of tools, the study reached a greater number of results, the most important of which are: There is a statistically significant difference between the average scores of the female students in the study group in the pre- and post-measurements of the cognitive test for the structure of media education skills in favor of the post-measurement. There is also a statistically significant difference between the average scores of the female students in the study group in the pre- and post-measurements of the assessment card for the quality of media message production in favor of the post-measurement. At the theoretical level, the results revealed that digital media education has imposed itself on the research and academic arena, as research interest in it has increased in recent years at the Arab level in general, and the Egyptian level in particular. This interest has been matched by another interest by some organizations and universities, which is to establish Conferences, seminars, or workshops on media education, as well as establishing media education centers or units in some colleges, in addition to successive recommendations to include digital media education as a subject in all stages and levels of education.

Key words: digital media literacy; Production of media messages; University students.

مقدمة

أهملت البحوث والدراسات الإعلامية إلى حدٍ ما دراسة الشكل الفني للرسائل الإعلامية ومضمونها، والتي يُفترض أنها تُحدث التأثير المطلوب أو المرغوب من وجهة نظر المُرسِل سواء كان شخصًا أو مؤسسة إعلامية، واهتمت بتأثيرات الرسائل الإعلامية ووسائطها على الأفراد والمُجتمعات معًا، اعتمادًا على ما يُعرف بدراسات الجمهور، وكان أبرز هذه التأثيرات: الصراع والعنف، أو الصور النمطية لبعض فئات المُجتمع، أو الإعلانات المُستترة والكاذبة، أو غيرها من الموضوعات التي تستهوي الباحثين في بلاد يُسيطر فيها وسائل الإعلام على جُزء كبير من وقت الجمهور.

ويُمكن إرجاع اختيار الباحثين لهذه الموضوعات للبحث إلى مجموعة من الأسباب، أهمها: ارتباط بحوث ودراسات الإعلام منذ عشرينيات القرن الماضي بالنموذجين الوضعي والسلوكي، والتي استمد منهما المجال عديد من المُنطلقات والمفاهيم والأطر النظرية والمنهجية، كذلك حادثة ظاهرة التأثيرات السلبية على الباحثين العرب، إضافةً إلى التعبير عن الاستياء والاستهجان لتقشي مظاهر التأثير السلبي للرسائل الإعلامية ووسائطها على سلوك الأفراد والمُجتمعات بشكل ملحوظ؛ وذلك لاهتمام كل من القائمين على إدارة وسائل الإعلام، والجمهور المُنتج للرسائل الإعلامية بالوظيفة الترفيهية على حساب الوظائف الأخرى، هذه الوظيفة التي اتخذت من المضامين الإعلامية الضارة محورًا رئيس في موضوعاتها التي تخدمها، وهم يظنون أنه عامل جذب للجمهور والمُعلن معًا.

وفي إطار تنامي النزعة الاستهلاكية في حياة الأفراد والمُجتمعات المُعاصرة، أصبحت المُنتجات الإعلامية أكثر المُنتجات استهلاكيًا، فالإعلام أصبح وسيلة المعرفة الأولى، وأحد التحديات المعرفية في نفس الوقت، كما أن وظائف الإعلام المُعاصر وأهدافه لم تُعدّ تقف عند الحدود التي ترسمها السياسات الإعلامية للدول، لكنها أصبحت تقوم بأدوار مُتجددة، وهو ما أُلزم المُنظمات التربوية العالمية للتصدي للتوغل الإعلامي في عقول الأفراد على حساب الثقافات المُختلفة والقيم التربوية المُتنوعة في ظل انهيار السياق للرسائل الإعلامية، وذلك من خلال مُساندة أنظمة التربية والتعليم لمواجهة تحدٍ خطيرًا أقرت بِضعف إمكانات مواجهته لعقود

طويلة، فُعِدَت مؤتمرات مُتتالية، أوصت بتقديم مفهوم التربية الإعلامية كضرورة مُلحة لمواجهة التأثير الإعلامي واعتبارها حق لكل مواطن، وضرورة مكافحة الأمية الثقافية التي قد تُعرض المُجتمعات لخطر الإفلاس العائلي، أيضًا مكافحة الأمية الإعلامية والتي تُحقق مُنطلقات ومفاهيم وسياسات المرحلة الثالثة من الاتصال، أهمها التمكين - وهو ما تسعى إليه الدراسة الحالية.

وبناءً عليه يُمكن القول بأن تطبيق التربية الإعلامية يُحقق الأهداف الوقائية والإنتاجية معًا، فتنمية مهارات التفكير الناقد تؤدي لتكوين الوعي الإعلامي للطالبات الذي يمنعهن من قبول الرسائل الإعلامية دون تقييمها، وينقلهن من السطحية للعمق، ومن الذاتية للموضوعية؛ مما ينعكس على تكثيف الطلب على الأخبار والمعلومات الجادة وليست الترفيهية مُنخفضة القيمة المعرفية، كما تُساعدهن على تنمية مهارات التفكير العليا وصولاً لإنتاج رسائل إعلامية ذات جودة عالية يُعبرن بها عن نفسهن وقناعاتهن.

ووسط هذا المشهد المُعقد لا يُمكن للجامعة كمؤسسة اجتماعية أن تتفك عن مُشكلات المُجتمع ولا ينبغي لها أن تبقى حبيسة القالب التقليدي الذي يُقدمها كمكان مثالي يتلقى فيه الطالبات المُثل العليا دون أن يُناقشن الواقع المُناقض لتلك المُثل خارج أسوارها، فلا مفر للجامعة من أن تتأثر بإشكاليات العالم الخارجي، كما يجب عليها أن تؤثر فيهن إيجابيًا من خلال تأهيل طلابها لفهم تلك الإشكاليات وكيفية مواجهتها بالتحليل والنقد والتطوير والإنتاج من خلال تبني النظم والبرامج الحديثة التي تُحقق لها التأثير المطلوب والاستفادة من تجارب الأنظمة التربوية المُتقدمة في هذا المجال وفق واقع كُل مُجتمع وإمكاناته وقيمه (أحمد جمال، 2018).

وانطلاقًا مما سبق، تسعى هذه الدراسة للكشف عن أثر تطبيق التربية الإعلامية الرقمية على تنمية مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية لدى طالبات الجامعة.

الدراسات السابقة

تعددت وتنوعت مساحات البحث العلمي المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، وبناءً على ذلك يتناول هذا الجانب عرضًا مُفصلاً للبحوث والدراسات السابقة الأكثر ارتباطًا بمُتغيرات

الدراسة الحالية؛ بَعْرَضُ الإفادة منها، ويُمكن عَرْضُها وفقاً لإطارها الزمني من الأحدث إلى الأقدم على النحو الآتي:

سعت دراسة (هاجر عبد الله، 2024) إلى تعزيز دور التربية الإعلامية لتقوية القيم الإيجابية والتعديل في القيم السلبية أو تغييرها، كما تهدف إلى معرفة المهارات المطلوبة لدى المتلقي للوعي بالتربية الإعلامية، كما تهدف أيضاً إلى تنمية ملكة الوعي لدى المتلقي لتقييم الرسائل الإعلامية. واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي وذلك للوصول لنتائج تدعم اتجاه الدراسة، وتمثلت أداة الدراسة بأداة الاستبيان، التي تم توزيعها على عينة عمدية قوامها (51) مفردة، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها: إن معظم أفراد العينة يرون أن التربية الإعلامية تحقق بناء الشخصية الإنسانية السوية بنسبة (78.5%) وأن التربية الإعلامية تحقق توعية الفرد بحقوقه وواجباته بنسبة (92.2%) ويسهم تكامل الإعلام والتربية في تكوين أفراد ومجتمعات ديمقراطية منفتحة عقلياً بنسبة (64.7%) ويسهم تكامل الإعلام والتربية في إعداد إعلاميين لأداء العملية التربوية بنسبة (84.3%) والتربية الإعلامية تحقق للمتلقي الوقوف على خلفيات الرسالة الإعلامية وأهدافها بنسبة (72.5%). كما توصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات من أهمها: ضرورة أن تولي التربية الإعلامية أهمية أكبر لموضوع الوعي بالديمقراطية والانفتاح، لأن المجتمعات مازالت تحتاج إلى مزيد من الديمقراطية، حتى يتمكنوا من ممارسة أنشطتهم بصورة منفتحة على كل الخيارات ومن ثم اختيار الخيار المناسب بوعي، والتركيز على إعداد إعلاميين لأداء العملية التربوية، وإعداد متلقي فاعل للمشاركة في إنتاج محتوى إعلامي مفيد، كما توصي الباحثة بضرورة تكامل أدوار الإعلام والتربية لإكساب المتلقي فهماً واعياً للثقافة الإعلامية.

وهدفت دراسة (فتحية أحمد، 2023) إلى تحديد دور كليات التربية في اكساب طلابها كفايات التربية الإعلامية الرقمية، والكشف عن مدى قيام هذه الكليات بهذا الدور، وذلك من وجهة نظر طلابها. ولتحقيق هدف البحث تم الاعتماد على المنهج الوصفي وذلك من خلال تحليل الأدبيات للوقوف على مفهوم التربية الإعلامية الرقمية ونشأته وتطوره ومداخله الفكرية واستراتيجياته، وكذا تحديد كفايات التربية الإعلامية الرقمية اللازمة للمعلم، ومن ثم استخلاص

دور كليات التربية في إكساب طلابها كفايات التربية الإعلامية الرقمية، وفي ضوء ذلك تم إعداد استبانة للتعرف على درجة ممارسة كليات التربية لدورها في إكساب طلابها كفايات التربية الإعلامية الرقمية، وتكونت الاستبانة من ثلاثة محاور هي محور الكفايات المعرفية، ومحور الكفايات مهارية، ومحور الكفايات الوجدانية، وطُبقت الاستبانة على عينة من طلاب الفرقة الرابعة بثلاث كليات هي: كلية التربية جامعة الإسكندرية، وكلية التربية جامعة المنصورة، وكلية التربية جامعة المنيا، وخلص البحث بعد تحليل البيانات إحصائيًا ومناقشة وتفسير النتائج إلى وجود قصور في قيام كليات التربية بدورها في إكساب طلابها مهارات التربية الإعلامية الرقمية؛ حيث جاء مستوى قيامها بهذا الدور بدرجة متوسطة في إجمالي المحاور الثلاثة، كما تم تقديم عدة توصيات واقتراحات حول كيفية تفعيل ممارسة كليات التربية لدورها في التربية الإعلامية الرقمية لطلابها.

واستخدمت دراسة (عبد المحسن عقيلة، 2022) منهج التحليل البعدي Meta-analysis لدراسات التربية الإعلامية الإخبارية في الفترة من 2009 حتى 2022 والتي بلغت (49) دراسة، رصدت الدراسة الإشكاليات البحثية، والمناهج، والأدوات المستخدمة، ومجتمع وعينة الدراسة؛ باستخدام أداة تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي، وأشارت النتائج إلى قصور في المدرسة العربية في دراسات التربية الإعلامية الإخبارية، وأن معظم الدراسات عينة الدراسة استندت إلى نموذج جيمس بوتنر للتربية الإعلامية في دراستها للتربية الإعلامية الإخبارية. لذلك استندت الدراسة الحالية على نموذج جيمس بوتنر للتعرف على مستوى التربية الإعلامية الإخبارية لدى عينة من طلاب قسم الإعلام التربوي بلغت (412 مفردة)، واستخدم الباحث أسلوب التحليل العنقودي Cluster analysis للتعرف على الخصائص المشتركة لعينة الدراسة، وخلصت النتائج إلى تمايز عينة الدراسة إلى مجموعتين (عنقودين)، بلغت نسبة ذوي مستويات التربية الإعلامية الإخبارية المرتفعة (ن = 133، 32.3%)، ونسبة الطلاب ذوي المستوى المنخفض (ن = 279، 67.7%)، ومن الصفات المشتركة للطلاب ذوي المستوى المرتفع أنهم أكثر دافعية لاستهلاك الأخبار، ولديهم تشكك في محتوى وسائل الإعلام الإخبارية، مقارنة بالطلاب ذوي المستوى المنخفض للتربية الإعلامية الإخبارية.

واستهدفت دراسة (فلاح محمد، وسامي عبد الله، 2021) التعرف على واقع التربية الإعلامية في المدارس الثانوية بمحافظة المخواة، وتحديد معوقات التربية الإعلامية من وجهة نظر المُعلِّمين، واقتراح سُبل التغلب على تلك المعوقات، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي، وطُبِّقت الاستبانة على عينة مكونة من (313) معلمًا بالمدارس الثانوية بمحافظة المخواة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: أن واقع التربية الإعلامية لم يكن بالمستوى المطلوب؛ نظرًا لوجود فجوة كبيرة بين ما هو واقع وبين ما هو مأمول، وأن هناك ضرورةً حتميةً لتطوير واقع التربية الإعلامية، وأن هناك معوقاتٍ عديدة مرتبطة (بالمعلم، الطالب، الأنشطة، والإدارة المدرسية)، وقد جاءت معوقات التربية الإعلامية في الترتيب الأول من وجهة نظر العينة؛ مما يؤكد أن واقع التربية الإعلامية يواجه كثير من المعوقات والتي من شأنها التأثير سلبًا، حيث يحتل مجال المعوقات المرتبطة بالمعلم الترتيب الأول، ويليه في الترتيب الثاني: مجال المعوقات المرتبطة بالطالب (المتعلم)، ويليه في الترتيب الثالث: المعوقات المرتبطة بالأنشطة، ثم يأتي في المرتبة الرابعة: المعوقات المرتبطة بالإدارة المدرسية. بينما هدفت دراسة محمد عبد العاطي (2021)؛ إلى التعرف على دور أخصائي الإعلام التربوي في نشر مفاهيم التربية الإعلامية لدى الطلاب في المدارس، وإبراز معوقات الأداء لدى أخصائي الإعلام التربوي، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، كما اعتمد الباحث على الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وطُبِّقت الدراسة على عينة قوامها (150) مُفردةً من أخصائيي الإعلام التربوي، وموجهي الإعلام التربوي بالمدارس الإعدادية الحومية والخاصة، والأكاديميين، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: ارتفاع نسبة من يؤكدون أن من أهم أهداف التربية الإعلامية -من وجهة نظر أفراد العينة- حماية النشء والشباب من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ومضامينها المختلفة بنسبة (83%)، أما عن المعوقات التي تواجه أخصائيي الإعلام التربوي أثناء عملية تطبيق ونشر التربية الإعلامية فتتمثل في: القصور في فهم التربية الإعلامية من قِبَل بعض القائمين على المدرسة، والميزانية المُخصصة لأنشطة التربية الإعلامية داخل المدرسة بنسبة (79.3%).

وفي إطار مُتصل كشفت دراسة (ممدوح عبدالله وآخرين، 2021)؛ آليات تداول المحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ورصد العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بهذا

التداول، وتقديم نموذج مقترح لوصف وتفسير العمليات المرتبطة بتحديد شكله، وذلك في إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية، والمهارات التي ينطوي عليها هذا المدخل، وتم إجراء الدراسة بالتطبيق على عينة قوامها (392) مفردة بواقع (97) مفردة من جمهورية مصر العربية، (99) مفردة من المملكة العربية السعودية، (100) مفردة من دولة الإمارات العربية المتحدة، (96) مفردة من دولة تونس، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدم الباحث الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: تقديم إطار فلسفي شامل لتفسير ظاهرة تداول المحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي وذلك في ضوء مدخل التربية الإعلامية الرقمية، والنماذج المرتبطة بهذا المدخل؛ بما يسهم في رصد أبعاد تلك الظاهرة، والوقوف على كيفية مواجهتها، والحد من أثارها السلبية، ورصدت النتائج العلاقات المختلفة بين مستوى امتلاك مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي مهارات التربية الإعلامية الرقمية الأربع (مهاراة الوصول، مهارة التحليل، مهارة التقييم، مهارة إنتاج المحتوى) وتبني الأسلوب الذي يقابلها كل مهارة من أساليب تداول المحتوى الرقمي الزائف الذي يطرحها نموذج الدراسة المقترح.

بينما حاولت دراسة (Ansari, 2021)؛ شرح ماذا ولماذا وكيف يتم تدريس التربية الإعلامية في المرحلة الابتدائية، وتم إجراء الدراسة من خلال طريقة مراجعة منهجية، حيث تم اختيار (20) عنصراً من المصادر التي تم البحث عنها بناءً على مستويات التحديد والفرز والكفاءة والتضمين، بالإضافة إلى شرح مكونات التربية الإعلامية (الرعاية والتفكير النقدي والإبداعي)، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: ضرورة مراعاة الخصائص النفسية لطلاب المرحلة الابتدائية من جهة، والاستهداف الإعلامي المُحدد للأطفال من جهة أخرى، كما تُظهر دراسة وتحليل نماذج تعليم التربية الإعلامية: أنه يجب أن يعتمد تعليم الطلاب التربية الإعلامية في المرحلة الابتدائية على المنطق والبحث، ويتطلب أن يكون الطفل في فضاء مجتمعي بحثي قائم على المحادثة، وفي هذه الحالة يتحدى المحتوى بقدرة بحثية. أما دراسة (Manca et all, 2021)؛ قد هدفت الدراسة إلى معرفة الأسس النظرية لدراسات التربية الإعلامية لاقتراح منظور مشترك لتحقيق التربية الإعلامية يأخذ في الاعتبار كلاً من مهارات وسائل التواصل الاجتماعي (المهارات العالمية) وتلك التي تتعلق بمنصة وسائط اجتماعية محددة (مهارات

محلية)، وتم إجراء تحليل لـ 54 منشورًا وفقًا لإطار عمل اليونسكو لكفاءات محو الأمية الرقمية، وأيضًا باستخدام رؤية نقدية تستند إلى أربعة استعارات لأغراض التعلم، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: أن معظم الدراسات تأخذ في الاعتبار مهارات وسائل التواصل الاجتماعي العالمية، في حين أن عددًا قليلًا فقط يدرس مجموعات المهارات الخاصة بشخص معين منصة التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى ذلك، فإن معظم المهارات المحددة تتعلق بالممارسات غير السياقية، مع القليل من الدراسات التي تؤكد أهمية تعزيز ممارسات وسائل التواصل الاجتماعي الموجودة؛ وبناءً على ذلك فإن هناك حاجة لمزيد من التوسع النظري في هذا المجال، وتقديم عدد من التوصيات لبحث وفهم وتصميم المناهج والأنشطة التعليمية التي تدعم تطوير محو الأمية على وسائل التواصل الاجتماعي.

بينما سعت دراسة (Mc Nelly, 2021)؛ إلى التعرف على مدى معرفة معلّمي المدارس بالتربية الإعلامية، ومستويات الثقة في جدوى تعليم التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية، وتنفيذ التربية الإعلامية في الفصول الدراسية، وقد اعتمدت الدراسة على أداة المقابلة لجمع البيانات مع (71) معلمًا في المدارس الثانوية في غرب بنسلفانيا، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: أن معظم المعلمين أظهروا اتجاهًا إيجابيًا نحو ضرورة تعليم الطلاب مبادئ التربية الإعلامية؛ حتى يتمكنوا من فهم تأثير الرسائل الإعلامية عليهم، كما أنها تنمي مهارات تحليل وتفسير وإنتاج الرسائل الإعلامية، وأوضحت النتائج مستوى ثقة عالٍ لدى المعلمين بضرورة تدريب الطلاب على مهارات التربية الإعلامية داخل الفصول الدراسية.

وكشفت دراسة (Festl, 2021)؛ عن تأثير المكونات المختلفة لمحو الأمية على وسائل التواصل الاجتماعي لدى المراهقين (المعرفة والقدرات والدوافع) وجوانب السياقات الاجتماعية المباشرة (الأسرة والأقران) على مستوى سلوكهم الاجتماعي عبر الإنترنت، في دراسة تجريبية أولية، وتم مسح عينة كبيرة من (1,508) من طلاب المدارس الثانوية في ألمانيا، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: معرفة المراهقين وقدراتهم ودوافعهم تنبأت بشكل إيجابي بمستوى أعلى من السلوك الأخلاقي التشاركي والتواصل والتعلمي، مع لعب الدافع السلوكي الدور الأكثر تأثيرًا، علاوة على ذلك، أثر الوساطة الأبوية المتصورة وضغط التواصل مع الأقران بشكل كبير على

السلوك الاجتماعي للمراهقين عبر الإنترنت؛ مما أظهر تأثيرات مختلفة للسلوك الأخلاقي التشاركي مقابل السلوك التواصلية التكاملية مع الأصدقاء، كما أشارت النتائج إلي أنه قد يكون من الصعب للمستخدمين الشباب التوفيق بين المتطلبات الاجتماعية المختلفة عبر الإنترنت. وسعت دراسة (Jones et all, 2021)؛ إلى التعرف على دور التربية الإعلامية في مساعدة الجمهور على تحديد الأخبار الكاذبة، والتحصين ضد أي آثار ضارة للمعلومات المضللة، وتبحث هذه الدراسة تجريبياً في مثل هذه الافتراضات من خلال تقييم ما إذا كان الأفراد الذين لديهم معرفة أكبر بالقراءة والكتابة (وسائل الإعلام، والمعلومات، والأخبار، ومحو الأمية الرقمية) أفضل في التعرف على الأخبار المزيفة، وأي من هذه المعرفة أكثر صلة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: أن التربية الإعلامية تزيد بشكل كبير من احتمالية التعرف على القصص الإخبارية المزيفة. بينما سعت دراسة (عبير محمد، 2020)؛ إلى التعرف على إمكانية توظيف منهج التربية الإعلامية بالمحتوى الأكاديمي بكليات ومعاهد الإعلام المصرية من منظور الأكاديميين، واعتمدت الدراسة على المقابلة المتعمقة باتباع الإجراءات المنهجية في البحوث الكيفية مع عينة عمدية قوامها (30) استاذاً أكاديمياً من العاملين في كليات ومعاهد الإعلام في الجامعات المصرية الحكومية والخاصة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: أن هناك مفاهيم ومعايير محددة أجمعت عليها عينة الدراسة عندما عرضت لمعايير ومفهوم التربية الإعلامية والتي لم تخرج عن كونها مهارات تحليل ونقد وإنتاج وتفسير وفهم لمحتوى وسائل الإعلام والتعامل الواعي معه، وكانت أهم مظاهر تواجد مفهوم التربية الإعلامية في محتوى المقررات لنشر المفهوم من خلال التدريب الميداني في المدارس والجامعات المختلفة، ومن خلال عمل بعض اللقاءات والندوات مع الطلاب؛ أي موجوداً في النقاشات، وفي التدريب العملي، كما أشارت النتائج إلي عدم وجود فرق بين منهج التربية الإعلامية ونوع التعليمي؛ حكومي، وخاص.

وهدفت دراسة (إيمان سيد، 2020)؛ إلى التعرف على اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تطبيق التربية الإعلامية بالجامعات المصرية، وهي دراسة وصفية، تعتمد على منهج المسح، وتمثلت عينة الدراسة في عينة قوامها (200) مفردة من النخبة الأكاديمية بكليات الإعلام

بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة، وتمثلت أدوات الدراسة في أداة الاستبيان، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: أن أفضل طريقة لتدريس التربية الإعلامية للطلاب هي: ورش العمل، والمناقشة والحوار، وتبادل وجهات النظر بين الطلاب والمعلم، والتجربة الفعلية من خلال إنتاج مواد إعلامية يشارك بها الطلاب، بينما جاءت طريقة الإلقاء من خلال محاضرات يقيها المعلم للطلاب في مؤخرة طرق التدريس، كما أشارت النتائج إلى أن أكثر المخاطر التي تراها النخبة الأكاديمية للتعامل غير الواعي للطلاب مع وسائل الإعلام هي: تحفيز الغرائز الجنسية، وتحفيز الميول العدوانية، وانعزال الطلاب عن قضايا المجتمع، والتأخر في الدراسة، وهدم القيم الاجتماعية والدينية، واللامبالاة السلبية.

وفي إطار مُتصل استهدفت دراسة (هاني نادي، 2020)؛ إلى التعرف على العلاقة بين إدراك طلاب الجامعة لمفاهيم التربية الإعلامية ومستوى الرقابة الذاتية على المضمون المُقدّم بوسائل الإعلام التقليدية والجديدة، باستخدام منهجي المسح والمقارن، وأدوات الاستبيان، ومقياساً لمفاهيم التربية الإعلامية، ومقياساً للرقابة الذاتية، وذلك على عينة قوامها (398) مفردة من طلاب جامعة المنيا، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: تصدّر شبكات التواصل الاجتماعي قائمة وسائل الإعلام الأكثر متابعة لدى العينة، تليها الصحف الإلكترونية، كما أشارت النتائج إلى أن وسائل الإعلام لا تلتزم بنسبة كبيرة بمفاهيم التربية الإعلامية، وأن النسبة الأكبر من العينة ترى أن مستوى المعرفة بمفاهيم التربية الإعلامية يؤثر في مستوى الرقابة عند التعرض لوسائل الإعلام، بينما تبين أن العدد الأكبر من العينة لديهم مستوى رقابة منخفض، يليه مستوى الرقابة المرتفع، ثم مستوى الرقابة المتوسط. وأشارت النتائج أيضاً إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى معرفة العينة بمفاهيم التربية الإعلامية ومستوى الرقابة الذاتية على المضمون المُقدّم بوسائل الإعلام عند مستوى دلالة (0.01).

بينما سعت دراسة (هالة السيد، 2019)؛ لتقييم مستوى وعي مستخدمي (الفييس بوك) بمهارات التربية الإعلامية لمضامين الإعلام الرقمي، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التفسيري، وتشمل عينة الدراسة عدداً من صفحات التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" التي تتناول موضوعاً أو حدثاً محدداً مسحاً شاملاً لتعليقات مستخدمي شبكة التواصل الاجتماعي "الفييس

بوك" تجاه الحدث المحدد للدراسة، وقد بلغ عدد المستجيبين (250) مفردة، واشتملت أدوات الدراسة على صحيفة استبيان الكترونية، وأدوات تحليل الخطاب، ومجموعات النقاش المركز، كما اعتمدت الدراسة على نظرية المجال العام، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: أن المستخدمين يتمتعون بمهارات التربية الإعلامية الثلاث (التحليل، البحث، التأثير)، وأن مهارات التربية الإعلامية تسهم بشكل كبير في تعزيز مفهوم المواطنة الرقمية لدى عينة الدراسة؛ فالمستخدمون قادرون على فهم الرسائل الإعلامية المُقدَّمة إليهم، وتفسيرها، بل ومُنْتِجون لنفس الرسائل بطرق وأساليب مختلفة.

واستهدفت دراسة (ريهام سامي، 2019)؛ التعرف على مدى توفر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى الشباب، ومن خلال دراسةٍ كيفية؛ تم استخدام مجموعات النقاش المركزة، وبها تبين أن الشباب طلاب الجامعة لديهم هذه المهارات بشكل كبير، فبالنسبة لمهارة الوصول Access لم يكن لدى الطلاب مشكلة في الوصول إلى الإنترنت بشكل عام، أو إلى مواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص؛ فهي متاحة بشكل مستمر، أما عن مهارة التحليل والتقييم Analyze, evaluate، فقد تبين توافر هذه المهارة لدى جميع الطلاب المشاركين في مجموعات النقاش المركزة أما عن مهارة خلق المحتوى Create؛ فقد كشفت الدراسة أن معظم الشباب يقومون بخلق المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي فهناك من يكتفى فقط بنشر بعض المحتويات الهادفة، أو الموضوعات الكوميديّة، وأخيراً تأتي مهارة التصرف أو اتخاذ المبادرات ACT؛ وهي المهارة العليا التي يبدأ الشاب فيها بأخذ المبادرات والقيام بأعمال هدفها النهوض بالمستوى المعرفي للآخرين.

بينما سعت دراسة (صالح عابر، 2018)؛ إلى التعرف على كيفية إمداد طلاب مرحلة التعليم الابتدائي في الكويت بالتربية الإعلامية في نطاق النظام، واعتمدت الدراسة الحالية على المنهج المسحي ومنهج البحوث الكيفية، كما تم استخدامات تحليل المحتوى والمقابلات المتعمقة والمناقشات الجماعية لجمع المعلومات والبيانات، وتم تطبيق الدراسة على طلاب الصف الرابع الابتدائي وبلغ عددهم (308)، بالإضافة لمعلمي منهج بلادي الكويت وبلغ عددهم (12) معلماً، والقائمين على العملية التربوية وبلغ عددهم (10)، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: المؤشر

السلبى اللافت للنظر وهو نقطة البدء والتي تكمن في مفهوم التربية الإعلامية الذي غاب عن جميع المبحوثين الطلاب؛ وبالتالي لم يكن هناك اطلاع على هذا المفهوم ولا مصدر المعرفة به، كما أن هناك دور إيجابي للأسرة من حيث المراقبة والتوجيه والإرشاد للأبناء والتدخل فيما يتم استخدامه لوسائل الإعلام المختلفة.

وحاولت دراسة (أحمد جمال، 2018)؛ الوصول لمعايير جودة إنتاج الرسائل الإعلامية التي تناسب طلاب الجامعة المتخصصين في إطار المبادئ التأسيسية للتربية الإعلامية، واستخدم الباحث منهجين بحثيين هما: المنهج الوصفي المسحي لتشخيص واقع إنتاج الرسائل الإعلامية لدى طلاب الجامعة، كما استخدم منهج التحليل المستقبلي "Prospective Analysis"، متمثلاً في أسلوب دلفاي بجولته الثلاث بهدف استجلاء الأمثل، وصولاً لطرح مجموعة من معايير جودة إنتاج الرسائل الإعلامية. وتمثلت أدوات الدراسة في استبانتيين، الأولى - استبانة واقع إنتاج طلاب الجامعة المتخصصين للرسائل الإعلامية (يطبق على الطلاب)، بينما الثانية تمثلت، في: استبانة معايير في شكل مقياس خماسي (يطبق على مجموعة من الخبراء الأكاديميين وفقاً لأسلوب دلفي) وتوصلت نتائج الدراسة إلى: وجود قصور في مستوى جودة إنتاج الرسائل الإعلامية لدى طلاب الجامعة، إضافة إلى تقديم قائمة بمعايير جودة إنتاج الرسائل الإعلامية لتطبيقها على طلاب الجامعة المتخصصين؛ والغرض منها تحسين مستوى جودة إنتاج الرسائل الإعلامية المُقدّمة منهم، وتم تقديم بعض التوصيات والبحوث المقترحة في إطار نتائج الدراسة.

بينما سعت دراسة (حازم أنور، وإبراهيم محمد، 2017) إلى التعرف على أثر برنامج مُقترح في التربية الإعلامية لتدريب الشباب الجامعي علي الوعي بمهارة إنتاج المحتوى في وسائل الإعلام الجديدة وتطبيقهم لها، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي باستخدام نظام القياس القبلي - البعدي للمجموعتين التجريبية والضابطة، بالتطبيق علي عينة قوامها (60) طالباً مقسمة علي المجموعتين التجريبية والضابطة بواقع (30) طالباً لكل مجموعة، وكانت أدوات الدراسة متمثلة في مقياس الوعي بمهارة إنتاج المحتوى في وسائل الإعلام الجديدة، اختبار المواقف، بطاقة الملاحظة، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى: وجود فروق ذات دلالة

إحصائية بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية الضابطة في مقياس الوعي بمهارة إنتاج المحتوى في وسائل الإعلام الجديدة في التطبيق البعدي لصالح المجموعة التجريبية، وأيضًا: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية والضابطة في اختبار المواقف في التطبيق البعدي لصالح المجموعة التجريبية، كما أثبتت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المجموعة التجريبية في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي على مقياس الوعي بمهارة إنتاج المحتوى في وسائل الإعلام الجديدة لصالح التطبيق البعدي.

وسعت دراسة سليم عبد الستار (2016)؛ للتعرف على واقع التربية الإعلامية بالجامعات المصرية، أيضًا سعت ل طرح تصور مقترح للتربية الإعلامية بالجامعات المصرية، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي لمناسبته لطبيعة الدراسة وأهدافها، واستعانت بالاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتم تطبيقها على عينة من طلاب الجامعة شملت (350) طالبًا وطالبة ببعض الكليات النظرية والعملية بجامعة أسوان، بالإضافة إلى عينة من أعضاء هيئة التدريس شملت (200) مفردة من مختلف الكليات؛ للكشف عن واقع التربية الإعلامية بالجامعة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى : ضرورة التنسيق والتكامل والتعاون بين أهداف كل من التربية والإعلام، كما تُعدُّ التربية الإعلامية جزءًا من حق كل مواطن لضمان حرية التعبير والوصول للمعلومات وإرساء قواعد الديمقراطية، أيضًا أثبتت النتائج أن افتقاد أعضاء هيئة التدريس لمهارات التربية الإعلامية، والتي تُمكنهم من القيام ببعض المهام، والتي تمثل في توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عملية التدريس، وتشجيع الطلاب على البحث والاستقصاء، وتدريبهم على مهارة التفكير الناقد، وكذلك تسهم الأنشطة الجامعية وخاصةً الإعلامية منها - والتي تتمثل في الإذاعة والصحافة والمسرح والرحلات في تفعيل دور الجامعة في التربية الإعلامية.

في إطار ما تمَّ عرضة من دراسات، يُمكن استخلاص التالي:

تختلف الدراسة الزاهنة عما سبقتها من بحوث ودراسات في أنها انطلقت مما آلت إليه نتائجها، والتي انفتحت على ضرورة نشر مفهوم التربية الإعلامية بين جميع فئات المجتمع مع

ضرورة تعليمها وترسيخها بالمؤسسات المختلفة بشكل عام ومؤسسات التعليم بشكل خاص، لذلك يُمكن تُعدّ مؤشرات الدراسات السابقة في حد ذاتها حافزاً لإجراء هذه الدراسة؛ ومن ثمّ تحديد ما يُمكن أن تُضيفه الدراسة الحالية إلى التراث العلمي والأكاديمي، وقد تمثّلت استفادة الباحث من الدراسات السابقة في تحديد مجال الدراسة بالتركيز على دراسة التربية الإعلامية بشكل عام، وعلاقتها بمهارة الإنتاج بشكل خاص، أيضاً تعميق مُشكلة الدراسة وصياغتها بشكل يُمكن من خلاله معرفة أثر تطبيق التربية الإعلامية الرقمية على تنمية مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية لدى طالبات الجامعة، إضافةً إلى تحديد كل من: أسئلة الدراسة، وأهدافها، وفرضياتها، والمنهجية العلمية للدراسة وإجراءاتها، والشروط اللازمة لاختيار العينة ونوعها، والمفاهيم الإجرائية، إضافةً إلى اختيار أداة الدراسة وبنائها، وتحويل المحاور الموضوعية إلى متغيرات قابلة للبحث والقياس من خلال توظيف أساليب التحليل الإحصائي المناسبة، وأخيراً الاستفادة من النتائج والتوصيات في تفسير نتائج البحث والتعليق عليها.

مشكلة الدراسة

يُشير الواقع التربوي إلى وجود قصور وضعف واضح في مستوى تمكّن طالبات الجامعة من إتقان مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية ذات الجودة العالية، الأمر الذي أكدت عليه بعض من الدراسات السابقة، وعليه؛ تأتي التربية الإعلامية لتسهم في رفع مستوى أداء المهارات الناقدة والإبداعية والعلمية في البحث والاستقصاء واتخاذ القرارات الإيجابية بشأن الرسائل الإعلامية؛ لذا يُمكن تحديد مُشكلة البحث في استقصاء أثر تطبيق التربية الإعلامية الرقمية على تنمية مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية لدى طالبات الجامعة. ويُمكن معالجة مُشكلة البحث من خلال الإجابة على السؤال الرئيس الآتي: "كيفية تطبيق التربية الإعلامية الرقمية وأثرها على تنمية مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية لدى طالبات الجامعة؟"

أهمية الدراسة

تستمد الدراسة أهميتها من الأهمية الذاتية لدراسة التربية الإعلامية، بوصفها: عملية مُستمرة تهدف لتمكين الفرد من الوصول إلى المعلومات وتحليلها وإنتاجها من أجل تحقيق نتائج مُحددة، كما تتبّع من أهمية طلاب الجامعة المُتخصصين ودورهم المُجتمعي الفعال، ومن هنا يُمكن أن

تتضح أهمية الدراسة في: (1) الإضافة العلمية الموضوعية المأمولة والمُقننة لبحوث ودراسات الإنتاج الإعلامي. (2) توجيهِ اهتمام الكادر الأكاديمي بالجامعات نحو الاهتمام بإنتاج الرسائل الإعلامية المسئولة. (3) تكريس مفهوم الأهمية التطبيقية من خلال تقديم معلومات ونتائج ومخرجات ذات دلالة بشأن تنمية مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية لدى طالبات الجامعات المصرية. (4) محاولة تغيير أنماط استخدام طالبات الجامعة للأجهزة الإلكترونية إلى استخدام إيجابي مسؤل يُساعدهن على مواجهة البطالة.

أهداف الدراسة

استهدفت هذه الدراسة استقصاء أثر تطبيق التربية الإعلامية الرقمية على تنمية مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية لدى طالبات الجامعة من خلال: (1) بيان أثر تطبيق التربية الإعلامية الرقمية على الجانب المعرفي لموضوع التعلم لدى طالبات الجامعة مجموعة الدراسة. (2) الكشف عن أثر تطبيق التربية الإعلامية الرقمية على الجانب المهارى الأداي لإنتاج الرسائل الإعلامية لدى طالبات الجامعة مجموعة الدراسة.

الإطار المعرفي للدراسة:

تطورت مهارات التربية الإعلامية بتطور وسائل الإعلام، وأصبحت تلك المهارات معنية بالقدرة على: فك رموز وتقييم وتحليل جميع أشكال ونصوص وسائل الإعلام، وإنتاج مواد إعلامية مُتعددة (Baron, M, 2010). تلك المهارات يجب أن تتضمن الأبعاد الأربعة - المعرفي، والوجداني، والفني، والأخلاقي - للمعلومات التفصيلية المتصلة بالرسالة الإعلامية (سماح الدسوقي، 2010، 178). فالتربية الإعلامية مهارة في حد ذاتها، حيث تُعدّ إحدى مهارات القرن الحادي والعشرين. ويمكن عرض مهارات التربية الإعلامية على النحو التالي:

- الوصول للرسائل الإعلامية: يتميز العصر الحالي بفيض معرفي معلوماتي، والفرد بحاجة للحصول على هذه المعلومات من مصادر مُتعددة ومُتنوعة، كذلك بحاجة إلى إرشاده وتوجيهه إلى مجموعة واسعة من المصادر الموثوقة، حتى لا يتعرض للمعلومات الخطأ والمُضللة (مريم صالح، 2013، 94)؛ ذلك يأتي من خلال التدريب على مهارة الوصول، والتي تعني: تمكّن

الفرد من الوصول للرسالة الإعلامية، من خلال التفكير العلمي في البحث والاستقصاء للرسائل الإعلامية، باستخدام وسائل الإعلام، وما يرتبط بها من أدوات تقنية وتطبيقاتها المتنوعة (أحمد جمال، 2015، 44)، فعندما يستطيع الفرد أن يصل إلى الرسائل الإعلامية، سيكون بمقدوره جمع المعلومات المطلوبة والمفيدة وفهم معناها بشكل أفضل، فالتعريف على الشيء هو الخطوة الأولى لسبر أغواره والتعمق في تفاصيله، فالبدء بهذه المهارة تجعل من المتلقي "باحثاً" نشطاً في تحديد المصادر الإضافية المناسبة لدراسة الموضوعات ذات الاهتمام الشخصي (نعيمة عمر، 2016، 40). وينبثق من تلك المهارة عدة مهارات فرعية تشترك فيها جميع المهارات الأولية كالتفكير العلمي في البحث والاستقصاء، والتي تمثل مهارة الوصول للرسائل الإعلامية (سماح محمد، 2010، 183)؛ (Potter, W. J, 2003, 60-66)، أهمها:

- **التعرض:** أي القدرة على استخدام الوسيلة الإعلامية وما يرتبط بها من تقنيات، كما لا يقتصر التعرض على الوسائل الإلكترونية فحسب، فهناك التعرض للوسائل الإعلامية التقليدية من خلال معرفة الفرد للقنوات التلفزيونية وبرامجها ومواعيدها، لذا ينبغي للفرد أن يمتلك المهارة في الانتقاء والاختيار لما يُريد أن يتعرض له ويصل إليه من خلال التدريب والخبرة المكتسبة.

- **معرفة الرموز:** تتضمن الرسائل الإعلامية رموزاً فردية تكون اللغة الخاصة بالرسائل المقدمة، وكل نوع من هذه الرموز يتطلب معرفة خاصة به سواء كانت كلمة نصية، أو شكل مُصور، أو نغمة مسموعة، أو حركية مرئية، وعند تعرض الفرد للرسائل الإعلامية فإنه يحتاج إلى معرفة الرموز التي تتضمنها ليستطيع الوصول إلى المعنى المُراد من الرسالة.
- **النماذج:** بمعرفة الرموز يُمكن للفرد أن يجمعها معاً وفقاً لقواعد مُحددة لتشكل نموذجاً يُمكن من خلاله أن ينقل للآخرين ما يُريده من معنى.
- **توفيق المعنى:** بعد الوصول للرموز ومعرفتها ينبغي على الفرد أن يُفسرها ليصل إلى معناها، ومن خلال امتلاك مهارة توفيق المعنى يُمكن ربط رموز مُعينة بمعانٍ مُحددة.

تؤدي تلك المهارات الفرعية لمهارة الوصول إلى الوعي بتأثيرات وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع وفهم محتواها وفق مستويات ثلاث (نعيمه عمر، 2016، 40-41)، وهي المستوى:

- **الحرفي:** يُحدد فيه المُتلقي الأفكار الرئيسية والتفصيلات الهامة ثم يُلخص ما تلقاه.
- **التفسيري:** يكشف فيه المُتلقي العلاقة بين الأسباب والنتائج ويصل لاستنتاجات ويتنبأ بأحداث.
- **التطبيقي:** وتُستخدم فيه الرسائل الإعلامية كخبرات سابقة لحل مشكلة تُصادف المُتلقي. يتبين مما سبق؛ أن مهارة الوصول تُمكن الفرد من استخلاص معاني الرسائل الإعلامية، إلا أن تلك المعاني تظل بسيطة وظاهرية، حيثُ تمتلك الرسائل الإعلامية ووسائطها معانٍ أخرى كامنة ومُتعددة؛ مما يتطلب مزيدًا من المهارات.
- **مهارة تحليل الرسائل الإعلامية:** ينطوي تحليل الرسائل الإعلامية على التفكير الناقد؛ وتعني قدرة الفرد على اختبار تصميم شكل الرسالة الإعلامية وهيكلها وتسلسلها، بحيث يُمكن له أن يستفيد من مُختلف المضامين: الفنية، والأدبية، والاجتماعية، والاقتصادية التي تحتويها، بالتالي القدرة على فهم السياق العام للرسائل الإعلامية (هناك محمد، 2009، 60). فامتلاك الفرد لمهارة التحليل تجعله يتعرف على أجزاء الرسالة وجوانبها الداخلية، فيتوقف عن التعامل مع الرسالة الإعلامية ككيان كُلي، وبذلك يتمكن من تقدير قيمتها وفهمها بشكل سليم (سماح محمد، 2010، 185). وترتبط القدرة على تحليل الرسائل الإعلامية بمهارات الفهم والتفسير، والتي تضمنت القدرة على استخدام التصنيفات أو المفاهيم (Hobbs, R, 1997). ويرى المُتخصصين أن طريقة الأسئلة المُفتاحية (التفكيكية) من أفضل الطرائق التي تُساعد الفرد على التعامل مع أي رسالة إعلامية، والتي يوضحها نموذج مركز التربية الإعلامية الأمريكي (التفكيك، البناء) (Center For Media Literacy, 2009).
- **مهارة نقد الرسائل الإعلامية:** تتركز هذه المهارة في الأساس على التفكير الناقد، والذي يُعدّ عنصراً رئيساً من عناصر التربية الإعلامية، إذ يُمكن المُتعلّم من فحص محتوى الرسائل

الإعلامية ومعرفة مدى توافقها مع ثقافة الفرد والمجتمع، ومن ثم الحصول على معانيها العامة خاصةً السياسية منها والتجارية بتطبيق مفاهيم مجردة والتساؤل حولها والبحث عن إجاباتها عبر مناقشة القضايا والموضوعات التي تُثيرها وسائل الإعلام المتنوعة، ومن المفاهيم التي تُساعد في فحص الرسالة الإعلامية: التمثيل، والصورة النمطية، والتحيز. وقد

ربط (مفلح دخيل، 2008، 92) القدرة على النقد بالقدرة على ما يلي:

- معرفة الافتراضات؛ ويُقصد به معرفة الفكرة أو القضية المراد التحقق منها.
- التفسير؛ يُقصد به محاولة تحديد الأسباب الكامنة وراء الظاهرة.
- الاستنتاج؛ يعني استخلاص مجموعة من الحقائق.
- الاستنباط؛ هي القدرة على كشف العلاقات بين الوقائع، بحيث يُمكن الحكم في إطار هذه المعرفة إذا ما كانت نتيجة ما مُشتقة تمامًا من هذه الوقائع أم لا، بغض النظر عن صحتها.
- التقويم؛ يُقصد به محاولة إثبات صحة النتائج المُستخلصة.

ويُعرف (إبراهيم كرم، 1992، 19) التفكير الناقد بأنه: "التحقق من المعلومات ومصادرها، والخروج باستنتاجات تتعلق بالحقائق والآراء المطروحة"، كما أكد (وليد رفيق، 2011، 41) على أن مهارة التفكير الناقد تنطلق من فرضية هامة، وهي: أنها مهارة قابلة للتطوير والتنمية لدى كُل فرد؛ ذلك بإعداد الخبرات والمهارات اللازمة لتحقيقها، ويتوافر مُشرف لديه الخبرة الكافية باستخدام مادة دراسية مُحددة". كما يؤكد "Smith" على أن التفكير الناقد يُعدّ من المَقومات الأساسية للمواطنة الفاعلة، ففي هذا العصر اتسعت المعلومات، وانتشرت وسائل الإعلام بشكل كبير، وكثرت فيه الدعايات والشائعات، فكان لا بُد للفرد أن يكون قادرًا على التفكير الناقد؛ لكي يَسطيع الحكم على مصداقية هذه المعلومات وتصنيفها" (نادية حسين، ومنتهى مطشر، 2012، 82).

فقد تدرّس مهارات التفكير الناقد يؤدي إلى ما أسماه بعض الباحثين بالمُشاهدة بالناقد، وهي مجموعة من المهارات التي يتمكن من خلالها المُشاهد من النفاذ إلى الطبقات المُتعددة للمضامين الإعلامية، ذلك من أجل الوصول إلى المعاني التي تخدم أهدافه (راشد بن حسين،

2007، 11). والتفكير الناقد يتطلب مهارات حددها (Beyer, B, 2002,17-20)، على النحو الآتي:

- التمييز بين الحقائق التي يُمكن إثباتها أو التحقق من صحتها، وبين الادعاءات أو الأهواء الذاتية.
- التمييز بين المعلومات والأسباب ذات العلاقة بالموضوع، وبين الادعاءات غير المرتبطة به.
- تحديد مدى مصداقية مصدر المعلومات، وتحديد الدقة الحقيقية للخبر.
- التعرف على البراهين أو الحجج الغامضة أو المزاعم في الرسائل الإعلامية.
- التعرف على المغالطات والأكاذيب في محتوى الرسائل الإعلامية.

فمهارة نقد الرسائل الإعلامية معنية بالتقييم والتقويم، والمقصود بتقييم الرسالة الإعلامية تقدير قيمتها ومن ثم إصدار حكمًا على قيمتها، والكشف عن نقاط القوة والضعف فيها. وإعطاء رأي لتطويرها وتحسينها، وإجراء مقارنات جوهرية بين الرسائل الإعلامية المتنوعة، ومعرفة التناقض والغموض الذي يُمكن أن يعترى الرسالة الإعلامية والانتهاج إلى اتخاذ موقف عقلي نشط سواء كان إيجابيًا (بالقبول والتعزيز) أو سلبيًا (بالرفض والتحذير)، ويبدأ دور التقييم بعد تحليل الرسالة والتوصل لعناصرها وحقائقها ونقدها ثم الحكم عليها بمقارنتها بأبنية الفرد المعرفية واتجاهاته وقيمة (نعيمه عمر، 2016، 42). أما مهارة تقويم الرسالة الإعلامية يُقصد بها تعزيز الإيجابيات ومعالجة السلبيات.

ويؤكد (Christ, W. G,1997) على أن إكساب مهارة التقويم لا ينبغي أن تكون عملية تعليمية بيروقراطية مُحصرة في أعمال وتدريبات وخبرات بعيدة عن حياة الأفراد ومُجتمعهم واهتماماتهم ومشاعرهم، بل لأبد أن تتسم هذه المهارة بالمرونة والتكامل مع مختلف خبرات الفرد، وأن ترتبط بحياته وواقعه (سامح محمد، 2010، 188). فعلمية تقويم الرسالة الإعلامية تُحتم أن يكون لدى المُتلقي معايير ثابتة يُمكن من خلالها الحكم على ما يستقبله من رسائل بعد تحليلها إلى مكوناتها الأساسية، كما أن قدرة الفرد على التقويم السليم ترتبط بشكل وثيق بوجود معايير على جودتها وثباتها ودقتها (راشد بن حسين، 2007، 11).

فمعنى الرسالة وغرضها وتأثيرها والقيم المُتضمنة فيها والجودة الفنية ستكون في مواجهة مع ما يمتلكه الفرد من أبنية معرفية على صلة بتلك المعايير ليتم الحكم عليها وتقديرها، فإن انسجمت الرسالة مع معرفة الطالب فإنها تُدعم موقفه وتقويه، وإذا اختلفت فلا بُد من أن يوازن بين الرسالة وما لديه من معرفة ليقرر أيهما أكثر قيمة، فإما أن يُعطي للرسالة قيمة أكبر مما لديه من معرفة فيبحث ويُعدل ويُضيف، وإما أن يُعطي لمعرفته قيمة أكبر فيهمل الرسالة (نعيمة عمر، 2016، 43).

— **مهارة جودة إنتاج الرسائل الإعلامية:** لا ينطوي المفهوم الحديث للتربية الإعلامية على حماية الأفراد من التأثيرات السلبية للرسائل الإعلامية، أو قُدرة المُتلقي على الفهم الجيد لمُحتوى الرسائل الإعلامية فحسب، بل إنتاجها بجودة وكفاءة، ويُعدُّ عنصر الإنتاج الوجه التطبيقي الأحدث لمفهوم التربية الإعلامية حيث يُطرح كمخرَج أساسي لها، ويُقصد به: تصميم الرسائل الإعلامية المُتنوعة تصميمًا فنيًا مقبولاً وفقاً للمعارف والاستراتيجيات الخاصة بجودة إنتاج الرسائل الإعلامية، وتُعدُّ مهارة جودة الإنتاج الإعلامي أعلى مهارة في التربية الإعلامية، حيث يتكون لدى المُتعلّم من خلالها الأساليب التي تُستخدَم للتلاعب بأشكال الرسائل الإعلامية المُتعدّدة، بالتالي يتحقق الاستخدام الواعي للإعلام ويُجد من التأثيرات الاجتماعية والنفسية للمواد الإعلامية، كما يستطيع الأفراد بواسطة هذه المهارة التعبير عن أفكارهم من خلال إنتاج أعمالهم الفكرية وإبداعاتهم الخاصة بهم، فمهارة إنتاج الرسائل الإعلامية لها علاقة وثيقة بالتفكير الإبداعي، والذي يُعرّفه (مندور عبد السلام، 2008، 81)، بأنه: "نشاط ذهني يقوم على قاعدة كبيرة من المعلومات ومهارات التفكير، والعمليات وراء المعرفية، وينتج عنه حلّ غير مألوف أو تقليدي لمشكلة ما، ويُمكن تعلمه وقياسه"، "والإبداع الأصيل يعني قُدرة الفرد على إنتاج أفكار وأشكال فريدة أو صور جديدة ومُتميزة وملائمة" (أسماء زكي، 2011، 55). فعندما يصنع الأفراد الرسائل الإعلامية أو يقوموا بمُشاركتها، فيعني هذا أن بمقدورهم كتابة أفكارهم واستخدام الكلمات والأصوات والصور بشكل فعال؛ لتحقيق جُملة من الأغراض، وبمقدورهم أيضاً استخدام أنواع مُتنوعة من الوسائل الإعلامية وتكنولوجيا الاتصال؛ لإبداع رسائلهم وتحريرها وتوزيعها.

تبين مما سبق؛ أن التربية الإعلامية معنية بالتعامل الواعي مع الرسائل الإعلامية ووسائطها المتنوعة، بالتالي لا قيمة للرسائل الإعلامية إن لم تكن مؤثرة في الجمهور الموجه له، فالتأثير الإعلامي معني بتحقيق الاستجابات التي يسعى القائم بالاتصال إلى إحداثها في الجمهور المُستهدف، وحتى تكون الرسالة مؤثرة وجاذبة لأبد أن تتحلى بمستوى عالٍ من الجودة، ويتحقق ذلك بجودة ونوع المحتوى الذي يعكس قضايا الجمهور الفني، ومجموعة القيم التي تم اختيار المضمون وفقاً لها، فضلاً عن تلك القيم المُرتبطة بالجوانب المهنية للعمل الإعلامي التي من شأنها تعزيز ثقة الجمهور بالرسائل الإعلامية ووسائطها، ثم تأتي العوامل المؤثرة في القائم بالاتصال (حبيبة عثمان، 2016، 120).

وبالرغم من اختلاف عملية الإنتاج من وسيلة إلى أخرى إلا أنها تتفق في المراحل المنظمة لها، والتي حددها كل من: (حسين أبو شنب، حسين سعد، 2016، 3-12) في المُصطلحات الآتية: التحديد "Specification"، والتخطيط "Pianning"، والإعداد "Preparation"، والإنتاج "Production"، والتوزيع "Distribution". وقد حددت جمعية الإدارة الأمريكية وصايا عشر، من شأنها إنتاج رسائل إعلامية ذات جودة (محمد فضل، 2008، 112)، وهي العمل على:

- توضيح الأفكار قبل القيام بعملية الاتصال ذلك بتحليل المُشكلة أو الفكرة المطلوب توصيلها بمنهجية واضحة.
- تحديد أكثر الأهداف أهمية لمعرفة الغاية من الرسالة الإعلامية قبل الشروع في تنفيذ العملية الاتصالية حتى تزداد فرص نجاحها.
- إمعان النظر في البيئة الطبيعية والبشرية عند القيام بعملية الاتصال لأن هناك عوامل عديدة تتداخل مع بعضها البعض وتؤثر في الواقع الإعلامي، لذا ينبغي ملاحظة كل هذه العوامل مُتداخلة الزمان والمكان، والعادات والتقاليد، والممارسات والتعرض للوسائل الإعلامية الأخرى، حيثُ تؤثر تلك العوامل تأثيراً مُباشراً في جودة المُنتج الإعلامي وتحقيق أهدافه.

- استشارة الآخرين عند التخطيط للعمليات الاتصالية، لاسيما وأن الاستشارة تُساعد على إضافة رؤية موضوعية للرسائل الإعلامية.
 - الاهتمام بتفاصيل الرسالة الإعلامية كالاتمام بالألغة (أحد أدوات التربية الإعلامية).
 - مراعاة احتياجات الجمهور المُتلقي واهتماماته ووضعها في الاعتبار، وانتهاز الفرصة السانحة لنقل بعض القيم ذات الفائدة إلية.
 - معرفة رجع الصدى وما إذا كانت الرسالة الإعلامية قد أدت الغرض الذي أُعدت لأجله.
 - توافق الرسائل الإعلامية مع مُتطلبات الجمهور اليومية واهتماماتهم بعيدة المدى.
 - إنتاج الرسائل الإعلامية وفق أخلاقيات العمل الإعلامي.
 - على القائم بالاتصال التعمق في فهم الآخر، وذلك بالاستماع الجيد لآرائهم.
- **مهارة مُشاركة الرسائل الإعلامية بمسئولية:** حيث أشارت (نهى سامي، 2017، 184) إلى أن أهمية هذه المهارة تتجسد في قدرة الفرد على مُشاركة الرسائل التي تحمل آراءه الذاتية المُستقلة، وأن يدخل في نقاشات يستطيع من خلالها أن يُثبت فيها وجهة نظره كي يُصبح حُرًا مُستقلًا مُسئولاً عن أفعاله وآرائه - التي لا ينبغي أن يُملئها عليه أحد -، وهو بذلك يتحول من مُجرد مُتلقي سلبي إلى مُتلقي إيجابي نشيط -، كما يحقّق بذلك أحد أهداف التربية الإعلامية من خلال إنجاز وظيفتها الإعلامية -، وتأكيدًا على ذلك فقد أشار (أحمد جمال، 2015، 46) أن هذه المهارة لها علاقة وثيقة بالتفكير الإبداعي والتفكير العلمي؛ ومن خلالها يستطيع الفرد نقل الأفكار أو الأعمال إلى الآخرين؛ لمُشاركتها معهم والحصول على تفاعلهم، ذلك باستخدام وسائل الإعلام المُتنوعة والأدوات المُتاحة لديهم. فعندما يُشارك الأفراد في بناء الرسائل فهُم في عملية مُستمرة من المُشاركة والتفاعل تُوّدي أحيانًا إلى التعاون. كما يؤكد (Christ, 1997, 7) على ضرورة معرفة نقل الرسائل الإعلامية عبر وسائنها المُتنوعة باعتبارها مخرج هام للتربية الإعلامية. ويوضح شكل (5/2) مسئولية

تشارك الرسائل الإعلامية الإيجابية، ونبذ ودحض الرسائل السلبية بما يكفي لعدم وصولها للآخرين.

إجراءات الدراسة المنهجية:

في إطار سؤال الدراسة الرئيس والعرض السابق استخدم الباحث المنهج التجريبي القائم على التصميم شبه التجريبي ذي المجموعة الواحدة؛ وقام الباحث بدراسة وتحليل الأدبيات والدراسات السابقة للوصول إلى قائمة مهارات التربية الإعلامية الرقمية، وقائمة معايير إنتاج الرسائل الإعلامية، كذلك قياس قبلي لأداتي الدراسة مع دمج الطالبات في عملية التعلم من خلال مجموعة تعليمية على أحد أنماط مواقع الشبكات الاجتماعية بين التطبيقين ثم قياس بعدي. وقد مرت إجراءات البحث بعدة مراحل، وهي كما يلي:

- **مادة المعالجة التجريبية:** متمثلة في مجموعة محاضرات إلكترونية تُقدم من خلال مجموعة تعليمية تم إنشاؤها على أحد أنماط مواقع الشبكات الاجتماعية "Facebook" بواسطة الباحث. **أدوات البحث:** تم استخدام أداتين في الدراسة الحالية، وهما: اختبار معرفي لبنية مهارات التربية الإعلامية، وبطاقة تقييم إنتاج الرسائل الإعلامية.

تجربة البحث: قام الباحث بتنفيذ تجربة الدراسة على ثلاثة مراحل، وهي:

المرحلة الأولى - التجهيز والإعداد، وتشمل الآتي:

تم بناء مادة المعالجة التجريبية من خلال:

- الاطلاع على الأدبيات التربوية والدراسات السابقة المرتبطة بمهارات التربية الإعلامية الرقمية، ومهارات إنتاج الرسائل الإعلامية.

- تحديد أهداف مادة المعالجة التجريبية مع اقتراح المحتوى التعليمي الذي يُحقق تلك الأهداف، ومن ثم عرض تلك الأهداف والمحتوى على السادة المحكمين لضبطها علميًا ولإبداء الرأي حول مدى تناسب الأهداف السلوكية للأهداف العامة وعناصر المحتوى.

- إعداد قائمة بمهارات إنتاج الرسائل الإعلامي في إطار التربية الإعلامية الرقمية المراد إكسابها الطالبات عينة الدراسة، ومن ثم عرضها على السادة المحكمين لإبداء الرأي حول مدى انتماء المهارة الفرعية للمهارة الأساسية، وتحديد درجة مدى أهمية المهارة وإجراءاتها الفرعية في

ضوء ثلاثة مستويات (1، 2، 3) على أساس أدنى أهمية نعبر عنه بـ (1)، وأعلى أهمية نعبر عنه بـ (3).

- تم بناء عروض مادة المعالجة التجريبية على هيئة نصوص مصاحبة بالصور منتجة ببرنامجي "Microsoft Office Word, Photoshop CS2".

- إعداد اختبار معرفي لبنية مهارات التربية الإعلامية، وتضمن تحديد الهدف منه، وزمن تنفيذه، ثم عرضه على السادة المحكمين لضبط الصدق والثبات لها، وذلك لإبداء الرأي حول مدى وفاء الأسئلة بالأهداف المبينة مع فقراته، وسلامة صياغة أسئلة الاستبانة علمياً.

- إعداد بطاقة تقييم إنتاج الطالبات للرسائل الإعلامية، وعرضها على السادة المحكمين لإبداء الرأي حول مدى وفاء بنود بطاقة التقييم بالأهداف المبينة مع بنوده، وسلامة صياغة بنود بطاقة التقييم علمياً، وذلك لإبداء الرأي حول صلاحيتها.

- تحديد عينة البحث والتي شملت (21) طالبة من طالبات الفرقة الرابعة بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة المنيا.

- إنشاء مجموعة تعليمية على موقع "Facebook".

- تطبيق الاختبار وبطاقة التقييم قبلياً لحساب صدق وثبات كل أداة؛ وتحديد مستوى الطالبات في موضوع التعلم، والأداتان تقيسان السلوك المبدئي المعرفي والمهاري المتصل بالأهداف التعليمية.

- عمل ورشة عمل للطالبات عينة الدراسة وعرض عليهم كيفية التعامل مع المجموعة التعليمية على موقع "Facebook".

- إنشاء مجموعة على موقع "Facebook" تحت عنوان "Media Literacy Education"، وإرسال دعوة للطالبات عينة الدراسة للاشتراك فيه، وذلك لمتابعة الطالبات بعد إنهاء كل محاضرة وتلقي الاستفسارات ومتابعة آرائهن حول موضوع كل محاضرة.

- إنشاء قناة على موقع "YouTube" حتى تستطيع الطالبات تجميع كل محاضرة عليها للمراجعة وإعادة العرض.

المرحلة الثانية - مرحلة العرض والتقديم:

- بدأت تجربة الدراسة في الفصل الدراسي الثاني للعام الجامعي السابق على عينة مكونة من (21) طالبة من طالبات الفرقة الرابعة بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة المنيا.
- تم تدريس مادة المعالجة التجريبية المتضمنة مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية بواقع (10) محاضرات، (3) محاضرات أسبوعيًا، وبلغت مدة المحاضرة الواحدة (90) دقيقة.
- تم إمداد الطالبات عينة الدراسة بأنشطة قبل بداية كل محاضرة، وكذلك طلب من كل طالبة تكليف عن كل محاضرة.

- تم تكليف الطالبات عينة الدراسة بتكليف نهائي وهو إنتاج رسالة إعلامية.

المرحلة الثالثة - مرحلة التقييم النهائي:

تم تطبيق الاختبار المعرفي للتربية الإعلامية الرقمية بعد الانتهاء من تدريس مادة المعالجة التجريبية، وكذلك تم تقييم الرسائل الإعلامية المنتجة من قبل الطالبات عينة الدراسة بواسطة ثلاثة محكمين تقيماً نهائياً باستخدام بطاقة تقييم منتج إعلامي وتحديد مستوى أداء كل بند من (1:3)، وتم فصل درجات الطالبات في التطبيقين القبلي والبعدي، ثم بعد ذلك تم استخدام المعالجات الإحصائية المناسبة.

نتائج الدراسة:

تم إجراء هذه الدراسة بهدف الكشف عن أثر تطبيق التربية الإعلامية الرقمية على تنمية مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية لدى طالبات الجامعة، لذلك تم صياغة فرضيتي لتحقيق ذلك الهدف، وهُم كالآتي:

- "يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطي درجات الطالبات مجموعة الدراسة في القياسين القبلي والبعدي للاختبار المعرفي لبنية مهارات التربية الإعلامية لصالح القياس البعدي".

- "يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطي درجات الطالبات مجموعة الدراسة في القياسين القبلي والبعدي لبطاقة تقييم جودة إنتاج الرسائل الإعلامية لصالح القياس البعدي".

وقد سعت الدراسة الحالية للكشف عن صحة تلك الفرضيتين عند مستوى معنوية ($0.05 <$)؛ لذا تم صياغة الفرض العدمي القائل بأن: "بيانات عينة الدراسة مسحوبة من مجتمع تتبع بياناته التوزيع الطبيعي" (أسامة ربيع، 2007، 118). ولاختبار هذه الفرضية والتحقق منها؛ أُجريت التجربة البحثية على عينة شملت (21) طالبة من طالبات الفرقة الرابعة بقسم الإعلام التربوي - كلية التربية النوعية جامعة المنيا، وباستخدام اختبار "Kolmogorov-Smirnov"؛ تبيّن أن قيمة Sig. قد بلغت (0.200)، وهي أكبر من مستوى معنوية (0.05)، ويعنى هذا أنها غير دالة مما يؤكد اعتدالية التوزيع، بالتالي يتم قبول الفرض العدمي، مما أتاح إمكانية استخدام الإحصاء البارامتري مثل اختبار (ت) للعينات المرتبطة.

ويُمكن عرض نتائج صحة فرضيتي الدراسة على النحو الآتي:

اختبار صحة فرضية الدراسة الأولى، والتي تنص على أنه: "يوجد فرق دال إحصائياً بين متوسطي درجات الطالبات مجموعة الدراسة في القياسين القبلي والبعدي للاختبار المعرفي لبنية مهارات التربية الإعلامية لصالح القياس البعدي".

ويُبين جدول (1) التالي أن متوسط درجات القياس البعدي بلغ (25.86)، كما بلغ الانحراف المعياري للقياس القبلي (4.025)، وهو أعلى من الانحراف المعياري للقياس البعدي الذي بلغ (3.245)؛ مما يدل على وجود فرق بين متوسطي درجات الطالبات مجموعة الدراسة في القياسين القبلي والبعدي على اختبار التربية الإعلامية بلغ (7.86) لصالح القياس البعدي.

وللتأكد من كون هذا الفرق دال إحصائياً عند مستوى معنوية ($0.05 <$)؛ أُستخدم اختبار "ت" لقياس مستوى دلالة الفرق بين متوسطي درجات الطالبات مجموعة الدراسة والتي بلغت قيمتها (7.86) عند درجات حُرية (20) ومستوى معنوية (0.001)؛ مما يدل على وجود فرق دال إحصائياً بين متوسطي درجات الطالبات مجموعة الدراسة في القياسين القبلي والبعدي لصالح القياس البعدي، بالتالي يتم قبول الفرضية الأولى.

جدول (1): دلالة الفروق بين متوسطي القياسين القبلي والبعدي للطالبات مجموعة الدراسة في الاختبار (ن=21، الدرجة العظمى = 36 درجة)

القياس	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	فرق المتوسطات	الخطأ المعياري	درجة الحرية	Sig	نوع الدلالة	مربع إيتا	حجم التأثير
قبلي	18.00	4.025	7.871	7.86	4.575	20	0.000	دال	0.756	ضخم
بعدي	25.86	3.245								

بناءً على نتائج جدول (1) السابق يُمكن تفسير تلك النتيجة على النحو الآتي: أظهرت نتائج التحليل الكمي وجود فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الطالبات مجموعة الدراسة في القياسين القبلي والبعدي على الاختبار المعرفي لبنية مهارات التربية الإعلامية لصالح القياس البعدي عند مستوى معنوية ($0.05 <$)، إلا أنه في إطار أساليب الدلالة العملية فإن وجود هذا الفرق لا يدل بالضرورة على وجود أثر فعال لتطبيق التربية الإعلامية الرقمية كمادة معالجة تجريبية على تنمية التحصيل المعرفي لموضوع التعلم لدى الطالبات مجموعة الدراسة، لذا تم حساب حجم الأثر باستخدام معادلة حجم التأثير في حالة عينتين مرتبطتين من البيانات وكانت القيمة (1.89)، وهي قيمة أكبر من (0.8) (محمد عبد القادر، 2011، 133)؛ مما يدل على وجود حجم أثر كبير للمتغير المستقل (التربية الإعلامية الرقمية) على المتغير التابع (التحصيل المعرفي لبنية مهارات التربية الإعلامية).

ويذكر (رُشدي منصور، 1997، 57-75) أن مفهوم الدلالة الإحصائية يُعبر عن مدى الثقة التي نوليها لنتائج الفروق بصرف النظر عن حجم أثر تلك الفروق؛ لذا تم حساب حجم التأثير "مربع إيتا"، وبمقارنة النتائج الواردة في جدول (1) بالجدول المرجعي الخاص بتحديد مستويات حجم التأثير وجد أنه "ضخم" حيث بلغت قيمة مربع إيتا (0.756)، وهي بذلك تجاوزت القيمة الدالة على الأهمية التربوية للنتائج الإحصائية في البحوث التربوية والنفسية ومقدارها (0.15) (محمد عبد القادر، 2011، 133)؛ مما يدل على وجود أثر كبير وهام تربوياً للتربية الإعلامية الرقمية لدى الطالبات مجموعة الدراسة. ويُمكن تفسير تلك النتيجة تربوياً

وفهمها في إطار ملاحظات الباحث على الطالبات مجموعة الدراسة عند تطبيق التربية الإعلامية الرقمية، من خلال النقاط الآتية:

- إمام الطالبات مجموعة الدراسة بالمحتوى المعرفي لموضوع التعلم (التربية الإعلامية الرقمية)، من خلال شرح الباحث للمحتوى التعليمي والأنشطة والأمثلة التفاعلية، بجانب تنوع عناصر التعلم، مثل: النصوص، والصور الثابتة، ومقاطع الفيديو، وغير ذلك من العناصر التي تعمل على جذب انتباه الطلاب نحو المحتوى.
- توافر أنشطة تفاعلية تُحاكي الواقع الإعلامي الذي تعيشه الطالبات، وتسمح لهن بالتجربة؛ مما أدى إلى أتقانهن لموضوع التعلم، مما يجعل من هذه الأنشطة مفهومة وممتعة لديهن.
- إجابة الطالبات مجموعة الدراسة على اختبارات التقويم عقب كل موضوع؛ أدى لمعرفتهن لمواطن الخلل في إجابتهن فيُعيدن مراجعة الأجزاء التي أخفقن بها مرةً أخرى؛ مما أدى إلى زيادة التعلم.
- تفاعل الطالبات مجموعة الدراسة مع بعضهن البعض ومع الباحث أثناء وبعد تقديم مادة المُعالجة التجريبية، من خلال: سؤال، أو إجابة، أو إضافة، أو ملاحظة، من المُمكن أن يؤدي هذا التفاعل إلى تمكّن الطالبات من تبادل المعرفة والمعلومات؛ مما يُساعدهن على التمكن من موضوع التعلم؛ بالتالي تنمية التحصيل لديهن.
- ارتباط المحتوى التعليمي بالجانب الأدائي مع تقديم الأمثلة؛ أدى إلى إثارة اهتمامهن وجذب انتباههن وزيادة دافعيتهن، والذي انعكس بالتالي على ارتفاع مستوى التحصيل المعرفي والمهاري لدى الطالبات مجموعة الدراسة.
- تنوع أساليب التعزيز من حيثُ التعزيز الفوري بعد أداء اختبارات التقويم، والتعزيز من الباحث للطالبات مجموعة الدراسة أثناء المُتابعة المُستمرة بشكل تزامني أو غير تزامني، وأثناء الأنشطة الصفية، وهذا التعزيز المُرتبط بتحصيلهن في الاختبارات واستنقساتهن ساعد في تحسّن ملحوظ في التحصيل المعرفي لديهن.

– إتاحة المحاضرات للطالبات مجموعة الدراسة من خلال وسائط تخزينية بعد انتهاء عرضها.

كل هذا أدى إلى فهم عميق للمحتوى المعرفي الذي ظهر في أدائهم للاختبار المعرفي البعدي لبنية مهارات التربية الإعلامية، وذلك يتفق مع ما جاء في دراسة أسماء حسين (2021)، ودراستي أحمد جمال (2015، 2018) التي بينت نتائجها الأثر الكبير الذي أحدثته نموذج التربية الإعلامية المقترح في إكساب عينة البحث معارف ومهارات التربية الإعلامية. ودراسة هناء عبده وآخرين (2011) التي بينت أن حجم تأثير الوحدة المقترحة على التحصيل الدراسي كان كبيراً، إضافةً لتحقيق اتجاهات إيجابية على الطلاب ترتبط بالحياة اليومية، وأن التربية الإعلامية تُزيد من دافعية الطلاب نحو الدراسة والتعلم الذاتي، وتُساعدهم في تنمية شخصياتهم ومواهبهم، كما تُرودهم بقيم وسلوكيات إيجابية ترتبط بالحياة، ودراسة سامية عبد الحكيم (2010) التي بينت نتائجها مدى تأثير منهج مقترح في التربية الإعلامية على الطلاب، والتي ساعدتهم على اكتساب عديد من المعارف، ودراسة غادة حسام الدين (2011) التي بينت فاعلية برنامج التربية الإعلامية المطبق في إكساب عينة البحث لمهارات المشاهدة الناقدة ورفع مستواهم معرفياً ووجدانياً ومهارياً وفق اختبارات القياس القبلي والبعدي لصالح القياس البعدي. أيضاً تتفق مع دراسة Webb, T et al. (2010)، والتي أثبتت نتائجها أن برنامج التربية الإعلامية قد ساعد الطلاب على تنمية وعيهم الإعلامي. وقد يعود سبب الاتفاق إلى فُدر التربية الإعلامية على تنمية الوعي والتحصيل المرتبط بالمجال الإعلامي.

اختبار صحة فرضية الدراسة الثانية، والتي تنص على أنه: "يوجد فرق دال إحصائياً بين بين متوسطي درجات الطالبات مجموعة الدراسة في القياسين القبلي والبعدي لبطاقة تقييم إنتاج الرسائل الإعلامية لصالح القياس البعدي".

ويُبين جدول (2) التالي أن متوسط درجات القياس البعدي بلغ (128.29)، كما بلغ الانحراف المعياري للقياس القبلي (17.162)، وهو أعلى من الانحراف المعياري للقياس البعدي الذي بلغ (9.171)؛ مما يدل على وجود فرق بين متوسطي درجات الطالبات مجموعة الدراسة في القياسين القبلي والبعدي في بطاقة التقييم بلغ (87.33) لصالح القياس البعدي.

وللتأكد من كون هذا الفرق دالٍ إحصائيًا عند مُستوى مَعنوية (<0.05)؛ أُستخدم اختبار "ت" لقياس مُستوى دلالة الفرق بين مُتوسطي درجات الطالبات مجموعة الدراسة والتي بَلَّغت قيمتها (18.755) عند درجات حُرية (20) ومُستوى مَعنوية (0.001)؛ مما يَدُل على وجود فرق دال إحصائيًا بين مُتوسطي درجات الطالبات مجموعة الدراسة في القياسين القبلي والبعدي لصالح القياس البعدي، بالتالي يتم قبول الفرضية الثانية.

جدول (2): دلالة الفروق بين مُتوسطي القياسين القبلي والبعدي للطالبات مجموعة الدراسة في بطاقة التقييم (ن=21، الدرجة العظمى= 150 درجة)

القياس	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	فرق المتوسطات	الخطأ المعياري	درجة الحرية	Sig	نوع الدلالة	مربع إيتا	حجم التأثير
قبلي	40.95	17.162	21.339	87.33	18.755	20	0.000	دال	0.958	كبير
بعدي	128.29	9.171								

بناءً على نتائج جدول (2) السابق يُمكن تفسير تلك النتيجة على النحو الآتي:
أظهرت نتائج التحليل الكمي وجود فرق ذو دلالة إحصائية بين مُتوسطي درجات الطالبات مجموعة الدراسة في القياسين القبلي والبعدي على بطاقة تقييم جودة إنتاج الطالبات للرسائل الإعلامية لصالح القياس البعدي عند مُستوى مَعنوية (<0.05)، إلا أنه في إطار أساليب الدلالة العملية (دلالة الأهمية) فإن وجود هذا الفرق لا يَدُل بالضرورة على وجود أثر فعال لمادة المُعالجة التجريبية على تنمية التحصيل المهاري لموضوع التعلُّم لدى الطالبات مجموعة الدراسة، لذلك تم حساب حجم الأثر باستخدام مُعادلة حجم التأثير في حالة عينتين مُرتبطتين من البيانات وكانت القيمة (5.42)، وهي قيمة أكبر من (0.8)؛ مما يَدُل على وجود حجم أثر مُرتفع للمُتغير المُستقل (تطبيق التربية الإعلامية الرقمية) على المُتغير التابع (إنتاج الرسائل الإعلامية) (محمد عبد القادر، 2011، 133). كما تم حساب حجم التأثير "مربع إيتا"، وبمقارنة النتائج الواردة في جدول (2) بالجدول المرجعي الخاص بتحديد مُستويات حجم التأثير وجد أنه عالي، حيثُ بَلَّغت قيمة مربع إيتا (0.958)، وهي بذلك تجاوزت القيمة الدالة على

الأهمية التربوية للنتائج الإحصائية؛ مما يدل على وجود أثر كبير وهام تربويًا للتربية الإعلامية الرقمية لدى الطالبات مجموعة الدراسة.

ويُمكن تفسير هذه النتيجة تربويًا وفهمها في إطار ملاحظات الباحث على الطالبات مجموعة الدراسة عند تطبيق التربية الإعلامية الرقمية، من خلال النقاط الآتية:

- إمام الطالبات مجموعة الدراسة بمهارات ومعايير إنتاج الرسائل الإعلامية، من خلال شرح الباحث وعرض أمثلة لكيفية أداء كل مهارة من مهارات التربية الإعلامية الأساسية والفرعية، وإتاحة الفرصة للطالبات لأداء الأنشطة المُلائمة لما يتم شرحه أداءً فرديًا، ومناقشتها مع زميلتهن والباحث، وقد أدى عرض المهام التي تؤديها الطالبة كنشاط إلى زيادة التناؤس فيما بينهن والثقة بالنفس، إضافةً للتعزير الذي حصل عليه أفضل تكليفات المُحاضرة السابقة في بداية المُحاضرة التي تليها.

- **طبيعة المهارات، وأسلوب تحليلها:** احتواء مادة المُعالجة التجريبية على عديد من المهارات التي لم تكن الطالبات على دراية بها بشكل كبير، مع تقديم المهارات من خلال تقسيمها إلى أداءات فرعية مُتسلسلة ومُترابطة، لسهولة عملية التعليم؛ قد أتاح للطالبات تعلمها ومُمارستها حتى إتقانها، فأهمية تحديد المهارات وتجزئتها في برامج التعليم والتعلم يُساعد في إتقان المهارات العملية، وتنمية مُعدل أدائها. حيث يُعزو الباحث تنمية مُعدلات أداء الطالبات للمهارات إلى تقسيمها وأسلوب تقديمها المُترابط المُتسلسل.

- **توظيف وسائط مُتعددة لعرض المهارات:** توظيف الوسائط المُتعددة لعرض المهارات بمادة المُعالجة التجريبية، من صور ثابتة توضح كيفية أداء المهارات، وكتابة النصوص التي توضع في خطوات منطقية مُتسلسلة للمُتعلم كيفية أداء المهارة، ومقاطع الفيديو التي تُعرض كيفية أداء المهارة، ساعد ذلك التنوع في تقديم نماذج الأداء الجيد من نصوص مكتوبة، وصور ثابتة، ومقاطع الفيديو؛ مما أدى إلى تكوين خلفية لدى الطالبات ساعدت على إتقانهن للمهارات، فترتبط إتقانهن للمهارات العلمية بتنوع وسائل وأساليب عرضها للمُتعلم، من شرح لفظي، وعرض توضيحي لنماذج الأداء بواسطة الصور والرسوم.

كل هذا يُمكن أن يؤدي إلى فهم عميق للمحتوى المهاري الذي ظهر في أدائهن للمهارات بعدياً. فما تضمنته التربية الإعلامية الرقمية من موضوعات علمية ذات ارتباط وثيق باحتياجات الطالبات مجموعة الدراسة المعرفية والمهارية؛ جعل تلك الموضوعات ذات أهمية وقيمة لهؤلاء الطالبات الأمر الذي زاد من تركيزهن ومن دافعيتهن نحو تعلم هذه الموضوعات، ومن أدائهن للمهارات. وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة أسماء حسين (2021)، ودراستي أحمد جمال (2015، 2018) التي بينت نتائجها الأثر الكبير الذي أحدثته الرؤية ونموذج التربية الإعلامية المقترح في إكساب عينة البحث مهارات التربية الإعلامية المعرفية والأدائية. أيضاً نتائج دراسات كل من: لمياء محمد (2010)؛ وطارق الصعيدي (2005)؛ وغادة حسام الدين (2006)؛ وحسن محمد (2010)؛ Wayne (2001)؛ Bradford (2001)؛ Scharrer (2005)؛ Carolan (2005)؛ MacDonald (2008)؛ Webb, et al (2009)؛ Hans (2013). فرغم اختلاف أهداف التربية الإعلامية بكل دراسة فإن الإطار العام المُستخدَم في هذه الدراسة أثبت أثره في إكساب الطالبات مجموعة الدراسة مهارات التربية الإعلامية: الوصول، والتحليل، والنقد، وجودة الإنتاج، والمشاركة، فامتلكوا السلوك الواعي إعلامياً، الذي يعكس امتلاكهن للمهارات الرئيسية، وهي: حُسن الاختيار، وتقييم وتقويم المضامين الإعلامية، والتواصل الفعال والرجع، وإنتاج مضامين إعلامية إبداعية مسئولة، والمشاركة التفاعلية في الحوار، إضافةً للسلوك المهني القويم؛ فأصبحوا فاعلين ذوي مسئولية اجتماعية: مُفكرين ناقدين، ومُبدعين مُتصلين، ومُستخدمين مُنتجين في الفضاء الرقمي، وعوامل تغيير اجتماعي.

القيمة التربوية للدراسة:

كشفت نتائج الدراسة عن أثر تطبيق التربية الإعلامية الرقمية على تنمية مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية لدى طالبات الجامعة، وفي إطار ذلك تظهر القيمة التربوية للدراسة الحالية بالنسبة:

للطالبات: تظهر القيمة التربوية للدراسة فيما يخص الطالبات على النحو الآتي:

- من السهل اكتساب مهارات التربية الإعلامية الرقمية ومراعاة معايير إنتاج الرسائل الإعلامية لطالبات الجامعة، إذا ما أُتيح لهنّ تقديم هذه المهارات بأكثر من نظام توصيل مع إتاحة الممارسة العملية لهذه المهارات.
- يُمكن تنمية مهارات الطالبات واتجاهاتهنّ نحو المواد التعليمية، وذلك من خلال الممارسة التطبيقية، كما جاء في التعلّم من خلال تطبيق التربية الإعلامية الرقمية.
- التأكيد على التطبيق والممارسة العملية عند عملية التدريب.
- للعملية التعليمية: تظهر القيمة التربوية للدراسة فيما يَخُص العملية التعليمية على النحو الآتي:
- تؤكد الدراسة على أن السير في العملية التعليمية ليس فقط من أجل التعلّم، ولكن بهدف إتقان التعلّم.
- الاستفادة من إمكانات برامج الوسائط المتعددة عند بناء عناصر موضوعات التعلّم من نصوص مكتوبة، وصوت مسموع، وصورة ثابتة ومتحركة، ومقاطع الفيديو.

الاستنتاجات:

في إطار ما توصلت إليه الدراسة الحالية من نتائج؛ توصل الباحث إلى الاستنتاجات الآتية:

- فرضت التربية الإعلامية الرقمية نفسها على الساحة البحثية والأكاديمية، حيثُ تزايد الاهتمام البحثي بها في السنوات الماضية على المُستوى العربي بشكل عام، والمصري بشكل خاص، وقد قابل هذا الاهتمام اهتمامًا آخر من قِبل بعض المنظمات والجامعات، والمُتمثل في إقامة المؤتمرات أو الندوات أو ورش العمل حول التربية الإعلامية، أيضًا إقامة مراكز أو وحدات للتربية الإعلامية في بعض الكليات⁽¹⁾، إضافةً للتوصيات المُتتالية بإدراج التربية الإعلامية الرقمية كمادة دراسية في جميع المراحل والمُستويات التعليمية.
- عكست نتائج البحث القصور الواضح في مُستوى تفعيل مفهوم التربية الإعلامية الرقمية في المُجتمعات العربية بشكل عام والمُجتمع المصري بشكل خاص؛ والذي انعكس بدوره على الغياب شبه التام لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية نظريًا وتطبيقيًا في الجامعات المصرية، كما تبين تقدّم مفاهيم التربية الإعلامية التقليدية على المفاهيم الحديثة، الأمر الذي يُشير لضعف

(1) مثل مركز التربية الإعلامية بكلية الإعلام جامعة بني سويف.

القناعة بمدى ارتباط التربية الإعلامية بعملية الإنتاج للمضامين الإعلامية، وهو المستوى التمكيني المتقدم في أهمية التربية الإعلامية.

- أهداف التربية الإعلامية الرقمية غير واضحة وغير محددة بالمجتمع المصري؛ مما انعكس عملياً على مستوى أهمية التربية الإعلامية الرقمية؛ لذلك تتضح جدوى الدراسة في أهمية التربية الإعلامية الرقمية للمؤسسات التعليمية، من خلال الاهتمام العالمي في القرن الحادي والعشرين بتحويل مسار المجتمعات التقليدية لمجتمعات معرفية.

- ضرورة إعداد الطالبات للتعامل مع تحديات العولمة من خلال إعادة النظر في الأهداف والمناهج الدراسية، وتطويرها، بما يواكب متطلبات القرن الحادي والعشرين وفقاً لثوابت الهوية المصرية العربية الإسلامية. فأصبحت التربية الإعلامية الرقمية ضرورة ملحة؛ لإعداد الأجيال القادرة على مواجهة التحديات الإعلامية، وتداعياتها الثقافية في القرن الحادي والعشرين. حيث أثبت التحليل البعدي للدراسات السابقة الدور الهام التي تؤديه التربية الإعلامية الرقمية في مواجهة التأثيرات السلبية للرسائل الإعلامية ووسائطها، أهمها: الحد من الصراع والعنف، ومكافحة المواد الإعلامية غير الأخلاقية، ومواجهة الصورة النمطية للنوع والعرق ... إلخ، وتنمية الوعي بالإعلانات المُستترة والكاذبة، ومكافحة التدخين والمواد المُخدرة. كما تؤدي دوراً هام في ترسيخ القيم الإيجابية، أهمها: تفعيل الرقابة الوالدية، وتعزيز الصحي، والتنمية الإدارية، والمُجتمعية.

- يوجد بين الإعلام والتربية أرضية مُشتركة وروابط قوية، ويُمكن القول بأن العملية الإعلامية في بعض جوانبها عملية تربوية، كذلك فإن العملية التربوية في بعض جوانبها إعلامية. فقد كشفت النتائج عن العلاقة الوثيقة بين التربية الإعلامية والإصلاح التربوي الشامل، وأن كثير من الأهداف التعليمية الحديثة ومُتطلبات التطوير التربوي يصعب تطبيقها في ظل إغفال الدور الحيوي للتربية الإعلامية.

- اختلفت بداية ونشأة التربية الإعلامية ووضعها الحالي من بلد إلى آخر؛ وفقاً للظروف المُحيطة والسياق السائد في كُل بلد، هذا وقد تطور مفهوم التربية الإعلامية الرقمية واستخداماته، إضافةً إلى أهدافها ومهاراتها ومدخلها التطبيقية، تبعاً للتطورات المُتسارعة لأدوات الإعلام والاتصال،

وأهداف كُلاً من النظام التعليمي والإعلامي، كما تُفرض تلك التطورات على التربية تعديل سياساتها، ومناهجها، لإدماج التربية الإعلامية الرقمية في التعليم الجامعي، وما قبلها من مراحل تعليمية بعد تأكيد عديد من الدراسات على أن التربية الإعلامية الرقمية، هي: التربية للمستقبل.

- تُعدّ التربية الإعلامية الرقمية جزءاً هاماً من التربية المدنية، بما توفره من معايير وضوابط يحتاجها المجتمع للتعایش، كما تُعدّ عاملاً هاماً في تعزيز المواطنة النشطة في المجتمع المعلوماتي؛ لذا يؤكد البحث الحالي على ضرورة تعليم وتدريب طلاب الجامعة المُتخصصين على مُمارسة مهارات التربية الإعلامية.

- تُصبح التربية الإعلامية الرقمية أكثر تأثيراً عندما تتكامل أدوار الآباء والمُعلمون والمُختصون في الإعلام وصُناع القرار، وذلك لإيجاد أكبر قدر من الوعي الناقد لدى الأفراد، والأخذ بكليات التربية الإعلامية لا بأجزائها.

- تُعدّ أهداف التربية الإعلامية الرقمية في مُجملها بمثابة الطريق لبناء الفرد الصالح الذي يسهُم في نمو المجتمع واستقراره، وثبات نظامه الاجتماعي، ودعم معاييرهِ الثقافية والأخلاقية، والمُشاركة الديمقراطية، ويُمكن تحقيق تلك الأهداف من خلال إنجاز مجموعة من الوظائف، أهمها الوظيفة: الحضارية، والنفسية، والتربوية، والإعلامية، والدينية، والأخلاقية، والتعليمية، هذه الوظائف وثيقة الصلة بتطورات الحياة ومُستجداتها التقنية من جهة، ومن جهة أخرى بوجبات المؤسسات التربوية والتعليمية.

- بناءً على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج؛ يُمكن تحديد هدف التربية الإعلامية الرقمية في جمهورية مصر العربية في: التوعية الإعلامية الجيدة للمواطنين وتوظيفها لتحقيق مواطنة صالحة واعية ومسئولة لمُجتمع ديمقراطي.

- التربية الإعلامية الرقمية منظومة مُتكاملة ومُتعدّدة الأبعاد والعمليات المهارية: (المعرفية، والأدائية)، والسلوكية، والنفسية، والاجتماعية، وتؤدي هذه العمليات دوراً هاماً في: صقل شخصية الفرد وتنميتها، وتطوير مداركه لمواكبة التغيرات الاجتماعية والثقافية المُتنوعة.
- يتبلور مفهوم التربية الإعلامية ومُحدداتها في إطار مهارات التربية الإعلامية الرقمية.

- تتبلور أهمية التربية الإعلامية الرقمية الرئيسة في جعل الفرد والمجتمع عناصر فعالة في عملية الاتصال الإعلامي غير خاضعين لتأثيراتها السلبية، وعلى وعي بالأداء الإعلامي، وقادرين على حُسن انتقاء الرسائل الإعلامية ووسائطها، وتكوين رؤية ناقدة، وإدراك ما تحمله تلك الرسائل من قيم، وإيجابيين مُشاركين في إنتاجها، وتشاركتها بمسئولية مع الآخرين.
- تحتاج التربية الإعلامية الرقمية إلى الاتصاف والالتزام بمجموعة من الخصائص، والتي من شأنها مُساعدة أفراد المُجتمع على الاستخدام الواعي لوسائل الإعلام، أهمها خاصية: العلم، والانتقاء، والتناسب، والتوازن، والتكامل، والتعديل والتصحيح.
- تحتاج مُعالجة مُعوقات تطبيق التربية الإعلامية الرقمية إلى مجموعة من الإمكانيات البشرية والمادية.
- بينت نتائج الدراسة وجود فرق دال إحصائياً بين مُتوسطي درجات الطّالبات مجموعة الدراسة في القياسين القبلي والبعدي للاختبار المعرفي لبنية مهارات التربية الإعلامية لصالح القياس البعدي.
- كشفت نتائج الدراسة عن وجود فرق دال إحصائياً بين مُتوسطي درجات الطّالبات مجموعة الدراسة في القياسين القبلي والبعدي لبطاقة تقييم إنتاج الرسائل الإعلامية لصالح القياس البعدي.

هوامش الدراسة

- كرم، إبراهيم. (1992). دور المدرسة في تنمية التفكير في المرحلة الثانوية بدولة الكويت، المجلة التربوية، الكويت: جامعة الكويت، ع. (25).
- محمد، أحمد جمال حسن. (2018). رؤية منهجية مقترحة لتطبيق التربية الإعلامية على طلاب الجامعة المُتخصصين وأثرها على جودة إنتاجهم للرسائل الإعلامية. رسالة دكتوراه غير منشورة. قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا، مصر.
- حسن، أحمد جمال. (2015). التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة. رسالة ماجستير غير منشورة. قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا، مصر.
- علي، أسماء حسين. (2022). أثر برنامج مقترح في التربية الإعلامية على تنمية مهارات الإنتاج الإعلامي الرقمي لدى طلاب الثانوية. رسالة دكتوراه غير منشورة. قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا، مصر.
- صالح، أسماء زكي محمد. (2011). تنمية التفكير الإبداعي للطلاب في ضوء استراتيجيات التعلم البنائي، الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
- علي، إيمان سيد. (2020). اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات. مجلة البحوث الإعلامية، 6(55)، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
- محمد، حازم أنور و أبو المجد، إبراهيم محمد. (2017). فعالية برنامج تدريبي لتنمية الوعي بمهارة إنتاج المحتوى في وسائل الإعلام الجديدة لدى الشباب الجامعي: دراسة شبه تجريبية في إطار مدخل التربية الإعلامية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 16(4)، مركز بحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- الطيب، حبيبة عثمان عباس. (2016). معايير الجودة في إنتاج البرامج التلفزيونية: دراسة تطبيقية على البرامج الإخبارية في تلفزيون السودان في الفترة من 2013: 2015م. رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.
- على، حسن محمد. (2010). أثر برنامج لتنمية مهارات المشاهدة الناقدة للتلفزيون على عينة من الأطفال المصريين. مجلة دراسات الطفولة. مج. (13)، ع. (46)، يناير/ مارس، ص 277-309.
- أبو شنب، حسين و سعد، حسين. (2016). إنتاج المواد الإعلامية. سلسلة الإصدارات الإعلامية، جامعة فلسطين.
- العبد الكريم، راشد بن حسين. (2007). المناهج الدراسية وتنمية ملكات النقد لوسائل الإعلام. ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية "وعي ومهارة اختيار". مارس، الرياض: وزارة التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية الإعلامية.
- منصور، رشدي (1997). حجم التأثير - الوجه المكمل للدلالة الإحصائية، المجلة المصرية للدراسات النفسية، يونية، ع. (16)، مجلد (7).
- يوسف، ريهام سامي حسين. (2019). مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الجامعات: دراسة كيفية. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، (26). جامعة الأهرام الكندية.
- أحمد، سامية عبد الحكيم. (2010). منهج مقترح في التربية الإعلامية في ظل المعايير القومية للجودة الشاملة. رسالة ماجستير غير منشورة. قسم مناهج وطرق تدريس إعلام تربوي، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، مصر.
- أحمد، سليم عبد الستار سليم. (2016). تصور مقترح للتربية الإعلامية بالجامعات المصرية في ضوء مستجدات مجتمع المعرفة [رسالة ماجستير غير منشورة]. قسم أصول التربية، كلية التربية، جامعة أسوان.

- الدسوقي، سماح محمد. (2010). التربية الإعلامية بالتعليم الأساسي في عصر العولمة. الإسكندرية: المركز القومي للبحوث التربوية والتنمية، دار الجامعة الجديدة.
- الشمري، صالح عابر صالح. (2018). التربية الإعلامية وطرق تضمينها في الإطار العام للمناهج في المؤسسات التعليمية في دولة الكويت [رسالة دكتوراه غير منشورة]. كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- محمد، طارق محمد. (2005). دور الإعلام التربوي في تنمية الوعي الإعلامي لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية. رسالة دكتوراه غير منشورة. قسم الإعلام وثقافة الطفل، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، مصر.
- عقيلة، عبد المحسن حامد. (2022). مستوى مهارات التربية الإعلامية الإخبارية لطلاب الإعلام التربوي بجامعة المنيا- دراسة في ضوء نموذج جيمس بوتز للتربية الإعلامية. مجلة البحوث الإعلامية، 62(2) ، 561-696.
- حمدي، عبير محمد. (2020). توظيف منهج التربية الإعلامية في المحتوى الأكاديمي لكليات الإعلام المصرية من منظور الأكاديميين. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 19(4)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- محمد، غادة حُسام الدين. (2006). أثر استخدام برنامج للمشاهدة الناقدة على عينة من الأطفال المصريين: دراسة تجريبية. رسالة دكتوراه غير منشورة. قسم الإعلام وثقافة الأطفال، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، مصر.
- محمد، غادة حُسام الدين. (2010). أثر برنامج للتربية الإعلامية على عينة من ذوي الاحتياجات الخاصة: دراسة تجريبية. مجلة الآداب والعلوم الإنسانية. كلية الآداب، جامعة المنيا، ع. (71)، يوليو، ص1325 - 1428.

- حسن، فتحية أحمد عبد القادر. (2023). دور كليات التربية في إكساب طُلابها كفايات التَّربية الإعلامية الرِّقْمِيَّة. مجلة كلية التربية في العلوم التربوية، 47 (4)، 223-305.
- الشهراني، فلاح محمد و الغامدي، سامي عبد الله لاحق. (2021). معوقات التربية الإعلامية في المدارس الثانوية بمحافظة المخواة من وجهة نظر المعلمين وسبل التغلب عليها. مجلة شباب الباحثين في العلوم التربوية للدراسات العليا بسوهاج، (8).
- وجدي، لمياء محمد. (2010). فاعلية برنامج مُقترح للتربية الإعلامية على عينة من الجمهور. رسالة دكتوراه غير منشورة. قسم إعلام وثقافة الطفل، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، مصر.
- محمد عبد العاطي، علاء. (2021). رؤية مستقبلية لتفعيل دور أخصائي الإعلام التربوي في تطبيق التربية الإعلامية لدى طلاب المرحلة الإعدادية دراسة ميدانية على الممارسين والأكاديميين. مجلة البحوث الإعلامية، 58(2)، 631-696.
- السيد، محمد عبد القادر علي. (2011). فعالية برنامج قائم على المدخل المنظومي في تنمية القوة الرياضياتية وبعض مهارات ما وراء المعرفة لدى الطلاب الفائقين بالمرحلة الثانوية، رسالة دكتوراه غير منشورة. قسم المناهج وطرق التدريس وتكنولوجيا التعليم، كلية التربية، جامعة المنوفية.
- سالم، محمد فضل محمد. (2008). تطبيق الجودة الشاملة في إدارة المؤسسات الصحفية في السودان: دراسة وصفية تحليلية على إدارة عينة من الصحف 2003-2005م. رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.
- إبراهيم، مريم صالح. (2013). تصور مقترح لتفعيل دور المدرسة في التربية الإعلامية لمواجهة تحديات العولمة الثقافية. رسالة ماجستير غير منشورة. قسم أصول التربية، كلية التربية، جامعة القصيم، السعودية.

- الأكلبي، مفلح دخيل مفلح. (2008). فعالية إستراتيجية التعلم التعاوني في تدريس مادة الحديث والثقافة الإسلامية في التحصيل الدراسي ومهارات التفكير الناقد لدى طلاب الصف الأول الثانوي، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية، جامعة أم القرى.
- مكاوي، ممدوح عبد الله و مؤيد، هيثم جوده و عثمان، إسلام أحمد. (2021). آليات تداول الشباب العربي للمحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي: نموذج مقترح في إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية. مجلة البحوث الإعلامية، (56).
- فتح الله، مندور عبد السلام. (2008). تنمية مهارات التفكير: الإطار النظري والجانب التطبيقي، الرياض: دار النشر الدولي.
- العفون، نادية حسين ، ومنتهى مطشر. (2012). التفكير أنماطه ونظرياته وأساليب تعليمه وتعلمه، عمان: دار صفاء.
- سمير، نعيمة عمر. (2016). تصور مقترح للتربية الإعلامية في المرحلة الثانوية للبنات في المملكة العربية السعودية في ضوء التجارب العالمية. رسالة دكتوراه غير منشورة. قسم أصول التربية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية.
- إبراهيم، نهى سامي. (2016). فاعلية تطبيق برنامج للتربية الإعلامية من خلال استخدام ألعاب الفيديو في تنمية مهارات النقد والتحليل لدى المُراهقين. رسالة دكتوراه غير منشورة. قسم الإعلام وثقافة الأطفال، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، مصر.
- علي، هاجر عبد الله جادالله. (2024). دور التربية الإعلامية في تعزيز وعي المتلقي دراسة مسحية على عينة من طلاب قسم الإعلام والاتصال بجامعة الملك خالد الفترة من يناير 2022م - يناير 2023م. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 8(1)، 52-77.

- يسري، هالة السيد. (2019). تقييم ممارسات مستخدمي "الفيس بوك" للتربية الإعلامية إزاء مضامين الإعلام الرقمي وأثرها على تجسيد مفهوم المواطنة. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، (24)، جامعة الأهرام الكندية.

- عبد المقصود، هاني نادي. (2020). إدراك طلاب الجامعة لمفاهيم التربية الإعلامية وعلاقته بمستوى الرقابة الذاتية على المضمون المقدم بوسائل الإعلام التقليدية والجديدة: دراسة ميدانية. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، (29)، جامعة الأهرام الكندية.

- عباس، هناء عبده، وهشام سعد زغلول، وسامية عبد الحكيم أحمد. (2011). أثر وحدة مقترحة في التربية الإعلامية على التحصيل الدراسي لدى طلاب الصف الأول الثانوي الفني. مجلة بحوث التربية النوعية، جامعة المنصورة، ع. (23)، ج. (1)، أكتوبر، ص 289-322.

- العامودي، هناء محمد سعيد. (2016). واقع مساهمات مُعلمات الصف الأول ثانوي في التربية الإعلامية من وجهة نظر الطالبات بمدينة مكة المكرمة. مجلة القراءة والمعرفة. ع. (180)، أكتوبر، ص1-21.

- العياصرة، وليد رفيق. (2011). التفكير الناقد واستراتيجيات تعليم، عمان: دار أسامة.

- Baron, M. (2010). *Literacy, Then and Now*, available at: http://www.media-awareness.what_is_media_literacy.cfm
- Beyer, B, K. (2002). *Developing A Thinking Skills Program*. New York: Doubleday.
- Carolan, C. (2005). *Developing critical media literacy: A case study of an upper elementary classroom*. (MAs Thesis, (Canda: University of Calgary).
- Center For Media Literacy. (2009). *CML Media Lit Kit™, CMI's Five Key Questions and Core Concepts (Q/Tips) for Consumers and Producers*, available on: <http://www.medialit.com>.
- Christ, W. G. (1997). *Defining Media Education* In: Christ William (ed): *Media Education Assessment Hand Book*, Lawrence, Erlbaum Association publishers, New Jersey.
- Christ, W. G., & Potter, W. J. (1998). Media literacy, media education, and the academy. *Journal of communication*, 48(1), 5-15.

- Eastman, W. (2001). Media culture and media violence: Making the television work for young children, early childhood educators, and parents (Report No. PS-029467). In *Athens, Greece: Third World Forum on Early Care and Education. ED453* (Vol. 916).
- Festl, R. (2021). Social media literacy & adolescent social online behavior in Germany. *Journal of Children and Media, 15*(2), 249-271.
- Hobbs, R. (1997). Expanding the concept of literacy. *Media literacy in the information age, 6*, 83- 163.
- Jones-Jang, S. M., Mortensen, T., & Liu, J. (2021). Does media literacy help identification of fake news? Information literacy helps, but other literacies don't. *American Behavioral Scientist, 65*(2).
- MacDonald, M. F. (2008). *Media literacy in action: An exploration of teaching and using media literacy constructs in daily classroom practice* (Doctoral dissertation, UNIVERSITY OF CALIFORNIA, LOS ANGELES).
- Manca, S., Bocconi, S., & Gleason, B. (2021). "Think globally, act locally": A glocal approach to the development of social media literacy. *Computers & Education, 160*, 104025,5.
- McNelly, T. A., & Harvey, J. (2021). Media literacy instruction in today's classrooms: A study of teachers' knowledge, confidence, and integration. *Journal of Media Literacy Education, 13*(1), 108-130.
- Potter, W. J. (2003). *Media Literacy*. California: Sage Publications, Inc.
- Scharrer, E. (2005). Sixth Graders Take on Television: Media Literacy and Critical Attitudes of Television Violence The research was supported by a service-learning grant from the College of Social and Behavioral Sciences at the University of Massachusetts Amherst. *Communication Research Reports, 22*(4), 325-333.
- Schmidt, H. C. (2013). Media literacy education from kindergarten to college: A comparison of how media literacy is addressed across the educational system. *Journal of Media Literacy Education, 5*(1), 3.
- Webb, T., Martin, K., Afifi, A. A., & Kraus, J. (2010). Media literacy as a violence-prevention strategy: A pilot evaluation. *Health promotion practice, 11*(5), 714-722.