دور القائم بالاتصال في تحقيق معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.. تصور مقترح "دراسة ميدانية"

إعداد:
أ.م. د. إيمان محمد أحمد حسن[١]

ملخص:

هدفت الدراسة إلى الكشف عن دور القائم بالاتصال في تحقيق معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مُستخدمة المنهج الوصفي بإسلوب المسح بالعينة، كأداة لجمع البيانات، وتكونت العينة الميدانية من (١٦٠) مُفردة من "أخصائي الإعلام التربوي" من القائمين على تحقيق معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالمدراس الإعدادية بمحافظة المنيا "إدارة المنيا التعليمية"، وتوصلت إلي: وجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائية بين استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي، ودوره في تحقيق معايير التربية الإعلامية، كما أوصت الدراسة بضرورة تدريب كافة "أخصائيين الإعلام التربوي" بالمدارس على استخدام الأجهزة الاتصالية الحديثة في العملية التعليمية لتحقيق أهداف العملية التربوية، مع الاهتمام بأنشطة الإعلام التربوي ومُتابعتها من قبل المختصين بها في وزارة التربية والتعليم عبر الشبكات الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية:

القائم بالاتصال، معايير التربية الإعلامية، مواقع التواصل الاجتماعي.

[١] أستاذ الإذاعة والتليفزيون المُساعد بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية – جامعة المنيا

The role of the communicator in achieving media education standards through social media. Suggested perception 'A field study'

Abstract:

The study aimed to reveal the role of the communicator in achieving the standards of media education through social media sites, used in the descriptive method in the sample survey method, as a tool to collect data, and the field sample consisted of (160) singles from the 'educational media' specialist from those responsible for achieving media education standards Through the social media sites of the preparatory schools in Minya Governorate, the Department of Minya, and I reached: The presence of a correlation relationship statistically between the use of the contact person for social media sites and his role in achieving the standards of media education, The study also recommended that all educational media specialists in schools should be trained in the use of modern communication devices in the educational process to achieve the goals of the educational process, with attention to educational media activities and their follow-up by specialists in the Ministry of Education through social networks.

Key words:

Based contact - Media Education Standards - Social net works.

مُقدمة:

تُعد شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة تعليمية هامة للتواصل بين القائمين بالاتصال بالمدارس والطلاب، حيثُ يُمثل استخدام هذه الشبكات في قطاع التعليم تحقيق أهداف العملية التربوية وتنمية مهارات التعامُل مع التكنولوجيات الحديثة وتوفير بيئة تعليمية قائمة على التفاعل والحوار والمُشاركة بين "أخصائي الإعلام التربوي" وطلابه مع مراعاة الفروق الفردية بين الطلاب تحقيقاً للتعلُم مدى الحياة، فالبيئة التربوية داخل وخارج مُجتمع المدرسة تقوم على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في نشر معايير التربية الإعلامية، وربط المدرسة بالمُجتمع الخارجي، حيثُ يُعد موقع شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" أحد أهمّ الوسائل النّاجحة في تعزيز التعليم، حيث يُمكن للمُعلّم إمكانية نشر معايير التربية الإعلامية وخلق بيئة تربوية تفاعلية قائمة على التفاعل والحوار حول مواضيع تتعلق بالمُقررات الدّراسية، فقد عملت هذه الشبكات على تحقيق التواصل بين الطلاب والمُعلمين من خلال ربطها بالمناهج الدراسية، بالإضافة إلى مُتابعة أخر المُستجدات على الساحة التعليمية من خلال الاشتراك في الصفحات التعليمية للتعرف على نشاط القائمين بالاتصال داخل وخارج المُجتمع المدرسي.

مُشكلة الدراسة:

بدأ الإحساس بمُشكلة الدراسة عندما أرادت الباحثة الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق أهداف التربية الإعلامية عن طريق القائم بالاتصال؛ وذلك نظراً لأهمية هذه المواقع في وقتنا الحالي؛ وكذلك التفاف الجماهير حولها وتفوقها على وسائل الإعلام التقليدي من حيث كثافة المُشاهدة والتفاعل، لذلك أجرت الباحثة دراستها الاستطلاعية على عينة قوامها (١٤) مُفردة من القائمين بالاتصال في المدارس الإعدادية "إخصائي الإعلام التربوي" بمُحافظة المنيا "إدارة المنيا التعليمية" من مُستخدمي من مواقع موقع شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" لتحقيق معايير التربية الإعلامية.

وبناءً على ما توصلت إليه نتائج الدراسة الاستطلاعية ذات الصلة بأسباب استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق معايير التربية الإعلامية، والتي أسفرت: إثراء الأنشطة المدرسية ونشر موضوعات التربية الإعلامية في المقدمة بنسبة (٥٠%)، تلاها تدريب الطلاب على تحليل ونقد مُختلف جوانب الرسالة الإعلامية بنسبة (٣٥.٧١%)، ومن ثم توعية الطلاب بأساليب وتقنيات ومراحل الإنتاج الإعلامي بنسبة (١٤.٢٨%).

ونتائج بعض الدراسات السابقة مثل دراسة مُني جمال (٢٠١٦م)، والتي أوصت بتدريب كافة أخصائيين الإعلام المدرسي بكل المُحافظات على حدٍ سواء على استخدام الأجهزة الاتصالية الحديثة والمعلوماتية، وذلك لمواكبة التطور الذي يحدث ومواكبة ثورة الاتصالات التي يشهدها العالم، إضافة إلى توفير مُدربين وخبراء في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وعقد دورات تدريبيه لأخصائي الإعلام المدرسي.

ونظراً للتطورات المُتسارعة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وما تُقدمه الدراسة من استعراض للدور التربوي الذي تُسهم به مواقع التواصل الاجتماعي البيئة الإعلامية المدرسية، وبما

يتصل بدور القائمين بالاتصال "أخصائي الإعلام التربوي" في نشر معايير التربية الإعلامية عبر التواصل الاجتماعي لربط البيئة التربوية المدرسية بالمُجتمع الخارجي لتحقيق أهداف التربية، فبالرغم من أنَّ المُؤسسات التعليمية لا تشرف على هذه الشبكات ولا تستطيع أن تحدد صلاحيات الأفراد في استخدام هذه الشبكات، وسعيها لإيجاد طريقة أمنه لخدمة العملية التعليمية داخل وخارج مُجتمع المدرسة، لذلك تتمحور مُشكلة الدراسة في تساؤل رئيسي يقول: ما دور القائم بالاتصال في تحقيق معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل؟

أهمية الدراسة:

ترجع الأهمية النظرية إلى التركيز على أهمية استخدام القائمين بالاتصال "أخصائي الإعلام التربوي" لموقع شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في نشر معايير التربية الإعلامية، فهو يُعد وسيلة تعليمية في تنمية المهارات الإعلامية في البيئة المدرسية، حيثُ تعود بالنفع على طلاب المدارس الإعدادية، و"أخصائي الإعلام التربوي" من القائمين بالاتصال في المدارس الإعدادية في تنمية السلوك الإبداعي لدي الطلاب ونشر ثقافة الحوار، وربط "الإعلام التربوي" بواقع الحياة ومُشكلات الطلاب الفكرية المُعاصرة، بالإضافة إلى مُساعدة الطلاب على إقامه أنشطة تتعلق بدراستهم، ودمجهم المهني والاجتماعي، فقد اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدارسات على أهمية نشر القائمين بالاتصال "أخصائي الإعلام التربوي" في المدارس لمعايير التربية الإعلامية والاهتمام بتدريسها، كما أكدت على الاهتمام بالأنشطة الإعلامية داخل المدرسة في مُقدمة مسئوليات المدرسة في دعم التربية الإعلامية بين الطلاب، ومنها دراسة رشا عبد اللطيف (٢٠١١م).

أما الأهمية التطبيقية تقوم على من الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في نشر معايير التربية الإعلامية ونشر المبادئ والقيم الحميدة والأخبار الحقيقة حول الموضوعات التي تمس اهتمامات وميول الطلاب، وبالتالي تُسهم في بناء الطالب القادر على الابتكار والاختراع والتعامل مع التقنيات الحديثة بمهارة فائقة، إضافة إلى إكساب الطلاب معايير التربية الإعلامية وتنمية سلوكياتهم وفق منظومة تربوية سليمة، وبذلك يكون "أخصائي الإعلام التربوي" قد قام بدوره الحقيقي ووظيفته الأساسية، حيث يحقق توظيف "الفيسبوك" في خدمة التعليم فوائد كبيرة كقدرته على الوصول إلى مُختلف الأجهزة المحمولة وتسهيل عملية توزيع المواد العلمية داخل قاعات الدروس وكذلك تسهيل عملية التقييم وإجراء الاختبارات وتبادل المعلومات بينه وبين طلابه.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية للتعرف على الهدف الرئيس الآتي، وهو: دور القائم بالاتصال في تحقيق معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وينبثق من الهدف الرئيس الأهداف الفرعية الآتية:

١- معرفة العلاقة بين استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي، ودوره في تحقيق معايير التربية الإعلامية.

٢- تبيان العلاقة بين خبرة استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي، ومُعدل الوقت الذي يقضيه في نشر معايير التربية الإعلامية.

٣- توضيح كيفية تدريب القائم بالاتصال للطلاب على معايير التربية الإعلامية، وأشكال التفاعل معها.

الدارسات السابقة:

حظي استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر معايير التربية الإعلامية على عدة مُستويات وفي إطار مَا تم الاطلاع عليه من دارسات سابقة ذات الصلة بالموضوع تحت محور الدراسات المُرتبطة بمعايير التربية الإعلامية والقائم بالاتصال على مواقع التواصل الاجتماعي، وفيما يلي عرضاً للدراسات السابقة:

هدفت دراسة إبراهيم أحمد (٢٠١٨م). إلى تقييم المعالجة الإعلامية لقضايا التعليم بالقنوات الفضائية في إطار معايير التربية الإعلامية، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة كأداة لجمع البيانات، وتكونت العينة الميدانية (٤٠٠) مُفردة من طلاب المرحلة الإعدادية بمُحافظة المنيا، وتوصلت إلي: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين درجة مساهمة البرامج التعليمية في مُعالجة قضايا التعليم في ضوء معايير التربية الإعلامية، ووجود فروق غير دالة إحصائية بين الذكور والإناث في تقييم المُعالجة لقضايا التعليم بالقنوات الفضائية في ضوء معايير التربية الإعلامية، وفي ذات الإطار سعت دراسة فيفزي كاساب وبينر جورسنر (FEvzi Kasap and Penner G ü rInAr,2017). إلى أهمية التربية الإعلامية من أجل كشف ومنع الاستبعاد الاجتماعي الذي تنشئه وسائل الإعلام على الأشخاص ذوي الإعاقة، واستخدمت المنهج الوصفي بإسلوب المسح بالعينة كأداة لجمع البيانات، وتكونت العينة الميدانية من (٢٠٠) مُفردة من الأشخاص ذوي الإعاقة، وتوصلت الدراسة إلي: أنّ برامج التربية الإعلامية تعطي وجهات نظر جديدة لأفراد المُجتمع المحلي وتعلمهم السيطرة على وسائل الإعلام كما تقوم بإلغاء الأثار الضارة لوسائل الإعلام بتثقيف المواطنين الواعين.

وفي سياق متصل هدفت دراسة هناء راضي (٢٠١٧م). معرفة دور القائم بالاتصال في الإعلام المدرسي نحو تقديم مفهوم جديد إلى الطلاب وهو مفهوم التربية الإعلامية، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة كأداة لجمع البيانات، وتكونت العينة الميدانية من (٤٥٠) مُفردة من طلاب المرحلة الثانوية، وتوصلت الدراسة إلي: أنّ نسبة (٤٨.٤%) من الطلاب على دراية بمفاهيم التربية الإعلامية ويرجع ذلك لبعض المُؤسسات المعنية بإعداد الفرد وتربيته إعلامياً وعلى رأسها الأسرة والمدرسة، المناهج الدراسية ووسائل الإعلام، كماَ سعت دراسة توزيل، سايت، هوبس، رينيه (Tuzel , Sait, Hobbs, Renee, 2017). إلى معرفة دوافع المدرسين لاستخدام التعليم الرقمي، واستخدمت المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة كأداة لجمع البيانات، وتكونت العينة الميدانية من (٢٨٢٠) مفردة من المدرسين الأتراك لقياس الاتجاهات نحو الوسائل التكنولوجية، التركيز حول المتعلم محتوى الرسالة وجودتها، وتوصلت إلي: أنّ دوافع المدرسين

لاستخدام التكنولوجيا الرقمية هي التشجيع على التعليم أكثر من تدريب كوادر إعلامية، وكذلك لربط الطاب بالقدرات النقدية وبناء المحتوى الإعلامي أكثر من تشجعيهم على التفكر بالسياق الاجتماعي والاقتصادي.

تعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

- **بالنسبة للمنهج:** أجمعت الدراسات على استخدام المنهج الوصفي عن طريق أداة الاستبيان، بينما اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في استخدام أداة الاستبيان كجزء من المنهج الوصفي للتحقق من نتائج الدراسة الحالية.
- **بالنسبة للعينة:** اختلفت الدراسات السابقة في اختيار العينة، حيث اعتمد بعضها على عينة من طلاب المرحلة الإعدادية بمُحافظة المنيا والبعض الآخر اعتمد على عينة من الأشخاص ذوي الإعاقة، وأيضاً اعتمد بعضها على عينة من طلاب المرحلة الثانوية، وبعضها اعتمد على المدرسين لقياس الاتجاهات نحو الوسائل التكنولوجية، في حين اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في تحديد عينة الدراسة، حيث طبقت الدراسة الحالية على عينة من "أخصائيين الإعلام التربوي" بالمدارس الإعدادية بمُحافظة المنيا "إدارة المنيا التعليمية" من القائمين على تحقيق معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- **بالنسبة للأهداف:** اختلفت الدراسات السابقة في تحديد الأهداف، فقد هدفت دراسة إبراهيم أحمد (٢٠١٨م). إلى تقييم المعالجة الإعلامية لقضايا التعليم بالقنوات الفضائية في إطار معايير التربية الإعلامية، وكذلك دراسة كاساب وبينر جورسنر التي هدفت (FEvzi Kasap and Penner G ü rInAr,2017). إلى أهمية التربية الإعلامية في كشف ومنع الاستبعاد الاجتماعي الذي تنشئه وسائل الإعلام على الأشخاص ذوي الإعاقة، وَأيْضًا دراسة هناء راضي التي هدفت (٢٠١٧م). إلى معرفة دور القائم بالاتصال في الإعلام المدرسي نحو تقديم مفهوم جديد إلى الطلاب وهو مفهوم التربية الإعلامية، فضلاً عن دراسة توزيل، سايت، هوبس، رينيه التي سعت (Sait, Hobbs, Renee, 2017،Tuzel). إلى معرفة دوافع المدرسين لاستخدام التعليم الرقمي.

استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في الآتي:

- تحديد مُشكلة الدراسة تحديداً علمياً صحيحاً.
- صياغة فروض وأدوات الدراسة وتحديد المنهج المناسب للتحقق من نتائج الدراسة الحالية.
- ساهمت الدراسات السابقة في إثراء الإطار المعرفي بالاعتماد عليها كمصادر للدراسة الحالية.
- الاستفادة منها في تحليل النتائج وتفسيرها والتعليق عليها بأسلوب علمي صحيح، حيثُ ترتبط الأطر النظرية للدارسات السابقة التي تم التعليق عليها في الدراسة الحالية بدور القائم بالاتصال في تحقيق معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدارسات الوصفية، التي تعتمد بشكل أساسي على استخدام أسلوب المسح بالعينة، حيث يُعد الطريقة المُثلي للحصول على البيانات الكمية والنوعية لجميع فقرات صحيفة الاستبيان إذ يحتوي أسلوب المسح بالعينة على جمع بيانات المبحوثين كأجزاء أساسية لمعرفة مدي دور القائم بالاتصال في تحقيق معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تعتمد الاستجابات النوعية للمبحوثين على تفسير النتائج الرقمية التي تم التوصل إليها، وذلك لأنّ الباحثة في هذا النوع من الدراسات تبدأ برصد واستخراج النتائج من خلال البيانات التي تم التوصل إليها، وقد اتبعنا هذا المنهج لأنه يستجيب إلى هدف الدراسة في معرفة مدي دور القائم بالاتصال في تحقيق معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال قياس استجابات المبحوثين في تحقيق معايير التربية الإعلامية في البيئة الإعلامية التربوية، وبناءً على ذلك يتم استنتاج مدي دور القائم بالاتصال في تحقيق معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وينبثق من التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية الآتية:

١- هل هناك علاقة بين استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي، ودوره في تحقيق معايير التربية الإعلامية؟

٢- ما خبرة استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي، ومُعدل الوقت الذي يقضيه في نشر معايير التربية الإعلامية؟

٣- ما طرق تدريب القائم بالاتصال للطلاب على معايير التربية الإعلامية، وأشكال التفاعل معها؟

فروض الدراسة:

١- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي، ودوره في تحقيق معايير التربية الإعلامية.

٢- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين خبرة استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي، ومُعدل الوقت الذي يقضيه في نشر معايير التربية الإعلامية.

٣- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تدريب القائم بالاتصال للطلاب على معايير التربية الإعلامية، وأشكال التفاعل معها.

مفاهيم الدراسة:

- **القائم بالاتصال:** هو معد الرسالة الإعلامية ومنتجها ومحررها ومقدمها في مختلف مجالات العمل.
- **مواقع التواصل الاجتماعي:** مواقع إلكترونية تتيح لمستخدميها التواصل والتفاعل فيما بينهم حول القضايا ذات الاهتمام المشترك.

- **معايير التربية الإعلامية:** وتعني القيام بالالتزام بالضوابط والمعايير التي تحقق أهداف العملية التربوية وتتمثل هذه المعايير في الأبحاث التربوية دورات التدريس والتقييم المستمر للطلاب وتدريبهم على استخدام تقنيات الاتصال الحديثة.

مُجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل المُجتمع البشري في القائمين بالاتصال "أخصائي الإعلام التربوي" بالمدارس الإعدادية بمُحافظة المنيا من القائمين على نشر معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث قامت الباحثة بسحب عينة عمدية قوامُها (١٦٠) مبحوث تتراوح أعمارهم من ٢٥: ٤٠، ويرجع أسباب اختيار العينة إلي:

١- اختيار الباحثة لعينة القائمين بالاتصال في المدارس الإعدادية إلى صفة الموضوع باعتبارهم فئة وشريحة تُمثل قطاعاً فاعلاً في المُجتمع البشري، وفي البيئة التعليمية التربوية، بالإضافة إلى أنّ "أخصائي الإعلام التربوي" بالمدارس الإعدادية لديهم القدرة على نشر معايير التربية الإعلامية، وتدريب الطلاب عليها والإحاطة بالمُشكلات التي تواجه العملية التعليمية في البيئة التربوية والتعامُل معها طبقاً لطبيعة عملهم في البيئة التربوية.

٢- يوجد في المُؤسسات التعليمية "أخصائي إعلام تربوي" بالمدارس، ذات طابع تعليمي مُتنوع ذكور، إناث مما يوفر للباحثة عينة تمثل المُجتمع الأصلي للشباب تمثيلاً صحيحاً داخل المُجتمع لذلك تم توزيع عينة الدراسة (٣٢) مدرسة من المدارس الإعدادية بمُحافظة المنيا "إدارة المنيا التعليمية"، وفيما يلي عرضاً لتوصيف العينة.

جدول(١): توصيف عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (ن=١٦٠)

الخصائص الديموغرافية		ك	%
النوع	ذكور	٨٠	%٥٠
	إناث	٨٠	%٥٠
العمر	٢٥: ٣٠	٧١	%٤٤.٣٨
	٣٠: ٣٥	٦١	%٣٨.١٢
	٣٥: ٤٠	٢٨	%١٧.٥
المستوي المهني	أخصائي الإعلام تربوي	١١٨	%٧٣.٧٥
	أخصائي المسرح	٤٢	%٢٦.٢٥
التوزيع الجغرافي	ريف	٨٨	%٥٥
	حضر	٧٢	%٤٥
المجموع		١٦٠	% ١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- **فيما يتعلق بتوزيع العينة وفقاً لمتغير النوع:** أنَّ نسبة كل من الذكور والإناث في عينة الدراسة من القائمين بالاتصال بلغت (٥٠%)، وهي نسبة مُتساوية، وذلك يُشير إلى أنّ العمل على نشر معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي يتناسب مع كل من الذكور والإناث.

- **فيما يتعلق بتوزيع العينة وفقاً لمتغير العمر:** أظهرت النتائج أنّ الفئة العمرية (٣٠:٢٥) جاءت بنسبة مُرتفعة قَدْرهَا (٤٤.٣٨%)، تَلِيهَا الفئة العمرية (٣٠: ٣٥) بنسبة (٣٨.١٢%)، وأخيراً الفئة العمرية من (٣٥: ٤٠) بنسبة (١٧.٥%)، ويتبين من النتائج السابقة: أنَّ الفئة العمرية (٣٠:٢٥) هي الأكثر إقبالاً على نشر معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويُفسر ذلك بأنهُ كلما كان السن أصغر، كلما زاد الإقبال والاهتمام بمتابعة وتحقيق أهداف العملية التربوية.
- **فيما يتعلق بتوزيع العينة وفقاً لمتغير المستوي المهني:** أنّ نسبة (٧٣.٧٥%) من "أخصائي الإعلام التربوي" (إذاعة مدرسية وصحافة مدرسية) تُمثل الغالبية العظمي في نشر معايير التربية الإعلامية، ويرجع ذلك لأنهم ينقسمونَ إلى شقين؛ الأول: "الإذاعة المدرسية" والتي لا غني عنها بكل المدارس على مُستوي الجمهورية، والثاني:"الصحافة المدرسية" وهي موجودة ومطبقة بجميع المدارس، بينما جاءت فئة "أخصائي المسرح" بنسبة (٤٥%) باعتبارها ليست موجودة بكل المدارس؛ وأيضاً لعدم توفر المسرح المدرسي بكل المدارس بالإدارات التعليمية المُختلفة.
- **فيما يتعلق بتوزيع العينة وفقاً لمتغير محل الإقامة:** كشفت نتائج الدراسة أنّ أفراد العينة المقيمين بالحضر جاءوا في المقدمة بنسبة (٥٥%)، يليهم المقيمين بالريف بنسبة (٤٥%)، وتعزو الباحثة ذلك لأنّ مناطق الحضر ذات كثافة سكانية مرتفعة عن الريف.

حدود الدراسة:

الحدود المكانية: تشمل (٣٢) مدرسة من المدارس الإعدادية بمُحافظة المنيا "إدارة المنيا التعليمية" وتتمثل هذه المدارس في مدرسة (عزاقة الإعدادية، محجوب الإعدادية، مهني أبو حلفاية الإعدادية، صفت الشرقية الإعدادية، صفت الخمار الإعدادية بنين، صفت الخمار الإعدادية بنات، الفواخر الإعدادية، أبو يعقوب الإعدادية، طهنشا الإعدادية، دمشاو هاشم الإعدادية، دير عطيه الإعدادية، بهدال الإعدادية، سرير مُفتاح الإعدادية، طوخ الخيل الإعدادية، بني حسن الأشراف الإعدادية، العوام الإعدادية، المنيا الإعدادية بنين، الاتحاد الإعدادية بنين، طه حسين الإعدادية بنين، الشهيد محمد جمال، الإنجيلية الإعدادية بنات، الحديثة الإعدادية بنات، الحي السادس، الحي المُتميز، السلام الإعدادية بنات، السلام الإعدادية بنين، الفاروق الإعدادية، المنيا الإعدادية بنات، المنيا الرسمية للغات، رفاعة الإعدادية بنين، ناصف الإعدادية بنين.

الحدود الموضوعية: تقتصر على نشر معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالمدارس الإعدادية بمُحافظة المنيا" إدارة المنيا التعليمية".

الحدود الزمنية:هي الفترة التي استغرقتها الباحثة في تطبيق أداة البحث والمُتمثلة في العام ال جامعي٢٠١٨م، وتم سحب نتائج الدراسة الميدانية على الفترة التي طبقت فيها الدراسة، حيث قامت الباحثة بإجراء دراستها الميدانية على عينة عمدية قوامُها (١٦٠) مُفردة من القائمين بالاتصال في نشر معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالمدارس الإعدادية بمُحافظة المنيا "إدارة المنيا التعليمية"، خلال العام ٢٠١٨م، وذلك في الفترة المُمتدة من٢٠١٨/١٠/١م وحتى٢٠١٨/١١/٣٠م.

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدارسات الوصفية، والتي تعتمد بشكل أساسي على استخدام إسلوب المسح بالعينة، حيث يُعد الطريقة المُثلي للحصول على البيانات الكمية والنوعية لجميع فقرات صحيفة الاستبيان إذ يحتوي إسلوب المسح بالعينة على جمع بيانات المبحوثين كأجزاء أساسية لمعرفة دور القائم بالاتصال في تحقيق معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالمدارس الإعدادية بمُحافظة المنيا "إدارة المنيا التعليمية"، حيث تعتمد الاستجابات النوعية للمبحوثين على تفسير النتائج الرقمية التي تم التوصل إليها، وذلك لأنّ الباحثة في هذا النوع من الدراسات تبدأ برصد واستخراج النتائج من خلال البيانات تم التوصل إليها، وقد اتبعنا هذا المنهج لأنه يستجيب إلى هدف الدراسة في معرفة دور القائم بالاتصال في تحقيق معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال قياس استجابات المبحوثين في تحقيق أهداف التربية الإعلامية في البيئة الإعلامية التربوية، وبناءً على ذلك يتم استنتاج استخدامات القائم بالاتصال "أخصائي الإعلام التربوي" لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر معايير التربية الإعلامية.

مُتغيرات الدراسة:

المُتغير المستقل: معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المُتغير التابع: القائم بالاتصال.

أداة الدراسة:

صحيفة استبيان طبقت على عينة من "أخصائيين الإعلام التربوي" بالمدارس الإعدادية بمُحافظة المنيا "إدارة المنيا التعليمية" من القائمين على تحقيق معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

التحليل الإحصائي للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم جرت مُعالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية"والمعروف باسم "spss"، وذلك باللجوء إلى المُعاملات والاختبارات والمُعالجات الإحصائية التالية: "التكرارات البسيطة والنسب المئوية لجميع أسئلة الاستمارة، مُعامل ارتباط بيرسون لإيجاد العلاقة بين المتغيرات".

إجراءات الصدق والثبات لصحيفة الاستبيان:

تم التحقق من الصدق الظاهري لصحيفة الاستبيان من خلال عرضها على مجمُوعة من السادة المُحكمين في مجال الإعلام، وقد اشتملت الدراسة على ثلاث محاور، وقد تناول المحور الأول: استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر معايير التربية الإعلامية، بينما المحور الثاني: أهم معايير التربية الإعلامية التي يُفضل القائم بالاتصال نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودوره في تدريب الطلاب عليها، كما تناول المحور الثالث: أشكال تفاعل القائمين

بالاتصال والجمهور مع معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتم إجراء التعديلات الخاصة باستمارة الاستبيان، حيث تركزت حول تعديل بعض العبارات الخاصة بدور القائم بالاتصال في المؤسسة التعليمية في تدريب الطلاب على معايير التربية الإعلامية، ومدي الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في نشر معايير التربية الإعلامية وإلغاء بعض الأسئلة، وتم إجراء اختبار الثبات لصحيفة الاستبيان عن طريق إعادة تطبيق الاستمارة Retest على (٢٠) مُفردة من "أخصائي الإعلام التربوي"، وذلك بعد مرور خمسة عشر يوماً من التطبيق الأول للاستمارة على هذه المجموعة، وقد اعتمدت الباحثة في حساب ثبات نتائج الاستبيان على حساب نسبة الاتفاق بين إجابات المبحوثين في التطبيق الأول والثاني وكانت قيمة مُعامل الثبات (٠.٧٣٠)، وهو مُعامل ثبات مُرتفع يدل على عدم وجود اختلاف كبير في استجابات المبحوثين، كمّا يدل على صلاحية الاستبيان للتطبيق.

الإطار المعرفي:

مفهوم التربية الإعلامية:

تُعد التربية الإعلامية عملية هامة في تحقيق أهداف العملية التربوية، حيث يقتصر تأثيرها على طلاب المدارس والآباء والأمُهات، إضافة إلى أفراد المُجتمع فالتربية الإعلامية تعني القدرة على قراءة وتحليل وتقويم وإنتاج الرسالة الإعلامية، فالوعي الإعلامي يجب أن يتعدى على المُشاركة الواعية والهادفة لإنتاج المُحتوي الإعلامي، وتتعدد تعريفات التربية الإعلامية باختلاف الباحثين، ومنها:

هي إكساب الجمهور المتلقي الوعي الكامل في التعامل مع الوسائل الإعلامية الحديثة المكتوبة والمسموعة والمرئية مثل وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك لتكوين القدرة على قراءة المضمون الإعلامي وتحليله وتقويمه وإنتاجه (إلهام أحمد، ٢٠١٩، ٨)، كمّا أنها تقوم على التفكير النقدي والمُشاركة وإنتاج الأفكار والمُعالجات، فهي تشمل إعادة قراءة ونقد التعليم والأفلام التليفزيونية والسينما والصورة، حيث يكون للمواطن حق المُشاركة في إنتاج الأفكار والمُعالجات (فاضل محمد، ٢٠١٦، ١٣٥)، كما يُعرفها "potter" (٢٠١٣، ١٣) بأنّها: المنظر الذي من خلاله نعرض أنفسنا على وسائل الإعلام كي نفسر الرسائل الذي نتعرض لها لبناء المعرفة باستخدام المواد والأدوات الخام، كما تعد مهاراتنا بمثابة هذه الأدوات المُتمثلة في المواد الخام مثل المعلومات التي نحصل عليها من خلال وسائل الإعلام.

القائم بالاتصال ونشر معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

يُعد القائم بالاتصال في البيئة التربوية عنصر هام وفعال في نشر معايير التربية الإعلامية، فالتربية الإعلامية تختص في التعامُل مع كل وسائل الإعلام الاتصالية، حيث تشمل الكلمات والرسوم المطبوعة، والصور الساكنة والمُتحركة التي يتم تقديمُها عن طريق أي نوع من أنواع التقنيات، فهي تمكن الأفراد من فهم وسائل الإعلام الاتصالية، واكتساب مهارات استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الأخرين (فهد بن عبد الرحمن، ٢٠١٠، ٢٠)، حيث تختلف معاير وأسس التربية الإعلامية من باحث لأخر، وقد حدد جيمس games potter خمسة معايير أساسية للتربية

الإعلامية، والتي يقوم بنشرها القائم بالاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي (James Potter, W,1998,12-13)، وهي:

١- **التربية الإعلامية سلسلة متصلة وليست فئة:** أي أنّ التربية الإعلامية لا تعتمد على مُعدلات واحدة ومُتساوية بين الأفراد وإنمَا سلسلة مُتصلة متغيرة ومُتباينة من شخص لأخر حسب قدرته على إدراك وفهم المضمون الإعلامي بشكل نقدي.

٢- **التربية الإعلامية تحتاج إلى تطوير مُستمر:** أي أنّ التربية الإعلامية تتطلب تطوير مُستمر من قبل الجمهور حتى يرقي لمُستويات أعلى، فالتربية الإعلامية لا تقف عند حد مُعين ولكن يجب تطويرها باستمرار من خلال الوعي والنضج والتفاعلية بإيجابية مع مُحتوي الرسائل الإعلامية.

٣- **التربية الإعلامية عملية مُتعددة الأبعاد:** أي أنّ التربية الإعلامية تعتمد على تداخل وتكامل أبعاد مُتعددة في إداك وتحليل الرسالة الإعلامية، وتتمثل هذه الأبعاد في الأبعاد الأخلاقية، الجمالية، المعرفية، وسوف يتم شرح كل بُعد على حده كالآتي:

أ. **المجال الأخلاقي:** يُشير هذا البعد إلى مدي قدرة الفرد على استنباط القيم الأخلاقية التي تحكم الرسائل الإعلامية.

ب. **المجال الجمالي:** يُشير هذا البُعد إلى مدي قدرة الفرد على إدراك النواحي الفنية في المضمون الإعلامي وقدرته على الاستمتاع والتذوق الفني للمضمون الإعلامي والقدرة على تحري الفرق بين الفن الحقيقي والفن المُتكلف.

ت. **المجال العاطفي:** يُشير هذا البُعد إلى مدي امتلاك الفرد لحس مرهف أثناء تعرضه للمضمون الإعلامي.

ث. **المجال المعرفي:** يُشير هذا البُعد إلى مدي قدرة الفرد على إدراك المعني والرموز والدلالات، والأساليب الإقناعية التي تحتويها الرسال الإعلامية.

٤- **التربية الإعلامية تهدف إلى إعطائنا سيطرة أكبر على تفسيراتنا:** أي أنّ التربية الإعلامية تُساعدنا على تفسير الرسائل الإعلامية بوعي مما يُعطينا سيطرة أكبر على وسائل الإعلام، حيث ندرك نوايا القائمين بالاتصال مما َيجعلنا نتحكم في تأثيرات وسائل الإعلام.

٥- **التربية الإعلامية تتطلب بناء أبنية معرفية قوية:** أي أنّ التربية الإعلامية تتطلب منا مهارات ومعلومات كمُقومات للحكم بوعي على ما تقدمه وسائل الإعلام.

٦- **التفكير النقدي كمعيار رئيسي تقوم عليه التربية الإعلامية:** حيث أنّ نعمة العقل من النعم التي نحتاج إلى صونها ورعايتها، وذلك لأنّ العقل له ملكات توفر قدرات لابد من تنميتها وتدريبها كي لا تكون أسيرة الاستخدام المحدود مما يؤدي أي تعطليها وجودها، فالتفكير النقدي يتطلب مهارات معينة حددها ب اير(beyer B.k. Beyer,2002,17)، وهي:

أ. التميز بين الحقائق التي يُمكن إثباتها وبين الادعاءات، أو الأهواء الشخصية أو التحقق من صحتها.

ب. التمييز بين المعلومات والأسباب ذات العلاقة بالموضوع وبين الادعاءات غير المُرتبطة به.

ت. تحديد مدي مصداقية مصدر المعلومات وتحديد الدقة الحقيقية للخبر.

ث. التعرف على البراهين أو الحجج الغامضة أو المزاعم في الرسالة الإعلامية.

ج. التعرف على المغالطات والأكاذيب في الرسالة الإعلامية.

الجوانب الرئيسية لمعايير التربية الإعلامية:

هناك ثلاث جوانب تقوم عليها معايير التربية الإعلامية، وهي:

١- **الجانب المعرفي:** يتمثل هذا الجانب في المعلومات والمعارف التي يختزنها الجمهور ليتكمن من فهم وإدراك الرسالة الإعلامية.

٢- **الجانب الإدراكي:** يتمثل في القدرة على الاستشعار النقدي والتحليل الجيد للرسائل الإعلامية.

٣- **الجانب السلوكي:** يتمثل هذا الجانب في السلوك والتصرف السليم حيال التعرض الإعلامي بالتحليل والنقد وانتقاء وسيلة إعلامية مُفيدة وحسن التعامُل معها ومع ما تبثه من مضامين.

القائم بالاتصال وتدريب الطلاب على معايير التربية الإعلامية:

يتوقف تدريب القائم بالاتصال للطلاب على معايير التربية الإعلامية على دعم المدرسة للمُعلمين وتزويدهم ببرامج تعليمية ودورات تدريبية صيفية في التربية الإعلامية لإبقائهم على الاتصال بالتطورات في ذلك المجال، إضافة إلى توفير كافة المصادر التربوية من مراجع ومواد مسمُوعة مرئية حتي يُمكن للقائم بالاتصال تدريب الطلاب على هذه المعايير(أمال سعد، ٢٠٠٣، ٢٧٧- ٢٣٦)، حيث أنّ نشر القائمين بالاتصال لمعايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الرقمية المُعاصرة عمل على إعطاء طابع الانتشار توافر خاصية التفاعلية بين المُستخدمين، حيث أتاحت للأفراد الانغماس في المهارات التقنية ومهارات التفكير الناقد، حيث تُعرف بيئة التفاعل الكوني بالبيئة التربوية التفاعلية، ولأجل تحقيق فهم جيد للتفاعل الكوني كأساس للتربية الإعلامية والرقمية المُعاصرة، حيث تم تحديد ذلك في ثلاثة مُستويات وهي (الثقافة الإعلامية العميقة، مهارات استخدام تقنيات المعلومات وتصفح الشبكات الرقمية، الرسائل التي تشمل مُحتوي التفكير الناقد لمهارات التربية الإعلامية وتقدير الكونية التفاعلية).

ومما سبق تري الباحثة أنّ هناك مجموعة من العوامل التي تُساعد أخصائي الإعلام التربوي في تدريب الطلاب على معايير التربية الإعلامية، وهي:

١- الاطلاع على الأبحاث العلمية الخاصة بالتربية الإعلامية.

٢- حصول المعلم على دورات تدريبية دورية في كيفية تدريس التربية الإعلامية.

٣- تدريب الطلاب على الاستخدام الرشيد لمواقع التواصل الاجتماعي وتعريفهم بالدور التربوي الذي تقوم به هذه المواقع.

٤- التقييم المُستمر للطلبة لمعرفة مدي اكتسابهم لمعايير التربية الإعلامية.

٥- وضع أهداف مُخططة ومدروسة لبرامج التربية الإعلامية المُقدمة للطلاب وعمل تعاون أثناء تدريبهم على هذه المعايير من خلال رفع روح فريق العمل المُتعاون.

مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة تعليمية:

مجموعة من التطبيقات والمواقع الإلكترونية توفر لِمُسْتَخْدَمِيهَا خدمات اتصالية سريعة ومجانية مثل إرسال الرسائل، وإجراء المُكالمات والمُحادثات، كَمَا تُمكنهم من مُشاركة مُختلف الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية في إطار تفاعلي ومُستوي عالي من الحرية (عبد الله سعد، ٢٠١٩، ٢٣)، فضلاً عن الانتماء لبيئة معينة في نظام معين سواء كانت مدرسة أو مؤسسات أخري، كما تتيح لمُستخدميهاَ إمكانية نشر المُحتويات الخاصة بهم والتفاعل معهاَ من خلال مُشاركة المعلومات بين المُستخدمين في قالب حواري اجتماعي (Tapia,w,2010,9).

شبكة الفيسبوك ودورها كوسيلة إعلامية وتعليمية في نشر معايير التربية الإعلامية:

هو عبارة عن شبكة رقمية تتيح لِمُسْتَخْدَمِيهَا الحصول على المعلومات والأخبار في صورة ملفات فيديو والتفاعل مَعَهَا والتعليق عليها (بيان إبراهيم، ٢٠١٩،٨)، بالإضافة إلى دورها الفاعل والمُتميز كوسيلة اتصال ناجحة يمكن توظيفها في العملية التربوية لتحقيق التكيف النفسي والاجتماعي ومواجهة المُشكلات النفسية والسلوكية للطلاب (أشرف جلال، ٢٠٠٩، ٨٨).

الدور التربوي للقائم بالاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

تُعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة تعليمية هامة لتحقيق أهداف العملية التربوية، وخاصة معايير التربية الإعلامية، فقد ساهمت هذه المواقع في تحويل المدرسة من بيئة تعليمية محصورة بجدرانها إلى الانطلاق خارج أسوارها ليتجاوز التعليم حدود الزمان والمكان، بالإضافة إلى إشراك جميع أطراف العملية التعليمية ممثلة في المُجتمع وأولياء الأمور والمُؤسسات التربوية المُختلفة، وإضفاء الجانب الاجتماعي على عملية التعليم، وتتعدد الأدوار التربوية لمواقع التواصل الاجتماعي (تميم العودات،٢٠١٤)، ومنهاَ:

١- إمكانية التواصل بين المُعلمين والطلاب من خلال رفع مُستوى مهارات التواصل والحوار لدى الطلبة، كماَ أنّها تعمل على ارتفاع مُستويات النمو الاجتماعي لدى الطلبة من خلال مُشاركة الطالب لجميع الفئات الاجتماعية في مُجتمعه الافتراضي ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، والقضاء على مشاكل الخجل والانطواء، وذلك من خلال الفرصة الحقيقية للتواصل الافتراضي وتنمية مهارات الطالب الاجتماعية.

٢- أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي من المُؤسسات الإلكترونية التربوية الاجتماعية الهامة التي تقوم بدور تربوي مهم في تربية الطلبة وإكسابهم المعارف والمهارات العلمية السليمة، والعادات والتقاليد إذا أُحسن إدارتها.

٣- تحول دور المعلم كمصدر رئيسي للرسالة الإعلامية إلى مُوجه ومرشد لعملية التواصل (خميس محمد،٢٠٠٩، ٤٧-٤٨).

أشكال التفاعل القائمين بالاتصال "أخصائيين الإعلام التربوي" مع معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

تعددت أشكال تفاعل "أخصائيين الإعلام التربوي" مع معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومنهاَ:

١- **رفع ملفات الفيديو:** وتعني بث المضامين التربوية التي تهدف إلى إكساب الطلاب المهارات الرقمية، وتعزيز التعلم النوعي لديهم بما يحقق ويخدم أهداف العلمية التربوية.

٢- **تسجيلات الإعجاب LIKES records:** وتعني إظهار الإعجاب للمُحتوي الموجود على الموقع وهي مُتاحة بين الأصدقاء والمجموعات والقنوات المُنضمين لها (خالد مهدي، ٢٠١٨، ٥٩).

٣- **التفاعل بالتعليق على ما ينشر Interact and comment on what is published:** وتعني إمكانية كتابة التعليق على أي محتوي منشور على الموقع، سواء كان تعليقا نصياً أو تعليق على صورة، حيث تُعتبر عن رد الفعل لماَ تم نشره أو مُشاهدته.

٤- **المُشاركات Share:** وتعني مُشاركة المُستخدمين للمُحتوي الذي تقدمه الصفحات الإخبارية بموقع شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" وتداوله بين المُستخدمين عبر البريد الإلكتروني الخاص بالمُستخدم أو نشره على جروب مُشترك بين المُستخدمين أو موقع أخرمن مواقع التواصل الاجتماعي (خالد مهدي، ٢٠١٨، ٥٩).

النتائج:

تمثلت عينة الدراسة الميدانية في الفئة العمرية من (٢٥: ٤٠)ممثلة في "أخصائيين الإعلام التربوي" بالمدارس الإعدادية بمُحافظة المنيا من القائمين على نشر وتحقيق معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي اشتملت على (١٦٠) مفردة، بالإضافة إلى اختبار صحة الفروض وربطها بتساؤلات وأهداف الدراسة، وفيمَا يلي عرضاً لنتائج الدراسة:

جدول(٢):استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر معايير التربية الإعلامية (ن=١٦٠)

م	استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
١	استخدام بدرجة كبيرة جداً	٦١	%٣٨.١٢
٢	استخدام بدرجة كبيرة	٤٤	%٢٧.٥
٣	استخدام في أوقات غير محددة	٥٥	%٣٤.٣٨
	الإجمالي	١٦٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

أكد (٣٨.١٢%) من أفراد العينة أنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة جداً، يليها الاستخدام في أوقات غير محددة بنسبة (٣٤.٣٨%)، ومن ثم الاستخدام بدرجة كبيرة (٢٧.٥%)، **ويتبين من النتائج السابقة**: أنّ توظيف "أخصائي الإعلام التربوي" لمواقع في مجال عمله أصبح عادة اتصالية بدافع تحقيق أهداف العملية التربوية، وخاصة نشر وتحقيق معايير التربية الإعلامية، وبالتالي ربط البيئة التربوية المدرسية بالمُجتمع الخارجي والوصول للهدف المُراد تحقيقه.

جدول(٣): خبرة استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر معايير التربية الإعلامية (ن=١٦٠)

م	خبرة استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
١	أقل من سنة	٧٠	%٤٣.٧٥
٢	أكثر من سنة وأقل من ثلاث سنوات	٦١	%٣٨.١٢
٣	ثلاث سنوات فأكثر	٢٩	%١٨.١٣
	الإجمالي	١٦٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

أكد (٤٣.٧٥%) من أفراد العينة أنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في نشر معايير التربية الإعلامية مُنذ أقل من سنة، يليها الاستخدام لأكثر من سنة وأقل من ثلاث سنوات بنسبة (٣٨.١٢%)، ومن ثم الاستخدام لثلاث سنوات فأكثر بنسبة (١٨.١٣%)، ويتبين من النتائج السابقة: أنّ زيادة استخدام القائمين بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي لنشر معايير التربية الإعلامية في مُدة زمنية تصل لأقل من سنة، وذلك يدل على قلة الخبرة وزيادة نسبة الاستخدام في الوقت نفسه، مُقارنة بزيادة الخبرة وقلة نسبة الاستخدام، وخاصة لأكثر من سنة وأقل من ثلاث سنوات، وقد يشير هذا إلى أنّهم يستخدمونها من أجل إحداث تكامل بين دور الإعلاميين والتربويين، وذلك بوجود التوافق والنظرة الإيجابيّة بينهم، بما يُحقق أهداف العملية التربوية ويعمل على ترسيخ القيم التربويّة وتربية الأفراد ومُمارسة الأنشطة الإعلامية التربوية داخل المدرسة والحقل التعليمي والمُجتمع بأكمله.

جدول(٤): مُعدل الوقت الذي يقضيه القائم بالاتصال في نشر معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (ن=١٦٠)

م	مُعدل الوقت	ك	%
١	أقل من ساعة يومياً	٥٨	%٣٦.٢٥
٢	من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً	٥٦	%٣٥
٣	من ثلاث ساعات فأكثر يومياً	٤٦	%٢٨.٧٥
	الإجمالي	١٦٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

أكد (٣٦.٢٥%) من أفراد العينة أنهم ينشرون معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل وقت أقل من ساعة يومياً، يليها النشر بمعدل وقت من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً بنسبة (٣٥%)، ومن ثم النشر بمعدل وقت من ثلاث ساعات فأكثر يومياً بنسبة (٢٨.٧٥%)، ويتبين من النتائج السابقة: أنّ مُعدل الوقت المُستخدم من قبل القائمين بالاتصال لنشر معايير التربية عبر لمواقع التواصل الاجتماعي يختلف من مُستخدم لأخر طبقاً لطبيعة المادة التي يقوم بنشرها أخصائي الإعلام التربوي على الشبكة، وبالتالي وجود ارتفاع في نسبة الاستخدام لهذه المواقع من قبل المبحوثين، والوصول للهدف المرُاد تحقيقه، وهذه النتيجة تختلف مع نتائج ما توصلت إليه دراسة نتائج دراسة آلاء ماهر (٢٠١٣، ١٥٥)، حيث جاء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأقل من ساعة في المرتبة الرابعة، وجاء أيضاً في الدراسة الحالية في المرتبة الأولي.

جدول(٥): معايير التربية الإعلامية التي يفضل القائم بالاتصال نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي (ن=١٦٠)

م	معايير التربية الإعلامية	ك	%
١	التربية الإعلامية سلسلة مُتصلة وليست فئة	٢٨	%١٧.٥
٢	التربية الإعلامية تحتاج إلى تطوير مُستمر	٥٦	%٣٥
٣	التربية الإعلامية عملية مُتعددة الأبعاد	١٨	%١١.٢٥
٤	التربية الإعلامية تهدف إلى إعطائنا سيطرة أكبر على تفسيراتنا	٢٠	%١٢.٥
٥	التربية الإعلامية تتطلب بناء أبنية معرفية قوية	١٨	%١١.٢٥
٦	التفكير النقدي كمعيار رئيسي تقوم عليه التربية الإعلامية	٢٠	%١٢.٥
	الإجمالي	١٦٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

أكد (٣٥%) من أفراد العينة أنهم يفضلون نشر المعايير المتعلقة بالتربية الإعلامية والتي تحتاج إلى تطوير مُستمر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يليها التربية الإعلامية سلسلة مُتصلة وليست فئة بنسبة (١٧.٥%)، التربية الإعلامية تهدف إلى إعطائنا سيطرة أكبر على تفسيراتنا، التفكير النقدي كمعيار رئيسي تقوم عليه التربية الإعلامية بنسبة (١٢.٥%)، وأخيراً التربية الإعلامية عملية مُتعددة الأبعاد، التربية الإعلامية تتطلب بناء أبنية معرفية قوية بنسبة (١١.٢٥%)، ويتبين من النتائج السابقة: أنّ هناك نسبة مُساهمة كبيرة من قبل القائمين بالاتصال في نشر معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والاهتمام بتطويرها بهدف إدراك الطلاب للأدوار التربوية المُختلفة وتعويدهم على التعايش مع التغير الاجتماعي والثقافي والاقتصادي والسياسي والتكنولوجي الذي تمليه التطورات السريعة في الأفكار والقيم والرؤى والتقنيات والأدوات والوسائل وإدراك وفهم القضاياَ المحلية والإقليمية الدولية، ومُساعدتهم في تفسير الأمور واستيعابهاَ والمُشاركة في حل المشكلات وامتلاك المهارات والقدرات التحليلية، فهي سلسلة مُتصلة تقوم على الترابط بين المدرسة والأسرة والمُجتمع الخارجي بهدف التواصل مع صنّاع القرار التربويّ لمُناقشة مُختلف القضايا التربويّة.

جدول(٦):دور القائم بالاتصال في المؤسسة التعليمية في تدريب الطلاب على معايير التربية الإعلامية

م	التدريب على معايير التربية الإعلامية	ك	%
١	الاطلاع على الأبحاث العلمية الخاصة بالتربية الإعلامية	٥٦	%٣٥
٢	حصول المُعلم على دورات تدريبية دورية في كيفية تدريس التربية الإعلامية	١٧	%١٠.٦٢
٣	تدريب الطلبة على الاستخدام الرشيد لمواقع التواصل الاجتماعي وتعريفهم بالدور التربوي الذي تقوم به هذه المواقع	٣٠	%١٨.٧٥
٤	التقييم المُستمر للطلبة لمعرفة مدي اكتسابهم لمعايير التربية الإعلامية	١٤	%٨.٧٥
٥	توفير الحوافز والاستمالات التي تحمس الطلبة على اكتساب معايير التربية الإعلامية	١٢	%٧.٥
٦	وعي المعلم باحتياجات الطلاب وتعريفهم بالإيجابيات والسلبيات للمضامين المُختلفة	١٥	%٩.٣٧
٧	التفاعل مع الطلبة تجاه المعايير التربوية التي تنشر بمواقع التواصل الاجتماعي، وإثراء المُناقشة والحوار حولها.	١٦	%١٠
	الإجمالي	١٦٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

أكد (٣٥%) من أفراد العينة أنهم يفضلون التدريب على معايير التربية الإعلامية بالاطلاع على الأبحاث العلمية الخاصة بالتربية الإعلامية، يليها تدريب الطلبة على الاستخدام الرشيد لمواقع التواصل الاجتماعي وتعريفهم بالدور التربوي الذي تقوم به هذه المواقع بنسبة (١٨.٧٥%)، ومن ثم حصول المُعلم على دورات تدريبية دورية في كيفية تدريس التربية الإعلامية بنسبة (١٠.٦٢%)، تلاها التفاعل مع الطلبة تجاه المعايير التربوية التي تنشر بمواقع التواصل الاجتماعي، وإثراء المُناقشة والحوار حولها بنسبة (١٠%)، وجاء التقييم المُستمر للطلبة لمعرفة مدي اكتسابهم لمعايير التربية الإعلامية بنسبة (٨.٧٥%)، ثم جاءَ وعي المعلم باحتياجات الطلاب وتعريفهم بالإيجابيات والسلبيات للمضامين المُختلفة بنسبة (٩.٣٧%)، وأخيراً توفير الحوافز والاستمالات التي تحمس الطلبة على اكتساب معايير التربية الإعلامية بنسبة (٧.٥%)، ويتبين من النتائج السابقة: أنّ هناك دور كبير للقائم بالاتصال في تدريب الطلاب على معايير التربية الإعلامية وهي إشارة للاتجاهات الإيجابية التي لها ارتباط فعلى بالواقع الوظيفي لأخصائي الإعلام التربوي في مجال عمله بآليات البحث عن المعلومات المُرتبطة بالتربية الإعلامية وتحليلها وتصنيفها والخروج بالنتائج ونقدها، وكذلك التواصل مع صنّاع القرار التربويّ لدعم المبادرات التربويّة المحليّة وتشجيعها لتدريب المعلمين على الأساليب المُختلفة لتدريس التربية الإعلامية ومُناقشة القضايا التربوية المُختلفة للنهوض بالعملية التعليمية، وكذلك تدريب الطلاب على التفكير العلمي من خلال تعزيز مفاهيم الإصغاء والموضوعية ومُساعدتهم على اكتساب معايير التربية الإعلامية والتقييم المُستمر لهم، بالإضافة إلى مُساعدة المعلمين والمعلمات وأولياء الأمور على اكتساب الثقافة التربوية التي توجه

عملهم وتجعلهم قادرين على معرفة اتجاهات أبنائهم وبناتهم وطلبتهم في كل ما من شأنه رعاية وتربية النشيء، بالإضافة إلى إثراء المُناقشة والحوار التفاعلي على الشبكة بين المُعلمين الطلاب وأولياء الأمور وصناع القرار التربوي حول المعايير التربوية وأهم القضايا التي تواجه تحقيق أهداف العملية التربوية وطرح الحلول والأفكار المُختلفة والوصول للهدف المُراد تحقيقه.

جدول(٧): أشكال التفاعل القائمين بالاتصال مع معايير التربية الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي (ن= ١٦٠)

م	أشكال التفاعل	ك	%
١	رفع ملفات الفيديو التعليمية	٥٦	%٣٥
٢	تسجيلات الإعجاب	٢٩	%١٨.١٢
٣	التعليقات على ما ينشر	٣٠	%١٨.٧٥
٤	المُشاركات	٤٥	%٢٨.١٢
	الإجمالي	١٦٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

أكد (٣٥%) من أفراد العينة أنهم يتفاعلون مع معايير التربية الإعلامية برفع ملفات الفيديو التعليمية، يليها التفاعل بالمشاركة بنسبة (٢٨.١٢%)، وهذه النتيجة تتفق مع نتائج ما توصلت إليه دراسة نتائج دراسة إيمان محمد (٢٠١٥، ٣٤)، حيث جاء التفاعل بالمشاركة للمضامين التربوية في المرتبة الثانية، وجاء أيضاً في المرتبة الثانية بالدراسة الحالية، ومن ثم التفاعل بالتعليق على ما ينشر بنسبة (١٨.٧٥%)، وأخيراً التفاعل بالإعجاب بنسبة (١٨.١٢%)، ويتبين من النتائج السابقة: أنّ هناك دور كبير للقائم بالاتصال في استخدام أشكال التفاعل مع معايير التربية الإعلامية، وخاصة رفع ملفات الفيديو التعليمية، وهي إشارة للاتجاهات الإيجابية التي لها ارتباط فعلى بالواقع الوظيفي لأخصائي "الإعلام التربوي" من أجل تحقيق أهداف العملية التربوية, وإثراء النقاش التفاعلي بين المعلمين والطلاب حول الأنشطة التربوية والتعليمية المُختلفة، وبالتالي زيادة نسبة الاستخدام التعليمي لمواقع التواصل الاجتماعي والوصول للهدف المُراد تحقيقه، وهذه النتيجة تتفق مع نتائج ما توصلت إليه دراسة آلاء ماهر (٢٠١٣، ١٥٩)، حيث جاءت التعليقات في المقدمة، وجاءت أيضاً في المقدمة بالدراسة الحالية.

نتائج الفروض:

الفرض الأول: ينص هذا الفرض على أنهُ: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي، ودوره في تحقيق معايير التربية الإعلامية.

جدول(٨): العلاقة بين استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي ودوره في تحقيق معايير التربية(ن =١٦٠)

المُتغيرات	تحقيق معايير التربية الإعلامية		
	قيمة ر	مُستوي الدلالة	مُستوي الدلالة
استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي	٠.٧٨٣ **	٠.٠١	٠.٠٥

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

باستخدام معامل ارتباط "person" اتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي، ودوره في تحقيق معايير التربية الإعلامية، وقد بلغت قيمة مُعامل الارتباط (٠.٧٨٣ **)، وهي دالة عند مُستوي (٠.٠١)، وبهذا نقبل الفرض القائل بأنه: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي، ودوره في تحقيق معايير التربية الإعلامية، وقد يشير هذا إلى أنه كلما زاد استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي في مجال عمله، كلما زاد دوره تحقيق معايير التربية الإعلامية.

الفرض الثاني: ينص هذا الفرض على أنهُ: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين خبرة استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي، ومُعدل الوقت الذي يقضيه في نشر معايير التربية الإعلامية.

جدول(٩): العلاقة بين خبرة استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي، ومُعدل الوقت الذي يقضيه في نشر معايير التربية الإعلامية (ن =١٦٠)

المُتغيرات	مُعدل الوقت الذي يقضيه في نشر معايير التربية الإعلامية		
	قيمة ر	مُستوي الدلالة	مُستوي الدلالة
خبرة استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي	٠.٥٤٢**	٠.٠١	٠.٠٥

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

باستخدام معامل ارتباط "person" اتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين خبرة استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي، ومُعدل الوقت الذي يقضيه في نشر معايير التربية الإعلامية، وقد بلغت قيمة مُعامل الارتباط (٠.٥٤٢**) وهي دالة عند مُستوي دلالة(٠.٠١)، وبهذا نقبل الفرض القائل بأنه: توجد علاقة دالة إحصائية بين خبرة استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي، ومُعدل الوقت الذي يقضيه في نشر معايير التربية الإعلامية، وقد يشير هذا إلى أنه كلما زادت خبرة استخدام لمواقع التواصل الاجتماعي، كلما قل معدل الوقت في نشر معايير التربية الإعلامية، وهو ما يسهم في تحقيق أهداف العملية التربوية.

الفرض الثالث:ينص هذا الفرض على أنهُ:توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تدريب القائم بالاتصال للطلاب على معايير التربية الإعلامية، وأشكال التفاعل معها.

جدول(١٠): العلاقة بين تدريب القائم بالاتصال للطلاب على معايير التربية الإعلامية، وأشكال التفاعل معه (ن =١٦٠)

المُتغيرات	تدريب القائم بالاتصال للطلاب على معايير التربية الإعلامية		
	قيمة ر	مُستوي الدلالة	مُستوي الدلالة
أشكال التفاعل	٠.٣١٦**	٠.٠١	٠.٠٥

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

باستخدام معامل ارتباط"person" اتضح وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تدريب القائم بالاتصال للطلاب على معايير التربية الإعلامية، وأشكال التفاعل، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٣١٦**)، وهي دالة عند مستوي (٠.٠١)، وبهذا نقبل الفرض القائل بأنه: توجد علاقة دالة إحصائية بين تدريب القائم بالاتصال للطلاب على معايير التربية الإعلامية وأشكال التفاعل، وقد يشير هذا إلى أنهم يستخدمون هذه المواقع بكثافة عالية لتدريب الطلاب على المعايير الدقيقة التي تعتمد على تنظيم الأدوار التي تسهم في العملية التربوية والتحليل الأصغر للمواقف التي تسهم في حل المشكلات التربوية، فالمعلم يريد من الطلاب اكتساب المعرفة وان يكونوا مشاركين في التربية الإعلامية برمتها.

النتائج:

بعد القيام بإجراء الدراسة الميدانية تُوصلِنَا إلى مجموعة من النتائج، ومن أهَمّهَا:

- أكد (٣٨.١٢%) من أفراد العينة أنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة جداً، يليها الاستخدام في أوقات غير محددة بنسبة (٣٤.٣٨%)، ومن ثم الاستخدام بدرجة كبيرة (٢٧.٥%)، وقد يشير هذا إلى أنهم يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في مجال العمل التربوي بدافع تحقيق أهداف العملية التربوية لتحقيق المعايير التي العملية التعليمية، وبالتالي ربط البيئة التربوية المدرسية بالمُجتمع الخارجي والوصول للهدف المُراد تحقيقه.
- أوضحت النتائج أنّ (٣٥%) من أفراد العينة أنهم يفضلون نشر المعايير المتعلقة بالتربية الإعلامية والتي تحتاج إلى تطوير مُستمر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يليها التربية الإعلامية سلسلة مُتصلة وليست فئة بنسبة (١٧.٥%)، التربية الإعلامية تهدف إلى إعطائنا سيطرة أكبر على تفسيراتنا، التفكير النقدي كمعيار رئيسي تقوم عليه التربية الإعلامية بنسبة (١٢.٥%)، وأخيراً التربية الإعلامية عملية مُتعددة الأبعاد، التربية الإعلامية تتطلب بناء أبنية معرفية قوية بنسبة (١١.٢٥%)، وقد يشير هذا إلى أنهم يساهمون في تطوير التربية الإعلامية بهدف إدراك الطلاب للأدوار التربوية المُختلفة وتعويدهم على التعايش مع التغير الاجتماعي والثقافي والاقتصادي والسياسي والتكنولوجي الذي تمليه التطورات السريعة في الأفكار والقيم والرؤى والتقنيات والأدوات والوسائل وإدراك وفهم القضايا المحلية والإقليمية الدولية.
- وبينت النتائج أن (٣٥%) من أفراد العينة يتفاعلون مع معايير التربية الإعلامية برفع ملفات الفيديو التعليمية، يليها التفاعل بالمشاركة بنسبة (٢٨.١٢%)، ومن ثم التفاعل بالتعليق على ما ينشر بنيسبة (١٨.٧٥%)، وأخيراً التفاعل بالإعجاب بنسبة (١٨.١٢%)، وقد يشير هذا إلى أنهم

يتفاعلون بالنقاش من أجل تحقيق معايير التربية الإعلامية وتقديم الحلول حول المشكلات التي تعيق تحقيق أهداف العلمية التربوية في الحقل التربوي.

- **ثبوت صحة الفرض الأول**: بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي ودوره في تحقيق معايير التربية الإعلامية، وقد يشير هذا إلى أنهم كلماَ زاد استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي، كلما ارتفع مُستوى المُساهمة في تحقيق معايير التربية الإعلامية.
- **ثبوت صحة الفرض الثاني:** بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين خبرة استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي ومُعدل الوقت الذي يقضيه في نشر معايير التربية الإعلامية، ويمكن تفسير ذلك بأنه كلمَا زاد استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي، كلما ارتفع مُستوى الأداء المهني في نشر معايير التربية الإعلامية.
- **ثبوت صحة الفرض الثالث:** بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تدريب القائم بالاتصال للطلاب على معايير التربية الإعلامية وأشكال التفاعل، وقد يشير هذا إلى أنهم يدربون الطلاب بكثافة كبيرة، فكلما زاد مستوي التدريب عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كلما زاد مستوي التفاعل معها.

خاتمة:

إنّ مواقع التواصل الاجتماعي لهاَ تأثير كبير في مجالات العمل المدرسي، وخاصة لدي العاملين في الحقل التربوي، لذلك أصبح من الضروري استخدام "أخصائيين الإعلام التربوي" لشبكات التواصل الاجتماعي في نشر معايير التربية الإعلامية، وذلك لمُواكبة التطورات التكنولوجية وللتواصل والتفاعل بين "أخصائي الإعلام التربوي" وطلابه حول المضامين والمعايير التي تحقق أهداف العملية التربوية، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، ومن أهمها:

- التأكيد على ضرورة تدريب كافة "أخصائيين الإعلام التربوي" بالمدارس على استخدام الأجهزة الاتصالية الحديثة في العملية التعليمية لتحقيق أهداف العملية التربوية، مع الاهتمام بأنشطة الإعلام التربوي ومُتابعتها من قبل المُختصين بها في وزارة التربية والتعليم عبر الشبكات الاجتماعية، مع ضرورة إنشاء صفحات تعليمية للتواصل بين "أخصائي الإعلام التربوي" وطلابه وربط المدرسة بالمُجتمع الخارجي.
- ضرورة الاهتمام بتدريب التوجيه الخاص بالإعلام التربوي على الجديد في الحقل الإعلامي التربوي والتكنولوجي لمتابعة الأنشطة التربوية المدرسية داخل وخارج المدرسة.

مُقترحات بحثية:

- دور وسائل الإعلام الاجتماعي في تنمية المسئولية الاجتماعية لدي طلاب المرحلة الثانوية.
- دور وسائل الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي لدي طلاب الجامعة.

المراجع:

أولاً:المراجع العربية:

١. إلهام أحمد سليم (٢٠١٩). إدراك مدرسي المرحلة الثانوية في الأردن لمفهوم ومبادئ التربية الإعلامية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، الأردن: جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، قسم العلوم التربوية

٢. إبراهيم أحمد عبد العليم (٢٠١٨). تقييم المعالجة الإعلامية لقضايا التعليم بالقنوات الفضائية في ضوء معايير التربية الإعلامية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي.

٣. إيمان محمد أحمد **(٢٠١٥). استخدام طلاب الجامعة للقنوات التعليمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والإشباعات المُتحققة، بحث منشور في المجلة العلمية لكلية التربية النوعية**، جامعة المنوفية، كليه التربية النوعية، **العدد ٨، أكتوبر ٢٠١٥م.**

٤. أشرف جلال (٢٠٠٩). أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ووسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية لأسرة المصرية والقطرية **"المؤتمر العملي الأول الأسرة والإعلام وتحديات العصر الجزء الثاني**، فبراير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

٥. بيان إبراهيم يعقوب (٢٠١٩). دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية المرأة الأردنية بالكشف المبكر عن سرطان الثدي: "الفيسبوك أنموذجا"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، الأردن: جامعة اليرموك، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون.

٦. أمال سعد المتولي (٢٠٠٣). **الإعلام المدرسي**، الصحافة والإذاعة المدرسية، طنطا: مكتبة الإسراء.

٧. تميم العودات (٢٠١٤). **الدور التربوي لمواقع التواصل الاجتماعي**، متاح على الرابط التالي بتاريخ ٢٠١٥/٩/٣: https://drtamehem.wordpress.com

٨. خالد مهدي حامد الشاعر (٢٠١٨م). المُعالجة في قنوات اليوتيوب ومدى إدراك الجمهُور المصري لها، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون.

٩. خميس محمد عطية (٢٠٠٩). **تكنولوجيا التعليم والتعلم**، ط٢، القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع.

١٠. رشا عبد الطيف محمد عبد العظيم (٢٠١١). معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها في مصر على المضامين التليفزيونية من منظور الخبراء، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون.

١١. فهد بن عبد الرحمن الشميمري (٢٠١٠). **التربية الإعلامية كيف تتعامل مع الإعلام**، ط١، المملكة العربية السعودية: مكتبة الملك فهد الوطنية.

١٢. فاضل محمد البدراني (٢٠١٦). التربية الإعلامية والرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي، **بحث منشور في مجلة المستقبل العربي، الجامعة العراقية**، كلية الإعلام، العدد ٤٥٢، نوفمبر ٢٠١٦م.

١٣. عبد الله سعد العنزي (٢٠١٩). علاقة تعرض الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي بالوعي السياسي لديهم، **رسالة ماجستير غير منشورة**، الأردن: جامعة اليرموك، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون.

١٤. مني جمال عبد السلام (٢٠١٦). دور المواقع الإلكترونية في إدراك القائم بالاتصال بالإعلام المدرسي لمناخ حرية الرأي وتأثيره على أدائه المهني، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة المنوفية، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي.

١٥. مُنيرة بنت سيف الصلال (٢٠٠٧). المكتبة الإلكترونية في المدرسية الابتدائية "الواقع والاحتجاج"، **ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية**، الرياض: وزارة التربية والتعليم بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية الإعلامية، مارس ٢٠٠٧م.

١٦. هناء راضي مصطفي (٢٠١٧). "دور القائم بالاتصال في الإعلام المدرسي في توعية طلاب المرحلة الثانوية بمفاهيم التربية الإعلامية"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة المنوفية، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي.

ثانياً:المراجع الأجنبية:

1. Potter, w, games (2013). media literacy, the d. thousand oaks London news Delhi, sage publication. p13 B. k. Beyer, (2007). Developing A thinking skills program ": New York: Doubleday. 2002 p17-20
2. James Potter, W. (1998). Media Literacy, London: Sage Publication, pp. 5-12-13
3. Tapia, w (2010). an exploratory case study one the effectiveness of social network sites the cas of Facebook and twitter in an educational organization. un published master theses, Griffith college Dublin, uk.2010p9.
4. FEvzi Kasap and Penner G ü rInAr (2017)."social exclusion of life in the written media of the disabilities the importance of media literacy and education", faculty of sciences, media and communication, near east university, Nicosia, Cyprus springer Netherlands.
5. Tuzel, Sait, Hobbs, Renee (2017). Teacher motivations for digital and media literacy: An examination of Turkish educators. British Journal of Educational Technology. 48, 1, 7–22 doi:10.1111/bjet.12326.