الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام

التربية الإعلامية بين طلبة الطب و طلبة الإعلام : دراسة إستطلاعية لمستوى الوعي الإعلامي بين التخصصات في الجزائر

من جانفي 2025إلى أفريل 2025

مذكرة ضمن نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام

تخصص : وسائل الإعلام ، مجتمع و ثقافة

قسم : علوم الإعلام

دفعة 2024-2025

من إعداد الطالبة :

حمودة تسنيم

تحت إشراف الأستاذة:

د.بورنان فلة

أعضاء لجنة المناقشة :

الرئيسة : أستاذة التعليم العالي د.طايبي فاطمة

المشرفة : د.فلة بورنان

المناقش : د.سمير عرجون

السنة الدراسية:2024-2025

الإهداء :

إلى والديّ العزيزين، النبع الذي لا ينضب من الحب والعطاء، إلى من قدّما لي في كل مراحل حياتي أسمى معاني التضحية والدعم، إلى من سهرا وقلقا وفرحا من أجلي، وكانا لي العون والسند في كل لحظة ضعف وتعب... إليكما أهدي هذا التخرّج، ثمرة سنين من الاجتهاد، والدعاء، والمرافقة الصادقة. فكل خطوة حققتها كانت بفضل إيمانكما بي، وتشجيعكما الذي لم ينقطع، ودعواتكما التي سبقتني دومًا إلى أبواب التوفيق.

وإلى إخوتي الأعزاء، الذين كانوا لي أكثر من رفاق درب، إلى من خففوا عني الضغوط، وشاركوا لحظاتي الصغيرة قبل الكبيرة، وساندوني بصمتهم أحيانًا، وبكلماتهم ودعواتهم في أحيان كثيرة... أهديكم هذا التخرّج بكل فخر، لأنكم كنتم جزءًا من هذه الرحلة، ونقطة قوة في كل مرحلة.

الشكر و العرفان :

أتقدّم بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من ساهم في إنجاز هذه المذكرة، وأخصّ بالشكر أستاذتي المشرفة الفاضلة د. بورنان فلة التي لم تبخل عليّ بتوجيهاتها ونصائحها، وكانت حاضرة بدعمها العلمي والإنساني طوال مراحل هذا العمل. كما لا يفوتني أن أشكر كافة الأساتذة الكرام الذين شاركوني بعلمهم، وساهموا في إثراء معرفتي وتوسيع آفاقي.
ولا يسعني إلا أن أعبّر عن امتناني لكل من وقف إلى جانبي، من زملاء وأصدقاء، وكل من منحني كلمة طيبة أو لحظة تشجيع. شكرًا من القلب لكل من كان جزءًا من هذه الرحلة، ولو بقدر بسيط، فأنتم جميعًا جزء من هذا الإنجاز.

ملخص الدراسة :

تشهد البيئة الإعلامية المعاصرة تدفقًا هائلًا للمعلومات، مما يجعل التربية الإعلامية ضرورة ملحة خاصة لدى الطلبة الجامعيين. هدفت هذه الدراسة إلى قياس مستوى الوعي الإعلامي لدى طلبة الطب وطلبة الإعلام في الجزائر، مع التركيز على الفروق بين التخصصين في التعامل النقدي مع المحتوى الإعلامي، وتأثير هذا الوعي على الأداء الأكاديمي والاستعداد المهني.

اعتمدت الدراسة على المنهج الاستطلاعي من خلال استبيان موجه لعينة من الطلبة، بالإضافة إلى مقابلات نوعية مع طبيبة وأستاذة في الإعلام.

توصلت النتائج إلى وجود فروق بين المجموعتين، حيث يتميز طلبة الإعلام بفهم أعمق لأساليب إنتاج الرسائل الإعلامية، بينما يركز طلبة الطب على التحقق من دقة المعلومات.

خلصت الدراسة إلى أن التربية الإعلامية ضرورة مشتركة بين التخصصات، وأوصت بدمجها في المناهج الجامعية لتعزيز التفكير النقدي والوعي الرقمي لدى الطلبة.

الكلمات المفتاحية :التربية الإعلامية، الوعي الإعلامي، التفكير النقدي، طلبة الطب، طلبة الإعلام، الجامعات الجزائرية، البيئة الرقمية، الجزائر .

Résumé:

L'environnement médiatique contemporain est témoin d'un énorme flux d'informations, faisant de l'éducation aux médias une nécessité urgente, en particulier pour les étudiants universitaires. Cette étude visait à mesurer le niveau de sensibilisation aux médias parmi les étudiants en médecine et en médias en Algérie, en se concentrant sur les différences entre les deux disciplines dans le traitement critique du contenu des médias, et sur l'impact de cette sensibilisation sur les performances académiques et la préparation professionnelle.

L'étude a adopté une approche exploratoire par le biais d'un questionnaire adressé à un échantillon d'étudiants, en plus d'entretiens qualitatifs avec un médecin et un professeur de médias.

Les résultats ont montré qu'il existait des différences entre les deux groupes, les étudiants en médias ayant une compréhension plus approfondie des méthodes de production des messages médiatiques, tandis que les étudiants en médecine se concentrent sur la vérification de l'exactitude des informations.

L'étude conclut que l'éducation aux médias est une nécessité interdisciplinaire et recommande de l'intégrer dans les programmes universitaires afin de promouvoir la pensée critique et la conscience numérique chez les étudiants.

Mots-clés : Éducation aux médias, sensibilisation aux médias, esprit critique, étudiants en médecine, étudiants en médias, universités algériennes, environnement numérique, Algérie.

Abstract of the study:

The contemporary media environment is witnessing a massive flow of information, which makes media education an urgent necessity, especially for university students. This study aimed to measure the level of media awareness among medical and media students in Algeria, with a focus on the differences between the two majors in dealing critically with media content, and the impact of this awareness on academic performance and professional readiness.

The study relied on the exploratory method through a questionnaire addressed to a sample of students, in addition to qualitative interviews with a doctor and a professor of media.

The results found that there are differences between the two groups, with media students having a deeper understanding of the methods of producing media messages, while medical students focus on verifying the accuracy of information.

The study concluded that media education is an interdisciplinary necessity, and recommended integrating it into university curricula to promote critical thinking and digital awareness among students.

Keywords: Media education, media awareness, critical thinking, medical students, media students, Algerian universities, digital environment, Algeria.

مقدمة :

في عصر المعلومات الرقمية المتسارع، أصبح الإعلام عنصرًا أساسيًا في الحياة اليومية وله تأثير كبير في تشكيل الوعي المجتمعي في مختلف المجالات، بما في ذلك الصحة والمجال الاجتماعي. ومع الانتشار الواسع للمحتوى الإعلامي عبر منصات الإنترنت ووسائل الإعلام التقليدية، تزداد الحاجة إلى التربية الإعلامية، حيث تساعد الأفراد على تحليل المحتوى الإعلامي بشكل نقدي وواعٍ. في الجزائر، حيث تشهد وسائل الإعلام الرقمية تقاربًا كبيرًا في الاستخدام، تظهر أهمية التربية الإعلامية في تعزيز قدرة الأفراد على التمييز بين المعلومات الموثوقة والمغلوطة.

يواجه طلبة الطب في الجزائر تحديات متعددة تتعلق بالتحقق من صحة المعلومات الطبية المنتشرة عبر وسائل الإعلام. إذ يعتمد الجمهور بشكل متزايد على الإعلام كمصدر للمعلومات الصحية، ولكن الإعلام قد يحتوي على معلومات غير دقيقة أو مغلوطة، مما يستدعي ضرورة امتلاك الطلبة لمهارات في التربية الإعلامية تمكنهم من التمييز بين المعلومات الموثوقة وغير الموثوقة.

من جهة أخرى، يمثل الإعلام مصدرًا أساسيًا للدراسة والتحليل لدى طلبة العلوم الاجتماعية، بما في ذلك طلبة الإعلام في الجزائر. هؤلاء الطلبة يعتمدون على وسائل الإعلام لفهم الظواهر الاجتماعية، الاقتصادية والثقافية، مما يجعلهم في حاجة ماسة إلى التربية الإعلامية لفهم آليات الإعلام وتأثيراته على المجتمع. ويكتسب طلبة الإعلام بشكل خاص مهارات تحليلية تمكنهم من دراسة تأثير الإعلام على الرأي العام وفهم تقنيات بناء الرسائل الإعلامية.

الإطار المنهجي للدراسة :

- إشكالية الدراسة
- تساؤلات الدراسة
- أهمية الدراسة
- أسباب إختيار الموضوع
- أهداف الدراسة
- مفاهيم الدراسة
- منهج و أدوات الدراسة
- مجتمع الدراسة و عينتها
- الإطار النظري للدراسة
- الدراسات السابقة

خطة البحث :

الفصل الأول: الأسس النظرية للتربية الإعلامية

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للتربية الإعلامية

المطلب الأول :تعريف التربية الإعلامية

المطلب الثاني :تطور مفهوم التربية الإعلامية

المطلب الثالث :الأسس النظرية للتربية الإعلامية

المبحث الثاني: أهمية التربية الإعلامية في البيئة الرقمية

المطلب الأول:أهمية التربية الإعلامية في العصر الرقمي

المطلب الثاني :دور التربية الإعلامية في مواجهة المعلومات المغلوطة في البيئة المغلوطة

المطلب الثالث :التربية الإعلامية كوسيلة لحماية الأفراد من التأثيرات السلبية للإعلام

الفصل الثاني: التربية الإعلامية في التخصصات الأكاديمية – الطب والإعلام

المبحث الأول: التربية الإعلامية في التكوين الطبي

المطلب الأول :أهمية التربية الإعلامية لطلبة الطب

المطلب الثاني :التحديات التي يواجهها طلبة الطب في التعامل مع الإعلام

المطلب الثالث:دور وسائل الإعلام في التوعية الصحية

المطلب الرابع:ضرورة إدماج التربية الإعلامية في المناهج الطبية

المبحث الثاني: التربية الإعلامية في ميدان الإعلام والاتصال

المطلب الأول : التربية الإعلامية في التكوين الأكاديمي لطلبة الإعلام

المطلب الثاني:أهمية التربية الإعلامية لطلبة الإعلام في التحقق من صحة المعلومات

المطلب الثالث:مسؤولية طلبة الإعلام في التصدي للمعلومات المغلوطة

الفصل الثالث: التربية الإعلامية والوعي الطلابي

المبحث الأول: التأثيرات السلوكية والمعرفية للتربية الإعلامية

المطلب الأول:تأثير التربية الإعلامية على سلوك الطلبة

المطلب الثاني:العلاقة بين التربية الإعلامية وتنمية مهارات التفكير النقدي

المطلب الثالث :قدرة الطلبة على تحليل المحتوى الإعلامي

المبحث الثاني: الوعي الإعلامي والتحصيل العلمي

المطلب الأول:مستوى الوعي الإعلامي لدى الطلبة الجامعيين

المطلب الثاني :العلاقة بين الوعي الإعلامي والأداء الأكاديمي

المطلب الثالث :دور التربية الإعلامية في بناء وعي إعلامي مستدام

إشكالية الدراسة :

في ظل تزايد أهمية الإعلام في مختلف مجالات الحياة، وتزايد تدفق المعلومات عبر المنصات الرقمية، تطرح مسألة التربية الإعلامية نفسها كأداة ضرورية لتعزيز التفكير النقدي، ومهارات التحقق، والتفاعل الواعي مع المحتوى الإعلامي. وتُعد الفئة الجامعية من أكثر الفئات تعرضًا لهذا المحتوى، كما يُنتظر منها أن تكون قادرة على تحليله وتمييز ما هو علمي وموثوق مما هو زائف أو مضلل.

وتزداد أهمية التربية الإعلامية تحديدًا لدى طلبة الطب، الذين يحتاجون إلى التعامل مع المعلومات الطبية المنتشرة عبر الإعلام بوعي علمي دقيق، وكذا لدى طلبة الإعلام، الذين يُفترض أن تكون لديهم قدرة على تحليل الرسائل الإعلامية وتفكيك مضامينها. لكن يبقى السؤال مطروحًا حول مدى وعي هؤلاء الطلبة بمفهوم التربية الإعلامية، وكيفية تأثير هذا الوعي في تعاملهم مع الإعلام في مساراتهم الأكاديمية والمهنية.

وعليه، تتمثل الإشكالية المركزية للدراسة في التساؤل التالي:

ما مدى معرفة طلبة الطب وطلبة الإعلام بالتربية الإعلامية ودور الإعلام في مجالاتهم الأكاديمية والمهنية؟

تساؤلات الدراسة :تسعى دراستنا إلى الإجابة على مجموعة من التساؤلات الفرعية :

- ما مدى معرفة طلبة الطب وطلبة الإعلام بمفهوم التربية الإعلامية؟
- كيف يؤثر مستوى الوعي بالتربية الإعلامية على ممارسة الطلبة لمهاراتهم الأكاديمية والمهنية في تخصصاتهم ؟

فرضيات الدراسة :

- علاقة بين مستوى الوعي الإعلامي لدى الطلبة وقدرتهم على استخدام الإعلام بشكل مسؤول في مجالاتهم الدراسية والمهنية.

- يختلف مستوى فهم التربية الإعلامية بين طلبة الإعلام وطلبة الطب تبعًا لطبيعة تخصصهم الأكاديمي.

أهمية الدراسة :

تعد التربية الإعلامية من المواضيع الحديثة التي حظيت باهتمام متزايد في الأوساط الأكاديمية، خاصة في ظل التطورات السريعة التي يشهدها عالم الإعلام والتقنية. ويكتسب موضوع مستوى الوعي الإعلامي أهمية خاصة عند فئة الشباب الجامعي، الذين يمثلون شريحة فاعلة وحيوية في المجتمع، ويتعرضون يوميًا لمختلف الرسائل الإعلامية التي تؤثر على وعيهم وسلوكهم.

تنبع أهمية هذه الدراسة من الحاجة إلى فهم مدى وعي طلبة الطب وطلبة الإعلام بمفهوم التربية الإعلامية، وتأثير هذا الوعي على ممارساتهم الأكاديمية والمهنية. كما تسلط الدراسة الضوء على الفروق المحتملة بين تخصصين مختلفين من حيث طبيعة الدراسة والمهارات المطلوبة، مما يضيف بعدًا معرفيًا هامًا في مجال بحوث الإعلام والاتصال.

علاوة على ذلك، تكتسب الدراسة أهمية اجتماعية، إذ تركز على فئة الشباب الجامعي التي تشكل نسبة كبيرة من المجتمع الجزائري، وتتميز بحساسيتها ومرونتها تجاه التغيرات الثقافية والاجتماعية. ومن خلال توفير بيانات علمية دقيقة ورؤى واضحة حول مستوى الوعي الإعلامي لدى هذه الفئة، تسعى الدراسة إلى تقديم توصيات تسهم في تعزيز التربية الإعلامية وتطوير مهارات الطلبة، بما يعود بالنفع على المجتمع ككل.

أهمية الدراسة تكمن في:

- ✓ إثراء المعرفة العلمية حول مستوى الوعي الإعلامي بين طلبة الطب وطلبة الإعلام، وهو موضوع حديث نسبيًا في بحوث الإعلام والاتصال.
- ✓ دراسة التربية الإعلامية بين تخصصين مختلفين: العلوم الدقيقة والاجتماع، مما يضيف بعدًا متعدد التخصصات للدراسة.

- ✓ التركيز على فئة الشباب الجامعي، التي تشكل نسبة كبيرة من المجتمع الجزائري وتمثل شريحة حساسة وحيوية.
- ✓ فهم دور وسائل الإعلام في تشكيل وعي الشباب الجامعي وتأثيرها على ممارساتهم الثقافية والاجتماعية..
- ✓ تقديم توصيات عملية تسهم في تعزيز مهارات الطلبة الأكاديمية والمهنية عبر التربية الإعلامية.

أسباب إختيار الموضوع :

1) الأسباب الشخصية :

- اهتمام شخصي عميق بمجال التربية الإعلامية، خاصة في ظل انتشار المعلومات الرقمية المتسارع.
- ملاحظة فجوة واضحة في وعي الطلبة الإعلامي، وخصوصًا في التمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة.
- الرغبة في دراسة الفروقات بين تخصصات مختلفة مثل الطب والعلوم الاجتماعية في تعاملهم مع الإعلام واحتياجاتهم المعرفية.
- الإيمان بأهمية تعزيز ثقافة التربية الإعلامية بين الشباب الجامعي لبناء وعي نقدي يساعدهم على مواجهة تحديات الإعلام المعاصر.

2) الأسباب الموضوعية :

- الحاجة الملحة إلى التربية الإعلامية في العصر الرقمي لمواجهة انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة.
- اختلاف طبيعة التخصصات الأكاديمية، حيث يحتاج طلبة الطب إلى التأكد من صحة المعلومات الطبية، بينما يتعامل طلبة العلوم الاجتماعية مع الإعلام كموضوع بحث وتحليل.
- نقص الدراسات التي تتناول التربية الإعلامية بين طلبة الجامعات الجزائرية، خاصة في تخصصات الطب والعلوم الاجتماعية.

- الدور الكبير للإعلام في تشكيل الوعي الصحي والاجتماعي، مما يستدعي دراسة وعي الطلبة بهذا التأثير.
- إمكانية المساهمة في تطوير مناهج تعليمية تعزز التربية الإعلامية، خاصة في ظل غياب برامج متخصصة داخل الجامعات الجزائرية.

أهداف الدراسة :

1) الهدف العام:

✓ قياس مستوى الوعي الإعلامي لدى طلبة الطب وطلبة الإعلام في الجزائر، وتحليل تأثير هذا الوعي على ممارساتهم الأكاديمية والمهنية.

2) الأهداف الفرعية:

✓ تقييم مدى معرفة طلبة الطب وطلبة الإعلام بمفهوم التربية الإعلامية وأهميتها في حياتهم الأكاديمية والمهنية.

✓ دراسة أوجه الاختلاف في فهم وتطبيق التربية الإعلامية بين طلبة الطب وطلبة الإعلام، مع التركيز على الفروق الناتجة عن طبيعة التخصصات.

✓ تحليل الفروق الإحصائية في مستوى الوعي الإعلامي بين المجموعتين بناءً على عوامل ديموغرافية مثل التخصص، السنة الدراسية، والخلفية التعليمية.

✓ استكشاف العوامل التي تؤثر على مستوى الوعي الإعلامي لدى الطلبة، سواء كانت أكاديمية، اجتماعية أو شخصية.

✓ تقييم تأثير مستوى الوعي الإعلامي على ممارسات الطلبة الأكاديمية والمهنية، ومدى استخدامهم الإعلام بشكل مسؤول.

✓ تحديد أهمية التربية الإعلامية في تعزيز المهارات الأكاديمية والمهنية لدى طلبة الطب وطلبة الإعلام.

✓ تقديم توصيات عملية لتطوير برامج التربية الإعلامية في الجامعات الجزائرية، بما يسهم في رفع مستوى الوعي الإعلامي وتحسين ممارسات الطلبة.

تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة :

التربية الإعلامية : هي مجموعة من المهارات والمعارف التي تساعد الأفراد على الوصول إلى المعلومات، وتحليلها، وفهمها، وتقييمها بشكل نقدي، بالإضافة إلى استخدامها بشكل فعال ومسؤول في الحياة اليومية. وتهدف إلى تمكين الناس من التعامل بوعي مع وسائل الإعلام المختلفة، بما يعزز مشاركتهم الفعالة في المجتمع الديمقراطي.[1]

وسائل الإعلام :

التعريف الاصطلاحي : تعرّف وسائل الإعلام" Media بأنها الوسائل التي يتم من خلالها الوصول للجماهير على اختلافهم واختلاف طرقهم المفضلة"[2]

التعريف الإجرائي لوسائل الإعلام: في هذه الدراسة تشير وسائل الإعلام في هذه الدراسة إلى جميع القنوات و المنصات التقليدية و الرقمية التي يستخدمها طلبة الطب و طلبة الإعلام في الوصول الى المعلومات و الأخبارو المحتوى الإعلامي المتنوع و تشمل الوسائط التقليدية و الوسائط الجديدة حيث إن هذه الأخيرة تساهم بشكل كبير في تشكيل وعي وسلوك الطلبة الإعلامي داخل البيئة الرقمية .

تعريف اصطلاحي للإعلام الرقمي:الإعلام الرقمي هو مجال جديد يستخدم تقنيات الحاسوب والإنترنت لنشر المحتوى، ويشمل عرض البيانات والمعلومات عبر شاشات وأجهزة رقمية مثل الحواسيب والهواتف. يعتمد على التفاعل والمشاركة الفعالة في إنتاج ونشر المحتوى، ويختلف عن الإعلام التقليدي الذي يعتمد على البث الأحادي الاتجاه. تشمل الوسائط الرقمية

[1] UNESCO. (2013). *Media and information literacy: Policy and strategy guidelines*. UNESCO Publishing. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000225606

[2] أبو عرقوب، إ. (2012)، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني .عمان: دار البداية ناشرون وموزعون. ص. 27.

الصحف الإلكترونية، المدونات، مواقع التواصل الاجتماعي، تطبيقات الهاتف الذكي، ومنصات الفيديو مثل يوتيوب[1]

الوسائط الجديدة :

التعريف الإجرائي : في هذه الدراسة ، الوسائط الجديدة هي جميع المنصات الرقمية التي يستخدمها طلبة الطب و طلبة الإعلام في الوصول إلى المعلومات الإعلامية و مشاركتها مثل مواقع التواصل الاجتماعي ، منصات الفيديو ،تطبيقات الهاتف الذكية و التي تؤثر على وعيهم و سلوكهم الإعلامي داخل البيئة الرقمية .

المحتوى الإعلامي :التعريف الاصطلاحي : هو كل ما يُقدم عبر وسائل الإعلام من معلومات أو أخبار أو آراء أو ترفيه أو تعليم، سواء كانت مكتوبة أو مرئية أو مسموعة، يهدف إلى التأثير في المتلقي أو تزويده بالمعرفة أو تشكيل اتجاهاته وسلوكياته[2]".

التعريف الإجرائي : في هذه الدراسة يقصد بالمحتوى الإعلامي جميع الرسائل و المضامين التي يتعرض لها طلبة الطب و طلبة الإعلام عبر الوسائط الرقمية و التقليدية و التي تؤثر في مستوى وعيهم الإعلامي و سلوكهم النقدي في التعامل مع هذه الرسائل .

التكوين الأكاديمي:

التعريف الاصطلاحي : هي العملية التعليمية التي تهدف إلى إعداد الطلبة علميًا ومنهجيًا وفق معايير معرفية وتربوية محددة، ضمن مؤسسات التعليم العالي، بهدف تمكينهم من اكتساب

[1]المدونة العربية. (2023، 15 مارس). تعريف الإعلام الرقمي. تم الاسترجاع من المدونة العربية : blog.ajsrp.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A/
تم الاسترجاع في: 15 مارس 2024، الساعة 10:30 صباحًا.

[2]بدر، ع. (2012). المحتوى الإعلامي وتأثيره في تشكيل الرأي العام .مجلة الإعلام العربي، (16)، .45

الكفاءات النظرية والعملية في تخصصاتهم، بما يسمح لهم بالاندماج في الحياة المهنية والاجتماعية[1].

التعريف الاجرائي : في هذه الدراسة التكوين الأكاديمي هو مجموع المعرف و الكفاءاتو المهارات النظرية و التطبيقية التي يمتلكها طلبة الطب و طلبة الإعلام خلال مسارهم الجامعي و التي تساهم في بناء وعيهم الإعلامي و قدرتهم على التعامل النقدي التحليلي للمضامين الإعلامية داخل البيئة الرقمية .

الطالب الجامعي :

التعريف الاصطلاحي :هو الفرد المنتسب إلى مؤسسة تعليم عالٍ، يزاول دراسته ضمن نظام أكاديمي محدد، ويتميز بكونه في مرحلة انتقالية من المراهقة إلى النضج الفكري والاجتماعي، مما يجعله عرضة لتفاعلات معرفية وثقافية تؤثر على سلوكه وتفكيره واتجاهاته[2].

التعريف الإجرائي للطالب الجامعي:في هذه الدراسة ، يقصد بالطالب الجامعي هو كل فرد منتسب الى تخصص الطب و الإعلام في الجامعات الجزائرية و يشارك في الدراسة الاستطلاعية من خلال الاستبيان و يفترض فيه امتلاك حد أدنى من التفاعل مع المحتوى الإعلامي في البيئة الرقمية ليسمح بقياس مستوى وعيه الإعلامي .

التعريف الإجرائي لطلبة الطب :في هذه الدراسة يقصد بطلبة الطب كل الأفراد المنتسبين لكليات الطب في الجامعات الجزائرية بجميع المستويات (من السنة الأولى إلى السنة السابعة) والذين يمثلون فئة أكاديمية غير متخصصة فيالإعلام ، يقاس من خلالها مدى تأثير الإعلام على وعيهم الإعلامي و سلوكهم المعلوماتي .

[1] هجرس، ع. ر. (2020)، التكوين الأكاديمي بين النظرية والممارسة .مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة سطيف، .(13)

[21] شريف، ع. ق. (2009)، علم نفس النمو .الجزائر: دار الكتاب الجامعي.

التعريف الإجرائي لطلبة الإعلام : في هذه الدراسة يقصد بطلبة الإعلام كل الطلبة المسجلين في احد المستويات (ليسانس ، ماستر ، دكتوراه) في كليات و أقسام علوم الإعلام و الاتصال في مختلف الجامعات الجزائرية ،و الذين يشاركون في الدراسة الاستطلاعية باعتبارهم يمثلون فئة أكاديمية يفترض فيها معرفة أولية بوسائل الإعلام و ممارساتها .

السلوك الإعلامي :

التعريف الاصطلاحي : هو الطريقة التي يتعامل بها الفرد مع وسائل الإعلام، من حيث الانتقاء، والتعرض، والتفاعل، والاستجابة، بناءً على دوافعه وميوله واحتياجاته المعرفية والنفسية والاجتماعية[1]".

التعريف الإجرائي :في هذه الدراسة السلوك الإعلامي هو الطريقة التي يتعامل بها طلبة الطب و طلبة الإعلام مع المحتوى الإعلامي الرقمي من حيث الاستهلاك ،المشاركة ، التحليل و إعادة النشر و مدى اعتمادهم على معايير الوعي الإعلامي و التفكير النقدي في التعامل مع الرسائل الإعلامية .

الفكر النقدي اصطلاحًا: هو القدرة على التحليل والتفسير والتقييم والاستدلال، من أجل إصدار أحكام عقلانية مبنية على أدلة منطقية. ويرتبط بالاستقلالية في التفكير والقدرة على التمييز بين المعلومة الصحيحة والمغلوطة يعرفه **ريتشارد بول ولينداا إلدر** بأنه" :تفكير منضبط ذاتيًا، يهدف إلى الحكم المنطقي والمعقول على ما ينبغي تصديقه أو فعله"[2]

التعريف الإجرائي:في هذه الدراسة هو قدرة الطالب الجامعي على تحليل وتقييم الرسائل الإعلامية المتلقاة من الوسائط المختلفة، والتمييز بين الحقيقة والتضليل، من خلال أدوات معرفية مثل: التمحيص، الشك المنهجي، وتقييم الأدلة، مما يسهم في رفع مستوى الوعي الإعلامي والتفاعل المسؤول مع المحتوى الإعلامي.

[1]الحربي، ع. ب. ع. (2017). السلوك الإعلامي وعلاقته بالانتماء الوطني لدى الشباب السعودي: دراسة ميدانية .المجلة العربية لعلوم الإعلام، جامعة الملك سعود

[2]بول، ر.، &إلدر، ل. (2008)، التفكير النقدي: دليل عملي .دار النشر.

الوعي :

الوعي اصطلاحًا:الوعي هو حالة إدراك الشخص للمعلومات والظواهر المحيطة به، ويشمل القدرة على التفكير النقدي، والتحليل، وفهم المواقف، واتخاذ القرارات بناءً على المعرفة المتوفرة. وهو يعتبر وظيفة عقلية عليا تتضمن التفاعل المستمر مع البيئة الاجتماعية والثقافية[1].

التعريف الإجرائي :في هذه الدراسة، يُقصد بالوعي قدرة الطالب على استيعاب وتحليل المعلومات التي يتلقاها من البيئة المحيطة، خاصة في السياق الإعلامي، مما يمكنه من اتخاذ قرارات واعية ومدروسة في تعامله مع المحتوى الإعلامي.

الوعي الإعلامي اصطلاحًا: الوعي الإعلامي هو فهم الأفراد لكيفية عمل وسائل الإعلام، وإدراكهم لطرق تقديم المعلومات، والقدرة على تحليل الرسائل الإعلامية وتقييمها نقديًا، بما يتيح لهم استخدام الإعلام بشكل واعٍ ومسؤول[2].

التعريف الاجرائي :في هذه الدراسة، يُعرف الوعي الإعلامي بأنه مستوى إدراك طلبة الطب والإعلام لكيفية تحليل وتقييم المعلومات الإعلامية المقدمة لهم في البيئة الرقمية، وتأثير ذلك على سلوكهم وقراراتهم الإعلامية.

البيئة الرقمية :

التعريف الإصطلاحي : هي فضاء إلكتروني تفاعلي يشمل كافة الوسائط الرقمية المتصلة بالإنترنت، والتي تتيح للمستخدمين إنتاج وتبادل واستهلاك المعلومات والبيانات من خلال

[1]جرجس، أ. (2015) ، علم النفس الإدراك،.القاهرة: دار الفكر العربي

[2]منظمة اليونسكو. (2025 .Media and Information Literacy. (تم الاسترجاع في 15 مايو 2025، من https://www.unesco.org/en/media-information-literacy

أدوات رقمية مثل الهواتف الذكية، الحواسيب، المنصات الاجتماعية، والمواقع الإلكترونية[1]".

التعريف الإجرائي : في هذه الدراسة ، البيئة الرقمية هي الفضاء الذي يتفاعل فيه طلبة الطب و طلبة الإعلام مع المحتوى الإعلامي من خلال المنصات الرقمية باختلافها مما يؤثر على وعيهم الإعلامي و سلوكهمالمعلوماتي .

التحقق من المعلومات:

التعريف الاصطلاحي : هو عملية مهنية تهدف إلى التأكد من صدق المعلومات والأخبار المتداولة، من خلال العودة إلى المصادر الأصلية، والاعتماد على أدوات رقمية أو منهجيات تحليلية تهدف إلى كشف التضليل أو التصحيح أو وضع المحتوى في سياقه الحقيقي .[2]

التعريف الإجرائي : في هذه الدراسة يقصد بالتحقق من المعلومات مدى قدرة طلبة الطب و طلبة الإعلام على التمييز بين المعلومات الصحيحة و المعلومات الخاطئة عبر استخدام أدوات تحليل المحتوى ،و التحقق من المصادر ضمن البيئة الرقمية التي تعد فضاء لانتشار المعلومات بشكل واسع و سريع .

التعريف الاصطلاحي للمعلومات المغلوطة:المعلومات المغلوطة**(Misinformation)** هي معلومات غير دقيقة أو خاطئة يتم تداولها دون نية التضليل، وقد تنتج عن سوء فهم أو خطأ في النقل[3].

التعريف الإجرائي : في هذه الدراسة تعتبر المعلومات المغلوطة هي كل محتوى خاطئ او غير دقيق يتم تداوله بين طلبة الطب و طلبة الإعلام في البيئة الرقمية و الذي يؤثر على وعيهم و سلوكهمالإعلامي .

[1] الربيعة، ع. ب. ع. (2018). الثقافة الرقمية والوعي الاجتماعي .المجلة السعودية للإعلام والاتصال، (4)، .45

[2] السعدي، ن. (2021). التحقق من الأخبار في البيئة الرقمية: مدخل نظري وتطبيقي .مجلة الباحث الإعلامي، (47)، جامعة الجزائر 3.

[3] Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe.

منهجية الدراسة :

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الاستطلاعي، وهو منهج بحثي يُستخدم لاستكشاف الظاهرة المدروسة وفهم أبعادها في المراحل الأولى من البحث. يتميز هذا المنهج بالمرونة، حيث يسمح للباحث بتعديل أدوات وأساليب البحث بناءً على النتائج الأولية. يُستخدم المنهج الاستطلاعي بشكل واسع في العلوم الاجتماعية والإنسانية، مثل الإعلام والاتصال، لما يوفره من فهم أولي يساعد في صياغة فرضيات واضحة وتحديد المتغيرات الأساسية.

أدوات الدراسة :

الاستبيان :تم إعداد استبيان يحتوي على أسئلة مفتوحة ومغلقة تغطي محاور مرتبطة بمفهوم التربية الإعلامية ووعي الطلبة الإعلامي. يوزع الاستبيان على طلبة تخصصي الطب والإعلام بمختلف مستوياتهم الدراسية، بهدف جمع بيانات كمية تساعد في تقييم مستوى الوعي الإعلامي لديهم.

المقابلات: تم إجراء مقابلة إلكترونية مع أستاذة متخصصة في الإعلام، حيث تم التطرق إلى التحديات الأكاديمية المرتبطة بالتربية الإعلامية وسبل تطوير المناهج التعليمية لتعزيز وعي الطلبة. كما أجريت مقابلة مع طبيبة، بهدف التعرف على مدى تأثير الإعلام على الوعي الصحي لدى الطلبة، والتحديات التي يواجهونها في التعامل مع المعلومات الطبية عبر وسائل الإعلام. ساعدت هذه المقابلات في جمع رؤى نوعية تعزز فهم الظاهرة من وجهات نظر أكاديمية ومهنية مختلفة.

تحليل البيانات :

سيتم تحليل بيانات الاستبيانات باستخدام أساليب إحصائية مناسبة، بينما ستُحلل المقابلات نوعيًا لاستخلاص الأفكار والرؤى التي تساعد في فهم أعمق للموضوع.

التحديات المتوقعة :

قد يواجه الباحث بعض التحديات مثل محدودية العينة أو تباين استجابات الطلبة، وسيتم التعامل معها من خلال توسيع نطاق العينة واستخدام تقنيات تحليل متعددة.

مجتمع وعينة الدراسة :

يتكوّن مجتمع الدراسة من طلبة كليتي الطب والإعلام في الجامعات الجزائرية، بمختلف مستوياتهم الجامعية. نظرًا للطابع الاستطلاعي للدراسة، الذي يهدف إلى التعرف على مستوى الوعي الإعلامي لدى طلبة هذين التخصصين، تم اعتماد عينة قصدية مكونة من 140 طالبًا، موزعين بالتساوي تقريبًا بين التخصصين: 70 طالبًا من تخصص الطب و70 طالبًا من تخصص الإعلام.

تم اختيار المشاركين بناءً على تخصصهم الجامعي، وتوفرهم، واستعدادهم للمساهمة في الدراسة، مع مراعاة التنوع في المستوى الدراسي (ليسانس، ماستر) والجنس، بهدف تحقيق تمثيل نسبي يسمح برصد الفروقات المحتملة في مستوى الوعي الإعلامي بين التخصصين.

ويُعد اعتماد العينة القصدية مناسبًا لطبيعة الدراسة الاستطلاعية، حيث يسمح بالتركيز على فئة محددة يصعب تمثيلها بشكل عشوائي، خاصة في ظل التحديات المرتبطة بجمع البيانات ميدانيًا، مثل تفاوت تجاوب الطلبة أو التوزيع الجغرافي لمؤسساتهم الجامعية.

الإطار الزماني والمكاني للدراسة :

أُجريت هذه الدراسة خلال الفترة الممتدة من يناير 2025 إلى أبريل 2025، حيث تم جمع البيانات وتحليلها وفق الجدول الزمني المحدد.

أما من الناحية المكانية، فقد تم توزيع الاستبيان إلكترونيًا على طلبة تخصصي الطب والإعلام في مختلف الجامعات الجزائرية، مما ساعد في الوصول إلى عينة متنوعة وشاملة.

النظرية الموجهة للدراسة :

النظرية الموجهة للدراسة: النظرية السوسيوبنائية (البنائية الاجتماعية)

تُعَدُّ النظرية السوسيوبنائية من النظريات المهمة في مجال التعلم والمعرفة، حيث تؤكد أن المعرفة والواقع الاجتماعي ليسا ثابتين أو موضوعيين بشكل مطلق، بل يتم بناؤهما من خلال التفاعل الاجتماعي والتواصل بين الأفراد ضمن سياقاتهم الثقافية والاجتماعية. ويُعتبر ليف فيغوتسكي (Lev Vygotsky) [1]من أبرز رواد هذه النظرية، التي ترى أن التعلم يحدث من خلال المشاركة الاجتماعية، حيث يتبادل الأفراد الأفكار والمعاني، مما يؤدي إلى بناء فهم مشترك للواقع[2].

تُناسب هذه النظرية موضوع الدراسة التي تركز على مستوى الوعي الإعلامي لدى طلبة الطب وطلبة الإعلام، إذ تساعد في تفسير كيفية بناء هؤلاء الطلبة لوعيهم الإعلامي من خلال تفاعلهم مع المحتوى الإعلامي، ومع أقرانهم، والأساتذة، والبيئة الأكاديمية. كما تبرز النظرية أهمية السياق الاجتماعي والثقافي في تشكيل فهم الطلبة لمفهوم التربية الإعلامية ومدى تأثيرها على سلوكهم الإعلامي.

وفقًا للنظرية السوسيوبنائية، لا يُعتبر الوعي الإعلامي مجرد استلام سلبي للمعلومات، بل هو عملية نشطة لبناء المعنى والفهم، مما يجعل التربية الإعلامية عملية تفاعلية تحتاج إلى بيئة تعليمية داعمة تعزز الحوار والمشاركة.

---

[1] ليف سيمينوفيتش فيغوتسكي هو عالم نفس روسي يُعتبر من أبرز مؤسسي النظرية الاجتماعية الثقافية في علم النفس التربوي

[2] نظرية فيجوتسكي في النمو المعرفي، بوابة الصحة النفسية، تم الاسترجاع في 30 مايو 2025، الساعة 11:04 صباحًا بتوقيت وسط أوروبا الصيفي (CEST)، من:
https://psyencharge.com/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A%D8%AC%D9%88%D8%AA%D8%B3%D9%83%D9%8A-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%86%D9%85%D9%88-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D8%B1%D9%81%D9%8A/

أهم مفاهيم النظرية ذات الصلة بالدراسة :

- ✓ البناء الاجتماعي للمعرفة :كيف يتبادل الأفراد الأفكار والمعاني لبناء معرفة مشتركة من خلال الحوار والتفاعل.
- ✓ التعلم التفاعلي :التعلم الذي يحدث عبر التفاعل الاجتماعي وليس بشكل فردي فقط.
- ✓ السياق الثقافي والاجتماعي :دور البيئة المحيطة في تشكيل المعرفة والوعي.
- ✓ منطقة التطور القريب (ZPD) [1]المسافة بين ما يمكن للمتعلم القيام به بمفرده وما يمكن تحقيقه بمساعدة الآخرين، وهو مهم لفهم دور الدعم الأكاديمي والتربوي في تعزيز التربية الإعلامية.

ربط النظرية السوسيوبنائية بأدوات البحث :

تعتمد الدراسة على النظرية السوسيوبنائية التي ترى أن المعرفة والوعي يتكونان من خلال التفاعل مع الآخرين والبيئة المحيطة، مما يجعل فهم الطلبة للإعلام نتاجًا لتجاربهم وتفاعلهم مع الأساتذة والزملاء والمحتوى الإعلامي.

الاستبيان :صُمم الاستبيان ليشمل أسئلة مفتوحة ومغلقة تساعد في فهم كيف يبني الطلبة وعيهم الإعلامي بناءً على تجاربهم الشخصية والدراسية. من خلال إجابات الطلبة، يمكننا التعرف على الفروق بين طلبة الطب وطلبة الإعلام في طريقة بناء هذا الوعي، مما يعكس تأثير التخصص والبيئة الاجتماعية على التعلم.

المقابلات :ساعدت المقابلات مع الأساتذة المتخصصين في الإعلام والصحة على فهم كيف تؤثر البيئة الجامعية والدعم الأكاديمي على وعي الطلبة الإعلامي. هذه اللقاءات توضح أهمية الحوار والتفاعل في بناء المعرفة، وهو جوهري في النظرية السوسيوبنائية.

تحليل النتائج :عند تحليل البيانات، نظرنا إلى وعي الطلبة الإعلامي كنتاج لتفاعلهم مع بيئتهم الدراسية والاجتماعية. كما لاحظنا أن الدعم من الأساتذة والزملاء يلعب دورًا مهمًا

[1] مفهوم "منطقة التنمية القريبة" عند فيجوتسكي، أثارة، تم الاسترجاع في 30 مايو 2025 من https://atharah.net/the-zone-of-proximal-devel

في رفع مستوى فهم الطلبة، وهذا يتماشى مع فكرة "منطقة التطور القريب" التي تشير إلى أن التعلم يتحسن عندما يساعد الآخرون المتعلم.

الدراسات السابقة : تعد مرحلة الاطلاع على التراث العلمي و الأدبيات السابقة مرحلة أساسية في البحث العلمي لان الدراسات السابقة هي المجال الواسع الذي يمكننا من فهم الموضوع و الاستفادة مما توصل إليه الباحثون من قبل , حيث تكون خلفية او إطار أكثر ثراء حول الموضوع مما تسمح الدراسات السابقة باستجلاء المفاهيم النظرية و المنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة و العلاقات القائمة بينهما مما يسهم ايجابيا في البناء النظري و التصميم المنهجي للدراسة , كما تسمح للباحث بمعرفة نقاط القوة و مواطن الضعف مما يساعده في التبصر ببعض الصعوبات و بالتالي توفير الجهد و الوقت .

يكون الاقتراب من الدراسات السابقة أو كما يسميها بعض الباحثين الأدبيات السابقة إما نظريا أو منهجيا أو الاثنين معا و يشترط في هذه الدراسات التي يتناولها الباحث أن تكون ذات علاقة بموضوع الدراسة فيؤكد الباحث او يضيف او يلغي ما توصل إليه الباحثون الذين استعن ببحوثهم .

ويتفق الباحثون أن الدراسة التحليلية الواعية و الناقدة للدراسات و الأدبيات السابقة تمثل نقطة البدء في مختلف البحوث , فهذه الدراسات تفيد الباحث في دراسته سواء فيما يتعلق بالإجراءات المنهجية كصياغة الفروض , تحديد العينة , اختيار ادوات الدراسة و تحديد أدوات المعالجة الإحصائية ....

وبفضل هذه الدراسات يمكن للباحث أن يدخل متغيرات جديدة لها قيمتها العلمية او يعيد اختبار بعض النتائج التي توصل إليها الباحثون من قبل مما يزيد الموضوع قيمة علمية اكثر . ومن بين الدراسات التي شكلت نقطة انطلاقنا في هذا البحث :

الدراسة الأولى :(دراسة عائشة نواري 2019-2020)

أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال **:**دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الحضاري لدى الشباب الجزائري [1].

نتائج الدراسة :

- الطلبة يعتمدون بشكل كبير على وسائل الإعلام الرقمية والإنترنت كمصدر رئيسي للمعلومات، مما يبرز أهمية تعزيز مهارات التقييم النقدي للمعلومات عبر هذه الوسائل.
- وجود فجوة في الوعي الإعلامي بين الطلبة، حيث لوحظ تفاوت في مدى قدرة الطلبة على فهم وتحليل المحتوى الإعلامي، مما يشير إلى الحاجة لتدريب وتطوير مستمر في هذا المجال.
- التربية الإعلامية لا تزال غير كافية في البرامج التعليمية الحالية، خاصة في تخصص الطب، مما يؤثر على قدرة الطلبة في التمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة.
- التحديات التي تواجه الطلبة تشمل صعوبة الوصول إلى مصادر موثوقة، وضغط المعلومات الزائد، وانتشار الأخبار الكاذبة، مما يستدعي تعزيز الوعي الإعلامي كجزء من المناهج التعليمية.
- الطلبة يعترفون بأهمية الوعي الإعلامي في حياتهم الأكاديمية والشخصية، ويبدون استعدادًا لتلقي المزيد من التدريب والتوجيه في هذا المجال.

الدراسة الثانية :دراسةأجرى العسافين (2018) دراسة ميدانية حول مستوى الوعي المعلوماتي لدى طلبة كلية الإعلام في جامعة دمشق ,بهدف التعرف على المهارات المعلوماتية الأساسية لدى الطلبة مثل القدرة على تحديد الحاجة إلى المعلومة و التعامل مع المصادر الرقمية .العسافين، ع. (2018). الوعي المعلوماتي لدى طلاب كلية الإعلام

[1]عائشة نواري، (2019-2020). أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال: دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الحضاري لدى الشباب الجزائري.

بجامعة دمشق: دراسة ميدانية .*مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية*، (1)34، 241– 278.[1]

نتائج الدراسة :

- أظهرت الدراسة أن نسبة كبيرة من طلاب كلية الإعلام (81.51%) يمتلكون وعيًا معلوماتيًا متوسطًا إلى جيدًا، مما يدل على وجود مستوى مقبول من الوعي الإعلامي بين الطلبة.
- هناك تفاوت في مستوى الوعي المعلوماتي بين الطلبة، حيث بلغت نسبة الطلاب ذوي الوعي المنخفض 6.26% فقط، بينما نسبة الوعي العالي كانت مقبولة.
- مصادر المعلومات الرقمية والإلكترونية تلعب دورًا كبيرًا في تشكيل وعي الطلاب، حيث يعتمد 83.36% منهم على مصادر إلكترونية في الحصول على المعلومات.
- أظهرت النتائج أن الطلبة يواجهون تحديات في التحقق من صحة المعلومات، خاصة مع انتشار المعلومات المضللة على الإنترنت، مما يستدعي تعزيز مهارات التقييم النقدي.
- الدراسة أكدت على أهمية تطوير برامج تعليمية تركز على تنمية مهارات الوعي الإعلامي والمعلوماتي لدى الطلاب، خاصة في ظل الاعتماد الكبير على المصادر الرقمية.

الدراسة الثالثة :المرزوقي، ن. (2021). فاعلية دورات التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي في الأردن: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الزرقاء، الأردن.هدفت الدراسة إلى معرفة فاعلية دورات التربية الإعلامية والمعلوماتية في تنمية مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي في الأردن، من خلال استخدام المنهج الوصفي وتطبيق استبانة على عينة من المشاركين في هذه الدورات. ركزت الدراسة على تقييم مدى اكتساب المشاركين مهارات التعامل مع المعلومات الرقمية، والتحقق من

[1] لعسافين، عيسى عيسى. (2018). الوعي المعلوماتي لدى طلاب كلية الإعلام بجامعة دمشق: دراسة ميدانية. مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية، 34(1)، 241-278. تم الاسترجاع من https://journal.damascusuniversity.edu.sy/index.php/humj/article/view/480

صحتها، والقدرة على التعامل النقدي مع المحتوى الرقمي. أظهرت النتائج وجود درجة مرتفعة من الموافقة على دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات المشاركين في التعامل مع المعلومات والمحتوى الرقمي، بالإضافة إلى تعزيز مهارات التحقق الإخباري. وتؤكد الدراسة أهمية دور التربية الإعلامية في بناء وعي رقمي متكامل لدى المستهدفين، مما يساهم في تطوير قدراتهم على التعامل مع البيئة الإعلامية الرقمية بشكل فعّال وموثوق.[1]

نتائج الدراسة :

- التربية الإعلامية تلعب دورًا مهمًا في تعزيز التنمية الاجتماعية والسياسية من خلال زيادة الوعي بالمعلومات الرقمية والتربوية.
- هناك انتشار متزايد للمعلومات الرقمية الموثوقة، مما ساعد في رفع مستوى الوعي لدى المجتمع المستهدف.
- التربية الإعلامية ساعدت في تطوير مهارات التفكير النقدي لدى المشاركين، خاصة في التعامل مع المحتوى الرقمي بشكل موضوعي وموثوق.
- المشاركون أصبحوا أكثر قدرة على استخدام الإنترنت والمصادر الرقمية بشكل فعّال، مع التركيز على الاعتماد على مصادر موثوقة.
- ساهمت التربية الإعلامية في تحسين مهارات التواصل الاجتماعي والتربوي، مما يعزز من القيم المجتمعية.
- أكدت النتائج على أهمية الاعتماد على مصادر معلومات دقيقة وموثوقة في التربية الإعلامية لضمان جودة المعلومات المقدمة.

الدراسة الرابعة : "دور مناهج التعليم الجامعي في تحقيق التربية الإعلامية: دراسة استطلاعية لعينة من طلبة كلية الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3"

تتناول هذه الدراسة موضوع التربية الإعلامية في إطار التعليم الجامعي، مع التركيز على دور المناهج الدراسية في كلية الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3 في تحقيق أهداف

[1] المرزوقي، ن. (2021) ، فاعلية دورات التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي في الأردن: (دراسة ميدانية) رسالة ماجستير. كلية الإعلام، جامعة الزرقاء، الأردن.

التربية الإعلامية. تهدف الدراسة إلى استكشاف مدى تضمين مفاهيم التربية الإعلامية في المناهج الجامعية، ومدى وعي الطلبة بمفهوم التربية الإعلامية وأهميتها في تطوير مهاراتهم الإعلامية. تعتمد الدراسة على المنهج الاستطلاعي لجمع البيانات من عينة من طلبة الكلية، وذلك من خلال استبانة تهدف إلى التعرف على تصور الطلبة لمحتوى المناهج ومدى ارتباطه بالتربية الإعلامية، بالإضافة إلى التعرف على التحديات التي تواجه تطبيق التربية الإعلامية في المناهج الجامعية. كما تتناول الدراسة أهمية تطوير المناهج التعليمية لتشمل محتوى يركز على تنمية مهارات التفكير النقدي والوعي الإعلامي، مما يسهم في إعداد طلبة قادرين على التعامل بوعي مع البيئة الإعلامية الحديثة.[1]

نتائج الدراسة :

- التربية الإعلامية تعزز الوعي الثقافي والاجتماعي وتمكن الطلاب من الاستخدام الصحيح لوسائل الإعلام.
- تساعد في فهم الأبعاد الإيديولوجية للإعلام وأهمية الدقة المهنية.
- تتطور أهداف التربية الإعلامية مع تقدم المستوى التعليمي للطالب نحو التفكير النقدي والتواصل الإعلامي.
- المناهج الجامعية بحاجة إلى تضمين التربية الإعلامية كوحدة دراسية لتعزيز مهارات التفكير النقدي والإبداعي.
- الطلاب يفتقرون إلى فهم الهيكل الاقتصادي للإعلام، مما يؤثر على قدرتهم على تحليل المحتوى بشكل نقدي.
- ضرورة تمكين الطلاب من تحليل المحتوى الإعلامي واستخدام وسائل الإعلام للتعبير النقدي.
- هناك قصور في تنمية مهارات التفكير الإبداعي عبر المناهج الحالية، مما يستدعي تطوير البرامج التعليمية لتشجيع النقد والتحليل بدلاً من الحفظ فقط.

[1] بلقاسي، كريم. (2017). دور مناهج التعليم الجامعي في تحقيق التربية الإعلامية: دراسة استطلاعية لعينة من طلبة كلية الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3. مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، 2(2)، 111-134. تم الاسترجاع في 15 أبريل 2025، الساعة 17:11 بتوقيت وسط أوروبا (CEST) من https://search.shamaa.org/fullrecord?ID=129011

الإطار النظري

تمهيد الفصل الأول :

في ظل التطورات السريعة التي يشهدها العالم في مجال الإعلام والاتصال، برزت الحاجة الملحة إلى التربية الإعلامية كأداة أساسية لتعزيز وعي الأفراد وتمكينهم من التعامل بوعي ونقدية مع الكم الهائل من المعلومات التي تتدفق عبر وسائل الإعلام المختلفة. تهدف التربية الإعلامية إلى تزويد المتعلمين بالمعرفة والمهارات اللازمة لفهم طبيعة الإعلام، تحليل محتواه، والتمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة، مما يسهم في بناء مجتمع قادر على المشاركة الفعالة والمسؤولة في الحياة الإعلامية والاجتماعية. يتناول هذا الفصل الأسس النظرية لمفهوم التربية الإعلامية، وأهميتها في السياق المعاصر، مع التركيز على دورها في تنمية التفكير النقدي وتعزيز المواطنة الإعلامية في ظل التحديات الرقمية المتزايدة.

الفصل الأول : الأسس النظرية للتربية الإعلامية

المبحث الأول :الإطار المفاهيمي للتربية الإعلامية

المطلب الأول :مفهُوم التربيّة الإعلاميَّة : Media Education

تعتمد مبادئ التربية الإعلاميَّة اعتمادًا كُليًا على الاتصال: وذلك من أجل تحقيق عدد من الأهداف الإعلاميَّة التربويّة المُعدَّة خصوصًا لطلبَة العلم، التي تُقدِّمُ بدورِها مجموعةً مِن المهارات والمعلومات والأساليب الضّرورية للتعامل الأمثل مع وسائل الإعلام الكلاسيكية والجديدة وما تبَّهُ هذه الوسائل المتنوّعة من مضامين واضحة ومُتستَتّرة. وعليه، فإنَّ مفهوم التربية الإعلاميَّة يُعتبَرُ مفهُومًا شموليًا يُعنّى بالاستفادة والفهم والتقييم والنقد الإعلامي والوعي والتعرّف على جوانب الاستفادة والضّرَر من هذِهِ الوسائل المُختلِفة .

يُعتبر مفهوم التربيَة الإعلاميّة من المفاهيم المُركبَة. فهو يتركّب من مصطلحي التربية والإعلام، وقد برزت لهذا المفهوم عِدّة تعريفات في الدراسات العربيَّة والغربيَّة ومن أبرزها ما يلي:

تعريف كلَّ من:

- **محمد عبد الحميد وآمال اك المتولي** بأنها: " تعليم فنون الإعلام في المؤسسات التعليمية المختلفة، وتنمية الحس الإعلامي لدى الطلاب في مراحلهم المتقدمة بما يؤدّي إلى تكوين حس نقدي صحيح يجعلهم يستطيعون اختيار الرسائل الاتصالية بفهمٍ ووعي" [1]
- **أحمد جمال حسن** فقد عرّفها بأنّها " قدرة الأفراد على الاستخدام الواعي والآمن لوسائل الإعلام، من فهم وتفسير ونقد وتقييم المضامين الإعلامية بأشكالها المتنوعة، والإسهام في تطوير إدراكهم وتعاونهم في إنتاج مضامين إعلامية مسئولة وتخزينها

[1] محمد عبد الحميد، آمال سعد المتولي، التربية الإعلامية: تعليم فنون الإعلام وتنمية الحس الإعلامي لدى الطلاب، دار مكتبة الإسراء، طنطا، 2003.

والارتقاء باهتماماتهم، وهي تمثلُ ردّ فعلٍ طبيعي للبيئة الإعلامية المعقدة، والمستحدثات التكنولوجية التي تحيط بهم" [1]

- وبدوره، **عرّف Share,J.** التربية الإعلامية على أنَّها: "إكسابُ المعرفة والفهم والتطبيق الصحيح للمهارات والمواقف التي تسمَحُ للطلاب بالتعامل مع العالم الإعلامي المُعقّد والمُتغير بطريقةٍ واعيةٍ هادفة، وكما يُعبَّرُ عن إكساب القدرة على استخدام الإعلام بطريقة نشطة وحيوية بهدف المشاركة الاجتماعية الفعالة" [2]
- وتعرف **Jose M, Brown** التربية الإعلامية بأنّها: "الأسلوب الذي يُستخدم لتوضيح مهارات وقُدرات طلاب الجامعات التي تتطلب الوعي بالتعليم المتطور في مجال الاتصالات الحديثة، مثل: التعليم الواعي الإلكتروني والوسائط المتعددة في مجتمع تفسير المعلومات" [3]
- ويرى **Silveblatt.A.** أنّ التربية الإعلامية هي: "الوعيُ بتأثير وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع، وفهم عملية الاتصال الجماهيري وتطوير الاستراتيجيات، تمكُننا من فهم وتحليل ومناقشة الرسائل الإعلامية، وتنمية الاستمتاع الجمالي، والتقدير لمضمون وسائل الإعلام" .[4] وبناءً على هذا التعريف، فإنَّ عناصر التربية الإعلاميّة الرئيسة تتكوّن من التالي):

[1] حمد جمال حسن، (2015) التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة ميدانية .رسالة ماجستير، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا، مصر.

[2] Share, J. (2010). Media education and literacy.

[3] عبد العاطي مسلم، محمود. (2017). تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية .مجلة المعرفة التربوية، (9)5، 167- 190. https://jeed.journals.ekb.eg/article_290922.html

[4] Silveblatt, A. (2001). Media literacy and communication.

عناصر التربية الإعلامية :

1. **الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الأفراد والمجتمع** :يعد الوعي بكيفية تأثير وسائل الإعلام من الأسس الأساسية في التربية الإعلامية. فهو يشمل فهم تأثير هذه الوسائل على الأفراد والمجتمعات، فضلاً عن قدرة الأفراد على اتخاذ مواقف مناسبة بناءً على تجاربهم من التأثيرات الإيجابية والسلبية التي تقدمها وسائل الإعلام.
2. **استيعاب عملية الاتصال الجماهيري** :يتطلب الفهم الشامل للعملية الاتصالية استيعاب كافة مقومات التربية الإعلامية التي تؤهل الأفراد لفهم كيفية نقل الرسائل الإعلامية من خلال وسائل الإعلام المختلفة. يجب أن يكون هذا الاستيعاب قائمًا على وعي تام بتنوع الأشكال الإعلامية وطرق تأثيرها.
3. **استراتيجيات وأساليب تحليل وتنقيح المحتوى الإعلامي** :تركز التربية الإعلامية على ضرورة اعتماد استراتيجيات وأساليب متنوعة تهدف إلى تفسير وتحليل المضامين الإعلامية. ويتضمن ذلك القدرة على فهم الرسائل العميقة التي تحملها الوسائل الإعلامية، وفصل الحقائق عن الآراء والتصورات الشخصية.
4. **مراعاة الجوانب الجمالية في فحص الرسائل الإعلامية** :تتطلب التربية الإعلامية أيضًا فهم الجوانب الجمالية للمحتويات الإعلامية. ويشمل ذلك التقدير الفني للمضامين الإعلامية وتحديد كيفية تأثير الجماليات على المتلقي، مع مراعاة اختلاف أذواق الجمهور.

في هذا السياق، تقوم التربية الإعلامية على مجموعة من المحاور الرئيسية، من أبرزها: دراسة تقنيات المعلومات، والقدرة على التفاعل مع وسائل الإعلام الكلاسيكية والجديدة بشكل فعال، وتعزيز الوعي الإعلامي بين الأفراد، وضمان الاستخدام الآمن للمحتوى الإعلامي. كما تشمل استراتيجيات التأثير الإعلامي وفهم الأجندات الإعلامية التي تقود كل وسيلة إعلامية.

المطلب الثاني : التطور التاريخي لمفهوم التربية الاعلامية

بدأت التربية الإعلامية في القرن العشرين كمفهوم عام، حيث كانت تهدف إلى تمكين الأفراد من تحليل وفهم الرسائل الإعلامية التي يتعرضون لها. يمكن تتبع بداية تطور هذا المفهوم إلى تقرير**The Newsom Report**[1]لعام 1963 في بريطانيا، والذي أكد على أهمية تدريب الأطفال على تحليل ونقد الرسائل الإعلامية .

خلال هذه الفترة، بدأت التربية الإعلامية بالتركيز على فهم تأثير الإعلام الجماهيري على الأفراد، خصوصًا في فترة كانت وسائل الإعلام فيها تقتصر بشكل رئيسي على الصحافة والإذاعة. مع بداية السبعينيات، توسع نطاق التربية الإعلامية ليشمل هدفًا أوسع وهو حماية الأطفال والشباب من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام. كانت هذه المرحلة تتمحور حول تطوير القدرة على التعامل النقدي مع المعلومات المتاحة، بحيث يكون الجمهور قادرًا على التمييز بين الحقائق والمعلومات المضللة[2] .

في عام 1989، قامت وزارة التعليم الكندية بتعريف التربية الإعلامية كمفهوم شامل يهدف إلى تطوير فهم الطلاب لوسائل الإعلام، وتعزيز التفكير النقدي تجاه تأثيراتها. هذا التعريف كان نقطة تحول في تطور التربية الإعلامية حيث تم التركيز على تطوير المهارات اللازمة لتحليل وتقييم المحتوى الإعلامي[3].

في عام 1992، أضاف **معهد Aspen Media Literacy Leadership** هذا التعريف في مؤتمر علمي بالولايات المتحدة الأمريكية، حيث أكد على أن التربية الإعلامية هي عملية

---

[1] The Newsom Report (1963) Half Our Future. تقرير صادر عن المجلس الاستشاري المركزي للتعليم في إنجلترا، ركز على تحسين التعليم للأطفال ذوي القدرات المتوسطة والأقل، وأبرز أهمية تعليمهم مهارات تحليل الرسائل الإعلامية ونقدها.

[2] Ministry of Education, Canada. (1989). Media education guidelines. Ottawa: Government of Canada

[3] Ministry of Education, Canada. (1989). Media education guidelines. Ottawa:Government of Canada

مستمرة تتيح للأفراد الوصول إلى المعلومات وتحليلها بشكل نقدي، بالإضافة إلى إكسابهم مهارات إنتاج محتوى إعلامي هادف[1].

ومع بداية العصر الرقمي، شهدت التربية الإعلامية تحولًا جذريًا في مفهومها وأدواتها. أصبح الإعلام يتنوع ويشمل وسائل جديدة مثل الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، مما جعل التربية الإعلامية أكثر أهمية في هذا العصر الرقمي. أصبحت التربية الإعلامية تركز على فهم كيفية تأثير هذه الوسائل الرقمية على الأفراد والمجتمع، بالإضافة إلى تمكين الأفراد من إنتاج محتوى إعلامي باستخدام هذه التقنيات الحديثة.

في عام 1999، أكدت **منظمة اليونسكو** في مؤتمر دولي على أن التربية الإعلامية يجب أن تمكن الأفراد من فهم وسائل الإعلام في مجتمعاتهم، وتعزز من مهاراتهم لاستخدام هذه الوسائل بشكل واعٍ وفعّال. هذا المؤتمر كان خطوة مهمة نحو التأكيد على الدور الحيوي للتربية الإعلامية في عصر المعلومات والاتصال.(UNESCO, 1999)[2]اليوم، تعد التربية الإعلامية جزءًا أساسيًا من المناهج الدراسية في العديد من الدول، حيث تهدف إلى تمكين الأفراد من التعامل بشكل نقدي وواعٍ مع وسائل الإعلام في العصر الرقمي، وتعزيز المشاركة الفعالة في المجتمع المدني[3].

[1] معهد Aspen Media Literacy Leadership. (1992). Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy. واشنطن، الولايات المتحدة الأمريكية. في هذا المؤتمر تم تعريف التربية الإعلامية بأنها عملية مستمرة تتيح للأفراد الوصول إلى المعلومات وتحليلها بشكل نقدي، بالإضافة إلى إكسابهم مهارات إنتاج محتوى إعلامي هادف.

[2] منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو). (1999 .(مؤتمر فيينا الدولي للتربية الإعلامية .في هذا المؤتمر تم التأكيد على أن التربية الإعلامية تهدف إلى تمكين الأفراد من فهم وسائل الإعلام في مجتمعاتهم، وتعزيز مهاراتهم لاستخدام هذه الوسائل بشكل واعٍ وفعّال، مما يمثل خطوة مهمة في تعزيز دور التربية الإعلامية في عصر المعلومات والاتصال. تم الاسترجاع من https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000140735_a :

[3] منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو). (2002 .(أدوات تدريب لتطوير المناهج الدراسية: الحقيبة المرجعية .جنيف، سويسرا: المكتب الدولي للتربية. تم الاسترجاع في 15 أبريل 2025، الساعة 10:00 صباحًا، من https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000222796_ar

المطلب الثالث : اسس التربية الإعلامية :

تُعد التربية الإعلامية من المجالات التربوية الحديثة التي تقوم على مجموعة من الأسس النظرية والتطبيقية التي تهدف إلى تمكين الأفراد، ولا سيما فئة الطلبة، من التعامل الواعي والنقدي مع الرسائل الإعلامية. وتستند هذه التربية إلى مرتكزات متعددة، بعضها يتصل بالبنية القيمية والثقافية للمجتمع، وبعضها الآخر يرتبط بالكفاءات المعرفية والمهارية الضرورية للتفاعل مع الفضاء الإعلامي المعاصر. ويمكن تحديد أبرز هذه الأسس فيما يلي:

- **تعزيز الهوية الثقافية والدينية:**

من أهم أهداف التربية الإعلامية المحافظة على الهوية الحضارية للأمة، من خلال ترسيخ القيم الثقافية والدينية الأصيلة في وعي الطلبة. ويتحقق ذلك عبر محتويات تربوية وإعلامية تُبرز الجوانب التاريخية والرمزية للهوية، وتُناقش التحديات التي تواجهها في ظل الانفتاح العالمي والتأثيرات الثقافية المتبادلة.

- **الحفاظ على القيم المجتمعية والسلوكيات الإيجابية :**

تعمل التربية الإعلامية على تنمية الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية من خلال تعزيز القيم الإيجابية، مثل الاحترام، التضامن، والمواطنة الفعّالة. كما تُسهم في ترسيخ العادات الأصيلة، وتُواجه أنماط السلوك الغريبة التي قد تُضعف الروابط الاجتماعية أو تُشوّه البنية القيمية للمجتمع.

- **تعزيز الوعي بالدور الحضاري للأمة ودور الشباب في صناعته :**

من خلال التربية الإعلامية، يُمكن تحفيز وعي الطلبة برسالة الأمة الحضارية، وحثّهم على إدراك موقعهم ضمن هذا المشروع التاريخي. ويُعد الشباب فاعلاً أساسيًا في هذا السياق، ما يجعل من التربية الإعلامية وسيلة لبناء جيل واعٍ بقضاياه، متفاعل مع محيطه، ومؤهل للمساهمة في التنمية الشاملة.

- **تحقيق التكامل بين التربويين والإعلاميين :**

يُعد التنسيق بين الفاعلين في المجالين التربوي والإعلامي من الركائز الأساسية لضمان فعالية التربية الإعلامية، حيث يُفترض أن يتكامل الخطاب التربوي مع الرسالة الإعلامية، لتقديم مضمون موحد ومتجانس يُعزّز القيم المرجوة ويوجّه السلوك الاجتماعي بشكل إيجابي.

- **نقل ونشر التجارب الرائدة في التربية الإعلامية :**

تلعب وسائل الإعلام دورًا مهمًا في تسليط الضوء على المبادرات الناجحة في مجال التربية الإعلامية، مما يُساهم في نقل الخبرات، وتعميم الممارسات الفعالة، وخلق ديناميكية تفاعلية بين مختلف الفاعلين، سواء في المؤسسات التعليمية أو الإعلامية.

- **تشجيع المبادرات المحلية والعربية في مجال التربية الإعلامية :**

من الضروري دعم وترويج المبادرات التي تُعنى بنشر الوعي الإعلامي، من خلال التغطية الإعلامية والتعريف بأهدافها ونتائجها. إنّ هذا الدعم لا يُسهِم فقط في إنجاح هذه المبادرات، بل يُحفّز أيضاً على انخراط فئات أوسع من المجتمع فيها، خصوصًا فئة الطلبة الجامعيين.

- **قيام وسائل الإعلام بدور داعم للمؤسسات التربوية :**

يُفترض أن تُؤدي وسائل الإعلام دور الشريك في العملية التربوية، من خلال تبني خطاب إعلامي يتماهى مع الأهداف التربوية، ويُساند المؤسسات التعليمية بدلًا من معارضتها أو تقويض جهودها. فهذا التكامل يُعزّز من مصداقية العمل التربوي ويرفع من تأثيره المجتمعي.

- **تنمية التفكير النقدي والتحليل الإعلامي :**

من بين الأهداف المركزية للتربية الإعلامية تنمية القدرة على تحليل وتفكيك الرسائل الإعلامية، والتمييز بين المحتوى الموضوعي والموجه، وبين الحقيقة والدعاية. وتُعد هذه المهارة من أساسيات التربية الإعلامية الحديثة، خاصة مع ازدياد حجم التضليل الإعلامي والأخبار الزائفة.

- **تعزيز المواطنة الرقمية :**

في ظل الانتشار الواسع للتقنيات الحديثة، تُصبح المواطنة الرقمية من الأسس الجوهرية التي تُركّز عليها التربية الإعلامية، حيث تهدف إلى تعليم الأفراد كيفية التفاعل بوعي ومسؤولية في البيئات الرقمية، بما في ذلك احترام الخصوصية، وأمن المعلومات، والسلوك الأخلاقي على الإنترنت.

- **تنمية القدرة على إنتاج المحتوى الإعلامي الواعي :**

لم يعد المتلقي سلبيًا، بل أصبح منتجًا للمحتوى أيضًا. لذلك، تُشجّع التربية الإعلامية على تطوير مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية لدى الطلبة، سواء من خلال الكتابة أو الصورة أو الفيديو، بشكل يُعبّر عن وعيهم وفهمهم للقضايا التي تحيط بهم.

- **فهم البنية الاقتصادية والسياسية للمؤسسات الإعلامية :**

يُعد إدراك السياقات التي تُنتَج فيها الرسائل الإعلامية من العناصر الأساسية في بناء وعي نقدي لدى الطلبة، إذ يُساعدهم هذا الفهم على تقييم المحتوى الإعلامي في ضوء علاقاته بالسلطة والتمويل والإيديولوجيا، وبالتالي تجنّب التلقي العفوي أو السطحي.

المبحث الثاني: أهمية التربية الإعلامية في البيئة الرقمية

المطلب الاول :أهمية التربية الإعلامية في العصر الرقمي :

- أضحت التربية الإعلامية في السنوات الأخيرة مطلبًا ملحًا في ظل التحولات العميقة التي يشهدها العالم الرقمي، إلى الحد الذي جعل منها أحد الحقوق الأساسية التي ينبغي أن تُمنح لكل فرد، كما أشارت منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو)[1]. فمع توسع نفوذ وسائل الإعلام، وتكاملها مع الفضاء الرقمي، باتت الحاجة ماسة إلى تنمية وعي الأفراد، لا كمجرد مستهلكين للرسائل الإعلامية، بل كمشاركين فاعلين يمتلكون الأدوات النقدية اللازمة لفهم المحتوى، وتحليله، والتفاعل معه بطريقة مسؤولة.

- تُعتبر التربية الإعلامية مهارة حياتية ضرورية في العصر الحديث، تتجاوز حدود المناهج الدراسية والتخصصات الأكاديمية لتصبح جزءًا أساسيًا من الكفاءة الرقمية التي يجب أن يمتلكها كل فرد. يواجه الناس اليوم تدفقًا هائلًا من المعلومات عبر مختلف المنصات الرقمية، مثل شبكات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث والتطبيقات الإخبارية، مما يتطلب منهم امتلاك مهارات تحليلية تساعدهم على التمييز بين المعلومات الدقيقة والمضللة، وتجنب الوقوع في فخ الأخبار الزائفة والتضليل الرقمي .
- كما تبرز أهمية التربية الإعلامية في تعزيز ما يُعرف بـ"المواطنة الرقمية"[2]، من خلال تمكين الشباب والطلبة من فهم بيئة الاتصال الرقمي، والتفاعل معها وفق ضوابط أخلاقية، وقيم مجتمعية، تضمن احترام الخصوصية، وحسن استخدام الوسائط التقنية، والمشاركة البناءة في المساحات الحوارية المتاحة إلكترونيًا وهي

[1] **المواطنة الرقمية**: هي قدرة الفرد على استخدام التكنولوجيا الرقمية والإنترنت بشكل مسؤول وآمن، مع احترام القوانين والقيم الأخلاقية والاجتماعية، والتمتع بمهارات تحليل المعلومات والتمييز بين المحتوى الصحيح والمضلل، مما يتيح له المشاركة الفعالة والإيجابية في المجتمع الرقمي .العبدالله، فاطمة. (2019)

"المواطنة الرقمية وأثرها في تعزيز السلوك الأخلاقي لدى طلبة الجامعات."

مجلة العلوم التربوية والنفسية، جامعة الملك سعود.

تربية لا تكتفي بحماية النشء من التأثيرات السلبية للمضامين الإعلامية، بل تسعى أيضًا إلى صقل وعيهم وتمكينهم من إنتاج محتوى رقمي يعكس هويتهم وقيمهم ومواقفهم من قضايا مجتمعاتهم.[1]

- مع تزايد ظواهر مثل التلاعب بالخوارزميات، واستخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار، وانتشار الصحافة المواطنية، أصبح الإعلام اليوم فضاءً مفتوحًا أمام الجميع، وليس مقصورًا على المؤسسات الكبرى فقط. في هذا السياق، تبرز التربية الإعلامية كاستجابة ضرورية لهذه التحولات، حيث تهدف إلى تزويد الطلاب بالمهارات الفكرية والعملية التي تمكنهم من فهم كيفية عمل المنصات الرقمية، والتمييز بين الرسائل الرمزية، وتحليل الخطاب البصري واللغوي الذي قد يُستخدم أحيانًا لتحقيق أغراض خفية أو أيديولوجية .[2]
- في هذا الإطار، تساهم التربية الإعلامية بشكل فعّال في تعزيز فرص التعلم الذاتي، من خلال تحفيز الطلاب على البحث المستقل، والتحقق من صحة المعلومات، واستخدام المصادر الإعلامية والرقمية بشكل فعّال لتطوير معارفهم. وبذلك، تمثل التربية الإعلامية رافعة أساسية لبناء شخصية الطالب القادر على اتخاذ قرارات مدروسة، والتفاعل الإيجابي مع التحديات المعرفية والاتصالية التي يفرضها الواقع الرقمي المتسار[3]
- وعليه، فإن دمج التربية الإعلامية في المناهج الدراسية الجامعية يُمثّل خطوة جوهرية نحو إعداد جيل رقمي واعٍ، يملك من أدوات الفهم والتحليل ما يُمكّنه من التعامل بذكاء ومسؤولية مع المحتوى الإعلامي. ويتطلب هذا الجهد تعاونًا واسعًا بين المؤسسات الأكاديمية، والأسر، والفاعلين في المجال الإعلامي والتربوي، لضمان بناء بيئة

[1]Livingstone, S. (2012). Teaching and learning digital citizenship: A framework for educators. Council of Europe.

2McLuhan, M. (1964). Understanding media: The extensions of man. McGraw-Hill

[3]Kellner, D., & Share, J. (2007). Critical media literacy, democracy, and the reconstruction of education. In D. Macedo & S. R. Steinberg (Eds.), Media literacy: A reader (pp. 3-23). Peter Lang Publishing.

تعليمية تُحفز على التفكير النقدي، وتحترم التنوع، وتُكرّس الوعي بالحق في الوصول إلى المعلومات، والاستخدام الآمن والواعي للتكنولوجيا.

المطلب الثاني : دور التربية الإعلامية في مواجهة المعلومات المغلوطة في البيئة الرقمية :

مع تزايد الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات، أصبحت الحاجة إلى تعزيز التربية الإعلامية أكثر إلحاحًا لمواجهة التحديات التي تفرضها ظاهرة انتشار الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة. في هذا السياق، تلعب التربية الإعلامية دورًا حيويًا كاستراتيجية تهدف إلى تمكين الأفراد من التمييز بين الحقيقة والتضليل، وتعزيز قدراتهم على التحقق من صحة المحتوى الإعلامي الذي يتعرضون له.

شهد النظام الإعلامي تحولات كبيرة أدت إلى تراجع ثقة الجمهور في وسائل الإعلام التقليدية، خاصة مع انتشار الأخبار المزيفة خلال الأحداث السياسية الكبرى مثل حملة الانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة وحملة خروج بريطانيا من الاتحاد الأوروبي. أثبتت منصات التواصل الاجتماعي أنها بيئة خصبة لانتشار المعلومات المضللة والأخبار الكاذبة، مما يستدعي تطوير مهارات التحقق والنقد الإعلامي لدى المستخدمين.

من الأدوات الفعالة في هذا المجال اختبار "CRAAP" [1]الذي طوره لاغارد وهودجنز (2019)، والذي يساعد المستخدمين على تقييم مصداقية المعلومات من خلال مجموعة من الأسئلة التي تركز على مدى حداثة المعلومات، وملاءمتها، ودقتها، وهدفها، بالإضافة إلى موثوقية المصدر. هذا الاختبار يعزز الكفاءات الإعلامية ويساهم في تقليل تأثير الأخبار الكاذبة.

من جهة أخرى، من المهم التمييز بين الحقائق والآراء في المحتوى الرقمي؛ فالحقائق تمثل معلومات موضوعية دقيقة، في حين أن الآراء تعبر عن تفسيرات شخصية قد تحمل تحيزات

[1] **اختبار CRAAP** هو أداة تقييم تُستخدم للتحقق من موثوقية المصادر عبر خمسة معايير رئيسية: حداثة المعلومات(Currency) ، مدى ملاءمتها للموضوع(Relevance) ، موثوقية المؤلف أو الناشر(Authority) ، دقة المعلومات(Accuracy) ، وهدف نشرها .(Purpose) يساعد هذا الاختبار الباحثين على اختيار مصادر موثوقة وصحيحة خاصة في ظل كثرة المعلومات المتاحة.

أو معلومات غير دقيقة. كما قال الصحفي البريطاني سيمون روجرز: "التعليق مجاني، لكن الحقائق مقدسة". لذلك، يمكن للأفراد المثقفين في مجال الإعلام الرقمي أن يسهموا بفعالية في مكافحة انتشار الأخبار الكاذبة من خلال تقديم تعليقات نقدية وتحذير الآخرين من المحتوى المضلل.

في الختام، تُعد محو الأمية الإعلامية والرقمية ضرورة حيوية للأجيال الجديدة التي تقضي معظم وقتها في تصفح الإنترنت. فهي تُمكّن المستخدمين من تصفية المعلومات التي يتلقونها، وتساعدهم على اتخاذ قرارات مبنية على معلومات موثوقة ومدققة. ونظرًا لعدم قدرة الحكومات والمؤسسات الإعلامية على مراقبة جميع الشبكات الاجتماعية بشكل كامل، تبقى التربية الإعلامية والرقمية الحل الأمثل لمواجهة تحديات العصر الرقمي.

المطلب الثالث :التربية الإعلامية كوسيلة لحماية الأفراد من التأثيرات السلبية للإعلام

في ظل الانتشار الواسع للمحتوى الإعلامي وتزايد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات، بات من الضروري تزويد الأفراد، وخاصة الناشئة، بالأدوات اللازمة لمواجهة التأثيرات السلبية للمضامين الإعلامية. تُعد التربية الإعلامية من أبرز الوسائل التي تسهم في تنمية الوعي وتعزيز مهارات التفكير الناقد، مما يمكن الأفراد من التصدي للمحتوى المضلل.

تكتسب مهارات التفكير الناقد أهمية كبيرة في هذا السياق، حيث تمثل خط الدفاع الأول لحماية الأفراد، وخصوصًا الأبناء، من التأثيرات السلبية للإعلام الرقمي والاجتماعي. وتعزز التربية الإعلامية هذه المهارات من خلال ممارسات تربوية وإعلامية تدعم التفكير التحليلي والقدرة على التقييم والنقد.

تُعد مهارات التفكير ضرورة ملحة لمواكبة تكنولوجيا الإعلام الجديد ومتطلبات العصر، إذ تساهم في تعزيز الإبداع والتحصيل واتخاذ القرارات السليمة. ولتنمية هذه المهارات لدى الأطفال، يجب اتباع خطوات تتناسب مع مراحل نموهم وقدرتهم على الاستيعاب، مع ربط المعارف الجديدة بالقديمة لضبط التفكير، والمساعدة في التخطيط، وحل المشكلات، واتخاذ

القرارات بوعي وعقلانية. كما تسهم هذه المهارات في تطوير أساليب التفكير من البعد السطحي إلى البعد العميق، مما يمكن الطفل من فهم الظواهر والمواقف بشكل أعمق، وتزويده بالخيارات والبدائل، وتعزيز تقبل الأفكار المختلفة والثقة بالنفس.

المتلقي الناقد لمحتوى الإعلام[1]هو متلقي نشط، متفاعل، ومفتوح الذهن. ويستفيد الأبناء من مهارات التفكير الناقد في مجال التربية الإعلامية من خلال قدرتهم على التحقق من صحة المعلومات، والتأكد من مصداقية المصادر، والتمييز بين الحقائق والآراء، وتكوين الأحكام واتخاذ القرارات المبنية على أسس سليمة. كل هذه الأساليب تساعد في الحماية من التأثيرات السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي، مع ضرورة مراعاة ملائمة الأساليب التربوية الإعلامية مع المرحلة العمرية للأبناء.

في النهاية، يساهم التناول الناقد للمادة الإعلامية في إنتاج مواطن واعٍ وناقد، قادر على فهم الرسائل الإعلامية وتقنيات الوسائل المستخدمة، والتفاعل معها بشكل إيجابي ومسؤول.

خلاصة الفصل الأول:

ركز هذا الفصل على استعراض المفاهيم الأساسية للتربية الإعلامية، مع توضيح تطورها التاريخي وأهميتها في السياق الحالي. تم تحليل دور التربية الإعلامية في تعزيز وعي الأفراد وتمكينهم من مواجهة التحديات الإعلامية، خاصة في ظل الانتشار الواسع للمعلومات الرقمية. كما تناول الفصل العلاقة بين التربية الإعلامية وتنمية مهارات التفكير النقدي، وأهمية دمجها في المناهج التعليمية. في النهاية، أبرز الفصل الحاجة الملحة إلى تطوير استراتيجيات تعليمية فعالة تضمن تمكين المتعلمين من التعامل الواعي والمسؤول مع المحتوى الإعلامي المتنوع.

[1] **المتلقي الناقد** هو الشخص الذي يتعامل مع المحتوى الإعلامي بوعي وتحليل، حيث لا يقبل المعلومات كما هي، بل يقوم بتقييمها وتمييز الحقائق من الآراء، والتحقق من مصداقية المصادر، وفهم الأهداف والرسائل الخفية وراء المحتوى الإعلامي، مما يساعده على حماية نفسه من التضليل الإعلامي واتخاذ قرارات مستنيرة.

تمهيد الفصل الثاني

يُركز هذا الفصل على استكشاف واقع التربية الإعلامية في التخصصات الأكاديمية، مع التركيز بشكل خاص على مجالي الطب والإعلام. وينطلق الفصل من أهمية التربية الإعلامية كمهارة أساسية لطلبة الطب في عصر تتدفق فيه المعلومات الصحية عبر وسائل الإعلام التقليدية والرقمية بوتيرة متسارعة، مما يفرض تحديات جديدة تتعلق بفرز المعلومات الدقيقة من المغلوطة، وتوظيفها بشكل مسؤول في الممارسة المهنية. كما يتناول الفصل التحديات التي تواجه طلبة الطب في التعامل مع تدفق المعلومات، خاصة خلال الأزمات الصحية مثل جائحة كورونا، ويستعرض دور وسائل الإعلام في التأثير على المعرفة والسلوك الصحي، مع إبراز أهمية بناء مهارات نقدية وتحليلية لدى الطلبة لمواجهة الشائعات والمعلومات المضللة. ويختتم الفصل بتسليط الضوء على دور الإعلام الصحي في التوعية المجتمعية، وأهمية التزامه بالمسؤولية والمصداقية في نقل المعلومات الصحية، مستعرضًا بعض التجارب المحلية والدولية الناجحة في هذا المجال.

الفصل الثاني: التربية الإعلامية في التخصصات الأكاديمية – الطب والإعلام

المبحث الأول :التربيةالإعلامية في التكوين الطبي

المطلب الأول :أهمية التربية الإعلامية لطلبة الطب :

تُعدّ التربية الإعلامية الصحية ومحو الأمية الصحية الرقمية مهارات حيوية ترتبط ارتباطًا وثيقًا بمحو الأمية الصحية العامة، التي تعني قدرة الأفراد على الحصول على المعلومات الصحية وفهمها وتفسيرها بشكل يمكنهم من الحفاظ على صحتهم وصحة من حولهم. بالنسبة لطلبة الطب، تزداد أهمية هذه المهارات كونهم يتعاملون مع مصادر معلومات متنوعة تشمل الوسائط الإعلامية التقليدية والرقمية، الأمر الذي يتطلب قدرة عالية على التعرّف على المعلومات الصحية واستخراجها وتحليلها بوعي ودقة من تلك المصادر.

تتجاوز أهمية التربية الإعلامية لطلبة الطب مجرد فهم المعلومات الصحية إلى القدرة على تطبيقها في مواقف سريرية حقيقية، مثل تفسير البيانات الطبية أو توضيح معلومات صحية معقدة للمرضى، واتخاذ قرارات علاجية مستنيرة، وكذلك مواجهة المعلومات المغلوطة التي قد تنتشر عبر وسائل الإعلام. وهذا يتطلب تطوير مهارات نقدية وتحليلية [1]متقدمة لضمان الاستخدام الأمثل للمعلومات في ممارسة الطب.

كما أن الممارسة المتكررة للبحث عن المعلومات الصحية وتحليلها تُسهم في زيادة ثقة الطلبة في مهاراتهم، وهذا يشير إلى أهمية إتاحة فرص تعليمية منظمة خلال مسارهم الدراسي لتطوير هذه المهارات بشكل مستدام. إضافة إلى ذلك، يلعب الدعم الاجتماعي داخل البيئة التعليمية، كالتوجيه من الأساتذة وزملاء الدراسة، دورًا أساسيًا في تعزيز قدرات الطلبة على ممارسة التربية الإعلامية بفعالية.

نظرًا لتعقيد البيئة الرقمية التي تنقل المعلومات الصحية، من الضروري تطوير محتوى تعليمي وبرامج تدريبية تراعي هذا التعقيد وتُبسّط العمليات المعرفية المطلوبة، مثل التمييز

1

بين المعلومات العلمية الدقيقة والشائعات الصحية المتداولة. على سبيل المثال، يمكن تضمين ورش عمل تتناول كيفية التحقق من صحة الأخبار الطبية والتعامل مع المنصات الرقمية الصحية في المناهج الطبية.

من هنا، تصبح مسؤولية متخصصي الصحة العامة وتقنيات الصحة والتواصل الطبي مشتركة في توفير أدوات تعليمية حديثة وفعالة تساعد طلبة الطب على اكتساب مهارات التربية الإعلامية الصحية، مما يؤهلهم لأن يكونوا محترفين قادرين على تعزيز صحة المجتمع من خلال نقل المعرفة الصحية بطريقة علمية وموثوقة.

مع تزايد الاعتماد على الوسائط الرقمية في المجال الصحي، يتعين على طلبة الطب أن يكونوا مجهزين ليس فقط لفهم المعلومات الصحية بل للمشاركة الفعالة في نقدها ونشرها بشكل مسؤول، وذلك لمواجهة التحديات الناجمة عن انتشار المعلومات المغلوطة أو المضللة، وتعزيز جودة الرعاية الصحية وتحسين نتائجها في المجتمع.

المطلب الثاني :التحديات التي يواجهها طلبة الطب في التعامل مع الإعلام

أمام الوفرة المعلوماتية الهائلة التي تلاحق الجمهور وتحاصره على مدار الساعة عبر وسائل الإعلام التقليدي والجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، يصبح من المهم التوقف عند مفهوم البيانات والمعلومات والحقائق مقابل الآراء والاجتهادات والتوقعات بل والتأويلات والتفاسير المتعددة للمعلومة الواحدة داخل الخبر أو التقرير، وفي حال تناول الشأن الصحي والطبي يتكرر السؤال الشائع عن مصدر المعلومات، خاصة في أوقات الأزمات الصحية والأوبئة؛ إذ تنتشر العناوين الصحفية مثل "حقيقة الحالة الصحية لرجل الأعمال فلان" و"حقيقة مرض السياسي فلان"، وتتعدد تلك العناوين التي تتصدرها كلمة الحقيقة، في وقت تظل الحقيقة هي القيمة الصحفية والإنسانية الغائبة عن مثل هذه النوعية من التغطيات والمعالجات الإعلامية.

وقد مثلت جائحة كورونا اختبارًا عمليًا للدقة المعلوماتية [1]حول المرض وطرق انتشاره وأساليب العدوى وسبل الحد منها، والبروتوكولات الصحية المعتمدة والإجراءات الاحترازية والوقائية للحد من تفشي الفيروس ، إضافة إلى برتوكولات العلاج حال الإصابة بفيروس كورونا، ومعلومات أخرى حول فعالية اللقاحات مع الفيروس في مراحله الأولى ومع مختلف متحوراته المستحدثة .

ولعل من أبرز أسباب غياب الحقائق وانتشار الأكاذيب والشائعات والمعلومات المغلوطة بشأن الحالة الوبائية لفيروس كورونا محليًا وعربيًّا وعالميًّا، وعدم استقاء المعلومات من مصادرها المتخصصة، والندرة إلى حد الغياب التام للمحرر الطبي المتخصص في تغطية الشأن الصحي خاصة في العالم العربي؛ إذ كشفت دراسة محمود (2020) فيما يتعلق بمدى تخصص مصادر المعلومات المتضمنة في المحتوى الصحي المتعلق بكورونا، تصدر المسؤولون الحكوميون مصادر التصريح والبيانات الواردة في الغالبية العظمى من الموضوعات التي تناولت جائحة كورونا، وبنسبة بلغت 35.5% في المواقع مجتمعة، وقد لاحظ الباحث، حرص المواقع العربية بدرجة أكبر على الرجوع للمصادر الرسمية مقارنة بالمواقع العالمية التي أبدت حرصًا على الرجوع للمصادر المتخصصة في القطاعات الطبية والصحية والعلاجية وما يندرج تحتها من معامل ومختبرات ومراكز بحثية وجامعات، وقد انعكس ذلك على الثراء المعلوماتي في التغطيات بالمواقع العالمية مقابل الضعف حد الفقر المعلوماتي [2]بالمواقع العربية.[3]

وقد تنوعت المصادر الرسمية بين المسؤولين الحكوميين المحليين والدوليين، ومصادر وزارات الصحة، ومنظمة الصحة العالمية، والبرلمانات والنواب، والمحافظين وحكام الولايات ومسؤولي الأمن.

---

[1]**الدقة المعلوماتية** هي مدى صحة وموثوقية المعلومات ومدى تطابقها مع الواقع الحقيقي، بحيث تعكس المعلومات بدقة الحقائق دون تحريف أو خطأ، وهي من أهم معايير جودة البيانات التي تؤثر على اتخاذ القرارات السليمة. تعني الدقة أن تكون المعلومات خالية من الأخطاء، متكاملة، ومحدثة بما يكفي لتعكس الوضع الحقيقي بدقة

[2]**الفقر المعلوماتي** هو نقص القدرة على الوصول إلى المعلومات وفهمها واستخدامها بشكل فعّال، مما يعيق الأفراد عن اتخاذ قرارات صحيحة في حياتهم اليومية ويزيد من التفاوت الاجتماعي

[3]محمود، س. (2020). توظيف صحافة البيانات في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع الإلكترونية العربية والعالمية – دراسة تحليلية. جامعة الأزهر

وجاءت الطواقم الطبية وما تضمه من أطباء ومديري مستشفيات في المرتبة التالية، وقد كانت المواقع العالمية هي الأكثر حرصًا على الرجوع للأطباء والمتخصصين بنسبة تفوق المواقع العربية خاصة في موقع "الجارديان" وقد تركز مصدر المعلومات في كلية إمبريال كوليدج المختصة والفريق الطبي برئاسة نيل فرجسون، وجاء بعده موقع "يواس ايه توداي" وقد تركزت مصادر معلوماته في: جامعة جونز هوبكنز، ومراكز التحكم والوقاية من الأوبئة CDC Centers for disease control and prevention.[1] وأنتوني فاوتشي كبير أطباء الأمراض المعدية بأمريكا، ومنظمة الصحة العالمية وغيرها.

واعتمد جميع المواقع على الجمهور العام مصدرًا للمعلومات Crowd Outsourcing[2]في القصص المدعومة بالبيانات وبعض مقاطع الفيديو بنسبة 8،2% لجميع المواقع، وكانت نسبة الاعتماد على الجمهور العام أكبر في المواقع العربية مقارنة بالمواقع العالمية، وجاء العلماء والباحثون في المرتبة الخامسة، إلا أن المواقع العالمية تميزت في درجة اعتمادها على هذا المصدر في إثراء قصصها المدفوعة بالبيانات، وأشكال صحافة البيانات الأخرى وبفروق كبيرة عن المواقع العربية.

واحتل الممرضون والمسعفون المرتبة السادسة مصدرًا لمعلومات صحافة البيانات في المواقع مجتمعة وبنسبة 7%، وأيضًا كانت الصدارة من نصيب "المواقع الإلكترونية العالمية"، وجاء ممثلو شركات الأدوية والمستلزمات الطبية في المرتبة السابعة مصدرًا للمعلومات بجميع المواقع وبنسبة بلغت 4،8%.

واحتلت التقارير والدراسات والبحوث المرتبة الثامنة بين مصادر معلومات صحافة البيانات، وربما يرجع ذلك لحداثة الإعلان عن الفيروس وتحوره المستمر، في حين تحتاج الدراسات العلمية المخبرية والتجارب السريرية فترة أطول من التجريب والاختبار والتحقق والثقة فيما تتوصل إليه من نتائج. وقد كشفت الدراسة تفوق المواقع العالمية في الرجوع للدراسات

[1] **مراكز السيطرة على الأمراض والوقاية منها (CDC)** هي وكالة صحية أمريكية تهدف إلى مراقبة ومنع انتشار الأمراض، وتقديم المعلومات والإرشادات الصحية للحفاظ على صحة المجتمع. تقع في أتلانتا وتعمل على البحث والتوعية والوقاية من الأمراض المعدية وغير المعدية.

[2] **التعهيد الجماعي(Crowdsourcing)** هو عملية جمع معلومات أو أفكار أو حلول من مجموعة كبيرة ومتنوعة من الأشخاص عبر الإنترنت، بهدف الاستفادة من ذكاء وخبرات الجمهور لإنجاز مهام أو حل مشكلات بشكل أسرع وأفضل من الطرق التقليدية

والتقارير والبحوث مقارنة بالتراجع الكبير في اعتماد المواقع العربية على هذا المصدر، وهي نتيجة كاشفة أخرى تعكس التخصصية والثراء المعلوماتي لهذه المواقع، وأخيرًا جاء في المرتبة الثامنة الاعتماد على الإعلاميين والمشاهير مصدرًا لمعلومات صحافة البيانات حول كورونا وبنسبة بلغت 2،8% للمواقع مجتمعة، وكانت الصدارة في ذلك من نصيب المواقع العربية التي توسعت في الاعتماد على المشاهير والإعلاميين مقارنة بالمواقع العالمية.

في ظل هذه المعطيات تحدث تحديات كبيرة تواجه طلبة الطب في التعامل مع الكم الهائل من المعلومات الإعلامية الصحية , كما يتضح الانتشار الواسع للمعلومات المغلوطة و الشائعات على البيئة الرقمية مما يؤكد الحاجة لفهم أعمق لهذه التحديات .

رغم أن المتابعون لا ينكرون فاعلية وسائل الإعلام التقليدية و الجديدة ، و الدور الكبير الذي تؤديه وسائل التواصل الاجتماعي في حياتنا، على مدار الأربع وعشرين ساعة، ولا يقاس هذا الدور فقط بمعدل انتشار هذه الوسائل وكثافة استخدامها، والساعات التي يستغرقها الجمهور معها، وإنما يمتد الأثر إلى المحتوى الذي تروج له، وبعضه جاد وهادف، وكثيره يفتقد الدقة والموضوعية والتوازن والصدق، وأغلبه يروج لمقولات مغلوطة ومعلومات كاذبة وشائعات تحركها بقصد ووعي أو بغير وعي مجموعات بشرية في الداخل أو الخارج، مستفيدة من خصائص ثراء الوسيلة كاملة؛ حيث السرعة والفورية والانتشار وسهولة الاستخدام والطابع الشخصي، واللغة التي باتت في متناول الجميع على اختلاف المستويات التعليمية والثقافية والاجتماعية، وإزاء هذه السيولة، باتت شبكات ومنصات التواصل الاجتماعي أداة نشطة جدًا في تداول المعلومات الطبية والصحية، خاصة في أوقات الأزمات.

وقد أكدت دراسة عبد الحافظ (2016) أن الشبكات الاجتماعية في مقدمة وسائل الإعلام الجديدة من حيث الاعتماد عليها مصدرًا للمعلومات الصحية.[1]

[1] محمود، س. (2020). توظيف صحافة البيانات في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع الإلكترونية العربية والعالمية – دراسة تحليلية. جامعة الأزهر

في حين انتقدت دراسة الفرم (2017) حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا، التي تناولت الدراسة بالتحليل حسابات المدن الطبية السعودية على يوتيوب وفيسبوك وتويتر ومدى استخدامها في التوعية الصحية ضد وباء كورونا متلازمة الشرق الأوسط التنفسية MERS الذي كان قد ضرب المملكة العربية السعودية وتحديدًا مدينة جدة في عام 2012 وأطلق عليه إعلاميًّا شبيه سارس أو سارس السعودي، انتقدت الدراسة غياب وضعف استخدام المدن الطبية السعودية ومستشفياتها في توظيف المنظومة الاتصالية الحديثة ومنصاتها المتنوعة، خاصة في التوعية ضد وباء كورونا، وضعف التواصل مع المجتمع المحلي بشأنه، إضافة لغياب توظيف هذه المنصات في تعزيز الثقافة الصحية والطب الوقائي.[1]

في الوقت نفسه كشفت دراسة أبو سنة (2015) حول علاقة التعرض للصحف السعودية الورقية والإلكترونية بمستوى المعرفة بمرض كورونا، تفوق الصحف الإلكترونية على مثيلاتها الورقية من حيث اعتماد القراء عليها مصدرًا للمعلومات الصحية المتعلقة بمرض كورونا أو متلازمة الشرق الأوسط التنفسية التي ضربت السعودية في 2012، واحتلت صحيفة سبق الإلكترونية المرتبة الأولى تلتها صحيفة عكاظ في تزويد القراء بالمعلومات الصحية عن المرض، وقد أرجعت عينة الدراسة الميدانية ذلك إلى سهولة التعرض للصحيفتين، وكشفت الدراسة وجود فروق دالة إحصائيًا بين مستوى اهتمام المبحوثين بمرض كورونا ومستوى معرفتهم بالمرض، وأنه كلما زاد الاهتمام زادت المعرفة المتعمقة والكلية بالمرض.[2]

ورغم الدور الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي في تقريب المسافات وتوسيع نطاق التواصل الإنساني وسرعة نشر وتداول ومشاركة المعلومات، فإن انتقادات حادة لاحقت هذه الوسائل فيما يتعلق بمستوى الثقة في مصداقية المحتوى الصحي والطبي الذي تقدمه عامة، والذي برز بوضوح مع انتشار جائحة كورونا، نتيجة لانتشار الأكاذيب والشائعات والمعلومات

[1] بن فيصل الفرم، خالد. (2016). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا: دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، 14، 164-175 .DOI: 10.21608/jkom.2016.109340

[2] أبو سنة، نورة حمدي محمد. (2015). علاقة التعرض للصحف السعودية (الورقية والإلكترونية) بمستوى المعرفة بمرض كورونا. جامعة الأزهر

المغلوطة، والاعتماد على الإثارة الإعلامية Media Hype[1]والمبالغة والتخويف أو التهوين والتقليل من خطورة الفيروس؛ ما أدى إلى خروج الكثير من المنصات والأجهزة بعدة دول عربية، لا دور لها سوى نفي الشائعات والأكاذيب المتعلقة بالبيانات والمعلومات المنتشرة بكثافة على وسائل التواصل الاجتماعي حول الصحة عامة، وحول وباء كورونا – كوفيد 19 على وجه التحديد.

وقد نوهت شبكة الإذاعة البريطانية (بي بي سي 2020) في تقرير موسع لها إلى هذه المخاوف؛ حيث أكدت أنه من بين معالم الواقع الجديد، الذي أفرزته أزمة تفشي وباء كورونا في أنحاء العالم، كان ذلك الاختبار القوي لوسائل التواصل الاجتماعي، التي باتت سمة واضحة لا ينكرها أحد في العالم المعاصر.

وبقدر ما ساهمت تلك الوسائل الجديدة، في تخفيف وطأة أزمة التواصل المباشر بين البشر، بفعل المخاوف من تفشي الفيروس، بقدر ما بدا من وجهة نظر كثيرين أنها فشلت في اختبار المصداقية.

ولأن آفة الأخبار هم رواتها، فإن جمهور وسائل التواصل الاجتماعي يتحمل جانبًا كبيرًا من المسؤولية فيما يجري الحديث عنه من جوانب سلبية، أفرزها استخدام تلك الوسائل خلال الأزمة، من نشر أخبار مفبركة، إلى نشر شائعات، إلى سعي لبث الخوف والذعر في نفوس الناس، الذين وضعتهم الأزمة في حالة من القلق، يدفعهم للتشبث بأية معلومة ربما تكون في أساسها غير صحيحة.

وتؤثر مصداقية الخبر الطبي من الموضوعات على عدة جهات فاعلة في الوسط الإعلامي والطبي، كما أن المشاكل التي تتعلق بالمصداقية تتصل بعوامل ومعايير عديدة في مقدمتها مصداقية المحتوى ومصداقية القائم بالاتصال ومصداقية مصدر المعلومة، وتتلخص عند

1**الإثارة الإعلامية (Media Hype)** هي تضخيم أو مبالغة الإعلام في تغطية موضوع معين لجذب اهتمام الجمهور وزيادة المشاهدات أو القراءات، مما قد يؤدي إلى تضليل أو تحريف الصورة الحقيقية للحدث. Arab Media & Society. (2025). إشكاليات وتحديات التناول الإعلامي للشأن الصحي في العالم العربي. تم الاسترجاع من https://www.arabmediasociety.com/إشكاليات-وتحديات-التناول-الإعلامي-لل/

البعض في المبالغات أو حذف الكلمات أو عدم معالجة الأمر بطريقة علمية صحيحة، أو عدم مراجعة الموضوع قبل نشره، أو اختيار توقيت النشر، فالمصداقية عندما تُفقد يكون لها آثار سلبية كبيرة على الأطباء.

وقد اختبرت الدراسة الميدانية التي أجرتها عبد العزيز (2018) على عينة من الأطباء، مدى تمتع وسائل الإعلام بالمصداقية من عدمه في معالجتها للشؤون الطبية والصحية من وجهة نظر الأطباء؛ وتوصلت إلى أن 80% من الأطباء يرون أنها لا تتمتع بالمصداقية مطلقًا، ويرجع ذلك إلى انتشار الشائعات الصحية والأخبار الطبية الكاذبة والمبالغة والتهويل تجاهها، وأيضًا غياب الإشراف الطبي والصحي على كثير من المواد المنشورة بما يسمح بوجود الكثير من التجاوزات، وعدم دقة المعلومات في كثير من الوسائل، بالإضافة إلى عدم إسناد الأخبار والمعلومات إلى مصدرها الأصلي، وعدم توفر الأمانة العلمية في تناول القضايا الطبية، والتركيز على نشر الموضوعات الصحية الغامضة والمضللة للمرضى من الجمهور، وانتفاء الأمانة وعدم الالتزام بالمعايير الاخلاقية في الكثير من المعالجات لوسائل الإعلام.[1]

وقد استشعرت وسائل الإعلام التقليدية ومنها وكالات الأنباء العالمية، خطورة تراجع المصداقية ، خاصة مع عزوف الجمهور عن متابعة هذه الوسائل، وفق تقرير لشبكة العلوم والتنمية الدولية (عبد المحسن 2020)، فقد أكد خالد صبيح - مسؤول خدمة تقصِّي صحة الأخبار باللغة العربية في وكالة فرانس برس - أن التحقق من المعلومات قبل نشرها هو جزء أصيل من عمل الوكالة، منذ عشرات السنين، ومع ذيوع صيت مواقع التواصل الاجتماعي، أصبح انتشار الأخبار الكاذبة أكثر شيوعًا، فتطور عمل الوكالة إلى حد إنشاء قسم قائم بذاته لتقصي الأخبار، فلا تُعتمد صورة أو مقطع مصور دون تقصٍّ، وتقوم الوكالة بأداء هذا الدور بحوالي 13 لغة مختلفة، وفق صبيح. تعمل الوكالة على مراقبة الأخبار ذات الانتشار الواسع على المنصات المختلفة، ثم التحقق من دقتها، وتملك صلاحية

[1] عبد العزيز، لمياء محمد. (2018). اتجاهات الأطباء نحو معالجة وسائل الإعلام التقليدية والجديدة لشؤون الطب والصحة وتأثيراتها على مستقبل العلاقة مع المرضى .المجلة العلمية لبحوث الصحافة https://doi.org/10.21608/sjsj.2018.118486 .426-367 ,16 ,

التبليغ التلقائي على الصفحة الناشرة للأخبار الكاذبة، ليس هذا فحسب، بل تُعِد الوكالة تقارير حول عشرات الأخبار الكاذبة أسبوعيًّا. يقول صبيح لشبكة SciDev.Net "لا تزال سرعة توارد هذه الأخبار أعلى من قدرتنا على كشفها؛ ولذلك سيظل الجمهور يتلقى عددًا من التدوينات غير الدقيقة".[1]

حالة فقدان الثقة التي خلفتها وسائل التواصل الاجتماعي في تناول الشأن الصحي وجائحة كورونا على وجه التحديد، ربما أعادت الاعتبار لوسائل الإعلام التقليدية التي اكتسبت ثقة ومصداقية أكبر خلال هذه الأزمة، بوصفها ما زالت تتمسك بتحري الدقة فيما تنشر وتبث وتذيع.

المطلب الثالث :دور وسائل الإعلام في التوعية الصحية

الإعلام الصحي يلعب دورًا حيويًا في تعزيز نمط الحياة الصحي داخل المجتمع، حيث يُعتبر وسيلة فعّالة لنشر المعلومات الصحية وزيادة الوعي بين الأفراد حول القضايا الصحية المختلفة. من خلال استخدام وسائل الإعلام المتنوعة، يمكن توصيل الرسائل الصحية بشكل واسع وسريع، مما يساهم في تحسين الصحة العامة والوقاية من الأمراض. في هذا السياق، يُعد الإعلام الصحي أداة قوية لتغيير السلوكيات الصحية غير السليمة وتعزيز العادات الصحية الإيجابية.

إن أحد الأدوار الأساسية للإعلام الصحي هو تثقيف الجمهور حول أهمية الوقاية من الأمراض. من خلال تقديم معلومات دقيقة وموثوقة حول كيفية الوقاية من الأمراض الشائعة مثل السكري وأمراض القلب والسرطان، يمكن للإعلام أن يشجع الأفراد على تبني سلوكيات صحية مثل ممارسة الرياضة بانتظام واتباع نظام غذائي متوازن. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للإعلام أن يسلط الضوء على أهمية الفحوصات الطبية الدورية والكشف المبكر عن الأمراض، مما يزيد من فرص العلاج الناجح والشفاء.

[1] محمود، س. (2021). إشكاليات وتحديات التناول الإعلامي للشأن الصحي في العالم العربي. Arab Media & Society ،. (31)تم الاسترجاع من https://www.arabmediasociety.com/إشكاليات-وتحديات-التناول-الإعلامي-لل/

علاوة على ذلك، يلعب الإعلام الصحي دورًا مهمًا في مكافحة المعلومات الخاطئة والشائعات المتعلقة بالصحة. في عصر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، تنتشر المعلومات بسرعة، وقد تكون بعضها غير دقيقة أو مضللة. هنا يأتي دور الإعلام الصحي في تقديم الحقائق وتصحيح المفاهيم الخاطئة، مما يساعد الأفراد على اتخاذ قرارات صحية مستنيرة. من خلال تقديم تقارير موثوقة ومقابلات مع خبراء الصحة، يمكن للإعلام أن يكون مصدرًا موثوقًا للمعلومات الصحية.

بالإضافة إلى التثقيف والتوعية، يمكن للإعلام الصحي أن يكون محفزًا للتغيير الاجتماعي والسياسي. من خلال تسليط الضوء على القضايا الصحية المهمة، يمكن للإعلام أن يلفت انتباه صناع القرار إلى الحاجة إلى تحسين السياسات الصحية وتوفير الموارد اللازمة لتحسين الخدمات الصحية. على سبيل المثال، يمكن لحملات الإعلام الصحي التي تركز على مكافحة التدخين أو السمنة أن تؤدي إلى تغييرات في السياسات العامة، مثل فرض ضرائب على المنتجات الضارة أو تحسين البنية التحتية للرياضة.

من ناحية أخرى، يجب أن يكون الإعلام الصحي مسؤولًا وأخلاقيًا في تقديم المعلومات. يجب أن يحرص على تقديم معلومات دقيقة ومدعومة بالأدلة العلمية، وتجنب التهويل [1]أو إثارة الذعر بين الجمهور. كما يجب أن يكون الإعلام الصحي شاملًا ويأخذ في الاعتبار التنوع الثقافي والاجتماعي للمجتمع، لضمان وصول الرسائل الصحية إلى جميع الفئات بشكل فعّال.

إحدى أبرز الأمثلة على تأثير الإعلام الصحي في الجزائر هو "الومضات الجزائرية" الصحية، التي تعد من أبرز الأدوات الإعلامية التي تساهم في توعية الجمهور بأهمية الوقاية من الأمراض واتباع أسلوب حياة صحي. تقدم هذه الومضات رسائل صحية مختصرة تسلط الضوء على مواضيع مثل التغذية السليمة، وأهمية ممارسة الرياضة، والوقاية من الأمراض

[1] **التهويل** هو أسلوب إعلامي يقوم على المبالغة في تقديم الأخبار أو الأحداث بهدف إثارة الخوف والقلق لدى الجمهور، مما يؤدي إلى تحريف الواقع وتشويه الصورة الحقيقية للأحداث، ويؤثر سلبًا على وعي المجتمع واستقراره(Altheide, 2013; McQuail, 2010).

المزمنة. يتم عرض هذه الومضات بشكل متكرر على القنوات الجزائرية، مما يساهم في تعزيز سلوكيات صحية إيجابية بين أفراد المجتمع.

إلى جانب ذلك، يعد برنامج "الأطباء" الأمريكي مثالًا عالميًا يُظهر دور الإعلام الصحي في تعزيز الوعي الصحي. يتميز هذا البرنامج بتقديم معلومات طبية مفيدة بطريقة مبسطة، ويعرض تقارير عن أحدث الأبحاث الطبية وأساليب الوقاية والعلاج في مختلف المجالات الصحية. من خلال هذه المنصة، يتمكن المشاهدون من التعرف على موضوعات صحية معقدة بشكل يسهل عليهم فهمها، مما يساعد في تحسين سلوكياتهم الصحية واتخاذ قرارات صحية مستنيرة.

في الختام، يُعتبر الإعلام الصحي أداة قوية لتعزيز نمط الحياة الصحي في المجتمع. من خلال تقديم المعلومات الصحية الدقيقة وزيادة الوعي بالقضايا الصحية، يمكن للإعلام أن يساهم في تحسين الصحة العامة والوقاية من الأمراض. ومع ذلك، يجب أن يكون الإعلام الصحي مسؤولًا وأخلاقيًا في تقديم المعلومات، لضمان تحقيق الفائدة القصوى للمجتمع. في النهاية، يتطلب تعزيز نمط الحياة الصحي تعاونًا مشتركًا بين الإعلام والجمهور وصناع القرار لتحقيق الأهداف الصحية المرجوة. الإعلام والتوعية الصحية يلعبان دورًا حيويًا في تحسين صحة المجتمع من خلال نشر المعلومات الصحية الصحيحة وزيادة الوعي حول القضايا الصحية والوقائية. يساهم الإعلام في تغيير السلوكيات الصحية الخاطئة وتعزيز العادات الصحية الإيجابية، مما يؤدي إلى تقليل معدلات الأمراض وتحسين جودة الحياة. كما يساعد في توجيه الأفراد نحو الخدمات الصحية المتاحة وتعزيز المسؤولية الفردية والجماعية تجاه الصحة العامة[1].

المطلب الرابع :ضرورة ادماج التربية الإعلامية في المناهج الطبية :

إن التربية الإعلامية مفهوم شامل , يشمل عدة مفاهيم من ضمنها محو الأمية الرقمية التي تمكن الافراد من استخدام الأدوات الرقمية بشكل فعال وهو كذلك الحال في المجال الطبي

1العوضي، ع. (1997). الإعلام الصحي ودوره في تحسين الصحة العامة. دار البحوث العلمية، القاهرة، مصر.

حيث لا يمكن فصل التربية الاعلامية عن المهارات الرقمية التي تمكن طلبة الطب من التعامل مع مصدر المعلومات الصحية و التواصل الرقمي و التثقيف عبر الوسائط التكنولوجية و الرقميةو فيما يلي توضيح لأهمية محو الأمية الرقمية في المناهج الدراسية و التعليمية باعتبارها أساسا ضروريا لدعم إدماج التربية الإعلامية في التكوين الطبي .

إن محو الأمية الرقمية حقا أساسي من حقوق الإنسان في العصر الرقمي و هذا الحق يجب ان يتمتع به إنسان العصر الرقمي و يتمتع به تمتعا فعليا و يمارسه ممارسة جازمة و مؤكدةو لا يكون مقصورًا على التمتع النظري بحصول الخريج / على دوره تدريبية مثلا بهذا الشأن

- ضرورة قيام جميع دول العالم بتوفير الإمكانات التي تؤدي إلى تحقيق محو الأمية الرقميةِ، وتشمل هذه الإمكانات الموارد المادية حتى يمكن تهيئة تلك المؤسسات لذلك وتشمل أيضًا الموارد البشرية ومنها المدربين الأكفاء المعتمدين الذين يتمتعون بكفاءة ومقدرة عالية المستوى وكذلك توفير البنية الفوقية التي تشمل الوعي الرقمي الذي يجب أن يسود بين كل من المدربين والمتدربين
- ركز الأساس الثالث على أن محو الأمية الرقمية يسهم في تعزيز التوجه نحو التعلم مدى الحياة الذي بات ضرورة من ضرورات العصر الرقمي والتقني الذي نعيشه حتى لا يخرج أفراد المجتمع عن بيئتهم الرقمية .وهناك متطلب رابع أضافته (هيام حايك) وهو ضرورة امتلاك الفرد الذكاء الرقمي[1]لكي يمكنه العيش والتعايش في بيئة رقمية ويشمل الذكاء الرقمي مستويات منها المواطنة الرقمية والإبداع الرقمي وريادة الأعمال الرقمية .وهناك مجموعة من العوامل المتنوعة التي يمكن أن تسهم في تفعيل متطلبات تحقيق محو الأمية الرقمية ويمكن تناولها على النحو التالي :

[1] **الذكاء الرقمي** هو مجموعة الكفاءات التقنية والعقلية والاجتماعية التي تمكّن الفرد من التكيف مع متطلبات الحياة الرقمية ومواجهة التحديات الإلكترونية، مثل التنمر الإلكتروني والإدمان على الألعاب والأخبار المزيفة، مع القدرة على استخدام التكنولوجيا بفعالية وأمان الحربي، ح. ع. (2020). توظيف الذكاء الرقمي في التعليم عن بعد. مركز الذكاء الرقمي في سنغافورة. تم الاسترجاع في 10 مايو 2025، الساعة 09:45 مساءً من https://webinar.attaa.sa/files/w

- نمط التعليم أي نوعية التعلم الذي يتعلق باستخدام تكنولوجيا المعلومات و الحاسبات كالذي يقدم لطلاب في كليات الحاسبات و المعلوماتو كليات التربية النوعية .
- الدعم الفني الذي يقدم في المدارس / والجامعات الذي يحصل عليه الطلاب عند تعليمهم الحاسوب على مستوى أنشطة التكنولوجيا أو وسائل التواصل الاجتماعي من أجل دعم وبناء المهارات الرقمية
- توفير الصحة النفسية لمستخدمي التكنولوجيا من اجل الحد من الخوف و القلق من استخدام الكمبيوتر .

المبحث الثاني: التربية الإعلامية في ميدان الإعلام والاتصال

المطلب الاول : موقع التربية الاعلامية في التكوين الاكاديمي لطلبة الاعلام

تُعد التربية الإعلامية إحدى الركائز الأساسية في التكوين الجامعي لطلبة الإعلام، حيث تمثل أداة حيوية لفهم وتحليل الخطاب الإعلامي بمختلف أشكاله، وتطوير كفاءات التعامل مع الوسائط الحديثة. وتكتسي هذه التربية أهمية متزايدة في ظل التحوّلات المتسارعة التي يشهدها المشهد الإعلامي المعاصر، خاصة في البيئة الرقمية التي أفرزت أنماطًا جديدة من التلقي، وأساليب متعددة من التضليل والتوجيه.

لقد بات من غير الممكن، في ظل تعقّد المنظومات الإعلامية وتشابكها، أن يُنظر إلى طالب الإعلام كمتلقٍ سلبي للمعرفة الإعلامية، بل أصبح من الضروري إعداده ليكون فاعلًا نقديًا ومهنيًا واعيًا. وفي هذا الإطار، يرى كشايري (2021) أن إدراج التربية الإعلامية ضمن البرامج الأكاديمية يسهم بشكل جوهري في بناء القدرة على التمييز بين المحتوى الإعلامي الصادق والزائف، وهو ما يُعدّ من أهم المهارات التي ينبغي أن يتحلى بها طالب الإعلام في العصر الرقمي. ويشير كشايري إلى أن تنمية هذا النوع من الوعي الإعلامي لدى الطلبة

يُمكّنهم من التفاعل الواعي مع ما يُعرض عليهم من مضامين، مع امتلاك أدوات منهجية لتحليل الرسائل الإعلامية، وتحديد خلفياتها ومقاصدها[1].

وفي السياق نفسه، تُسهم التربية الإعلامية في تنمية روح التفكير النقدي لدى الطلبة، ليس فقط في ما يتعلق بفهم المضامين، بل أيضًا في ما يخص المواقف والممارسات الإعلامية. فهي تُعرّف الطالب بأساليب التأطير الإعلامي[2]، وتكشف له تقنيات الإقناع والتلاعب الرمزي، كما تدرّبه على تبني نظرة تحليلية تجاه ما يُنتج ويُتداول من أخبار ومضامين رقمية. هذا ما يجعل التربية الإعلامية ليست مجرد محتوى أكاديمي، بل مقاربة تعليمية تفاعلية تهدف إلى تمكين الطلبة من التفكير النقدي والانخراط الواعي في الفضاء العام.

وعلاوة على الجانب التحليلي، تؤدي التربية الإعلامية دورًا محوريًا في إعداد الطلبة لممارسة مهنية مسؤولة. ويؤكد بلقاسي (2017) على أن التربية الإعلامية لا تقتصر على تحليل المحتوى الإعلامي، بل تمتد لتشمل تكوين الطالب على مبادئ إنتاج محتوى إعلامي يتسم بالموضوعية، والدقة، واحترام المعايير الأخلاقية. فهي بذلك تسهم في تطوير الوعي المهني لدى طلبة الإعلام، وتُعدّهم لتحمّل مسؤولياتهم كممارسين إعلاميين ملتزمين تجاه المجتمع. وهذا البعد الإنتاجي في التربية الإعلامية يمكّن الطالب من الربط بين النظرية والممارسة، ومن فهم الدور التواصلي للإعلام في خدمة قضايا المواطن.

كما أن التربية الإعلامية تُسهم في ترسيخ مبدأ المسؤولية الاجتماعية لدى الطالب الإعلامي، من خلال التركيز على قيم الشفافية، والاحترام المتبادل، والعدالة في التغطية الإعلامية. فهي

[1] كشايري، مصطفى. (2021). تدريس التربية الإعلامية ضمن المقررات الجامعية في الجزائر: دراسة استطلاعية لآراء عينة من أساتذة كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر .مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية .تم الاسترجاع من https://asjp.cerist.dz/en/article/157548

[2] **التأطير الإعلامي** هو طريقة لصياغة المحتوى الإعلامي بحيث يوجه الجمهور إلى فهم معين للحدث أو القضية، مستفيدًا من خلفياتهم الثقافية والقيمية، ويهدف إلى التأثير على طريقة تفكيرهم واستجابتهم.الماضي، م. ع. (2023). التأطير الإعلامي. جريدة الجزيرة.

تؤسس لفهم أعمق لمفاهيم مثل: الإنصاف الإعلامي[1]، والتنوع الثقافي، وحقوق الجمهور، مما يعزز من حسّ الطالب النقدي والاجتماعي في تعامله مع المشهد الإعلامي.

أما في ما يتعلق بالتحديات الرقمية، فقد أفرز الانتقال إلى الفضاء الرقمي تحولات جذرية مست مجالات الإنتاج الإعلامي والتلقي والتفاعل. فأمام الكمّ الهائل من المعلومات المتدفقة على مدار الساعة، تصبح التربية الإعلامية ضرورة لا غنى عنها لمساعدة الطلبة على التعامل مع هذا الزخم المعرفي المتفاوت الجودة والمصداقية. وتؤكد دراسة منشورة على *Academia.edu* أن التربية الإعلامية تُعدّ من بين الاستراتيجيات الفعالة في حماية الطلبة من التأثيرات السلبية للمضامين الإعلامية الرقمية، خاصة تلك التي تُنتَج خارج أطر الضبط المهني والأخلاقي. فبفضل التربية الإعلامية، يمكن للطالب أن يمتلك الأدوات التقنية والمعرفية اللازمة للتدقيق في المصادر، وتحليل البنية الخطابية للمحتوى، والتفريق بين الخبر والرأي، أو بين التوثيق والدعاية.

وتُشير هذه الدراسة إلى أن الطالب الذي يتلقى تكوينًا في التربية الإعلامية يكون أكثر قدرة على التحقق من صحة المعلومات، وأكثر وعيًا بالأساليب المستخدمة في التضليل الإعلامي، مثل العناوين المضلّلة، والصور المركّبة، والمصادر غير الموثوقة. كما أن التربية الإعلامية تساعده على تطوير مهارات التقييم النقدي للمنصات الرقمية، ومعايير اختيار المعلومة، مما يعزز استقلاليته الفكرية والمهنية.

انطلاقًا من ذلك، يمكن القول إن التربية الإعلامية تمثل مدخلًا شاملًا لإعداد الطالب الإعلامي وفق مقاربة متكاملة تجمع بين المعرفة النظرية، والمهارة التقنية، والقيم المهنية. فهي تُسهم في بناء جيل إعلامي قادر على التعاطي مع الوسائط الإعلامية الحديثة بطريقة واعية ونقدية، كما تعزّز لديه قيم الانفتاح، والتفكير العلمي، والالتزام الأخلاقي. ومن ثمّ، فإن

[1] **الإنصاف الإعلامي** هو مبدأ يقتضي تقديم الأخبار والمعلومات بشكل موضوعي ومتوازن، بعيدًا عن التحيز أو التشويه، بحيث يُعطى كل طرف حقه في التعبير ويُعرض المحتوى الإعلامي بدقة وصدق. يهدف الإنصاف إلى تحقيق العدالة في التغطية الإعلامية
معهد الجزيرة للإعلام، 2024؛ جامعة الجزائر 3، بدون تاريخ؛ لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا، 2000

غياب التربية الإعلامية من التكوين الجامعي يُعدّ نقصًا كبيرًا في تأهيل الطالب لممارسة مهنية ناجحة في ظل بيئة إعلامية تتغير باستمرار.

المطلب الثاني :أهمية التربية الإعلامية لطلبة الإعلام في التحقق من صحة المعلومات

في ظل التحولات الرقمية المتسارعة التي يشهدها العالم، باتت التربية الإعلامية ضرورة ملحة لطلبة الإعلام، إذ تمثل الوسيلة الأساسية التي تمكنهم من التفاعل الواعي والناقد مع الكم الهائل من المعلومات المتاحة عبر الفضاء الرقمي. تُزود التربية الإعلامية الطلاب بالمهارات اللازمة لتقييم مصداقية المصادر الإعلامية، وتمييز المحتوى الصادق من الزائف، مما يعزز قدرتهم على اتخاذ قرارات مستنيرة في بيئة معلوماتية معقدة ومتغيرة باستمرار.

تُعتبر مهارات التفكير النقدي من الركائز الأساسية للتربية الإعلامية، حيث تساعد الطلاب على تحليل المعلومات وتركيبها بشكل منهجي، والنظر في وجهات نظر متعددة، والتشكيك في الافتراضات الكامنة وراء الرسائل الإعلامية. هذا الوعي النقدي يساهم في حماية الطلاب من مخاطر انتشار الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة، التي أصبحت ظاهرة متزايدة في العصر الرقمي[1].

علاوة على ذلك، لا تقتصر التربية الإعلامية على تقييم المعلومات فقط، بل تمتد لتشمل تعزيز المسؤولية الأخلاقية في التعامل مع المحتوى الرقمي، مثل احترام حقوق الملكية الفكرية والالتزام بمبادئ الاستخدام العادل والاستشهاد الصحيح بالمصادر. كما تُمكّن الطلاب من المشاركة الفعالة كمنتجين للمحتوى الإعلامي، حيث يكتسبون القدرة على إنشاء رسائل إعلامية متوازنة وهادفة تعكس وعيهم ومسؤوليتهم الاجتماعية.

تتطلب مواجهة تحديات المشهد الرقمي إدماج التربية الإعلامية في المناهج الأكاديمية بطرق منهجية، سواء من خلال مقررات مستقلة أو دمج مفاهيمها ضمن مواد أخرى، مما يتيح

[1] كمال، أ. م. (2022). دور التربية الإعلامية في تنمية مهارات التفكير النقدي لدى طلاب الإعلام .المجلة العربية للإعلام والاتصال، (2)15، 45-67.

للطلاب تطوير هذه المهارات بشكل متكامل ومتواصل. كما تشمل التربية الإعلامية تعليم آداب السلوك الرقمي وحماية الخصوصية، مما يعزز من قدرة الطلاب على أن يكونوا مواطنين رقميين مسؤولين وواعين[1].

في الختام، تُعد التربية الإعلامية أداة حيوية لتمكين طلبة الإعلام من مواجهة تعقيدات العصر الرقمي، من خلال تعزيز مهارات التحقق من صحة المعلومات، التفكير النقدي، والسلوك الأخلاقي، مما يسهم في إعداد جيل قادر على التفاعل بفعالية ومسؤولية مع المحتوى الإعلامي المتنوع والمتغير.

المطلب الثالث :مسؤولية طلبة الإعلام في التصدي للمعلومات المغلوطة

يرى باحثو تعليم الصحافة أن التأهيل الأكاديمي للصحفيين شرط أساسي لكفاءتهم وتوظيفهم في وسائل الإعلام .وفي هذا السياق، يمكن النظر في عدة زوايا لإدخال تغييرات على التعليم العالي في مجال الصحافة، بهدف منع انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة في وسائل الإعلام الجماهيري، ومنها ما يتعلق بالنظام والمحتوى التعليمي .يفرض البيئة الرقمية الديناميكية مرونة على مؤسسات التعليم العالي التي تُعنى بتكوين الصحفيين، حيث يجب أن تستجيب للمشكلات المعاصرة من خلال إدخال التغييرات اللازمة.

ومع ذلك، يُلاحظ غياب صورة شاملة أو اقتراحات ملموسة لإعادة هيكلة نظام التعليم العالي في مجال الصحافة لمواجهة ظاهرة اضطراب المعلومات .ولهذا، يمكن أن تقدم " نموذج التعليم المستدام للصحافة" Vukić, 2019 [2]إجابة على هذه التحديات، لأن آلياته الأساسية تقوم على التجديد الذاتي والتنظيم الذاتي، إذ أن إدخال محتوى جديد في المنهاج لا يكفي لإحداث تغييرات منهجية وعميقة.

[1]UNESCO. (2011). Media and Information Literacy Curriculum for Teachers.

[2]نموذج التعليم المستدام للصحافة (Vukić, 2019) يهدف إلى دمج مبادئ التنمية المستدامة في مناهج التعليم الصحفي، لتعزيز وعي الطلاب بالقضايا البيئية والاجتماعية، وتطوير مهارات التفكير النقدي والإعلام المسؤول، مما يمكنهم من إنتاج محتوى يدعم الاستدامة والمواطنة الفعالة.
Vukić, V. (2019). Sustainable Journalism Education: Integrating Sustainability into Journalism Curricula. Sustainability, 11(12), 3456.

تشير الدراسات إلى أن فكرة محورية تجمع بين مختلف الآراء في برامج دراسة الصحافة، وهي أن ظواهر إعلامية مثل الأخبار الزائفة يمكن ويجب منعها من خلال تأهيل صحفيين ذوي كفاءة عالية .ولهذا، فإن الهدف الأساسي من التعليم والتعلُّم هو توليد ممارسات صحفية تؤدي إلى الحماية في المقام الأول.

وتؤكد منظمة اليونسكو ذلك من خلال إصدار دليل تدريبي بعنوان» الصحافة، الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة(Ireton and Posetti, 2018) «، وهو أول مادة بيداغوجية متكاملة معدّة للتعليم العالي، يتضمن سبعة وحدات منها :الصحافة والثقة، أنواع المعلومات المضللة، التحقق من الأخبار، التربية الإعلامية كأداة لمكافحة التضليل، التحقق من وسائل التواصل الاجتماعي، تقييم المصادر والمحتوى البصري، ومواجهة الاعتداءات الرقمية على الصحفيين.

كما يدعو بعض الباحثين إلى تحديث مناهج تعليم الصحافة كإجراء وقائي أساسي، من خلال إدخال مساقات مستقلة أو موضوعات متداخلة تعالج الأخبار الزائفة وسياقها وتأثيراتها بينما يرى آخرون مثل Trifonova et ضرورة تنمية الوعي النقدي لدى طلبة الصحافة، باشتراط إعداد أطروحات بحثية نقدية ضمن متطلبات التخرج[1].

وتقترح Courtney (2017) تعزيز التربية الإعلامية للصحفيين[2]، وهو ما يتماشى مع توصيات المفوضية الأوروبية في تقرير HLEG (2018) باعتبارها وسيلة وقائية للتعامل مع تحديات البيئة الرقمية[3].

وقد أكدت نتائج دراسة أُجريت على طلبة مرحلة البكالوريوس في البرتغال على أهمية دمج هذه المواضيع ضمن مناهج الصحافة، حيث أظهرت أن الطلبة بعد إتمامهم لمقرر خاص

[1] Trifonova Price, L., & Subryan, A. (2020). Critical awareness in journalism education.

[2] Courtney, J. (2017). Media and Information Literacy for journalists.

[3] Mutsvairo, B., & Bebawi, S. (2019). Journalism education in the era of fake news.

بهذه المواضيع أصبحوا قادرين على التعرف على الأخبار الزائفة وفهم أفضل لعملية إنتاج الأخبار وتحليلها[1]

كما أن محو الأمية التقنية المتكاملة يُعدّ اقتراحاً في تصميم مناهج الصحافة في إندونيسيا، ليس فقط ضمن المواد التقنية بل أيضاً في طرق التعليم لتوصيل الكفاءات المعرفية[2].

ويرى بعض الباحثين أن توفير تعليم إنساني متعدد التخصصات لطلبة الإعلام، وتكوين تحالفات تعليمية مع جهات فاعلة أخرى يمثل استراتيجية فعالة لمواجهة الأخبار الزائفة .

خلاصة الفصل الثاني:

تناول الفصل الثاني أهمية التربية الإعلامية الصحية لطلبة الطب، حيث أكّد على ضرورة امتلاكهم لمهارات عالية في البحث، التحليل، والنقد للمعلومات الصحية، خاصة في ظل الانتشار الواسع للمعلومات عبر الوسائط الرقمية. أوضح الفصل أن التحديات الرئيسية التي يواجهها الطلبة تتمثل في صعوبة التمييز بين المعلومات العلمية الدقيقة والشائعات، وضعف الاعتماد على المصادر المتخصصة، وانتشار الأخبار الكاذبة، خصوصًا أثناء الأزمات مثل جائحة كورونا. كما أظهر الفصل أن البيئة الإعلامية الرقمية تفرض على الطلبة تطوير قدراتهم في التعامل مع مصادر متنوعة، وأن الدعم الأكاديمي والاجتماعي له دور محوري في تعزيز هذه المهارات.

استعرض الفصل أيضًا دور وسائل الإعلام في التوعية الصحية، حيث بيّن كيف يمكن للإعلام أن يكون أداة فعّالة في نشر المعلومات الصحية وتصحيح المفاهيم المغلوطة، شريطة الالتزام بالمصداقية والمسؤولية الأخلاقية. كما أبرز الفصل أهمية الحملات الإعلامية والبرامج المتخصصة في تعزيز السلوكيات الصحية الإيجابية، مع عرض أمثلة محلية وعالمية ناجحة في هذا المجال. في الختام، شدد الفصل على أن تطوير التربية الإعلامية

[1] Melro, A., & Pereira, C. (2019). Media Literacy Education in Higher Education.

[2] Rochyadi-Reetz, F. (2020). Journalism Curriculum in Indonesia.

الصحية يعد ضرورة ملحة لتمكين طلبة الطب من مواجهة تحديات العصر الرقمي، والمساهمة الفعالة في تحسين الصحة العامة للمجتمع.

تمهيد الفصل الثالث:

يركز الفصل الثالث على العلاقة بين التربية الإعلامية والوعي الطلابي، مسلطًا الضوء على التأثيرات السلوكية والمعرفية التي تحدثها التربية الإعلامية في سلوك الطلبة الجامعيين ومهاراتهم النقدية. يستعرض الفصل كيف تسهم البرامج التدريبية في التربية الإعلامية في تطوير مواقف وسلوكيات الطلبة تجاه الرسائل الإعلامية، ويبرز أمثلة واقعية على التحولات السلوكية الناتجة عن اكتساب هذه المهارات. كما يتناول الفصل دور التربية الإعلامية في الوقاية من السلوكيات السلبية، مثل تعاطي المخدرات، والعنف، وسوء التغذية، والإدمان الرقمي، بالإضافة إلى أثرها في تحسين الصحة النفسية والعادات الرقمية. ويبحث الفصل أيضًا في العلاقة بين التربية الإعلامية وتنمية مهارات التفكير النقدي والتحليل، مع التركيز على قدرة الطلبة على تحليل المحتوى الإعلامي بشكل موضوعي وواعٍ. وأخيرًا، يناقش الفصل مستويات الوعي الإعلامي لدى الطلبة قبل وبعد تلقيهم برامج التدريب الإعلامي، مستعرضًا تجارب دولية ومحلية في هذا المجال.

الفصل الثالث: التربية الإعلامية والوعي الطلابي

المبحث الأول: التأثيرات السلوكية والمعرفية للتربية الإعلامية

المطلب الأول : تأثير التربية الإعلامية على سلوك الطلبة

تعد التربية الإعلامية أحد الأساليب الأساسية في توجيه سلوك الطلبة نحو التعامل النقدي الواعي مع المحتوى الإعلامي. فقد أظهرت الدراسات الحديثة أن البرامج التدريبية في هذا المجال تسهم في تحسين المعرفة والنية السلوكية لدى الطلاب، من خلال مساعدتهم على اتخاذ مواقف واعية تجاه الرسائل الإعلامية. وفي هذا السياق، تهدف بعض الدراسات إلى قياس تأثير هذه البرامج على سلوك الطلبة، وذلك من خلال مراقبة التغيرات التي تطرأ على مواقفهم وسلوكهم في التعامل مع الإعلام .

تشير نتائج إحدى الدراسات التي شملت عينة من الطالبات إلى أن البرنامج التدريبي في التربية الإعلامية أدى إلى زيادة ملحوظة في المعرفة المتعلقة بتأثير الإعلام على الصحة والسلوك الشخصي. كما أظهرت النتائج أن الطالبات في المجموعة التجريبية قد أحرزن تقدمًا كبيرًا في مراحل التغيير السلوكي بعد تلقي البرنامج التدريبي ، حيث انتقل عدد كبير منهن من مرحلة الاستعداد أو التأمل إلى مرحلة العمل والمحافظة على السلوك السليم في التعامل مع الرسائل الإعلامية .

تتمثل أهمية هذا النوع من البرامج في قدرتها على تعزيز الوعي النقدي لدى الطلبة حول المحتوى الإعلامي، وتحفيزهم على اتخاذ مواقف سلوكية واعية تجاه هذا المحتوى، وهو ما يعكس تحولًا ملموسًا في السلوك. ومن خلال قياس مراحل التغيير السلوكي، مثل مرحلة الاستعداد أو المحافظة على سلوك إيجابي تجاه الإعلام، يمكننا ملاحظة التأثير المباشر للتربية الإعلامية على كيفية تعامل الطلبة مع الإعلام في حياتهم اليومية .أظهرت الدراسة أيضًا أن الطالبات اللاتي شاركن في البرنامج التدريبي أبدين استعدادًا أكبر للتفاعل النقدي مع المحتوى الإعلامي، وذلك عبر فهم أعمق لأساليب الإعلام وتقنيات صنع الرسائل. هذه النتائج تبرز كيف أن التربية الإعلامية لا تقتصر على مجرد نقل المعرفة، بل تمتد لتشمل

تغييرات سلوكية فعالة تساهم في توجيه سلوك الطلبة نحو التفاعل الواعي والنقدي مع الإعلام .ومن الأمثلة الميدانية البارزة على الدور العملي للتربية الإعلامية في تعزيز السلوك النقدي لدى الطلبة، ما حدث في مدرسة **"بالدوين هاي سكول"** بولاية نيويورك، حيث استطاعت طالبة تُدعى كينيدي باين**(Kennedie Payne)**، تبلغ من العمر 17 سنة، أن تكشف معلومة مضللة كانت رائجة عبر منصة **"تيك توك"** ليلة الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2024. فبينما كان أقرانها يتداولون أرقامًا على أنها نتائج استطلاعات للرأي، بادرت الطالبة إلى التحقق من مصدر الموقع، لتكتشف أنه مجرد منصة للمراهنات السياسية، وليس موقعًا متخصصًا في استطلاعات الرأي. وقد قامت بتنبيه أصدقائها إلى عدم مصداقيته، وحثتهم على الرجوع إلى مصادر موثوقة. وتُعزى هذه القدرة التحليلية إلى ما تلقّته الطالبة من دروس في التربية الإعلامية، والتي شجعتها على التساؤل والنقد، عوضًا عن التلقي السلبي للمحتوى الرقمي. هذا المثال يعكس كيف يمكن للتربية الإعلامية أن تُحدث تغييرًا فعليًا في سلوك الطلبة، وتُسهم في بناء مواطنين رقميين يتمتعون بالوعي، والمسؤولية، والكفاءة في التعامل مع الأخبار والمعلومات، لا سيما في ظل تزايد تدفق المحتويات عبر المنصات الاجتماعية .

في الختام، يمكن القول أن التربية الإعلامية هي أداة فعّالة في تحسين سلوك الطلبة وتعزيز قدراتهم النقدية في التعامل مع الرسائل الإعلامية، مما يجعلها جزءًا أساسيًا في تطوير قدراتهم على التفاعل المسؤول مع الإعلام في المستقبل .لقد أثبتت التربية الإعلامية فعاليتها في تغيير المواقف واتخاذ القرارات المرتبطة بتعاطي المخدرات فغالباً ما تقوم الوسائط الشعبية بتمجيد أو التقليل من آثار تعاطي المخدرات والكحول والتبغ/التدخين الإلكتروني، ويُضاف إلى ذلك تضمين المنتجات في الأفلام ومقاطع الفيديو والألعاب وغيرها، مما قد يؤثر على تقبّل الشباب لتلك المواد. وقد أظهرت الدراسات أن دمج تقنيات التربية الإعلامية في برامج التثقيف الصحي يزيد وعي الطلاب بمواقفهم تجاه تعاطي المواد، ويعزز نواياهم لتجنبها. كما بيّنت أبحاث أخرى أن إدراج التربية الإعلامية في مناهج الوقاية من التدخين أكثر فعالية من المناهج التي لا تتضمنها .

كما أن التربية الإعلامية تؤثر في المواقف والسلوكيات المرتبطة بإدارة الغضب والعنف حيث ظل العنف في الإعلام – من أفلام وتلفزيون وألعاب فيديو – موضع قلق لعقود ورغم تعقيد الجدل حول ما إذا كان عنف الوسائط يؤدي إلى عنف حقيقي، إلا أن هناك أدلة على أن تعليم تقييم العنف في الوسائط من خلال مهارات التربية الإعلامية يمكن أن يُغير نظرة الشباب للعنف بوصفه سلوكاً مقبولاً

وقد ثبت أيضا أن التربية الإعلامية تؤثر في اتخاذ القرارات المتعلقة بالتغذية الصحية . حيث أن الاستهلاك المفرط للمشروبات السكرية والأطعمة المصنعة شائع بشكل كبير، ويُعد مسؤولاً جزئياً عن زيادة مشكلات صحية لدى الشباب، مثل السمنة والسكري. ويُعد الإعلان عن هذه المنتجات – من خلال الترويج المباشر، وتضمين المنتجات، ودعم المشاهير والمؤثرين – صناعة بمليارات الدولارات، وقد ثبتت فعاليتها في التأثير على خيارات الشباب الغذائية. ومع ذلك، عندما يتعلم الشباب تقنيات التفكير النقدي الإعلامي لفهم قوة التسويق الغذائي، يتخذ الكثيرون قرارات أكثر صحة بشأن نظامهم الغذائي .كما أن التربية الإعلامية تلعب دوراً في تقليل الإدمان المفرط على ألعاب الفيديو .قد تكون ألعاب الفيديو نشاطاً ممتعاً وحتى اجتماعياً، لكنها قد تُسبب في بعض الحالات مشاكل كبيرة مثل الإدمان، واضطرابات النوم، والعزلة، والقلق والاكتئاب، وحتى الهلوسات البصرية والسمعية. ومع ذلك، فإن زيادة الوعي باستخدام الوسائط الصحية من خلال التربية الإعلامية أثبتت فعاليتها في تعزيز الوعي الذاتي حول أنماط اللعب الضارة، وتشجيع استخدام متوازن وصحي لمنصات الألعاب .وتُشير الأبحاث إلى أن تعلم مهارات التربية الإعلامية يرتبط بتحسين الصحة النفسية .رغم وجود كثير من الشواهد غير الرسمية التي تشير إلى نتائج نفسية وعاطفية إيجابية لدى الطلاب الذين يتعلمون التربية الإعلامية، خاصة مفاهيم "العافية الرقمية"[1]، فإن الدراسات تُظهر وجود علاقة بين هذا النوع من التعليم وتحسن الصحة

[1] **العافية الرقمية** تعني الحفاظ على صحة المستخدمين النفسية والجسدية والاجتماعية أثناء استخدام التكنولوجيا الرقمية. تهدف إلى تحقيق توازن صحي في استخدام الأجهزة الرقمية، من خلال تقليل التوتر الرقمي، تنظيم وقت الشاشة، حماية الخصوصية، وتجنب السلوكيات الضارة مثل التسلط الإلكتروني والإدمان الرقمي. تعزيز العافية الرقمية يساعد الأفراد على الاستفادة من التكنولوجيا بشكل إيجابي ومسؤول.

النفسية .كما أن التربية الإعلامية، بما في ذلك مفاهيم المواطنة الرقمية والسلامة والعافية، تُحسّن عادات الشباب على الإنترنت في استطلاع حديث أجري على طلاب ثانوية شاركوا في برنامج تربية إعلامية قائم على الأدلة يركز على مفاهيم العافية الرقمية والسلامة، أفاد الغالبية العظمى (87.5٪) بأنهم غيّروا عاداتهم وسلوكهم على الإنترنت ليتماشى مع أهداف صحية أكثر إيجابية بعد البرنامج

المطلب الثاني : العلاقة بين التربية الاعلامية و تنمية مهارات التفكير النقدي

تُعد التربية الإعلامية أداة ضرورية وأساسية في تنمية مهارات التفكير النقدي لدى الأفراد، ولا سيما في ظل التدفق المتزايد للمعلومات عبر مختلف وسائط الإعلام. فهي تهدف إلى تمكين المتعلّمين من تحليل الرسائل الإعلامية وفهم أبعادها الضمنية والخفية، مما يسهم في تعزيز قدرتهم على اتخاذ قرارات مدروسة مبنية على وعي ومعرفة. وتبرز أهمية التربية الإعلامية بشكل خاص في ظل التحديات المعاصرة المتعلقة بالتضليل الإعلامي وانتشار المعلومات الزائفة، والتي تؤثر على قدرة الأفراد على التمييز بين الحقيقة والتزييف، وعلى فهمهم للقضايا العامة والواقعية بشكل دقيق.

بدون التربية الإعلامية، ستستمر المعلومات المضللة والأخبار الزائفة دون رادع. هذه مشكلة عالمية. فقد عملت المعلومات المضللة أحيانًا لصالح الحكومات وأحيانًا ضدها، وأدت إلى خلق حالة من انعدام الثقة في مصادر المعلومات، وهو أمر يُعد إشكاليًا بشكل خاص للمجتمعات التي قد لا تتوفر لها فرص تعليمية أو سُبل متعددة للوصول إلى مصادر متنوعة للمعلومات. تساعد التربية الإعلامية الأفراد على الحماية من الوقوع ضحايا لأولئك الذين يسعون للإضرار بالمجتمع، كما هو الحال في أزمة المعلومات الصحية العالمية الأخيرة، حيث انقسم الناس بين من يصدق وجود الجائحة ومن يشكك فيها، بل إن بعض من يؤمن بها يشكك في فعالية اللقاحات.

صحيفة الخليج. (2021). ما هي «العافية الرقمية» وكيف يمكن تحقيقها؟ تم الاسترجاع من في 11 ماي 2025 على الساعة 13 زوالا https://www.alkhaleej.ae/2021-11-17/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%81%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%

لقد أدى تفشي المعلومات المغلوطة إلى استجابة العديد من المنظمات الصحية، بما فيها منظمة الصحة العالمية، لمحاولة توضيح رسائلها الإعلامية. وفي أمريكا اللاتينية ومنطقة الكاريبي، تزداد الحاجة إلى التربية الإعلامية بسبب الانقلابات السياسية، والاضطرابات الاقتصادية، وتفاوت الوصول إلى التكنولوجيا. وتُظهر الفجوة بين المناطق الحضرية والريفية مدى التهميش الذي تتعرض له بعض الفئات، خاصة فيما يتعلق بجودة التعليم والبنية التحتية.

ووفقًا لتقارير مثلPISA [1]، فإن التباين بين الطلاب الأغنياء والفقراء قد ازداد بشكل كبير، مما يدل على أهمية التربية الإعلامية في تقليص هذه الفجوات وتمكين المتعلمين من التفكير النقدي والتحليل المستقل للمعلومات.

من جهة أخرى، فإن تعليم المبادئ الأساسية للتربية الإعلامية يُسهم في تنمية قدرة الطلبة على قراءة وتحليل الرسائل الإعلامية. ومن هذه المبادئ أن الرسائل الإعلامية تُنشأ باستخدام لغة إبداعية لها قواعدها الخاصة، حيث تُستخدم رموز وأساليب لغوية وبصرية تستهدف جماهير معينة. لفهم هذه الرسائل، يتطلب الأمر من الطلبة تحليلها وتفكيكها من البداية للنهاية. فعلى سبيل المثال، تُستخدم الألوان الزاهية عادةً لاستهداف الأطفال، بينما تُصمم البرامج الكوميدية بمقدمات سريعة ذات طابع فكاهي، وتستخدم الأفلام المرعبة موسيقى تنذر بالخطر لبناء التوتر.

ويُضاف إلى ذلك أن الأشخاص المختلفين يتفاعلون مع نفس الرسالة الإعلامية بطرق مختلفة. رغم أن هذا يبدو بديهيًا، إلا أن معظم الأطفال واليافعين، وحتى بعض البالغين، لا يدركون أو يقبلون وجود وجهات نظر مغايرة. تتشكل طرق التفكير لدى الشباب غالبًا من خلال مجتمعاتهم وخلفياتهم العائلية والعرقية والمجموعات الرفاقية، مما يحدّ من قدرتهم على

[1] اختبار (**Programme for International StudentAssessment**) **PISA** هو برنامج دولي تقوده منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) لتقييم مهارات الطلاب البالغين من العمر 15 عامًا في القراءة والرياضيات والعلوم، مع التركيز على قدرتهم على تطبيق المعارف والمهارات في مواقف الحياة الواقعية. يُعقد الاختبار كل ثلاث سنوات ويهدف إلى تقديم بيانات دقيقة وقابلة للمقارنة تساعد الدول على فهم أداء نظمها التعليمية وتحسينها

رؤية وجهات نظر أخرى. لذا، فإن التربية الإعلامية تدعو لطرح تساؤلات نقدية تساعد الطلبة على إدراك أن رؤيتهم للعالم ليست الوحيدة، مما يعزز فيهم مهارة التساؤل والتعددية.

إضافةً إلى ذلك، فإن الوسائط الإعلامية تحمل قيماً ووجهات نظر مضمنة. وهو ما يُثير تساؤلات حول من يُمثّل ومن يُستثنى، ومن يُهمّش، وكيف تُصوّر الأعراق والثقافات المختلفة في الأخبار. كل ذلك يؤثر في بناء تصور الأفراد للواقع، ويستدعي من المعلمين أن يشجعوا الطلبة على التفكير النقدي في هذه القيم وتحليلها.

كما يجب أن يُدرك المتعلمون أن الرسائل الإعلامية تُنتج غالبًا بدافع الربح أو التأثير. فمثلًا، تُسوّق السيارات عبر إبراز ميزات الأمان، بينما الهدف الحقيقي هو البيع. وهذا يتطلب من الطلبة فهماً أعمق للصلة بين الإعلان والاستهلاك، وضرورة التساؤل حول من يقف خلف الرسالة الإعلامية، ولماذا أُنتجت، ولمن وُجهت.

وقد أظهرت نتائج بعض الدراسات (Kellner& Share, 2007) [1]أن بيداغوجيا التربية الإعلامية النقدية تُزوّد الطلاب بالمهارات التحليلية اللازمة للتعامل النقدي مع استخدامهم لوسائل التواصل الاجتماعي. حيث أفاد المشاركون بأنهم خاضوا عملية معقدة من التفاوض بين الجوانب الإيجابية والسلبية لوسائل التواصل الاجتماعي بعد إكمالهم لدورة التربية الإعلامية النقدية، وقد أظهرت استجاباتهم أنهم استطاعوا الحفاظ على تقدير لبعض جوانب وسائل التواصل الاجتماعي، وفي الوقت نفسه طوّروا وعياً بالجوانب السلبية.

ورغم أن هذا الوعي قد لا يؤدي إلى تقليل الاستخدام، إلا أنه يمنح الطلاب فهماً للعمليات والأيديولوجيات التي تشكّل وسائل الإعلام. مع ذلك، لم يظهر أن الطلاب استوعبوا بشكل

[1]يقدم Kellner& Share إطارًا مفاهيميًا للتربية الإعلامية النقدية يتضمن فهم من صنع النص الإعلامي، كيفية بناء النص، التفسيرات المختلفة له، القيم والأيديولوجيات التي يعكسها أو يغيبها، وتأثير الوسيط الإعلامي نفسه. ويشيرون إلى أن التربية الإعلامية يجب أن تتجاوز التركيز على النص فقط لتشمل السياقات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تؤثر في إنتاج وتلقي الإعلام.

كافٍ مفهوم تسليع العمل [1]في سياق وسائل التواصل، رغم تناول المقرر له بشكل متكرر، ما يشير إلى أهمية تخصيص وقت لتفكيك مفاهيم مثل "التكلفة" و"المجانية" و"العمل" عند التطرق لهذه المواضيع في الصف.

المطلب الثالث :قدرة الطلبة على تحليل المحتوى الإعلامي

تُعد قدرة الطلبة على تحليل المحتوى الإعلامي مهارة جوهرية في التربية الإعلامية، حيث تمكّنهم من فهم الرسائل الإعلامية بشكل نقدي ومنهجي، مما يساعدهم على التمييز بين المعلومات الدقيقة والمضللة. تحليل المحتوى هو عملية بحث منهجية تهدف إلى دراسة النصوص المكتوبة أو الشفهية أو المرئية، وتحديد الأنماط والموضوعات التي تحملها هذه الرسائل، وذلك بطريقة موضوعية ومنظمة بعيدًا عن التحيز.

تتضمن هذه القدرة جمع البيانات من مصادر متعددة وتحليلها باستخدام أدوات كمية ونوعية لفهم المعاني والتأثيرات التي تحملها الرسائل الإعلامية. كما يُمكن تحليل المحتوى أن يشمل دراسة العلاقات بين المفاهيم، وتصنيف الرسائل ضمن فئات محددة، مما يعزز من قدرة الطلبة على استيعاب السياقات الاجتماعية والسياسية التي تؤثر في إنتاج وتلقي الإعلام .

تتميز عملية تحليل المحتوى بالموضوعية والشفافية، حيث يجب أن يقوم الطالب باتباع خطوات منهجية واضحة تشمل تحديد المشكلة، صياغة الفرضيات، تصنيف البيانات، وتحليل النتائج بطريقة تتيح استنتاجات دقيقة وموثوقة. كما أن القابلية للقياس الكمي في تحليل المحتوى تسمح للطلبة بتقييم مدى انتشار الظواهر الإعلامية وتأثيرها بشكل علمي.

من خلال تنمية هذه المهارة، يصبح الطالب قادرًا على تفكيك الرسائل الإعلامية، وفهم المقاصد الكامنة وراءها، والتعرف على الانحيازات المحتملة، مما يسهم في بناء وعي إعلامي نقدي يمكنه من المشاركة الفعالة في المجتمع الرقمي .

[1]**تسليع العمل في سياق وسائل التواصل الاجتماعي** يشير إلى تحويل النشاطات الشخصية والمهنية إلى سلعة تُعرض وتُسوَّق عبر المنصات الرقمية بهدف تحقيق مكاسب مالية أو زيادة الشهرة. في هذا الإطار، يُنظر إلى المؤثرين وأحيانًا جمهورهم كمنتجات تُباع من خلال التفاعل والمحتوى الذي يقدمونه،

المبحث الثاني: الوعي الإعلامي والتحصيل العلمي

المطلب الأول :مستوى الوعي الإعلامي لدى الطلبة الجامعيين

تتحدث هذه الدراسة التي أعدهاDolanbayعام 2022 عن تجربة تعليم محو الأمية الإعلامية بين طلاب الجامعات، وكيف أثرت هذه التجربة على وعيهم ومهاراتهم في التعامل مع الإعلام. ركزت الدراسة على معرفة مدى معرفة الطلاب بمهارات الإعلام قبل تلقيهم أي تدريب، ثم تابعت كيف تغيرت هذه المعرفة بعد تلقيهم للتكوين . كما توضح أهمية التعليم الإعلامي في مساعدة الطلاب على التفكير النقدي واستخدام الإعلام بشكل أكثر وعيًا و مسؤولية .[1]

مستوى الوعي الإعلامي لدى الطلبة الجامعيين قبل التكوين :

تُعد التربية الإعلامية مجالًا حديثًا نسبيًا في العديد من الدول، خاصة في إفريقيا وآسيا والشرق الأوسط، حيث لم تحظَ باهتمام كبير مقارنةً بدول أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية التي بدأت في وضع معايير وإدماج التربية الإعلامية ضمن المناهج التعليمية منذ وقت مبكر .(Belshaw, 2011) في الولايات المتحدة، تُحدد الولايات والمناطق التعليمية معاييرها الخاصة بالتربية الإعلامية دون وجود سياسة وطنية موحدة، ويتم دمج هذه التربية ضمن مواد مثل اللغة الإنجليزية، المواطنة، والعلوم الاجتماعية .(Cramer, 2015) أما في المملكة المتحدة، فقد أُعطيت التربية الإعلامية مكانة في البرامج التعليمية رغم وجود بعض النواقص على صعيد السياسة الوطنية، وتتميز هذه التجربة بتطبيقات أكثر فعالية (McDougall & Livingstone, 2014).

في تركيا، بدأت حركة التربية الإعلامية على إثر اقترابها من الاتحاد الأوروبي أواخر التسعينيات، وتم تحفيزها بشكل جدي بعد تقرير المجلس الإعلامي في 2003، والذي اقترح إدراج دورة التربية الإعلامية في التعليم الأساسي والثانوي. منذ عام 2007، أصبحت هذه

[11]Dolanbay, H. (2022). The experience of media literacy education of university students and the awareness they have gained: An action research. *International Online Journal of Education and Teaching (IOJET), 9*(4), 1614-1631

الدورة تُدرس بشكل اختياري في جميع أنحاء تركيا، ولاحقًا أُضيفت كمساق عام في بعض البرامج الجامعية (RTÜK, 2016) ؛ .(MoNE, 2018)ومع ذلك، لا تزال هناك فجوة واضحة في إدراج التربية الإعلامية ضمن كليات غير التعليم، مثل الطب والهندسة والآداب، ما يؤكد الحاجة إلى توعية الطلاب بهذه المهارات قبل البدء في التكوين الجامعي.

في إطار دراسة أجريت على 150 طالبًا من ثلاث جامعات تركية خلال العام الدراسي 2021-2022، أظهرت النتائج أن غالبية الطلاب لم يكن لديهم معرفة كافية بمفهوم التربية الإعلامية قبل تلقّيهم التدريب .(Dolanbay, 2022) معظم الطلاب عرفوا التربية الإعلامية بالاسم فقط، ولم يكونوا قادرين على شرح محتواها أو مهاراتها الأساسية. قال أحد الطلاب:

"لم أكن أعرف الكثير عن التربية الإعلامية، كنت أعتقد أن الإعلام مجرد وسيلة للحصول على الأخبار فقط، ولم أكن أفكر في الرسائل المبطنة أو أهداف البرامج الإعلامية." (طالب P6)

وأكد طالب آخر:

"كنت أشاهد البرامج في الإعلام كما لو كنت أشاهد فيلماً، دون فهم الرسائل التي يحاول الإعلام إيصالها أو تأثيرها عليّ." (طالبP20)

كما لاحظت الدراسة أن طلاب كليات الآداب والعلوم الإسلامية كانوا أقل معرفة بمفهوم التربية الإعلامية مقارنةً بطلاب كليات التربية والعلوم.

بعد تلقي التدريب الإعلامي، تغيرت آراء الطلاب بشكل واضح، وأصبحوا أكثر وعيًا بأهمية المهارات الإعلامية وقدرتهم على تحليل الرسائل الإعلامية نقديًا. حيث صرح طالب:

"تعلمت أنه يجب علينا استخدام الإعلام بوعي، وأن المعلومات قد تحتوي على رسائل خفية مثل الدعاية والإعلان، ولا يجب علينا قبول كل شيء كما هو دون تمحيص." (طالب P2)

وأكد طالب آخر:

"الآن أستطيع أن أميز إذا كان المحتوى الإعلامي مصممًا لإثارة رد فعل، أو للإعلام فقط، أو لرفع الوعي حول موضوع معين." (طالبP5)

عليه، تظهر الدراسة أهمية التكوين المسبق في التربية الإعلامية لتزويد الطلبة بالمهارات اللازمة لفهم وتحليل المحتوى الإعلامي بشكل نقدي، مما يعزز وعيهم الإعلامي ويجعلهم أكثر استعدادًا لمواجهة تحديات الإعلام الحديث.

مستوى الوعي الإعلامي لدى الطلبة الجامعيين بعد التكوين:

بعد إتمام البرنامج التدريبي في التربية الإعلامية، شهدت قدرة الطلبة على فهم وتحليل الرسائل الإعلامية تطورًا ملحوظًا، حيث أظهرت النتائج أن معظم الطلاب اكتسبوا معرفة عميقة حول مفهوم التربية الإعلامية ومكوناتها ومهاراتها الأساسية. أكد الطلاب بعد التدريب على أهمية النقد والتحقق من المعلومات الواردة عبر وسائل الإعلام، وأشاروا إلى أن هذا الوعي الجديد ساعدهم في التعامل مع الإعلام بطريقة أكثر وعيًا ومسؤولية.

في هذا السياق، عبّر أحد الطلاب قائلاً:

"تعلمت أن استخدام الإعلام يجب أن يكون واعيًا ومدروسًا، وأن هناك رسائل ضمنية قد تخفيها الإعلانات والدعايات، لذلك يجب علينا البحث عن الحقيقة وعدم قبول كل ما يُعرض دون تمحيص." (طالبP2)

وأشار طالب آخر إلى أنه أصبح قادرًا على التمييز بين أنواع الرسائل الإعلامية المختلفة: "أستطيع الآن فهم الغرض من الرسالة الإعلامية، سواء كانت تهدف لإثارة رد فعل عاطفي، أو لنقل معلومات، أو لرفع الوعي بقضية معينة. هذا الأمر لم يكن واضحًا لي قبل التدريب." (طالب P5)

كما ذكر طالب ثالث:

"أدركت أن الإعلام له دور كبير في تشكيل أفكارنا وحياتنا، وأنه ليس كل ما يُعرض يعكس الحقيقة، لذلك يجب علينا أن نكون ناقدين ونسأل دائمًا عن مصدر المعلومات ودقتها." (طالبP5)

علاوة على ذلك، قام الطلاب بإعداد وتنفيذ أنشطة عملية خلال فترة التدريب مثل سرد القصص الرقمية، صناعة الأفلام القصيرة، وتحليل الأخبار الحقيقية والمزيفة، والتي ساعدتهم على تطبيق المهارات المكتسبة وتعزيز قدراتهم النقدية والتحليلية.

إن هذه النتائج تؤكد أن التربية الإعلامية ليست مجرد معرفة نظرية، بل هي مهارة حيوية يجب تنميتها عبر التدريب العملي والتفاعل المباشر مع المحتوى الإعلامي، ما يسهم في بناء وعي إعلامي مستدام لدى الطلبة الجامعيين ويجهزهم لمواجهة تحديات الإعلام الحديث بشكل أفضل.

و بناءا على ما سبق من دراسات و أبحاث حول التربية الإعلامية و مستوى الوعي الإعلامي , قمت بإعداد استبيان يهدف إلى قياس مستوى الوعي الإعلامي بين طلبة كليتي الطب و الإعلام في الجزائر في هذا المجال .و سيساعد هذا الاستبيان في فهم الفروقات و التشابهات بين الطلبة في التخصصين . ليكون بذلك خطوة مهمة نحو تحسين مستوى التربية الإعلامية في الجزائر .[1]

المطلب الثاني : العلاقة بين الوعي الإعلامي الأكاديمي :

تَكْمُنُ أهمية الوعي بالتربية الإعلامية لدى الشباب الجامعي في بلوغ الحد الأدنى من المهارات والمواقف (ليس مهارات مهنية احترافية) اللازمة؛ لتفسير موجة الصور والمحتوى الإعلامي البصري السمعي، الذي أصبح يشكل جزءاً أساسيا من الحياة اليومية. وأيضاً، يرتبط الوعي بالتربية الإعلامية بمعرفة وتقييم المحتوى والرسائل الإعلامية وفهم

[1]Dolanbay, H. (2022). The experience of media literacy education of university students and the awareness they have gained: An action research. *International Online Journal of Education and Teaching (IOJET), 9*(4), 1614-1631

التأثيرات الإعلامية على المستويين العملي ومتعدد الأنظمة (السياسة والأدب والاجتماع والفن وغيرها)، وتشجيع المشاركة النشطة في صنع المحتوى الإعلامي للطلاب بدلاً من مجرد الاكتفاء بالمتابعة، بل الفهم الواعي والإدراك السليم لما يُبث ولحرية التعامل معه ويشير العديد من الباحثين إلى المكانة المرتفعة للتربية الإعلامية إلى درجة اعتقاد البعض بأنها باتت من المهارات الحياتية الأساسية، وأن لها القدرة على تمكين الشباب من التصرف في الأمور، وأيضاً يُعتقد أن التربية الإعلامية عنصر حيوي في التربية الديمقراطية.

ويضيف سيم Sim,j.C2013أن أهمية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية تكمن في دعم اكتساب طلاب الجامعات للمهارات والخبرات التي يحتاجونها لفهم آلية الإعلام وإدراكهم وتهيئتهم للمشاركة الإعلامية في ضوء أخلاقيات المجتمع وضوابطه. ومن بين المبررات الأخرى لأهمية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية كما حددها ورسنوب (٢٠٠٩) النسبة المتزايدة للاستهلاك الإعلامي في المجتمع، ونمو صناعة الإعلام وطفرة المعلومات والتكنولوجيا ، والأهمية المتزايدة للاتصال وتشهد معظم المجتمعات تنافساً بين النظامين التربوي والإعلامي نتج عنه تناقض وتعارض في عقول الطلاب وطرق تفكيرهم. فالنظام التربوي يقوم على القيم الموجودة في المواد الدراسية وعلى التنافس في التحصيل والإنجاز المتمثل في التعلم الذاتي وتفرد التعليم على الجانب الآخر، بينما يعتمد النظام الإعلامي على الاتصال الجماهيري الذي يهتم بالجديد دون التركيز على تخصص بعينه، وهو ما أدى إلى ظهور التناقض بين النظامين .يركز الوعي بالتربية الإعلامية على التعريف بالإعلام، وأنواع وسائل الإعلام الرسمية وغير الرسمية، ودور الإعلام وتأثيراته على الحياة اليومية، وفاعلية الرسالة الإعلامية (الصوت والصورة)، وبمن يتحكم بالإعلام، وما هو دور الطالب كمتلقي للوسائل والرسائل الإعلامية. ومن خلال الوعي بالتربية الإعلامية، يتعلم الطلاب التمييز بين الحقيقة والرأي، وتحليل المعلومات وتصنيفها، والربط بينها وبين الواقع، والبحث والاستقصاء، والتعرف على عناصر الرسالة الإعلامية، وتكوينها ويرى البحث الحالي أن عملية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات تتمحور في النقاط الآتية :**أولاً** : تأكيد التربية الإعلامية على أهمية معرفة طلاب الجامعات للمحتوى الإعلامي والرسائل

الإعلامية وتقييمها بأساليب علمية .**ثانياً:** تركيز التربية الإعلامية على مبدأ التعاون بين الطلاب في المجتمع، للمشاركة فيما بينهم لإبداء آرائهم فيما يُقدم.

ثالثاً: تعتمد عملية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات على التفكير الناقد والتأمل فيما يُبث من مواد إعلامية إيجابية وسلبية لفهمها على سبيل المثال أظهرت دراسة ميدانية أجرتها جامعة قسنطينة في 2021 أن الطلبة الذين تلقوا دورات في التربية الإعلامية أظهروا مهارات أعلى في النقد والتحليل عند التعامل مع مصادر المعلومات. كما حقق هؤلاء الطلبة أداء أكاديميًا أفضل، خاصة في المواد التي تتطلب تحرير تقارير أو إعداد عروض شفوية، مما يبرز التأثير المباشر للتربية الإعلامية على تحسين الأداء الأكاديمي

رابعاً: يتضح الوعي بالتربية الإعلامية في إلزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف الإعلامي وأخلاقيات المهنة لنهج المصداقية والأمانة فيما تُقدمه لمُساعدة هؤلاء الشباب على التمسك بحاضرهم لمواجهة تحديات المستقبل والتغلب عليها ويعزز هذا ما يظهره برنامج "News Literacy Project"[1]في الولايات المتحدة، الذي يقدم موارد تعليمية حول كيفية التحقق من المعلومات، والتمييز بين الحقائق والرأي، مما يساهم في تعزيز التفكير النقدي لدى الطلاب. وأظهرت نتائج البرنامج أن الطلاب الذين شاركوا فيه سجلوا درجات أعلى في الفهم النقدي للنصوص والمهام البحثية، مما يعكس الدور الكبير للتربية الإعلامية في تنمية مهارات الطلاب الأكاديمية

خامساً: تتركز أهمية تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في تعزيز لغة الحوار والمشاركة الفغالة بينهم وبين وسائل الإعلام من أجل إكسابهم الحلول والمقترحات لدعم وجهات النظر المختلف

سادساً: تتمحور هذه العملية حول تشكيل الوعي الهادف من خلال فهم الشباب وإدراكهم لمتطلباتهم ورغباتهم وربطها بالمضامين المقدمة .

[1]برنامج"**News Literacy Project**" هو منظمة تعليمية أمريكية غير حزبية تأسست عام 2008 على يد الصحفي الحائز على جائزة بوليتزر آلان سي. ميلر، تهدف إلى تعزيز مهارات التربية الإعلامية لدى الطلاب والمعلمين والجمهور العام لمساعدتهم في التمييز بين المعلومات الموثوقة والمضللة، والتعرف على الأخبار الكاذبة، واتخاذ قرارات مستنيرة بشأن ما يمكن الوثوق به ومشاركته.

وفي ضوء ما سبق يؤكد البحث الحالي على أن التربية الإعلامية نظام متكامل يتكون من وسيلة إعلامية تُقدم مضموناً له تأثير إيجابيّ أو سلبيّ على طلاب الجامعات ضمن محتوى إعلامي يلتزم معرفتهم بإستراتيجيات ومهارات الفهم والتحليل والإدراك والنقد والإبداع، وهذا ماتنميه التربية الإعلامية؛ ليُمدهم برؤية لواقعهم وثقافتهم في إطار عملية أساسية ألا وهي الاتصال بالجماهير.

المطلب الثالث : دور التربية الإعلامية في خلق وعي إعلامي مستدام :

في ظل المشهد الإعلامي المتسارع والمليء بالتحديات، لم تعد التربية الإعلامية مجرد خيار إضافي، بل أصبحت ضرورة أساسية لبناء وعي مستدام لدى الطلبة. تتجلى أهمية هذا الدور في مجموعة من الأهداف العملية التي تهدف إلى تمكين المتلقي من التعامل الواعي والنقدي مع المحتوى الإعلامي، وتعزيز مهاراته في التحليل والفهم والتقييم. من بين هذه الأهداف نذكر:

إن أهداف التربية الإعلامية كثيرة ومتعددة، ويمكن إيجازها في النقاط التالية: حماية الطلبة من الأثر السلبي لمضامين وسائل الإعلام المختلفة خاصة في عصر ثورة الاتصال (الإنترنت) والفضاء المعولم، تنمية مهارات التفكير والمشاهدة الواعية والناقدة والانتقائية، تحفيز الطلبة ومساعدتهم على التعبير عن آرائهم المختلفة بحرية تامة، إكساب الطلبة عدد من المبادئ الأساسية في مهارات التفسير والنقد والتحليل ليتعرف على الأهداف العلنية والمبطنة لمضامين وسائل الإعلام المختلفة، دعم الهوية الدينية والثقافية والوطنية والمحافظة عليها بشتى الطرق، إمداد الطلبة بالمعلومات الكافية التي تعينهم على فهم أفضل لأجندة

وسائل الإعلام [1]المختلفة التي تسعى إلى تنفيذها على أرض الواقع من خلال المضامين المتنوعة التي تقوم ببثها وإنتاجها بشكل يومي ودوري، تزويد الطلبة بالثقافة الإعلامية الشاملة التي تهدف إلى وضع كل ما يعرض عليهم إعلاميًا على ميزان النقد الواعي المتبصر، والحكم على مدى صلاحية أو فساد هذه المضامين، تكوين جيل واع ومبدع ومتمسك بالمرجعية الإسلامية الرصينة، ويسهم في تنمية بلاده وتحقيق استراتيجياتها ورؤاها المختلفة، مواجهة سيل العادات الغربية الدخيلة والقيم السلبية التي دخلت على مجتمعاتنا الإسلامية والعربية بحجة حرية الإعلام والفضاء المعلوماتي المفتوح، تطوير المهارات التقنية والتكنولوجية لدى الطلبة وتوجيههم لطرق إنتاج المادة الإعلامية، دعم خطط التنمية المستدامة.

وعليه، أجد أن العناية بمناهج التربية الإعلامية ستعالج الكثير من الأمراض الثقافية والاجتماعية والنفسية والتنموية التي يعاني منها جيل الشباب، مثل مشكلة الأمية الحضارية والتعصب المحلي، التخلف الإعلامي التكنولوجي، الأمية السياسية، مشاكل الحوار مع الآخرين. وفي مقابل ذلك ستمكن مناهج التربية الإعلامية من تحقيق أهداف تربوية وتنموية عظيمة، تكمن في: تعبئة الشباب بالشكل الإيجابي النافع لمواجهة الأحداث الجارية والمحتملة والطارئة في محيطه (فهم ما يجري وتقدير تبعات ما يجري)، استيعاب الشباب لآليات ومقتضيات عصر العولمة والتفاعل الحيوي والأصيل معها ومساعدتهم للتصدي لأشكال الغزو والاستعمار الحضارية والثقافية الجديدة، تحقيق متطلبات المواطنة الصالحة وتنمية

[1] **أجندة وسائل الإعلام لعام 2025** تركز على استشراف مستقبل الإعلام في ظل التحولات التقنية المتسارعة، خصوصًا تأثير التقنيات الناشئة والذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام. تشمل الفعاليات الكبرى مثل قمة الإعلام العربي 2025 التي عقدت في مركز دبي التجاري العالمي، والتي تضمنت منتديات متنوعة تستهدف الشباب والإعلاميين ورواد التواصل الاجتماعي، مع تكريم شخصيات إعلامية بارزة. كما شهدت الأجندة إطلاق منتدى خاص بالأفلام والألعاب الإلكترونية، باعتبارهما ركيزتين مهمتين في الإعلام الجديد

نادي دبي للصحافة. (2025). قمة الإعلام العربي 2025 .. الأجندة الكاملة للفعاليات والمشاركين. تم الاسترجاع من في 19ماي 2025 على الساعة 19 مساءا https://thepresspost.com/arab-media-summit-2025-event-agenda-press-conference/

المنتدى السعودي للإعلام. (2025). أجندة معرض fomex – الأجندة – المنتدى السعودي للإعلام 2025. تم الاسترجاع من في 19 ماي 2025 على الساعة 19 مساءا https://saudimf.sa/ar/agenda/exhibition

الوعي بالثقافة والخصوصية المجتمعية الأصيلة وعلاقتها بالمتغيرات الجارية، إكساب الشباب مهارات الاتصال الفعالة التي تساعده في النماء اجتماعيًا وثقافيًا وتمكنه بالتالي من مواجهة التحديات التي يواجهها بشكل فعال.

إنه من واجب الحكومات ومؤسسات المجتمع المدني وعلى رأسها المؤسسات التعليمية أن تعتني بنشر الوعي والتربية والثقافة الإعلامية، فهي تعتبر اليوم عنصرًا حيويًا وهامًا من عناصر تكوين المواطن الواعي المستنير في هذا الفضاء المعولم، فمتى ما كان المواطن واعيًا بهويته وثقافته الأصيلة وملمًا بمجريات الساعة كان مؤهلًا لاستخدام أدوات الإعلام والاتصال بطريقة ناجحة وهادفة، وبالتالي تزيد قدرته في التعبير عن نفسه ووطنه وهويته بشكل مسؤول وملتزم وصحيح. ومن الثمار الإيجابية التي تحققها التربية الإعلامية هي المشاركة الفعالة في تنمية المجتمع، فهي تمكن الجماهير من تقييم وتفسير وتحليل المضامين الإعلامية وتكوين آراء واتجاهات واعية نحوها، كما تمكنهم من أن ينتقلوا من مرحلة استهلاك المضمون الإعلامي إلى مرحلة إنتاجه بشكل فعال وهادف ومتميز.

خلاصة الفصل الثالث :

أظهر الفصل الثالث أن التربية الإعلامية تلعب دورًا محوريًا في تعزيز السلوك النقدي الواعي لدى الطلبة، حيث تسهم في نقلهم من التلقي السلبي للمحتوى الإعلامي إلى التفاعل النقدي والتحليل المنهجي للرسائل الإعلامية. بينت الدراسات والأمثلة الميدانية أن البرامج التدريبية في التربية الإعلامية تؤدي إلى تغييرات ملموسة في سلوك الطلبة، وتزيد من قدرتهم على مواجهة الشائعات والمعلومات المضللة، كما تعزز وعيهم بمخاطر السلوكيات السلبية المرتبطة بالإعلام مثل تعاطي المواد الضارة والعنف والإدمان الرقمي.

كذلك، أكد الفصل على أهمية التربية الإعلامية في تنمية مهارات التفكير النقدي، من خلال تعليم الطلبة تحليل الرسائل الإعلامية وفهم أبعادها الضمنية، مما يمكنهم من اتخاذ قرارات مدروسة ومستقلة. كما أشار إلى أن قدرة الطلبة على تحليل المحتوى الإعلامي تعد مهارة أساسية في بناء وعي إعلامي نقدي، وتساهم في مشاركتهم الفعالة في المجتمع الرقمي.

وأخيرًا، أظهر الفصل أن برامج التربية الإعلامية ترفع بشكل واضح من مستوى الوعي الإعلامي لدى الطلبة، حيث ينتقلون من معرفة سطحية بالمجال إلى فهم عميق وتحليل نقدي للمحتوى الإعلامي بعد التدريب. كما أبرز أهمية الأنشطة التطبيقية في ترسيخ هذه المهارات، مما يجعل التربية الإعلامية عنصرًا أساسيًا في التكوين الجامعي الحديث.

الإطار التطبيقي

الجانب التطبيقي :

أولا: تحليل و تفسير البيانات الميدانية.

مقدمة:

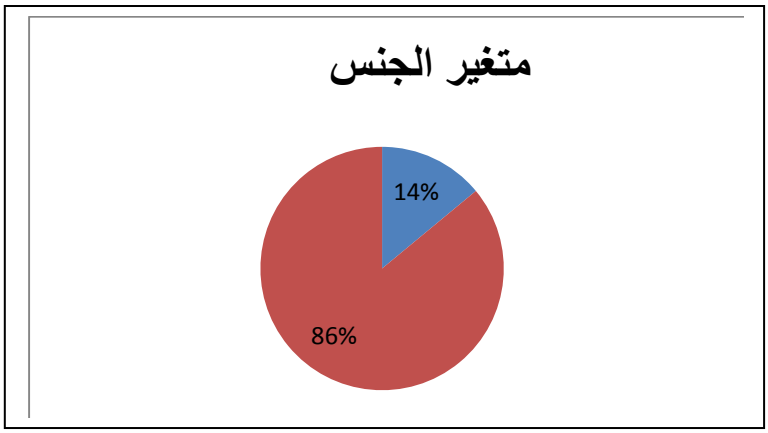
يعتبر التحليل في العلوم الإنسانية : عملية بحثية علمية متخصصة تخضع لها البيانات المجمعة بواسطة البحوث الميدانية ، حيث يقوم الباحث فيها بوصف هذه البيانات و التعليق عليها كيفيا بهدف إعطاء القارئ صورة واضحة عن الظاهرة المدروسة و عليه كانت دراستنا و تفريغ جداولها و تحليلها كالأتي

1: تفريغ البيانات الشخصية

الجدول **رقم(01):** توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس :

المتغير	التكرار	النسبة %
ذكر	14	14.0
أنثى	86	86.0
المجموع	100	100.0

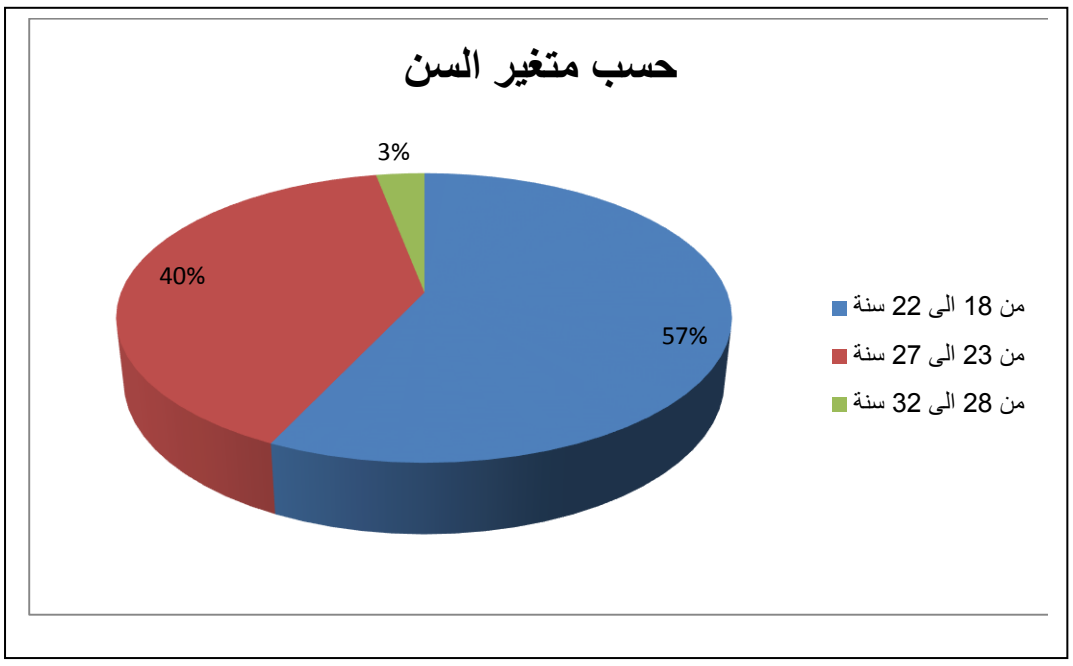
من خلال **الجدول(01)** الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس نجد نسبة الإناث بلغت 86% أما نسبة الذكور قدرت ب 14%، وهذا يدل على أن معظم أفراد مجتمع البحث إناث.



الجدول رقم(02): توزيع أفراد العينة حسب متغير السن :

المتغير	التكرار	النسبة %
من 18 الى 22 سنة	57	57.0
من 23 الى 27 سنة	40	40.0
من 28 الى 32 سنة	3	3.0
المجموع	100	100.0

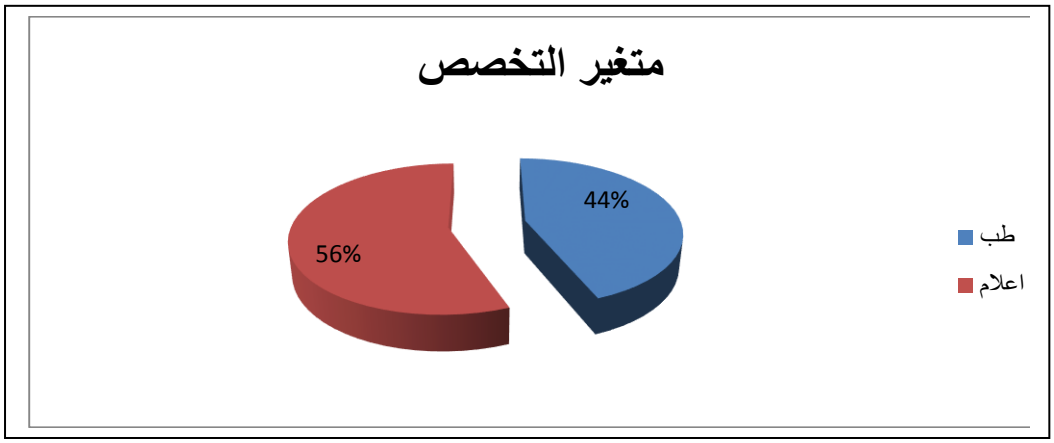
من خلال **الجدول(02)** الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن نجد في المرتبة الأولى الفئة العمرية (من 18 إلى 22 سنة) بنسبة 57%، تلتها في المرتبة الثانية الفئة العمرية (من 23 إلى 27 سنة) بنسبة 40 %، في حين سجلت في المرتبة الثالثة الفئة العمرية (من 28 إلى 32 سنة) بنسبة 3% وهي أقل نسبة، مما سبق نستنتج أن معظم أفراد العينة يتراوح سنهم من 18 إلى 22 سنة.



الجدول رقم(03): توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص :

المتغير	التكرار	النسبة %
طب	44	44.0
إعلام	56	56.0
المجموع	100	100.0

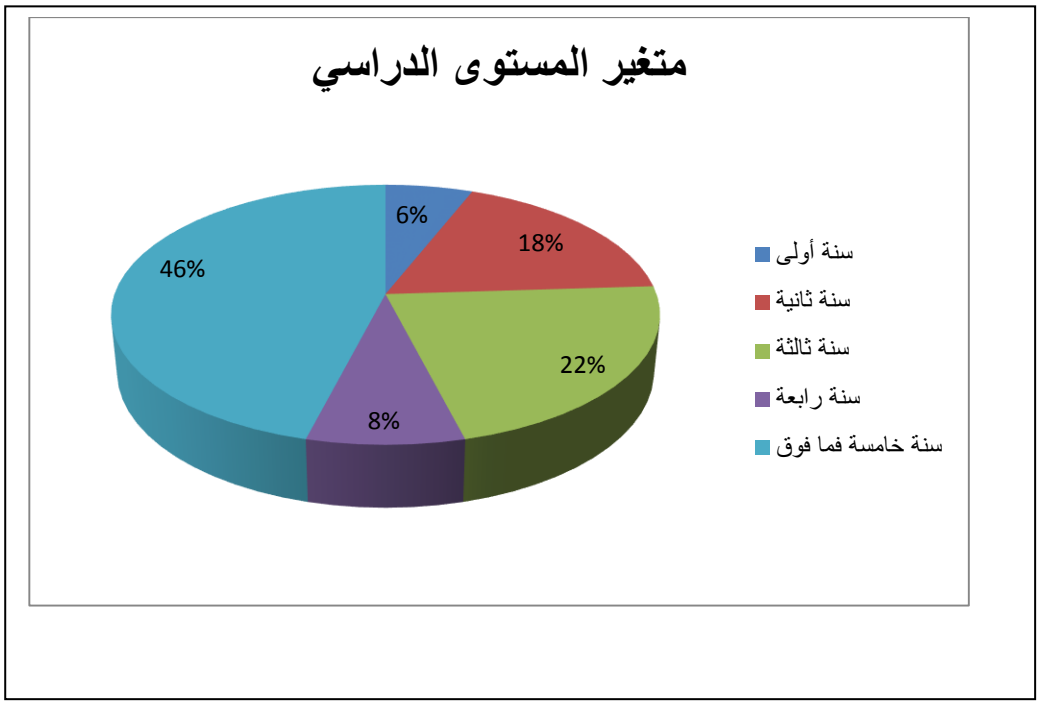
من خلال **الجدول(03)** الذيبين توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصصنجد في المرتبة الأولى تخصص (إعلام) بنسبة 56%، بينما في المرتبة الثانية نجد تخصص (طب) بنسبة 44% وهي أصغر نسبة، مما سبق نستنتج أن معظم أفراد العينة تخصصهم إعلام.



الجدول رقم(04): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي :

المتغير	التكرار	النسبة %
سنةأولى	6	6.0
سنةثانية	18	18.0
سنةثالثة	22	22.0
سنةرابعة	8	8.0
سنةخامسةفمافوق	46	46.0
المجموع	100	100.0

من خلال**الجدول(04)** الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي نجد في المرتبة الأولى مستوى (سنة خامسة فما فوق) بنسبة 46%، تلتها في المرتبة الثانية مستوى (سنة ثالثة) بنسبة 22 %، وتلتها في المرتبة الثالثة مستوى (سنة ثانية) بنسبة 18%، ثم نجد في المرتبة الرابعة مستوى (سنة رابعة) بنسبة 8%، بينما نجد في المرتبة الخامسة مستوى (سنة أولى) بنسبة 6% وهي أقل نسبة، مما سبق نستنتج أن المستوى الدراسي للنسبة الأعلى من أفراد العينة مستوى سنة خامسة فما فوق.



الجدول رقم(05): التعرف على مدى انتشار مصطلح التربية الإعلامية بين المبحوثين سابقًا.

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	73	73.0
لا	27	27.0
المجموع	100	100.0

من خلال **جدول(05)** الذي يبين ما إن سمع المبحوثين من قبل بمصطلح التربية الإعلامية نلاحظ أن أعلى نسبة منهم أجابوا ب(نعم) حيث بلغت 73**%**، في حين قدرت نسبة المبحوثين الذين أجابوا ب (لا) 27**%**، ومنه نستنتج أن اغلب أفراد العينة سبق وان سمعوا بمصطلح التربية الإعلامية ، هذا ما يعكس وجود مستوى أولي من الوعي بينهم من منظور النظرية السوسيوبنائية التي ترى أن المعرفة تبنى و تتشكل عن طريق التفاعل الاجتماعي و الثقافي مع البيئة المحيطة ، حيث أن معرفة المبحوثين للتربية الإعلامية هو نتيجة لتفاعلهم الاكاديمي و الاجتماعي مع اساتذتهم ، زملائهم في البيئة المحيطة بهم .

الجدول رقم(06): يبين إذا كانت الاجابة بنعم، اين وكيف تعرفوا عليه

المتغير	التكرار	النسبة %
في الجامعة	46	46.0
من أصدقاء	11	11.0
من الإنترنت	13	13.0
من الحياة اليومية	3	3.0
المجموع	73	73.0
عدم الاجابة	27	27.0
المجموع	100	100.0

من خلال **الجدول(06)** الذي يبين إذا كانت الاجابة بنعم، أين وكيف تعرفوا عليه نجد في المرتبة الأولى (في الجامعة) بنسبة 46%، تلتها في المرتبة الثانية (من الانترنت) بنسبة 13 %، أما في المرتبة الثالثة نجد (من أصدقاء) بنسبة 11%، في حين سجلت في المرتبة الرابعة (من الحياة اليومية) بنسبة 3% وهي النسبة الأضعف ، هذا ما يعكس الدور الجوهري الذي تلعبه المؤسسات الأكاديمية في بناء وعي الطلبة بمفاهيم جديدة و هو ما تهدف إليه النظرية السوسيوبنائية [1]التي تؤكد على أن المعرفة تتشكل في الأوساط الإجتماعية و الثقافية للفرد ، فالجامعة هنا بمثابة بيئة تفاعلية مهمة تشكل و تعزز عملية البناء الإجتماعي لدى الطالب ، أما بالنسبة للنشاطات الأخرى كالإنترنت ، الأصدقاء و الحياة اليومية تؤكد أيضا على الدور الكبير للبيئة الرقمية في توسيع دائرة التفاعل ما يعكس امتداد العملية التعليمية خارج المؤسسة الأكاديمية و هو ما تؤكده النظرية ذاتها .

الجدول رقم(07): يبين مدى معرفة المبحوثين بالتربية الإعلامية

المتغير	التكرار	النسبة %
جيدة جدا	14	14.0
متوسطة	61	61.0
ضعيفة	13	13.0
لا أعرفها	12	12.0
المجموع	100	100.0

من خلال **الجدول(07)** الذييبين مدى معرفة المبحوثين بالتربية الإعلامية نجد نسبة 61% منهم أجابوا ب (متوسطة) وهي أعلى نسبة، تلتها نسبة 14% منهم أجابوا ب (جيدة جدا)، ثم

1نظرية فيجوتسكي في النمو المعرفي. (2024). بوابة الصحة النفسية. تم الاسترجاع في 30 مايو 2025، الساعة 11:04 صباحًا بتوقيت وسط أوروبا الصيفي (CEST) من https://psyencharge.com/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A%D8%AC%D9%88%D8%AA%D8%B3%D9%83%D9%8A-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%86%D9%85%D9%88-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D8%B1%D9%81%D9%8A/

نسبة 13% منهم أجابوا (ضعيفة)، بينما نسبة 12% منهم أجابوا ب(لا أعرفها) وهي أضعف نسبة ، من وجهة نظر السوسيوبنائية [1]فإن معرفة الطلبة تتشكل تدريجيا من خلال التفاعل مع البيئة الاجتماعية و الثقافية التي ينتمون لها .

المعرفة المتوسطة تشير أن الطلبة في مرحلة وسطية من المعرفة و لم يصلو بعد إلى مستوى متقدم ، هذا ما يتوافق مع فكرة "منطقة النمو القريب " التي تقول يمكن للطالب ان يتعلم و يتطور أكثر من خلال عندا يحصل على دعم من افراد بيئته الاجتماعية و الثقافية .

الجدول رقم(08): كيفية تعريف المبحوثين للتربية الإعلامية من وجهة نظرهم

المتغير	التكرار	النسبة %
الاستعمال الجيد للتربية الإعلامية	46	46.0
ضبط المفايهم الإعلامية ودراسة الواجبات والحقوق للإعلام	10	10.0
تعليم الأفراد طريقة التعامل مع وسائل الإعلام	26	26.0
تنمية وتطوير قدرات ومهارات الأفراد من أجل مواجهة متطلبات الحياة بأوجهها المختلفة	13	13.0
لا أعرف هذا المصطلح لكني أفهمه نسبيا	5	5.0
المجموع	100	100.0

من خلال **الجدول(08)** الذي يبين كيف يعرف المبحوثين التربية الإعلامية من وجهة نظرهم نجد أن أعلى نسبة منهم اعتبرت أن التربية الإعلامية هي "الاستعمال الجيد للتربية الإعلامية"ل بنسبة 46%، تلتها فئة" تعليم الأفراد طريقة التعامل مع وسائل الإعلام" بنسبة 26 %، بينما 13% فقط عبروا عنها "بتنمية وتطوير قدرات ومهارات الأفراد من أجل

[1]نظرية فيجوتسكي في النمو المعرفي. (2024). بوابة الصحة النفسية. تم الاسترجاع في 30 مايو 2025، الساعة 11:04 صباحًا بتوقيت وسط أوروبا الصيفي (CEST) من https://psyencharge.com/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A%D8%AC%D9%88%D8%AA%D8%B3%D9%83%D9%8A-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%86%D9%85%D9%88-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D8%B1%D9%81%D9%8A/

مواجهة متطلبات الحياة بأوجهها المختلفة ،أما 10% "ضبط المفاهيم الإعلامية ودراسة الواجبات والحقوق للإعلام " في حين5% عبروا عن فهم نسبي للمصطلح "لا أعرف هذا المصطلح لكني أفهمه نسبيا" .

إن هذا التنوع في التعاريف يعكس أن فهم الطلبة للتربية الإعلامية مازال في طور التشكل و هو ما تؤكده النظرية السوسيوبنائية[1] التي تقول أن المعرفة لا تتشكل دفعة واحدة ، لكنها تتطور بالتفاعل مع المحيط الاجتماعي و أ، أن الفهم المتوسط يدل أن الطلبة بحاجة دعم وتوجيه أكثركما تشير إليه فكرة " منطقة النمو القريب " اي ان الطالب يتطور بمساعدة الآخر .

الجدول رقم(09): هل درس المبحوثين أو تلقوا محتوى له علاقة بالتربية الإعلامية :

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	52	52.0
لا	48	48.0
المجموع	100	100.0

من خلال **الجدول(09)** الذيبين ما إن درس المبحوثين أو تلقوا محتوى له علاقة بالتربية الإعلامية نلاحظ أن أعلى نسبة منهم أجابوا ب(نعم) حيث بلغت 52**%**، في حين قدرت نسبة المبحوثين الذين أجابوا ب (لا) 48**%**، ومنه نستنتج أن هناك توازنا نسبيا بين من تلقى تكوينا في هذا المجال و مع من لم يتلقى ، حسب النظرية السوسيوبنائية عملية التعلم لا تتم بشكل فردي و أن تلقي الطلبة لمحتوى خاص بالتربية الإعلامية سواءا على المستوى المقرارات أو التكوينات ، يزيد من بناء معرفتهم على عكس الطلبة الذين لم يتلقو أي محتوى .

[1] نظرية فيجوتسكي في النمو المعرفي. (2024). بوابة الصحة النفسية. تم الاسترجاع في 30 مايو 2025، الساعة 11:04 صباحًا بتوقيت وسط أوروبا الصيفي (CEST)من
https://psyencharge.com/%D9%86%D8%B8%D8%B1%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A%D8%AC%D9%88%D8%AA%D8%B3%D9%83%D9%8A-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D9%86%D9%85%D9%88-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D8%B1%D9%81%D9%8A/

الجدول رقم(10): إذا كانت الاجابة بنعم، كيف يعلق المبحوثين على هذا المحتوى :

المتغير	التكرار	النسبة %
أن يكون الإعلام حصري و صادق	20	20.0
هي الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الفرد و المجتمع	14	14.0
بما أنها جزء من تعليمي، أرى أنها مهمة جدا لجميع أفراد المجتمع	9	9.0
"التربية الإعلامية هي تعليم الناس كيف يفهمون الإعلام ويتعاملون معه بوعي،".	2	2.0
لا اعلم	7	7.0
المجموع	52	52.0
عدم الاجابة	48	48.0
المجموع	100	100.0

من خلال **الجدول(10)** الذي يبين إذا كانت الإجابة بنعم، كيف يعلق المبحوثين على هذا المحتوى نجد في المرتبة الأولى "أن يكون الإعلام حصري وصادق" بنسبة 20%، تلتها في المرتبة الثانية "هي الوعي بتأثير وسائل الإعلام على الفرد و المجتمع" بنسبة 14 %، وتلتها في المرتبة الثالثة "بما أنها جزء من تعليمي، أرى أنها مهمة جدا لجميع أفراد المجتمع" بنسبة 9%، ثم نجد في المرتبة الرابعة "لا اعلم" بنسبة 7%، بينما نجد في المرتبة الخامسة "التربية الإعلامية هي تعليم الناس كيف يفهمون الإعلام ويتعاملون معه بوعي " بنسبة 2% وهي أضعف نسبة .

هذا التنوع في الفهم يعكس كيف أن المعرفة و التصورات تتشكل من خلال التفاعل مع البيئة الاجتماعية و الثقافية المحيطة بالطالب و هو ما تؤكده النظرية السوسيوبنائية ، الطالب يبني وعيه بالاعتماد على مصادر مختلفة من المجتمع و الجامعة .

الجدول رقم(11): ضرورة إرتباط التربية الإعلامية بتخصص المبحوثين

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	38	38.0
لا	29	29.0
غيرمتأكد	33	33.0
المجموع	100	100.0

من خلال **الجدول(11)** الذي يبين فيما إن كان من الضروري أن تكون التربية الإعلامية مرتبطة بتخصص المبحوثينجد نسبة 38% منهم أجابوا ب (نعم) وهي أعلى نسبة، تلتها نسبة 33% منهم أجابوا ب (غير متأكد)، ثم نسبة 29% منهم أجابوا (لا)، مما سبق نستنتج أنه من الضروري أن تكون التربية الإعلامية مرتبطة بالتخصص حسب النسبة الأعلى من أفراد العينة.

النظرية السوسيوبنائية تقول أن معرفتنا و أفكارنا تتأثر بالبيئة التي نعيش فيها سوائا الجامعة أو التخصص الذي ندرسه لذلك من الطبيعي أن يرى الطلبة التربية الإعلامية متعلقة بالتخصص الأكاديمي .

الجدول رقم(12): يبين إذا كانت الاجابة لا، لماذا

المتغير	التكرار	النسبة %
التربية الإعلامية ضرورية في كل التخصصات	24	24.0
نعم	23	23.0
يمكن في مجال أخلاقيات المهنة	2	2.0
لا اعلم	7	7.0
المجموع	56	56.0
عدم الإجابة	44	44.0
المجموع	100	100.0

من خلال **الجدول(12)** الذي يبين إذا كانت الإجابة لا، لماذا نجد في المرتبة الأولى (التربية الإعلامية ضرورية في كل التخصصات) بنسبة 24%، تلتها في المرتبة الثانية (نعم) بنسبة 23 %، أما في المرتبة الثالثة نجد (لا أعلم) بنسبة 7%، في حين سجلت في المرتبة الرابعة (يمكن في مجال أخلاقيات المهنة) بنسبة 2% وهي أقل نسبة.

هذا يعكس فكرة أن التربية الإعلامية ليست مقتصرة على تخصص واحد فقط ، لكنها مهارة عامة تساهم في بناء الوعي الإعلامي لدى كل الطلبة في مختلف التخصصات و هو ما يعبر عن وجهة نظر النظرية البنائية التي تؤكد على أن التعلم و المعرفة يتشكلان عبر التفاعل الاجتماعي و الثقافي و ليس في تخصص واحد فقط .

الجدول رقم(13): يبين المصدر الرئيسي الذي يعتمد عليه المبحوثين للحصول على المعلومات

المتغير	التكرار	النسبة %
مواقع اخبارية	25	25.0
مواقع التواصل الاجتماعي	58	58.0
يوتيوب	12	12.0
الاصدقاء	2	2.0
أخرى أذكرها	3	3.0
المجموع	100	100.0

من خلال **الجدول(13)** الذي يبين المصدر الرئيسي الذي يعتمد عليه المبحوثين للحصول على المعلومات نجد في المرتبة الأولى (مواقع التواصل الاجتماعي) بنسبة 58%، تلتها في المرتبة الثانية (مواقع إخبارية) بنسبة 25 %، وتلتها في المرتبة الثالثة (يوتيوب) بنسبة 12%، ثم نجد في المرتبة الرابعة (أخرى اذكرها) بنسبة 3%، بينما نجد في المرتبة الخامسة (الأصدقاء) بنسبة 2% كأدنى نسبة، مما سبق نستنتج أن المصدر الرئيسي الذي

يعتمد عليه معظم أفراد العينة للحصول على المعلومات هو مواقع التواصل الاجتماعي.هذا يعكس تاثير البيئة الرقمية على تشكيل وعيهم و يتماشى مع النظرية السوسيوبنائية التي ترى إن المعرفة تبنى من خلال التفاعل مع المحيط الاجتماعي هذا ما يؤكد الحاجة إلى تعزيز التربية الإعلامية لمساعدتهم على التمييز بين الأخبار الصحيحة و المغلوطة .

الجدول رقم(14): ذكر مصادر أخرى ، إن كانت موجودة

المتغير	التكرار	النسبة %
Chatgpt	24	24.0
مواقع الذكاء الاصطناعي	8	8.0
اليوتيوب و منصات البحث مثل جوجل	2	2.0
لا يوجد	11	11.0
Google Fact Check Tools	1	1.0
وكالات أنباء	1	1.0
المجموع	47	47.0
عدم الاجابة	53	53.0
المجموع	100	100.0

من خلال **الجدول(14)** الذي يبين إذا كان هناك مصادر أخرى ، يذكرونها نجد في المرتبة الأولى (Chatgpt) بنسبة 24%، تلتها في المرتبة الثانية (لا يوجد) بنسبة 12 %، وتلتها في المرتبة الثالثة (مواقع الذكاء الاصطناعي) بنسبة 8%، ثم نجد في المرتبة الرابعة (اليوتيوب و منصات البحث مثل جوجل) بنسبة 2%، بينما نجد في المرتبة الخامسة (Google Fact Check Tools) و(وكالات أنباء) بنسبة متساوية بينهما قدرت ب 1% كأدنى نسبة، مما سبق نستنتج أن المصادر الأخرى التي تعتمد عليها النسبة الأعلى من أفراد العينة تتمثل في مصدر Chatgpt هذا ما يبرز التحول الكبير في البيئة المعرفية التي يتفاعل معها الطلبة بما

يتماشى مع النظرية السوسيوبنائية التي تؤكد ان بنائ المعرفة يتأثر بالأدوات و المصادر المتوفرة داخل البيئة الاجتماعية .

الجدول رقم(15):تحقق المبحوثين من المصدر في حالة قرائتهم لخبر ما

المتغير	التكرار	النسبة %
دائما	35	35.0
أحيانا	60	60.0
نادرا	2	2.0
أبدا	3	3.0
المجموع	100	100.0

من خلال **الجدول(15)** الذي يبين عند قراءة المبحوثين لخبر ما، ما إن كانوا يتحققون من مصدرهنجد نسبة 60% منهم أجابوا ب (أحيانا) وهي أعلى نسبة، تلتها نسبة 35% منهم أجابوا ب (دائما)، ثم نسبة 3% منهم أجابوا (أبدا)، بينما نسبة 2% منهم أجابوا ب(نادرا) وهي اصغر نسبة، مما سبق نستنتج أن اغلب أفراد العينة عند قراءتهم لخبر ما يتحققون أحيانا من مصدره هذا يدل على وجود وعي جزئي لدى الطلبة بأهمية التحقق من المعلومات ، لكنه غير منتظم و من وجهة نظر النظرية السوسيوبنائية فإن هذا السلوك يعكس أن الطلبة في طور بناء مهارات التحليل و التحقق من مصدر الأخبار و يتأثرون بمحيطهم الرقمي و الاجتماعي مما يستدي دعم تربوي لترسيخ هذه الممارسات النقدية .

الجدول رقم(16): كيفية قيامهم بذلك :

المتغير	التكرار	النسبة %
باستخدام محرك البحث و تصفح المواقع الموثوقة	55	55.0
عبر قنوات رسمية	24	24.0
Chat gpt	3	3.0
الاطلاع على اسم الكاتب او اسم القناة و مدى شعبيتها و مصداقيتها	6	6.0
مواقع التواصل الإجتماعي	8	8.0
مصادر موثوقة	4	4.0
المجموع	100	100.0

من خلال **الجدول(16)** الذي يبين كيف يقوم المبحوثين بذلك نجد في المرتبة الأولى (باستخدام محرك البحث و تصفح المواقع الموثوقة) بنسبة 55%، تلتها في المرتبة الثانية (عبر قنوات رسمية) بنسبة 24 %، وتلتها في المرتبة الثالثة (مواقع التواصل الاجتماعي) بنسبة 8%، ثم نجد في المرتبة الرابعة (الاطلاع على اسم الكاتب أو اسم القناة و مدى شعبيتها و مصداقيتها) بنسبة 13,3%، بينما نجد في المرتبة الخامسة (مصادر موثوقة) بنسبة 4%، في حين سجلت في المرتبة السادسة (Chat gpt) بنسبة 3% وهي أقل نسبة، مما سبق نستنتج أن معظم أفراد العينة يمارسون سلوك نقدي واعي عند التحقق من المعلومات ، باستخدام أدوات موثوقة و منهجية التحليل .بناءا على النظرية السوسيوبنائية فالمعرف لا تتشكل بشكل منفرد في عقل الإنسان بل من خلال التفاعل مع الآخرون في البيئة الاجتماعية و الثقافية .

الجدول رقم(17): هل سبق للمبحوثين أن شاركوا محتوى اتضح لاحقا انه غير دقيق

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	49	49.0
لا	29	29.0
لاأتذكر	22	22.0
المجموع	100	100.0

من خلال **الجدول(17)** يظهر أن حوالي نصف المشاركين 49% أجابوا ب (نعم) أي شاركوا محتوى تبين لاحقا أنه غير دقيق وهي أعلى نسبة، تلتها نسبة 29% منهم أجابوا ب (لا)، ثم نسبة 22% منهم أجابوا (لا أتذكر)، مما سبق نستنتج أن بناء المعرفة و التعامل مع المعلومات عملية تتأثر بالتعامل الإجتماعي و بالبيئة الثقافية ، هذا ما تؤكده النظرية السوسيوبنائية المعرفة لا تتشكل بشكل فردي فقط بل تتشكل بالتفاعل مع الآخرين والمصادر المختلفة ، لأن مشاركة محتوى غير دقيق لا تعني فقط نقص في المعرفة الفردية بل أيضا غياب التوجيه و التفاعل التربويين في الوسط الاجتماعي (الجامعات ، وسائل الإعلام ، الأصدقاء) يشير هذا أن العلم و التطور في الوعي الإعلامي يحتاج إلى دعم مستمر يساهم بدوره في بناء معرفة أكثر دقة لدى الأفراد

الجدول رقم(18): يبين إذا كانت الاجابة نعم فما هو نوع هذا المحتوى

المتغير	التكرار	النسبة %
أخبار عن الإضرابات في الجامعة	15	15.0
أخبار رياضية .. تحقيقات	11	11.0
خبر في مواقع التواصل الاجتماعي	6	6.0
خبر حول القضية الفلسطينية	9	9.0
أخبار ومعلومات غير دقيقة	5	5.0
لا أتذكر	3	3.0
المجموع	49	49.0
عدم الإجابة	51	51.0
المجموع	100	100.0

من خلال **الجدول(18)** الذي يبين إذا كانت الإجابة نعم فما هو نوع هذا المحتوى نجد في المرتبة الأولى (أخبار عن الإضرابات في الجامعة) بنسبة 15%، تلتها في المرتبة الثانية (أخبار رياضية .. تحقيقات) بنسبة 11 %، وتلتها في المرتبة الثالثة (خبر حول القضية الفلسطينية) بنسبة 9%، ثم نجد في المرتبة الرابعة (خبر في مواقع التواصل الاجتماعي) بنسبة 6%، بينما نجد في المرتبة الخامسة (أخبار ومعلومات غير دقيقة) بنسبة 5%، في حين سجلت في المرتبة السادسة (لا أتذكر) بنسبة 3% وهي أقل نسبة، مما سبق نستنتج أن المحتوى الذي يتداوله الأفراد مرتبط ببيئتهم الإجتماعية و الثقافية و هذا ما تؤكده النظرية السوسيوبنائية فإن المعرفة تبني بالتفاعل الاجتماعي و الثقافي لذا فإن انتشار محتوى غير دقيق او معلومات مغلوطة يكثر خاصة في المواضيع التي تثير إهتماما و مشاعرا قوية .

لذلك تعزيز الوعي بالتربية الإعلامية و مهارات التفكير النقدي في البيئات الإجتماعية و الثقافية يساعد الأفراد على التحقق من المعلومات قبل مشاركتها .

الجدول رقم(19):معرفة المبحوثين لمواقع أو أدوات للتحقق من المعلومات :

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	54	54.0
لا	46	46.0
المجموع	100	100.0

من خلال **جدول(19)** الذي يبين أن 54**%** يعرفون أدوات للتحقق من المعلومات، في حين أن 46**%** لا يعرفونها، ومنه نستنتج أن المعرفة موجودة عند أغلب المشاركين لكن بنسب قريبة من التساوي . من وجهة نظر السوسيوبنائية فالمعرفة لا تبنى بشكل فردي لكن بالتفاعل الإجتماعي و الثقافي الذي يكسبهم معرفة بالأدوات الخاصة بالتحقق من المعلومات ما يطور من وعيهم الإعلامي و قدرتهم في التحقق من صحة المعلومات ، حيث أن الطلبة الذين كانت لهم معرفة بأدوات التحقق من المعلومات دليل على انه كان لهم تفاعل مع مصادر اجتماعية و تعليمية و الطلبة الذين لا يعرفونها هم بحاجة الى دعم و تعليم أكثر داخل بيئات تعليمية تفاعلية .

الجدول رقم(20): يبين إذا كانت الاجابة نعم، يذكر المبحوثين بعض هذه المواقع أو الأدوات

المتغير	التكرار	النسبة %
مواقع الأخبار الرسمية و القنوات	18	18.0
عن طريق مصادر و مراجع و صفحات الإخبارية و مواقع التواصل الاجتماعي	18	18.0
مثل موقع ويكيبيديا أو جامعات دولية	4	4.0
Google	14	14.0
Algeria check موقع	2	2.0
المجموع	56	56.0
عدم الإجابة	44	44.0
المجموع	100	100.0

يظهر **الجدول(20)** أن المبحوثين يعتمدون على مواقع الأخبار الرسمية و القنوات و على مصادر و مراجع و صفحات الإخبارية و مواقع التواصل الاجتماعي بشكل رئيسي بنسبة متساوية بينهما بلغت 18%، يليهم في المرتبة الثانية (Google) بنسبة 14 %، أما في المرتبة الثالثة نجد موقع ويكيبيديا أو جامعات دولية بنسبة 4%، في حين سجلت في المرتبة الرابعة (Algeria check موقع) بنسبة 2% وهي أقل نسبة، مما سبق نستنتج أن استخدام منصات ك Google و مواقع التواصل الإجتماعي يعكس بناءا ذاتيا للمعرفة من خلال التجريب و المشاركة المجتمعية لكن ضعف الإشارة إلى مواقع التحقق يظهر وجود نقص في التكوين المؤسساتي و الجامعي هذا ما تؤكده النظرية السوسيوبنائية بأن المعرفة تتشكل بناءا على التفاعل الإجتماعي و هذا ما يعزز أهمية دمج مهارات التحقق من المعلومات ضمن المناهج الدراسية حتى يصبح الطلبة قادرين على بناء معرفة نقدية جماعية وفق ما تؤكد عليه السوسيوبنائية .

الجدول رقم(21): مدى قدرة المبحوثين على التمييز بين الأخبار الصحيحة والمغلوطة :

المتغير	التكرار	النسبة %
جيدةجدا	55	55.0
متوسطة	45	45.0
المجموع	100	100.0

يظهر **الجدول(21)** أن 55**%** من المبحوثين صرحوا أن قدرتهم على التمييز بين المعومات الصحيحة و المغلوطة تقدر ب جيدة جدا ، في حين أن 45**%** منهم إعتبروا أن قدرتهم متوسطة، من هنا نستنتج أن الطلبة لديهم قدرة عالية في التمييز بين المعلومات الصحيحة و المغلوطة هذا ما يعكس ثقة نسبية في التعامل مع المحتوى الإعلامي حتى و إن كانت هذه الثقة نسبية .

من وجهة نظر السوسيوبنائية المعرفة و المهارات التي تسمح بالتمييز بين المعلومات الصحيحة و المغلوطة تكتسب و تتطور من خلال التفاعل الإجتماعي و التجارب داخل البيئة التعليمية و الاجتماعية لأن التعلم لا يحدث بمعزل عن الآخر بل من خلال الحوار ، النقاش، و الممارسة وفق ما تطرحه النظرية .

الجدول رقم(22): في حالة ما إذا كانت جيدة جدا، يشرحون

المتغير	التكرار	النسبة %
حسب الموقف الذي اقرأ عنه الخبر	8	8.0
أوظف معلوماتي حول ذلك الخبر وأقوم بتحليل بسيط له ثم اذهب مباشرة إلى المصدر الرسمي للخبر	30	30.0
ليست جيدة جدا.	5	5.0
متوسطة	6	6.0
البناء المنطقي للأفكار و الأحداث و نوع المعلومات المطروحة و الهدف منها	2	2.0
البحث	4	4.0
المجموع	55	55.0
عدم الاجابة	45	45.0
المجموع	100	100.0

يظهر **الجدول(22)** أن أغلب المبحوثين الذين يعتبرون أن قدرتهم كانت جيدة جدا، يعتمدون على توظيف معلوماتهم و تحليل بسيط للخبر ثم الرجوع للمصدر الرسمي للتحقق بنسبة 30%، كما يعتمد البعض منهم بنسبة 8 % على تقييم الخبر حسب الموقف الذي يقرأ فيه ، في حين ظهرت إجابات مثل متوسطة و ليست جيدة جدا بنسب متقاربة 5 % و 6% بينما 4% تمثل إجابات أخرى مرتبطة بالبحث ، بينما سجل البناء المنطقي للأفكار و الأحداث و نوع المعلومات المطروحة و الهدف منها نسبة 2% وهي أضعف نسبة ، من هنا نستنتج ان هذا الطلبة الذين قيموا أنفسهم بقدرة عالية على التمييز يعتمدون بشكل أساسي على التحليل الشخصي و ربط المعلومات بالمصادر الرسمية الموثوقة .

من منظور السوسيوبنائية فإن هذا السلوك التحليلي ليس اجتهاد شخصي بل انعكاس لتجارب تفاعلية داخل البيئة التعليمية و الإجتماعية للطلبة التي تسمح لهم بمعرفة كيف يتم توظيف المعارف السابقة و تبادل وجهات النظر المختلفة فالمعرفة حيث هذه النظرية تبنى ضمن تفاعل الفرد مع محيطه و تتشكل بإستمرار من خلال شبكة من العلاقات التي تمكن الطالب من فهم أدق للمحتوى الإعلامي .

الجدول رقم(23):مدى إعتماد المبحوثين على العناصر الفنية أو الجمالية (الصور، التصميم،جودة العرض...) في صياغة الخبر :

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	49	49.0
نوعاما	29	29.0
قليلا	13	13.0
لا	9	9.0
المجموع	100	100.0

يظهر من خلال **الجدول(23)** أننسبة 49 % من المبحوثين يعتمدون على العناصر الفنية أو الجمالية (الصور، التصميم،جودة العرض...) في صياغة الخبر وهي أعلى نسبة، تلتها نسبة 29% منهم يعتمدون عليها نوعا ما، ثم نسبة 13% منهم يعتمدون عليها قليلا ، بينما نسبة 9% لا يعتمدون عليها ، و مما سبق نستنتج أن أغلبية أفراد العينة يعيرون إهتمام كبير بالجانب الفني و الجمالي عند إستهلاكهم أو صياغتهم لخبر ما ، ما يعكس دور هذه العناصر في جذب الإنتباه و التأثير على فهم و وعي المتلقي للمحتوى الإعلامي و هذا ما تؤكده النظرية السوسيوبنائية أن المعرفة تبني من خلال التفاعل داخل السياق الإجتماعي حيث أن العناصر الفنية و الجمالية تعد جزءا من السياق الإجتماعي ، فهي ليست أدوات زينة فقط بل أدوات تواصلية تساعد المتعلم على تفسير المعلومات و ربطها بخبراته السابقة و هذا ما تعكسه النظرية ، لذا فإن ربط هذه الجوانب الفنية في الإعلام يسهم بشكل فعال في تعزيز الوعي الإعلامي لدى الجمهور .

الجدول رقم(24):ممارسة المبحوثين لمهاراتالتفكيرالنقدي" critcal thinking "عندتلقيالمحتوىالإعلامي :

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	63	63.0
لا	37	37.0
المجموع	100	100.0

يظهر **الجدول(24)**الذي يبين ما إن كان يمارس المبحوثين مهارات التفكير النقدي" critcal thinking"عند تلقي المحتوى الإعلامي نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أي نسبة 63 **%** يمارسون هذه المهارة،بينما 37**%** منهم لا يمارسونها، و هذا ما يعكس وعيا نسبيا لدى الطلبة في بأهمية تحليل المعلومات و التعامل معها بشكل نقدي .

من وجهة نظر السوسيوبنائية تبنى المعرفة و مهارات التفكير النقدي بالتجارب الإجتماعية و التفاعلية المشتركة داخل البيئة التعليمية ، بذلك فإن التفكير النقدي يبنى ضمن سياقات جماعية تتيح للمبحوثين إختيار أفكارهم ، تعديلها و تطويرها بإستمرار .

الجدول رقم(25): إذا كانت الإجابة نعم كيف :

المتغير	التكرار	النسبة %
تحليل الرسالة الإعلامية	40	24.4%
تفكيك الرسالة الإعلامية	34	20.7%
الرسالة الموجهة أو الرسالة الموضوعية	36	22.0%
حقيقة	44	26.8%
دعاية	10	6.1%
المجموع	164	100.0%

يظهر **الجدول(25)** أن نسبة 26,8 % من المبحوثين يركزون في المقام الأول على تحديد حقيقة الرسالة الإعلامية ، يليها تحليل الرسالة الإعلامية بنسبة 24,4 %، ثم الرسالة الموجهة أو الرسالة الموضوعية بنسبة 22%، و تفكيك الرسالة الإعلاميةبنسبة 20,7%، في حين كانت نسبة دعاية بنسبة 6,1% كأدنى نسبة.

تؤكد النظرية السوسيوبنائية على أهمية التفاعل الإجتماعي كأساس لبناء المعرفة و مساعدة الأفراد على تحليل الرسائل الإعلامية بعمق فالتركيز على حقيقة الرسالة ، تحليلها و تفكيكها يدل على وعي نقدي متطور لدي المبحوثين و فهمهم للأبعاد الرسالة الإعلامية المختلفة .

الجدول رقم(26): يبين ما إن كان يجب أن تكون لدينا هذه المهارات لمعرفة القضايا التي تحيط بنا

المتغير	التكرار	النسبة %
الكتابة	36	36.0
الصورة	14	14.0
الفيديو	50	50.0
المجموع	100	100.0

يظهر **الجدول(26)** أن مهارة التعامل مع الفيديو تحتل المرتبة الأولى بنسبة 50%، تلتها في المرتبة الثانية مهارة الكتابة بنسبة 36 %، أما في المرتبة الثالثة نجد مهارة الصورة بنسبة 14% كأدنى نسبة، ما سبق يعكس توجها واضحا نحو إستخدام الوسائط المتعددة كوسائل فعالة لفهم و تحليل القضايا الإجتماعية .

وفقا للنظرية السوسيوبنائية بناء المعرفة يكون من خلال التفاعل الإجتماعي و التجارب المشتركة داخل بيئات متعددة الوسائط ، حيث تلعب مهارات مثل إنتاج و تحليل الفيديو دورا محوريا في تعزيز التواصل و التعلم ، فالوسائط المرئية كالفيديو تتيح فرصا اكبر للتفاعل و المشاركة الجماعية ما يساهم في بناء معرفة أعمق .

كما أن التنوع في المهارات المطلوبة كتابة ، صورة ، فيديو يعكس اهمية التفاعل مع مختلف أشكال المحتوى الإعلامي ما يؤكد أن إكتساب المعرفة و فهمها لا يقتصران على شكل واحد فقط بل يتشكلان ضمن سياقات متعددة و متنوعة و هو جوهر النظرية السوسيوبنائية .

الجدول رقم(27): استعانة المبحوثين بمصادر إعلامية في دراستهم الجامعية

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	42	42.0
كثيرا	33	33.0
نادرا	15	15.0
أبدا	10	10.0
المجموع	100	100.0

يظهر **الجدول(27)** أن 42% من المبحوثين إستعانو بمصادر إعلامية في دراستهم الجامعية و هي النسبة الأعلى ، تلتها نسبة 33% منهم إستعانو بها كثيرا ، ثم نسبة 15% منهم إستعانوا بها نادرا ، بينما نسبة 10% لم يستعينوا بها أبدا ، مما سبق نستنتج أن النسبة الأغلبية لعظمة يستعينون بمصادر إعلامية في دراستهم الجامعية .

من وجهة نظر السوسيو بنائية يمكننا أن نفسر هذا الإعتماد على وسائل الإعلام أنه جزء من بناء المعرفة التي تبنى عن طريق التفاعل الإجتماعي داخل البيئة التعليمية فالطلبة لا يكتفون فقط بجمع المعلومات بل يتفاعلون مع المحتوى الإعلامي ، يحللون الرسائل ، يتبادلون الأفكار مع زملائهم و أساتذتهم في الوسط الجامعي ما يعزز من فهمهم و تطويرهم لمهاراتهم البحثية .

الجدول رقم(28):يبين إذا كانت الإجابة "نعم"، يرجى ذكر بعض المصادر الإعلامية التي إستعان بها المبحوثين أثناء دراستهم الجامعية

المتغير	التكرار	النسبة %
مركز الجزيرة للدراسات	39	39.0
مواقع الدراسات والمجلات العلمية	15	15.0
يوتيوب مواقع ذكاء اصطناعي	5	5.0
المجلات الكتب الاحصائيات الفيديوهات	7	7.0
وكالة الأنباء	7	7.0
التلفاز و الانترنيت	6	6.0
صفحات الخاصة بالإعلام	4	4.0
لا	17	17.0
المجموع	100	100.0

من خلال **الجدول(28)** نرى أن مركز الجزيرة للدراسات يحتل المرتبة الأولى بنسبة 39%، تليه نسبة 17 % من من لم يذكروا مصادر محددة ، وتلتها في المرتبة الثالثة مواقع الدراسات والمجلات العلمية بنسبة 15%، ثم نجد في المرتبة الرابعة المجلات الكتب الإحصائيات الفيديوهات ووكالة الأنباء بنسبة 7% كنسبة متساوية بينهما، بينما نجد في المرتبة الخامسة التلفاز و الانترنيت بنسبة 6%، ثم سجل في المرتبة السادسة يوتيوب مواقع ذكاء اصطناعي بنسبة 5%، أما في السابعة نجد صفحات الخاصة بالإعلام بنسبة 4% وهي أقل نسبة، مما سبق نستنتج أن بعض المصادر الإعلامية التي استعان بها النسبة الأعلى من أفراد العينة أثناء دراستهم الجامعية تتمثل في مركز الجزيرة للدراسات ، حيث أن هذه

الأخيرة تهتم برصد و تحليل التطورات السياسية و الإستراتيجية في العالم العربي و إعتماد الطلبة عليها يعكس توجههم نحو مصادر بحثية علمية و تحليلية عميقة تدعم دراساتهم .
وفقا للنظرية السوسيوبنائية فإن هذا الإعتماد على مركز الجزيرة للدراسات و غيره من المصادر العلمية يعد دليلا على أن المعرفة تبنى عبرالتفاعل مع مصادر متعددة داخل البيئة التعليمية و الإجتماعية للطلبة .

الجدول رقم(29): يبين فيما استعان بها المبحوثين

المتغير	التكرار	النسبة %
في الحصول على المعلومات بشكل دقيق او من المصدر	19	19.0
في البحوث	38	38.0
للولوج الى منصات دراسية	5	5.0
في توظيف المصادر	10	10.0
في صياغة الاخبار و في مراجع للدراسة	15	15.0
لم استعن	13	13.0
المجموع	100	100.0

يظهر **الجدول(29) أن** 38% من المبجوثين إستعانوا بها في إعداد البحوث ، تلتها في المرتبة الثانية نسبة 19 % في الحصول على المعلومات بشكل دقيق أو من المصدر، وتلتها في المرتبة الثالثة نسبة 15% في صياغة الأخبار و في مراجع للدراسة ، ثم نجد في المرتبة الرابعة نسبة 13% لم يستعينوا بها ، بينما نجد في المرتبة الخامسة إستعانو بها في في توظيف المصادر بنسبة 10%، في حين سجلت في المرتبة السادسة نسبة 5% إستعانو بها للولوج إلى منصات دراسية وهي أقل نسبة، مما سبق نستنتج أن النسبة الأعلى من أفراد العينة استعانوا بها في البحوث ما يعكس أهمية هذه المصادر في دعم العملية التعليمية و البحثية لديهم .

من وجهة نظر السوسيوبنائية فإن بناء المعرفة يكون من خلال التجارب المشتركة و التفاعل الإجتماعي ، حيث لا يقتصر التعلم على استلام المعلومة فقط ، بل أيضا هاى فهمها ، تحليلها ، مناقشتها و توظيفها ضمن سياقات إجتماعية و أكاديمية هذا التفاعل يعزز من قدرة الطالب على التفكير النقدي و بناء معرفة متماسكة و موثوقة .

الجدول رقم(30): استعانة المبحوثين بمحتوى إعلامي في دراستهم، ما هو

المتغير	التكرار	النسبة %
نشرات إخبارية	25	25.0
مقالات صحفية	35	35.0
الأخبار والقنوات والجرائد	4	4.0
لا لم استعن	36	36.0
المجموع	100	100.0

يظهر**الجدول(30)** أن نسبة 36% من المبحوثين لم يستعينوا بمصادر إعلامية في دراستهم الجامعية ، تلتها في المرتبة الثانية نسبة 35% استعانوا ب مقالات صحفية ، أما في المرتبة الثالثة نجد نسبة 25% استخدمت نشرات إخبارية ، في حين سجلت في المرتبة الرابعة نسبة 4% فقط إستعانوا بالأخبار والقنوات والجرائد وهي أقل نسبة، مما سبق نستنتج أن أكثر من ثلث أفراد العينة لا يعتمدون على المحتوى الإعلامي كمصدر في دراساتهم فيحين أن نسبة مماثلة تقريبا تعتمد على المقالات الصحفية في دراساتها كمصدر معلوماتي هذا يعكس تفاوتا في إستخدام المحتوى الإعلامي بين الطلبة أو تفصيل بعضهم الإعتماد على مصادر أكاديمية أخرى .

وفقا للنظرية السوسيوبنائية يتم بناء المعرفة عبر التفاعل المستمر بين الفرد و بيئته الإجتماعية و الثقافية ، حيث يشير إنخفاض إستخدام بعض الطلبة للمحتويات الإعلامية إلى إختلاف في أساليب التعلم في المقابل يستفيد من يعتمدون على النشرات الإخبارية و المقالات

الصحفية من تنوع في المحتوى الإعلامي هذا ما يعزز فهمهم ضمن سياقات إجتماعية و ثقافية متعددة .

هذا التنوع في المصادر و المحتوى الإعلامي يعكس أن عملية بناء المعرفة ليست ثابتة أو موحدة بل هي نتائج تجارب إجتماعية و تعليمية متباينة و متعددة و هو جوهر النظرية السوسيوبنائية .

الجدول رقم(31): يبين ما إن كان يرى المبحوثين بان الإعلام يؤثر على طريقة تفكيرهم أو مواقفهم

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	79	79.0
لا	21	21.0
المجموع	100	100.0

يظهر **الجدول(31)** أن 79**%** من المبحوثين يروا أن الإعلام يؤثر على طريقة تفكيرهم أو مواقفهم ، في حين أن 21% منهميرون العكس ، هذا يدل على إدراك واسع لأفراد العينة لقوة و تأثير الإعلام في تشكيل الأفكار و الإتجاهات .

من خلال النظرية السوسيوبنائية تتشكل الأفكار و المواقف بناءا على التفاعل مع البيئة الإجتماعية و الثقافية المحيطة بهم ، و يعد الإعلام جزءا لا يتجزأ من هذه البيئة حيث يقوم بدوره في التأثير على الأفكار و القيم وعلى كيفية فهم الأفراد للعالم المحيط بهم . تأثير الإعلام على التفكير و المواقف ليست مجرد معلومات تستقبل بل هي نتاج علية تفاعلية تشمل التفاعل مع مصادر عديدة داخل المجتمع .

الجدول رقم(32): يبين إذا كانت الإجابة نعم، كيف :

المتغير	التكرار	النسبة %
جذب انتباهي وإعطائي فكرة حول مايحدث	29	29.0
يؤثر بطريقة ايجابية و متابعة الأخبار و تاكد من صحتها	27	27.0
يزيد النضج و الوعي	7	7.0
يوضح الحقيقة أكثر	12	12.0
لا	4	4.0
المجموع	79	79.0
عدم الإجابة	21	21.0
المجموع	100	100.0

يظهر **الجدول(32)** أن نسبة 29%من المبحوثين صرحوا أن الإعلام يجذب انتباههم يعطيهم فكرة حول ما يحدث ، تلتها في المرتبة الثانية نسبة 27 % من المبحوثين يروا أن أن الإعلام يؤثر بطريقة إيجابية من خلال متابعة الأخبار والتأكد من صحتها ، وتلتها في المرتبة الثالثة نسبة 12% يروا أنه يوضح الحقيقة ، ثم نجد في المرتبة الرابعة نسبة 7% يروا أنه يزيد النضج و الوعي ، بينما نجد في المرتبة الخامسة نسبة 4% أجابوا ب لا على تأثير الإعلام مما سبق نستنتج أن الإعلام يلعب دورا محوريا في تشكيل الوعي و الاتجاهات لدى الأفراد من خلال جذب إنتباههم و تزويدهم بمعلومات تساعدهم على فهم الأحداث الجارية كما يعزز الوعي و النضج لدى المتلقين .

من وجهة نظر السوسيوبنائية فإن المعرفة لا تكتسب بشكل منفرد بل من خلال التفاعل المستمر مع أفراد المجتمع ، في هذا السياق يلعب الإعلام دورا كوسيط إجتماعي ينقل الأفكار التي تثير النقاش و تدفع الأفراد إلى التفكير و التفاعل مع ما يعرض عليهم .

كما أن حرث المتلقين على متابعة الأخبار و التأكد من صحتها يعكس عملية تفاعلية نشطة ، حيث أصبح الأفراد لا يكتفون بالتلقي السلبي بل يقوموم بعملية تقييم و نقد مستمرة .

الجدول 33 : تأثير الأعلام على تفكير و مواقف المبحوثين

المتغير	التكرار	النسبة %
اللإعلام لا يؤثر على طريقة تفكيري لأنني اقوم بتحليل الفكرة ومناقشتها بالمنطق اذن لن يكون للإعلام تأثير على موقفي	6	6.0
لا علاقة للحياة العملية مع الحياة الخاصة	7	7.0
الفصل بين قيمي الشخصية وبين الأخبار	2	2.0
لأنني أنا من أصنع الإعلام وليس الإعلام من يصنعني	2	2.0
قليلا ما يؤثر الإعلام على مواقفي لأنني لا أتلقى مضامينه كما هي وإنما أقوم بتحليلها ثم تصفيتها	2	2.0
لا أتأثر	2	2.0
المجموع	21	21.0
عدم الإجابة	79	79.0
المجموع	100	100.0

يظهر **الجدول(33)** أن نسبة 7% من المبحوثين قالو أن لا علاقة للحياة العملية مع الحياة الخاصة ، تلتها في المرتبة الثانية نسبة 6 % صرحوا بأن الإعلام لا يؤثر على طريقة تفكيري لأنهم يقومون بتحليل الفكرة ومناقشتها بالمنطق إذن لن يكون للإعلام تأثير على موقفهم ، أما في المرتبة الثالثة جاءت عدة أسباب متساوية بنسبة 2% تمثلت في الفصل بين قيمي الشخصية وبين الأخبار لأنني أنا من أصنع الإعلام وليس الإعلام من يصنعني، قليلا

ما يؤثر الإعلام على مواقفي لأنني لا أتلقى مضامينه كما هي وإنما أقوم بتحليلها ثم تصفيتها و لا أتأثر بالإعلام

وفقا للنظرية السوسيوبنائية فإن الطلبة الذين أجابو ب لا ، يظهرون وعيا نقديا بأن الإعلام لا يؤثر عليهم حيث يقومون بتحليل المعلومات و تقييمها بدلا من استهلاكها سلبيا هذا يعكس أنهم يتحكمون في كيفية تأثير الإعلام عليهم و هو ما يعكس كرة أن التعلم و المعرفة تتطور من خلال التفاعل و التجربة المشتركة في البيئة الإجتماعية

الجدول رقم(34): هل سبق للمبحوثين أن تصادفوا مع معلومة طبية أو إعلامية خاطئة

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	80	80.0
لا	20	20.0
المجموع	100	100.0

يظهر **الجدول(34)**أن 80**%**من المبحوثين تصادفوا مع معلومة طبية أو إعلامية خاطئة في حين أن 20**%** منهم لم يصادفوا ذلك، ومنه نستنتج أن هناك انتشار واسع للمعلومات المغلوطة و الغير دقيقة في المجال الطبي و الإعلامي .

مواجهة المبحوثين لمعلومات طبية و إعلامية خاطئة بنسبة كبيرة ، تبرز أهمية الحوار و النقاش الجماعي لتصحيح هذه المعلومات ، من خلال التفاعل مع الآخرين يمكن للأفراد تصحيح المعلومات و المفاهيم الخاطئة مما يعزز بناء معرفة صحيحة و موثوقة و هو ما يعكس فكرة النظرية السوسيوبنائية بأن التعلم و المعرفة لا يتم بشكل فردي بل عن طريق المشاركة الإجتماعية و التفاعل المستمر .

الجدول رقم(35): يبين إذا كانت الإجابة نعم، يذكر المبحوثين المعلومة وكيف اكتشفوا أنها خاطئة

المتغير	التكرار	النسبة %
معلومة طبية مهمة	29	29.0
أدوية تساعد على تسكين الألم و هي مسرطنة في الحقيقة	10	10.0
عادة تكون إعلانات عن أدوية مزيفة	26	26.0
لا لم أصادف	6	6.0
نسيت ولكن الكثير من المعلومات	9	9.0
المجموع	80	80.0
عدم الاجابة	20	20.0
المجموع	100	100.0

يظهر**الجدول(35)** أن نسبة % 29 من المبحوثين صادفو معلومة طبية مهمة و إكتشفو لاحقا أنها غير صحيحة ، تليها نسبة 26 % من صادفوا إعلانات عن أدوية مزيفة ، وتلتها نسبة 10% صادفوا معلومات عن أدوية تساعد على تسكين الألم و هي مسرطنة في الحقيقة كما أشار نسبة 9% أنهم نسوا التفاصيل ولكن صادفوا الكثير من المعلومات الخاطئة ، بينما نسبة 6% لم يصادفوا .

وفقًا للنظرية السوسيوبنائية، يُبنى الفهم والمعرفة من خلال التفاعل الاجتماعي والنقاش الجماعي. اكتشاف المبحوثين لخطأ هذه المعلومات يعكس أهمية التفاعل مع مصادر متعددة ومناقشة المحتوى مع الآخرين لتصحيح المفاهيم الخاطئة. هذا التفاعل الاجتماعي يعزز من قدرة الأفراد على التمييز بين المعلومات الصحيحة والخاطئة، ويؤكد أن المعرفة ليست مجرد استقبال سلبي، بل عملية نشطة تتطلب المشاركة والتفاعل المستمر

الجدول رقم(36): ردة فعل المبحوثين عند إكتشافهم أن المعلومة خاطئة

المتغير	التكرار	النسبة %
ذهبت للتحقق منها	26	26.0
تفاجأت	37	37.0
إلغاء المعلومة	14	14.0
تقبلت بسهولة لأن التعلم في عملية تجديد	6	6.0
عادية	9	9.0
التبليغ عن الإعلان	4	4.0
لا أتذكر	4	4.0
المجموع	100	100.0

يظهر **الجدول(36)** الذي يبين كيف كانت ردة فعل المبحوثين نجد في المرتبة الأولى نسبة 37% من المبحوثين تفاجؤوا عند مواجهتهم لمعلومات مغلوطة و هو أمر طبيعي ، تلتها في المرتبة الثانية نسبة 26 % منهم سارعو للتحقق من صحة المعلومة ، وتلتها في المرتبة الثالثة نسبة 14% قاموا بإلغاء المعلومة من ذهنهم ، ثم نجد في المرتبة الرابعة بنسبة 9% إعتبرو الأمر عاديا ، بينما نجد في المرتبة الخامسة نسبة 6% تقبلوا بسهولة لأن التعلم في عملية تجديد ، أقل النسب فكانت للتبليغ عن الإعلان ولا أتذكر بنسبة 4% كنسبة متساوية بينهما ، مما سبق نستنتج أن النسبة الأعلى من أفراد العينة كانت ردة فعلهم أولية عاطفية (التفاجؤ) ، تليها إستجابة عقلانية و هي التحقق من المعلومات ما يدل على وعي إعلامي جيد إتجاه المحتوى الإعلامي .

تظهر هذه الردود أن التعلم و المعرفة في النظرية السوسيوبنائية ليست فقط إستقبال للمعلومات بل عملية تفاعلية و نقدية تشمل المشاعر ، التفكير النقدي ، فالتفاجؤ هنا يمثل

لحظة إدراكية لإعادة تقييم المعلومات ، و المسارعة إلى التحقق منها يعكس التفاعل النشط مع المحتوى و هو من مبادئ النظرية السوسيوبنائية .

الجدول رقم(37): ضرورية تدريس التربية الإعلامية لطلبة تخصص المبحوثين

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	67	67.0
لا	8	8.0
لاأدري	25	25.0
المجموع	100	100.0

يظهر**الجدول(37)أن** نسبة 67% من المبحوثين يروا أن تدريس التربية الإعلامية لطلبة تخصصهم وهي أعلى نسبة، تلتها نسبة 25% منهم أجابوا ب لا أدري، ثم نسبة 8% منهم أجابوا ب لا، أي يرون أنها غير ضرورية في تخصصهم ، تعكس هذه النتائج وعيا كبيرا للمبحوثين بأهمية التربية الإعلامية في التخصصات الأكاديمية الطبية منها و الإعلامية .

بالعودة إلى النظرية السوسيوبنائية فإن بناء المعرفة و التعلم يكون من خلال التفاعل الإجتماعي مع المحيط الذي نعيش فيه ، فيكون التعلم عن طريق الحوار و المشاركة و ليس بشكل منفرد لذا فإن التربية الإعلامية تعزز من النشاط الإجتماعي و المعرفي للطلبة و هو مبدئ النظرية .

الجدول رقم(38): يبين إذا كانت الاجابة نعم، لماذا

المتغير	التكرار	النسبة %
لأنها ضرورية جدا للطلبة حتى يصبحون قادرين على التمييز بين الأخبار الصحيحة و المغلوطة	22	22.0
"لتفادي الوقوع في الأخبار المغلوطة وإتباع الدعايات وأيضا لاستعمالها لنشر المحتوى الطبي بشكل صحيح"	17	17.0
تساعد كثيرا على اكتساب مهارات تفكير عليا	11	11.0
لتجنب الأخبار الكاذبة	10	10.0
للتوعية	7	7.0
المجموع	67	67.0
عدم الاجابة	33	33.0
المجموع	100	100.0

يظهر **الجدول(38)** الأسباب التي جعلت المبحوثين يجيبون ب نعم التربية الإعلامية ضرورية أن تدرس في المرتبة الأولى بنسبة 22%، صرحوا لأنها ضرورية جدا لتمكين الطلبة من التمييز بين الأخبار الصحيحة و المغلوطة ، تلتها في المرتبة الثانية بنسبة 17، % يرونها كوسيلة لتفادي الوقوع في الأخبار المغلوطة وإتباع الدعايات وأيضا لاستعمالها لنشر المحتوى الطبي بشكل صحيح وتلتها في المرتبة الثالثة بنسبة 11%، يرون أنها تساعد كثيرا على اكتساب مهارات تفكير عليا ، ثم نجد في المرتبة الرابعة بنسبة 10%، من يراها أداة لتجنب الأخبار الكاذبة ، بينما نجد في المرتبة الخامسة بنسبة 7% ، للتوعية كأدنى نسبة ، من خلال ما سبق نستنتج أن المبحوثين لديهم وعي بأهمية التربية الإعلامية كأداة لتعزيز التفكير النقدي و التمييز بين المعلومات المغلوطة و الصحيحة ، خاصة في ظل انتشار هذه الأخبار في البيئة الرقمية .

من خلال النظرية السوسيوبنائية فإن التعلم و المعرفة يكونان من خلال التفاعل مع البيئة الإجتماعية و المشاركة الفعالة داخل هذه البيئة عن طريق الحوار و النقاش مع الآخرين ، فالتربية الإعلامية تمكن الطلبة من المشاركة الفعالة في هذا التفاعل الإجتماعي ,

الجدول رقم(39): يبين إذا كانت الاجابة لا، لماذا

المتغير	التكرار	النسبة %
ليست ضرورية	9	9.0
لا يوجد	4	4.0
المجموع	13	13.0
عدم الإجابة	87	87.0
المجموع	100	100.0

يظهر **الجدول(39)** أن نسبة 9%،من المبحوثين يرون أن التربية الإعلامية غير ضرورية بينما نسبة 4% ، قالو أنه لا يوجد سبب معين لرفض تدريسها ونسبة 87% لم يجيبو عن هذا السؤال لأنهم كانو من مأيديين تدريسها . مما سبق نستنتج أن هناك قبولا واسعا لتدريس التربية الإعلامية و وعيا كبيرا بأهميتها في المناهج التعليمية .

من خلال النظرية السوسيوبنائية فالمعرفة و التعلم يكون من خلال التفاعل الاجتماعي و المشاركة ، فالنسبة القليلة التي ترى أنه غير ضروري تدريس التربية الإعلامية ، تعكس قلة في وعيها بدور و أهمية هذه الأخيرة لتمنية مهارات التفكير النقدي داخل البيئة التعليمية .

الجدول رقم(40): يبين مدى أهمية امتلاك طلبة الطب/الإعلام لمهارات التفكير النقدي

المتغير	التكرار	النسبة %
ضرورية جدا	94	94.0
غير مهمة	6	6.0
المجموع	100	100.0

من خلال **الجدول(40)**94%، من المبحوثين يروا أن امتلاك طلبة الطب و الإعلام لمهارات التفكير النقدي أمر ضروري بينما نجد نسبة 6% ، منهم يروا أنها غير ضرورية. مما سبق نستنتج كمية الوعي الكبير لدى المبحوثين بأهمية إمتلاك مهارات التفكير النقدي ، التي تساعد على تحليل المحتوى الإعلامي بشكل منطقي و دقيق .

بناءا على النظرية السوسيوبنائية فإن التعلم و المعرفة يكون ضمن سياق اجتماعي ، تفاعلي و تشاركي بين الأفراد ، و يلعب التفكير النقدي دورا محوريا في هذا التفاعل ، لذا تعزيز مهارات التفكير النقدي يتماشى و مبادئ النظرية التي تؤكد على الحوار و التفاعل في بناء المعرفة .

الجدول رقم(41): يبين ما إن كان يعتقد المبحوثين أن إدراج مادة التربية الإعلامية يكون من الطور الابتدائي

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم	45	45.0
لا	27	27.0
ربما	28	28.0
المجموع	100	100.0

يظهر **الجدول(41)** الذي يبين ما إن كان يعتقد المبحوثين أن إدراج مادة التربية الإعلامية يكون من الطور الابتدائينجد نسبة 45% منهم أجابوا ب نعم وهي أعلى نسبة، تلتها نسبة 28% منهم أجابوا ب ربما، ثم نسبة 27% منهم أجابوا لا، مما سبق نستنتج أن النسبة الأعلى من أفراد العينة يعتقدون أن إدراج مادة التربية الإعلامية يكون من الطور الابتدائي.

تبرز النظرية السوسيوبنائية أن التعلم و المعرفة يكون من خلال التفاعل الإجتماعي و المشاركة الفعالة ، و يكون هذا التفاعل أكثر فاعلية و نجاحا حين يبدء من سن مبكر ، من حياة الطفل ، فإدراج التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية الابتدائية يعزز من هذه العملية التفاعلية حتى يكبر الأطفال بمستوى من الوعي الإعلامي و النقدي يخدمهم كثيرا مستقبلا .

الجدول رقم(42): يبين إذا كانت الإجابة نعم أو ربما فكيف يمكن أن يكون ذلك مفيدا

المتغير	التكرار	النسبة %
لزيادة الوعي عند التلميذ	30	30.0
في التعلم في كيف يتعامل الطفل مع الوسائل الإعلامية و التفرقة بين الخبر الصحيح و المغلوط	13	13.0
تزويد الرصيد اللغوي	2	2.0
المجموع	45	45.0
عدم الإجابة	55	55.0
المجموع	100	100.0

يظهر **الجدول(42)** كيف يمكن أن يكون إدراج التربية الإعلامية من الطور الإبتدائي مفيدا ،نجد في المرتبة الأولى المبحوثين الذين رأيهم أنها تساعد في زيادة الوعي عند التلميذ بنسبة 30%، تلتها في المرتبة الثانية فئة ترى أنها مفيدة في تعليم كيف يتعامل الطفل مع الوسائل الإعلامية و التفرقة بين الخبر الصحيح و المغلوط بنسبة 13 %، أما في المرتبة الثالثة نجد فئة أشارت أنها تساهم في تزويده بالرصيد اللغوي بنسبة 2% ، كأدنى نسبة كما لم يجب 55% على السؤال ، تعكس النسبة الأعلى من المبحوثين الذين أجابوا بنعم أو ربما أهمية التربية الإعلامية في تعزيز وعي التلميذ ، و تعليمهم كيفية التعامل مع المحتويات الإعلامية ،و هو أمر ضروري في العصر الحالي الرقمي

وفق النظرية السوسيوبنائية ، يبنى التعلم و المعرفة من خلال التفاعل و المشاركة ،و هذا جوهر النظرية ، و هذا ما ينطبق على الأطفال من خلال الحوار و الممارسة في مراحل مبكرة يسهم في تنمية المهارات التفاعلية لديهم و مهارات التفكير النقدي .

الجدول رقم(43): هل يرى المبحوثين أنفسهم واعيين كفاية للتمييز بين الأخبار الصحيحة والمغلوطة

المتغير	التكرار	النسبة %
نعم أكيد	67	67.0
إلى حد كبير	3	3.0
نوعا ما	23	23.0
لا	7	7.0
المجموع	100	100.0

يظهر **الجدول(43)** الذي يبين ما إن كان المبحوثين واعيين كفاية للتمييز بين الأخبار الصحيحة والمغلوطة نجد نسبة 67%، منهم أجابوا ب نعم أكيد وهي أعلى نسبة، تلتها نسبة 23%، منهم أجابوا ب نوعا ما، ثم نسبة 7%، منهم أجابوا ب لا، بينما نسبة 3% منهم أجابوا ب إلى حد كبير وهي اصغر نسبة، مما سبق نستنتج أن اغلب أفراد العينة يعتقدون أنهم واعيين كفاية للتمييز بين الأخبار الصحيحة والمغلوطة ما يدل على وعي نسبي جيد لديهم إتجاه المعلومات التي يتلقونها .

وفقا للنظرية السوسيوبنائية يتطور الوعي و المعرفة من خلال التفاعل الإجتماعي ف نسبة 67% من الذين أجابو ب نعم ، لديهم ثقة بقدراتهم في التمييز بين الأخبار، بينما يحتاج الآخرون إلى دعم لتعزيز مهاراتهم النقدية .

ثانيا :التحليل الكيفي وفق متغيرات الدراسة

انطلاقا من البيانات المبينة في الجداول البسيطة الموضّحة سابقا، والتحليل الكمي لكل جدول، محاولة منّا معرفة خصائص الجمهور المبحوث بصفة عامة، فإنّنا نشرع مباشرة بعد هذا التحليل الكمي في محاولة قراءة كل الأرقام المرتبطة بكلّ جدول وربطها بالمتغيرات الّتي لها علاقة مباشرة مع مضمون السؤال، والتّي قد توحي بوجود دلالات إحصائية تساعدنا في التحليل الكيفي للنتائج المحصّل عليها

تحليل نتائج الدراسة وفق متغير الجنس :

الجدول رقم (44): سماع المبحوثين من قبل بمصطلح التربية الإعلامية حسب متغير الجنس

			الجنس		المجموع
			ذكر	أنثى	
هل سمعت من قبل بمصطلح التربية الاعلامية؟	نعم	التكرار	10	63	73
		النسبة %	71.4 %	73.3 %	73.0%
	لا	التكرار	4	23	27
		النسبة %	28.6 %	26.7 %	27.0%
المجموع		التكرار	14	86	100
		النسبة %	100.0%	100.0%	100.0%

يظهر **الجدول (44)** أن هناك تقارب في نسب المبحوثين من الجنسين الذين سمعوا بمصطلح التربية الإعلامية نجد نسبة 73.3% لصالح الإناث و نسبة 71.4% لصالح الذكور، بينما الإجابة لا سجلت نسبة 28.6% لصالح الذكور و نسبة 26.7% لصالح الإناث، ومنه نستنتج أن اغلب المبحوثين قد سمعوا من قبل بمصطلح التربية الإعلامية هذا ما يشير إلى أن هذا المصطلح له حضور عام في الوسط الجامعي، و أن الجامعة ليست مكان لنقل المعلومات

فقط ، بل بيئة للتفاعل الإجتماعي يعيش فيها الطلبة تجاربهم الإجتماعية و الثقافية . من منظور النظرية السوسيوبنائية لا تبنى المعرفة بشكل فردي منعزل بل تبنى عن طريق التفاعل ، المشاركة سواء في الصف أم عبر النقاشات مع الزملاء و الأساتذة ، و ربما تميل الإناث أكثر إلى المشاركة في هذه التفاعلات التي تعزز وعيهم بالمفاهيم الجديدة مثل " التربية الإعلامية " و هذا ما يفسر التفوق الطفيف لنسبة الإناث على الذكور في معرفتهم للمصطلح ، كما يعكس طبيعة مختلفة قليلا في طريقة إكتساب المعرفة بين الجنسين و يحتمل أيضا أن تختلف إهتمامات الطلبة حسب الجنس، مما يؤدي إلى تفاوت طفيف في فرص التعرض أو التفاوت المعرفي ، و هو ما ينسج مع التصور السوسيوبنائي لطبيعة المعرفة كإنتاج جماعي مشترك .

وكما يشير فيغوتسكي" :(Vygotsky, 1978) *يتطور التفكير من خلال التفاعل الاجتماعي، وتنتقل المفاهيم من المجال الاجتماعي إلى المجال النفسي، حيث يُعاد بناؤها ضمن السياق الفردي*

ثانيا :التحليل الكيفي وفق متغيرات الدراسة

انطلاقا من البيانات المبينة في الجداول البسيطة الموضّحة سابقا، والتحليل الكمي لكل جدول، محاولة منّا معرفة خصائص الجمهور المبحوث بصفة عامة، فإنّنا نشرع مباشرة بعد هذا التحليل الكمي في محاولة قراءة كل الأرقام المرتبطة بكلّ جدول وربطها بالمتغيرات الّتي لها علاقة مباشرة مع مضمون السؤال، والتّي قد توحي بوجود دلالات إحصائية تساعدنا في التحليل الكيفي للنتائج المحصّل عليها

تحليل نتائج الدراسة وفق متغير الجنس :

الجدول رقم (44): سماع المبحوثين من قبل بمصطلح التربية الإعلامية حسب متغير الجنس

			الجنس		المجموع
			ذكر	أنثى	
هل سمعت من قبل بمصطلح التربية الاعلامية؟	نعم	التكرار	10	63	73
		النسبة %	71.4 %	73.3 %	73.0%
	لا	التكرار	4	23	27
		النسبة %	28.6 %	26.7 %	27.0%
المجموع		التكرار	14	86	100
		النسبة %	100. 0%	100. 0%	100.0%

يظهر**الجدول (44)** أن هناك تقارب في نسب المبحوثين من الجنسين الذين سمعوا بمصطلح التربية الإعلامية نجد نسبة 73.3% لصالح الإناث و نسبة 71.4% لصالح الذكور، بينما الإجابة لا سجلت نسبة 28.6% لصالح الذكور و نسبة 26.7% لصالح الإناث، ومنه نستنتج أن اغلب المبحوثين قد سمعوا من قبل بمصطلح التربية الإعلامية هذا ما يشير إلى أن هذا المصطلح له حضور عام في الوسط الجامعي، و أن الجامعة ليست مكان لنقل المعلومات فقط ، بل بيئة للتفاعل الإجتماعي يعيش فيها الطلبة تجاربهم الإجتماعية و الثقافية . من منظور النظرية السوسيوبنائية لا تبنى المعرفة بشكل فردي منعزل بل تبنى عن طريق التفاعل ، المشاركة سواء في الصف أم عبر النقاشات مع الزملاء و الأساتذة ، و ربما تميل الإناث أكثر إلى المشاركة في هذه التفاعلات التي تعزز وعيهم بالمفاهيم الجديدة مثل " التربية الإعلامية " و هذا ما يفسر التفوق الطفيف لنسبة الإناث على الذكور في معرفتهم للمصطلح ، كما يعكس طبيعة مختلفة قليلا في طريقة إكتساب المعرفة بين الجنسين و يحتمل

أيضا أن تختلف إهتمامات الطلبة حسب الجنس، مما يؤدي إلى تفاوت طفيف في فرص التعرض أو التفاوت المعرفي ، و هو ما ينسج مع التصور السوسيوبنائي لطبيعة المعرفة كإنتاج جماعي مشترك .

وكما يشير فيغوتسكي" :(Vygotsky, 1978) *يتطور التفكير من خلال التفاعل الاجتماعي، وتنتقل المفاهيم من المجال الاجتماعي إلى المجال النفسي، حيث يُعاد بناؤها ضمن السياق الفردي*

الجدول رقم (45): كيف يعرف المبحوثين التربية الإعلامية من وجهة نظرهم حسب متغير الجنس

			الجنس		المجموع
			ذكر	أنثى	
كيف تعرف التربية الاعلامية من وجهة نظرك ؟	الاستعمال الجيد للتربية الإعلامية	التكرار	10	36	46
		النسبة %	71.4 %	41.9 %	46.0%
	ضبط المفايهم الإعلامية ودراسة الواجبات والحقوق للإعلام	التكرار	2	8	10
		النسبة %	14.3 %	9.3%	10.0%
	تعليم الأفراد طريقة التعامل مع وسائل الإعلام	التكرار	2	24	26
		النسبة %	14.3 %	27.9 %	26.0%
	تنمية وتطوير قدرات ومهارات الأفراد من أجل مواجهة متطلبات الحياة بأوجهها المختلفة	التكرار	0	13	13
		النسبة %	0.0%	15.1 %	13.0%
	لا أعرف هذا المصطلح لكني أفهمه نسبيا	التكرار	0	5	5
		النسبة %	0.0%	5.8%	5.0%
المجموع		التكرار	14	86	100
		النسبة %	100.0%	100.0%	100.0%

يظهر**الجدول (45)** الذي يبين كيف تعرف التربية الإعلامية من وجهة نظر المبحوثين حسب متغير الجنس نجد الإجابة الاستعمال الجيد للتربية الإعلامية تصدرتها نسبة 71.4% لصالح

الذكور و نسبة 41.9% لصالح الإناث، بينما الإجابة ضبط المفاهيم الإعلامية ودراسة الواجبات والحقوق للإعلام سجلت نسبة 14.3% لصالح الذكور و نسبة 9.3% لصالح الإناث، أما إجابة تعليم الأفراد طريقة التعامل مع وسائل الإعلام سجلت نسبة 27.9% لصالح الإناث ونسبة 14.3% لصالح الذكور، في حين الإجابة تنمية وتطوير قدرات ومهارات الأفراد من أجل مواجهة متطلبات الحياة بأوجهها المختلفة جاءت بنسبة 15.1% لصالح الإناث و نسبة معدومة لصالح الذكور، أما الاجابة لا اعرف هذا المصطلح لكني افهمه نسبيا سجلت نسبة 5.8% لصالح الإناث و نسبة معدومة لصالح الذكور، ومنه نستنتج أن اغلب المبحوثين يرون أن التربية الإعلامية تعرف على أنها الاستعمال الجيد للتربية الإعلامية ، وقد مثل الذكور النسبة الأعلى . تعكس هذه الفروقات إحتمالية إختلاف نظرة الجنسين للتربية الإعلامية ، حيث أن الذكور ركزوا على الجانب العملي أو الإستخدام الجيد للمفهوم ، بينما تميل الإناث إلى الجوانب التعليمية و التنموية ، التي تتطلب تفاعلا أعمق مع البيئة الإجتماعية .هذا التنوع في الفهم يعكس أن المعرفة ليست ثابتة أو فردية بل تتشكل في سياقات إجتماعية مختلفة تتأثر بالتجارب و المشاركة مع الآخرين و هذا جوهر النظرية السوسيوبنائية .

الجدول رقم (46): يبين ضرورة إرتباط التربية الإعلامية بتخصص المبحوثين حسب متغير الجنس

			الجنس		المجموع
			ذكر	أنثى	
هل من الضروري ان تكون التربية الإعلامية مرتبطة بتخصصك ؟	نعم	التكرار	5	33	38
		النسبة %	35.7 %	38.4 %	38.0%
	لا	التكرار	2	27	29
		النسبة %	14.3 %	31.4 %	29.0%
	غير متأكد	التكرار	7	26	33
		النسبة %	50.0 %	30.2 %	33.0%
المجموع		التكرار	14	86	100
		النسبة %	100.0%	100.0%	100.0%

يظهر **الجدول (46)** مدى ضرورة إرتباط التربية الإعلامية بتخصص المبحوثين حسب متغير الجنس نجد نسبة 38.4% من الإناث و نسبة 35.7% من الذكور،عبروا عن قناعتهم بأهمية هذا الإرتباط ، هذا ما يعكس وجود وعي عام حتى و إن كان متفاوتا- بأن التربية الإعلامية يمكن أن تلعب دورا تكميليا ضمن التكوين الأكاديمي . في المقابل عبرت نسبة أعلى من الإناث 31.4% مقارنة بالذكور 14.3% ، عن رفضهم لهذا الإرتباط، في حين وردت إجابة غير متأكد بنسبة 50% لصالح الذكور ، تلتها نسبة 30.2% لصالح الإناث، من خلال المعطيات نستنتج أنه من الضروري أن تكون التربية الإعلامية مرتبطة بتخصص المبحوثين وقد مثلت الإناث النسبة الأعلى. هذا التفاوت في التصورات يعكس إختلافا في

تمثل مفهوم التربية الإعلامية بين الجنسين و قد يعزى إلى طبيعة التفاعل الذي يخوضه الطلبة داخل بيئتهم الجامعية ، فمن منظور النظرية السوسيوبنائية لا تبنى المعرف بشكل فردي او في فراغ بل هي حصيلة التفاعل الإجتماعي ، الخبرات التشاركية و الحوارات بين الأفراد .

و انطلاقا من هذا التصور يمكننا القول أن تمثلات الطلبة حول التربية الإعلامية و علاقتها بتخصصهم تتشكل من خلال مشاركتهم داخل الجماعة الأكاديمية ، و مدى إنخراطهم في نقاشات علمية و مواقف تربوية تبرز أهمية هذا النوع من المعارف ، كم أن التردد الكبير لدى الذكور قد يكون بسبب قلة الحوار حول هذا الموضوع في تخصصاتهم أو ضعف التفاعل الإجتماعي حول قضايا الإعلام مقارنة بالإناث اللواتي يملن إلى التبادل المعرفي .

إن هذا يتطابق مع ما تؤكده النظرية السوسيوبنائية التي ترى أن المفاهيم لا تكتسب فقط من خلال التعليم المباشر بل تتطور عبر التفاعل داخل المحيط الإجتماعي ، ما يظهر أن البيئة الإجتماعية لا تلعب دورا فقط في نقل المعلومات ، بل تساهم فعليا في تشكيل وعي الطلبة .

الجدول رقم (47): يبين هل استعان المبحوثين بمصادر إعلامية في دراستهم الجامعية حسب متغير الجنس

			الجنس		المجموع
			ذكر	أنثى	
هل استعنت بمصادر إعلامية في دراستك الجامعية ؟	نعم	التكرار	8	34	42
		النسبة %	57.1 %	39.5 %	42.0%
	كثيرا	التكرار	4	29	33
		النسبة %	28.6 %	33.7 %	33.0%
	نادرا	التكرار	2	13	15
		النسبة %	14.3 %	15.1 %	15.0%
	أبدا	التكرار	0	10	10
		النسبة %	0.0%	11.6 %	10.0%
المجموع		التكرار	14	86	100
		النسبة %	100. 0%	100. 0%	100.0%

يظهر **الجدول (47)** مدى إستعانة المبحوثين بمصادر إعلامية في دراستهم الجامعية حسب متغير الجنس نجد الإجابة نعم تصدرتها نسبة 57.1% لصالح الذكور ونسبة 39.5% لصالح الإناث، تليها نسبة كثيرا التي سجلت 33.7% لصالح الإناث و 28.6 % لصالح الذكور، أما

إجابة نادرا كانت متقاربة بين الجنسين ب15.1% لصالح الإناث و14.3% لصالح الذكور، في حين أن نسبة أبدا كانت فقط لدى الإناث 11.6% ب و لم تسجل إطلاقا لدى الذكور ، نستنتج مما سبق أن الذور يميلون بنسبة أكبر إلى الإعتراف المباشر بإستخدامهم لمصادر إعلامية مقارنة بالإناث اللواتي تتوزع إجاباتهن ضمن "نعم و "كثيرا" و حتى أبدا هذا ما يعكس تباينا في تظيف الإعلام في المجال الدراسي .

وفقا للنظرية السوسيوبنائية التي ترى أن المعرفة لا تتم بشكل فردي و من فراغ بل عبر التفاعل الإجتماعي ضمن السياق الثقافي و التعليمي فالإعتماد على المصادر الإعلامية لا تعد مجرد إختيار فردي بل تتعلق بالبيئة المحيطة ، مدي توعية الأفراد و مدى تحفيز الجماعة على دمج الإعلام في المسار الدراسي .

الجدول رقم (48): تصادف المبحوثين مع معلومة طبية أو إعلامية خاطئة حسب متغير الجنس

			الجنس		المجموع
			ذكر	أنثى	
هل سبق لك أن تصادفت مع بمعلومة طبية أو إعلامية خاطئة ؟	نعم	التكرار	10	70	80
		النسبة %	71.4 %	81.4 %	80.0%
	لا	التكرار	4	16	20
		النسبة %	28.6 %	18.6 %	20.0%
المجموع		التكرار	14	86	100
		النسبة %	100. 0%	100. 0%	100.0%

من خلال **الجدول (48)** الذي يبين هل سبق للمبحوثين أن تصادفوا مع معلومة طبية أو إعلامية خاطئة حسب متغير الجنس نجد الإجابة نعم تصدرتها نسبة 81.4% لصالح الإناث ونسبة 71.4% لصالح الذكور، بينما الإجابة لا سجلت نسبة 28.6% لصالح الذكور ونسبة 18.6% لصالح الإناث، ومنه نستنتج أن اغلب المبحوثين قد سبق وان تصادفوا مع معلومة طبية أو إعلامية خاطئة وقد مثلت الإناث النسبة الأعلى. تعكس هذه النتائج انتشار المعلومات المضللة بين الطلبة، مما يبرز أهمية تنمية مهارات التفكير النقدي لديهم. من منظور النظرية السوسيوبنائية، تتطور هذه المهارات من خلال التفاعل الاجتماعي والبيئة التعليمية التي تشجع على الحوار وتحليل المعلومات بشكل نقدي.

الجدول رقم (49): أهمية إمتلاك طلبة الطب\الإعلام لمهارات التفكير النقدي حسب متغير الجنس

			الجنس		المجموع
			ذكر	أنثى	
مامدى أهمية امتلاك طلبة الطب/الإعلام لمهارات التفكير النقدي ؟	ضرورية جدا	التكرار	14	80	94
		النسبة %	100.0 %	93.0 %	94.0%
	غير مهمة	التكرار	0	6	6
		النسبة %	0.0%	7.0%	6.0%
المجموع		التكرار	14	86	100
		النسبة %	100.0 %	100.0 %	100.0%

من خلال **الجدول (49)** الذي يبين ما مدى أهمية امتلاك طلبة الطب\الإعلام لمهارات التفكير النقدي حسب متغير الجنس نجد الإجابة ضرورية جدا تصدرتها نسبة 100% لصالح الذكور ونسبة 93% لصالح الإناث، بينما الإجابة غير مهمة سجلت نسبة 7% لصالح الإناث ونسبة

معدومة لصالح الذكور، ومنه نستنتج أن امتلاك طلبة الطب\الإعلام لمهارات التفكير النقدي ضرورية جدا وقد مثل الذكور النسبة الأعلى.

جميع طلبة الطب من الذكور يرون أن مهارات التفكير النقدي ضرورية جدًا، وهو ما يعكس وعيًا كاملاً بأهمية هذه المهارات في مجالهم. أما بين الإناث، فالغالبية العظمى تشاطرهم هذا الرأي، رغم أن نسبة قليلة منهن لا تعتبر هذه المهارات مهمة. و هذا ما أكدته **استاذة التعليم العالي فاطة طايبي** في قولها " بتلقينهم أسس التحليل النقدي لوسائل الإعلام و تزويدهم بزاد معرفي نظريو تطبيقي للتمكن من تفكيك الرسائل المبطنة و المعلومات المزيفة في زمن التزييف و الأخبار المغلوطة " يمكن تفسير هذه الفروقات الطفيفة من خلال النظرية السوسيوبنائية التي تؤكد أن المعرفة تُبنى من خلال التفاعل الاجتماعي والتجارب المشتركة، ما يجعل البيئة التعليمية والثقافية عاملًا مؤثرًا في تقدير الطلبة لهذه المهارات. كما أن اختلاف مراحل النمو المعرفي والاجتماعي بين الجنسين قد يلعب دورًا، مما يستدعي دعم المعلمين للطلبة ضمن منطقة النمو القريب، لتعزيز مهارات التفكير النقدي عبر بيئات تعليمية تفاعلية تشجع على الحوار والتفكير الجماعي . حيث يظهر هذا من خلال ما قالته **الطبيبة عقيلة بسطال** " التربية الإعلامي حافز أساسي لتحفيز التفكير النقدي المستدام " .

الجدول رقم (50): سماع المبحوثين من قبل بمصطلح التربية الإعلامية حسب متغير السن

			السن		المجموع
			من 18 إلى 22سنة	من 23 إلى 27سنة	من 28 إلى 32سنة	
هل سمعت من قبل بمصطلح التربية الإعلامية؟	نعم	التكرار	37	36	0	73
		النسبة %	64.9%	90.0%	0.0%	73.0%
	لا	التكرار	20	4	3	27
		النسبة %	35.1%	10.0%	100.0%	27.0%
المجموع		التكرار	57	40	3	100
		النسبة %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

من خلال **الجدول (50)** الذي يبين هل سمع المبحوثين من قبل بمصطلح التربية الإعلامية حسب متغير السن نجد الإجابة نعم تصدرتها نسبة 90% للفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة تلتها نسبة 64.9% للفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة و نسبة معدومة للفئة العمرية من 28 إلى 32 سنة، بينما الإجابة لا سجلت نسبة 100% للفئة العمرية من 28 إلى 32 سنة بعدها نسبة 35.1% للفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة ونسبة 10% للفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة، ومنه نستنتج أن اغلب المبحوثين قد سمعوا من قبل بمصطلح التربية الإعلامية وقد سجل أصحاب الفئة العمرية 'من 23 إلى 27 سنة' النسبة الأعلى.

تدل هذه النتائج على أن الوعي بمصطلح التربية الإعلامية يزداد في الفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة، مما قد يعكس تأثير البرامج التعليمية أو الاهتمام المتزايد بهذا المجال في هذه المرحلة العمرية. في هذا السياق قالت **الأستاذة فاطمة طايبي** "بطبيعة الحال ، لقد سمعت بمصطلح التربية الإعلامية، فهي من المفاهيم التي أصبحت تستخدم بكثرة من أجل مجابهة التحديات الراهنة فيما يتعلق بإنتاج و تلقي المضامين الإعلامية. أقرّتها منظمة اليونيسكو و تسعى لتجسيدها من خلال برامج و نشاطات عديدة و خاصة في السنوات الأخيرة."كما يشير غياب المعرفة لدى الفئة الأكبر سنًا (28-32 سنة) إلى ضرورة تعزيز التوعية والتثقيف الإعلامي عبر مختلف الفئات العمرية.

وفقا للنظرية السوسيوبنائية فإن المفاهيم تُفهم وتُعرف عبر التوجيه الاجتماعي مثل المحاضرات أو ورش العمل ، ارتفاع الوعي لدى الفئة 23–27 سنة يعكس تعرضهم لبرامج تدريبية أو مناقشات أكاديمية/مهنية حول الإعلام.

غياب الوعي لدى الفئة الأكبر قد يعكس انقطاعهم عن سياقات التعلم الرسمية التي تروج لمثل هذه المصطلحات.

منطقة النمو القريب:(ZPD) الفئة العمرية 23–27 سنة قد تكون في مرحلة تحتاج فيها إلى مهارات التربية الإعلامية (مثل التحقق من المعلومات)، مما يجعلهم أكثر تقبلاً لتعلم المصطلح عبر دعم المعلمين أو الزملاء.

الفئة الأكبر سنًا (28–32) قد لا تحتاج إلى هذه المهارات بنفس القدر في سياقاتهم الحالية، أو قد يفتقرون إلى الدعم اللازم لفهمها.

الجدول رقم (51):مشاركة المبحوثين محتوى اتضح لاحقا انه غير دقيق حسب متغير السن

			السن			المجموع
			من 18 إلى 22سنة	من 23 إلى 27سنة	من 28 إلى 32سنة	
هل سبق لك أن شاركت محتوى اتضح لاحقا انه غير دقيق ؟	نعم	التكرار	31	15	3	49
		النسبة %	54.4%	37.5%	100.0%	49.0%
	لا	التكرار	15	14	0	29
		النسبة %	26.3%	35.0%	0.0%	29.0%
	لا أتذكر	التكرار	11	11	0	22
		النسبة %	19.3%	27.5%	0.0%	22.0%
المجموع		التكرار	57	40	3	100
		النسبة %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

من خلال **الجدول (51)** الذي يبين هل سبق للمبحوثين أن شاركوا محتوى اتضح لاحقا انه غير دقيق حسب متغير السن نجد الإجابة نعم تصدرتها نسبة 100% للفئة العمرية من 28 إلى 32 سنة تلتها نسبة 54.4% للفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة و نسبة 37.5% للفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة، بينما الإجابة لا سجلت نسبة 35% للفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة بعدها نسبة 26.3% للفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة ونسبة معدومة للفئة العمرية من 28 إلى 32 سنة، أما الاجابة لا أتذكر جاءت بنسبة 27.5% للفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة بعدها نسبة 19.3% للفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة ونسبة معدومة للفئة العمرية

من 28 إلى 32 سنة، ومنه نستنتج أن اغلب المبحوثين قد سبق لهم أن شاركوا محتوى اتضح لاحقا انه غير دقيق وقد مثل أصحاب الفئة العمرية 'من 28 إلى 32' النسبة الأعلى.
بناءا على النظرية السوسيوبنائية، التي تؤكد أن المعرفة تُبنى اجتماعياً من خلال التفاعل بين الفرد وبيئته الاجتماعية والتعليمية، يمكن تفسير هذه الظاهرة بأن مشاركة المحتوى غير الدقيق تعكس نقصاً في التفاعل البنّاء والتوجيه الاجتماعي الذي يعزز مهارات التفكير النقدي والتمييز بين المعلومات الصحيحة والخاطئة. فالتعلم لا يحدث بمعزل عن السياق الاجتماعي، بل يتطلب بيئات تعليمية تفاعلية تدعم الحوار والمراجعة الجماعية للمعلومات. كما أن غياب الدعم أو التوجيه في هذه البيئات يؤدي إلى استمرار تداول المعلومات المغلوطة.

كما تؤكد النظرية أيضا على أهمية خلق وضعيات تعليمية واجتماعية تسمح للمتعلمين بالتفاعل مع المعلومات بشكل نقدي، والاستفادة من خبرات الآخرين لتصحيح المفاهيم الخاطئة، مما يقلل من احتمالية مشاركة محتوى غير دقيق مستقبلاً.

الجدول رقم (52): يبين هل استعان المبحوثين بمصادر إعلامية في دراستهم الجامعية حسب متغير السن

			السن			المجموع
			من 18 إلى 22سنة	من 23 إلى 27سنة	من 28 إلى 32سنة	
هل استعنت بمصادر إعلامية في دراستك الجامعية ؟	نعم	التكرار	28	14	0	42
		النسبة %	49.1%	35.0%	0.0%	42.0%
	كثيرا	التكرار	19	14	0	33
		النسبة %	33.3%	35.0%	0.0%	33.0%
	نادرا	التكرار	4	8	3	15
		النسبة %	7.0%	20.0%	100.0%	15.0%
	أبدا	التكرار	6	4	0	10
		النسبة %	10.5%	10.0%	0.0%	10.0%
المجموع		التكرار	57	40	3	100
		النسبة %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

من خلال **الجدول (52)** الذي يبين هل استعان المبحوثين بمصادر إعلامية في دراستهم الجامعية حسب متغير السن نجد الإجابة نعم تصدرتها نسبة 49.1% للفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة تلتها نسبة 35% للفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة و نسبة معدومة للفئة العمرية من 28 إلى 32 سنة، بينما الإجابة كثيرا سجلت نسبة 35% للفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة بعدها نسبة 33.3% للفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة ونسبة معدومة للفئة العمرية من 28 إلى 32 سنة، أما الإجابة نادرا جاءت بنسبة 100% للفئة العمرية من 28 إلى 32 سنة بعدها نسبة 20% للفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة ونسبة 7% للفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة، ومنه نستنتج أن اغلب المبحوثين قد استعانوا بمصادر إعلامية في دراستهم الجامعية وقد مثل أصحاب الفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة النسبة الأعلى.

تعكس هذه النتائج توجه الطلبة الأصغر سنًا إلى الاعتماد على المصادر الإعلامية كجزء من عملية التعلم والبحث، مما يشير إلى انتشار استخدام التكنولوجيا ووسائل الإعلام الرقمية في التعليم الجامعي. أما الفئة الأكبر فقد تكون أقل اعتمادًا على هذه المصادر بسبب اختلاف أساليب البحث أو قلة التفاعل مع الوسائط الرقمية في بيئتهم التعليمية أو المهنية.

الطلبة في الفئات العمرية الأصغر (18-22 و23-27 سنة) يتفاعلون بشكل أكبر مع المعلمين والزملاء ضمن بيئات تعليمية تفاعلية، مما يعزز من استخدامهم للمصادر الإعلامية كأدوات للتعلم. هذا التفاعل يدعم بناء المعرفة بشكل نشط ويقع ضمن مفهوم "منطقة النمو القريب" التي تبرز أهمية الدعم الاجتماعي والتوجيه في التعلم و هذا ما تعكسه النظرية السوسيوبنائية ، بناء المعرفة وتنمية المهارات مثل التفكير النقدي تعتمد على التفاعل الاجتماعي والدعم ضمن بيئات تعليمية مناسبة، وهو ما ينعكس في اختلاف استخدام المصادر الإعلامية بين الفئات العمرية المختلفة في الجدول. تعزيز التفاعل الاجتماعي واستخدام التكنولوجيا في التعليم يسهمان في رفع كفاءة التعلم وتطوير مهارات الطلبة.

الجدول رقم (53): يبين هل سبق للمبحوثين أن تصادفوا مع معلومة طبية أو إعلامية خاطئة حسب متغير السن

			السن			المجموع
			من 18 إلى 22سنة	من 23 إلى 27سنة	من 28 إلى 32سنة	
هل سبق لك أن تصادفت مع بمعلومة طبية أو إعلامية خاطئة ؟	نعم	التكرار	44	33	3	80
		النسبة %	77.2%	82.5%	100.0%	80.0%
	لا	التكرار	13	7	0	20
		النسبة %	22.8%	17.5%	0.0%	20.0%
المجموع		التكرار	57	40	3	100
		النسبة %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

من خلال **الجدول (53)** الذي يبين حسب متغير السن نجد الاجابة نعم تصدرتها نسبة 100% للفئة العمرية من 28 الى 32 سنة تلتها نسبة 82.5% للفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة و نسبة 77.2% للفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة، بينما الاجابة لا سجلت نسبة 22.8% للفئة العمرية من 18 إلى 22 سنة بعدها نسبة 17.5% للفئة العمرية من 23 إلى 27 سنة ونسبة معدومة للفئة العمرية من 28 إلى 32 سنة، ومنه نستنتج أن ومنه نستنتج أن اغلب المبحوثين قد سبق وان تصادفوا مع معلومة طبية أو إعلامية خاطئة وقد مثل أصحاب الفئة العمرية 'من 28 إلى 32 سنة' النسبة الأعلى.

تشير هذه النتائج إلى أن التعرض للمعلومات الطبية أو الإعلامية الخاطئة شائع بين الطلبة، خصوصاً في الفئة العمرية الأكبر، وهو ما قد يعكس حجم التعرض الأكبر للمصادر الإعلامية أو ضعف مهارات التحقق من المعلومات في هذه الفئة. تتفق هذه الظاهرة مع ما هو معروف عن انتشار المعلومات المغلوطة في المجالات الطبية والإعلامية، والتي قد تنتقل بسهولة عبر وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي، مما يستدعي تعزيز مهارات التفكير النقدي والوعي الإعلامي لدى الطلبة.

وفقاً للنظرية السوسيوبنائية، تُبنى المعرفة من خلال التفاعل الاجتماعي والتجارب المشتركة، حيث تلعب البيئة التعليمية والثقافية دوراً أساسياً في تشكيل فهم الأفراد للمعلومات. تعرض الطلبة لمعلومات خاطئة يدل على وجود فجوة في هذا البناء المعرفي، ويبرز أهمية توفير بيئات تعليمية تفاعلية تدعم التحقق من المعلومات وتصحيح المفاهيم الخاطئة. كما تؤكد النظرية على دور "منطقة النمو القريب" التي يمكن من خلالها دعم الطلبة عبر التوجيه والمساعدة لتعزيز قدرتهم على التفكير النقدي والتعامل مع المعلومات بشكل واعٍ.

الجدول رقم (54): يبين كيف تعرف التربية الإعلامية من وجهة نظر المبحوثين حسب متغير التخصص

			التخصص		المجموع
			طب	إعلام	
كيف تعرف التربية الإعلامية من وجهة نظرك ؟	الاستعمال الجيد للتربية الإعلامية	التكرار	19	27	46
		النسبة %	43.2 %	48.2 %	46.0%
	ضبط المفاهيم الإعلامية ودراسة الواجبات والحقوق للإعلام	التكرار	8	2	10
		النسبة %	18.2 %	3.6%	10.0%
	تعليم الأفراد طريقة التعامل مع وسائل الإعلام	التكرار	11	15	26
		النسبة %	25.0 %	26.8 %	26.0%
	تنمية وتطوير قدرات ومهارات الأفراد من أجل مواجهة متطلبات الحياة بأوجهها المختلفة	التكرار	6	7	13
		النسبة %	13.6 %	12.5 %	13.0%
	لا أعرف هذا المصطلح لكني أفهمه نسبيا	التكرار	0	5	5
		النسبة %	0.0%	8.9%	5.0%
	المجموع	التكرار	44	56	100
		النسبة %	100.0%	100.0%	100.0%

من خلال **الجدول (54)** الذي يبين كيف تعرف التربية الإعلامية من وجهة نظر المبحوثين حسب متغير التخصص نجد الإجابة الاستعمال الجيد للتربية الإعلامية تصدرتها نسبة 48.2% لتخصص إعلام و نسبة 43.2% لتخصص طب، بينما الاجابة ضبط المفاهيم الإعلامية ودراسة الواجبات والحقوق للإعلام سجلت نسبة 18.2% لتخصص طب و نسبة 3.6% لتخصص إعلام، أما الاجابة تعليم الأفراد طريقة التعامل مع وسائل الإعلام سجلت نسبة 26.8% لتخصص إعلام ونسبة 25% لتخصص طب، في حين الاجابة تنمية وتطوير قدرات ومهارات الأفراد من أجل مواجهة متطلبات الحياة بأوجهها المختلفة جاءت بنسبة 13.6% لتخصص طب و نسبة 12.5% لتخصص إعلام، أما الاجابة لا اعرف هذا المصطلح لكني افهمه نسبيا سجلت نسبة 8.9% لتخصص إعلام و نسبة معدومة لتخصص طب، ومنه نستنتج أن اغلب المبحوثين يرون أن التربية الإعلامية تعرف على أنها الاستعمال الجيد للتربية الإعلامية وقد مثل أصحاب التخصص 'إعلام' النسبة الأعلى.

يعكس هذا التباين اختلاف الخلفيات المعرفية والتخصصية بين المجموعتين و ما يؤكد هذا التباين هو تعريف الأستاذة طايبي و الطبيبة بسطال لها ، حيث عرفتها **استاذة التعليم العالي طايبي** على "أنها مجموعة الآليات و المهارات التي يتوجب على الأفراد التحلي بها من أجل فهم و تحليل و انتقاء المضامين الإعلامية .فهي تعمل على تنمية حسهم النقدي و التحليلي في تعاملهم مع وسائل الإعلام. [1]" و عرفتها **الطبيبة بسطال عقيلة** على أنها تربية مرتبطة بالإنفورماتيك تهدف لتعليم التعامل الصحيح مع المعلومات الرقمية " .[2]

يرتبط هذا الفهم بالنظرية السوسيوبنائية التي تؤكد أن المعرفة تُبنى اجتماعياً من خلال التفاعل بين الفرد وبيئته التعليمية والثقافية. فاختلاف تعريفات الطلبة يعكس تأثير بيئتهم التخصصية والاجتماعية على بناء معارفهم حول التربية الإعلامية. كما أن التعلم في بيئات تفاعلية تسمح بالحوار وتبادل الخبرات يعزز من فهم أعمق للمفاهيم الإعلامية، وهو ما يتجلى في اختلاف وجهات النظر بين الطلبة حسب تخصصهم.

[1] جريت المقابلة اكترونيا يوم 25 ماي 2025 عبر البريد الالكتروني

[2] جريت المقابلة يوم 10 ماي 2025 على الساعة في الاثامة الجامعية للبنات دالي ابراهيم 1

بالتالي، تؤكد النظرية على أهمية توفير بيئات تعليمية تفاعلية تراعي الخصوصيات التخصصية والثقافية للطلبة، لتعزيز بناء المعرفة بشكل مشترك ونشط حول التربية الإعلامي

الجدول رقم (55): دراسة المبحوثين أو تلقيهم محتوى له علاقة بالتربية الإعلامية حسب متغير التخصص

			التخصص		المجموع
			طب	إعلام	
هل درست أو تلقيت محتوى له علاقة بالتربية الإعلامية ؟	نعم	التكرار	14	38	52
		النسبة %	31.8 %	67.9 %	52.0%
	لا	التكرار	30	18	48
		النسبة %	68.2 %	32.1 %	48.0%
المجموع		التكرار	44	56	100
		النسبة %	100.0%	100.0%	100.0%

من خلال **الجدول (55)** الذي يبين هل درس المبحوثين أو تلقوا محتوى له علاقة بالتربية الإعلامية حسب متغير التخصص نجد الاجابة نعم تصدرتها نسبة 67.9% لتخصص إعلام و نسبة 31.8% لتخصص طب، بينما الإجابة لا سجلت نسبة 68.2% لتخصص طب و نسبة 32.1% لتخصص إعلام، ومنه نستنتج أن اغلب المبحوثين قد درسوا و تلقوا محتوى له علاقة بالتربية الإعلامية وقد مثل أصحاب التخصص 'إعلام' النسبة الأعلى.

النظرية السوسيوبنائية تؤكد أن التعلم يبنى اجتماعيًا من خلال التفاعل مع البيئة التعليمية والثقافية. ارتفاع نسبة طلبة الإعلام الذين تلقوا محتوى التربية الإعلامية يعكس بيئة تعليمية

أكثر تفاعلية وتخصصًا في هذا المجال، حيث يتفاعل الطلاب مع معلمين وزملاء يملكون خبرة ومعرفة في الإعلام، مما يسهل بناء معارفهم ومهاراتهم.

أما طلبة الطب، فقد يكونون أقل تعرضًا لهذا المحتوى بسبب خصوصية تخصصهم، مما يبرز أهمية خلق وضعيات تعلمية تفاعلية تدمج التربية الإعلامية في مناهجهم، وذلك لتعزيز بناء المعرفة والمهارات اللازمة في هذا المجال.

وفقًا لمفهوم "منطقة النمو القريب" في النظرية، يمكن للمعلمين والبيئة التعليمية دعم الطلبة لتجاوز مستوى فهمهم الحالي من خلال توجيههم وتوفير موارد تعليمية مناسبة، مما يعزز اكتسابهم لمهارات التربية الإعلامية

الجدول رقم (56): يبين سبق للمبحوثين أن شاركوا محتوى اتضح لاحقا انه غير دقيق حسب متغير التخصص

			التخصص		المجموع
			طب	إعلام	
هل سبق لك أن شاركت محتوى اتضح لاحقا انه غير دقيق ؟	نعم	التكرار	21	28	49
		النسبة %	47.7 %	50.0 %	49.0%
	لا	التكرار	11	18	29
		النسبة %	25.0 %	32.1 %	29.0%
	لا أتذكر	التكرار	12	10	22
		النسبة %	27.3 %	17.9 %	22.0%
المجموع		التكرار	44	56	100
		النسبة %	100.0%	100.0%	100.0%

من خلال **الجدول (56)** الذي يبين سبق للمبحوثين أن شاركوا محتوى اتضح لاحقا انه غير دقيق حسب متغير التخصص نجد الإجابة نعم تصدرتها نسبة 50% لتخصص إعلام و نسبة 47.7% لتخصص طب، بينما الإجابة لا سجلت نسبة 32.1% لتخصص إعلام و نسبة 25% لتخصص طب، أما الاجابة لا أتذكر جاءت بنسبة 27.3% لتخصص طب ثم نسبة 17.9% لتخصص إعلام، ومنه نستنتج أن اغلب المبحوثين قد سبق لهم أن شاركوا محتوى اتضح لاحقا انه غير دقيق وقد مثل أصحاب التخصص 'إعلام' النسبة الأعلى.

قد يشير ارتفاع نسبة مشاركة المحتوى غير الدقيق إلى نقص في التوجيه الاجتماعي والتعلم التفاعلي الذي يعزز التفكير النقدي، وهو جوهر التعلم السوسيوبنائي. لأن تعزيز بيئات تعليمية تفاعلية تسمح بالنقاش والمراجعة الجماعية للمعلومات يمكن أن يقلل من تداول المعلومات المغلوطة.

الجدول رقم (57): يبين هل يمارس المبحوثين مهارات التفكير النقدي critcal '' thinking '' عند تلقي المحتوى الإعلامي حسب متغير التخصص

			التخصص		المجموع
			طب	إعلام	
هل تمارس مهارات التفكير النقدي '' critcal thinking ''عند تلقي المحتوى الإعلامي ؟	نعم	التكرار	25	38	63
		النسبة %	56.8 %	67.9 %	63.0%
	لا	التكرار	19	18	37
		النسبة %	43.2 %	32.1 %	37.0%
المجموع		التكرار	44	56	100
		النسبة %	100.0%	100.0%	100.0%

من خلال **الجدول (57)** الذي يبين هل يمارس المبحوثين مهارات التفكير النقدي critcal '' thinking '' عند تلقي المحتوى الإعلامي حسب متغير التخصص نجد الإجابة نعم تصدرتها نسبة 67.9% لتخصص إعلام و نسبة 56.8% لتخصص طب، بينما الإجابة لا سجلت نسبة 43.2% لتخصص طب و نسبة 32.1% لتخصص إعلام، ومنه نستنتج أن اغلب المبحوثين يمارسون مهارات التفكير النقدي '' critcal thinking '' عند تلقي المحتوى الإعلامي وقد مثل أصحاب التخصص 'إعلام' النسبة الأعلى.

تؤكد النظرية السوسيوبنائية أن التفكير النقدي والمعرفة تُبنى من خلال التفاعل الاجتماعي والتعلم النشط داخل بيئات تعليمية وثقافية داعمة. ممارسة مهارات التفكير النقدي تعكس قدرة المتعلم على تحليل المعلومات وتقييمها بشكل نقدي، وهو ما يتحقق عبرالتفاعل الاجتماعي، حيث يتبادل الطلبة الأفكار ويناقشون المحتوى الإعلامي مع زملائهم ومعلميهم، مما يعزز فهمهم ويطور مهاراتهم النقدية.

الجدول رقم (58): يبين هل من الضروري تدريس التربية الإعلامية لطلبة تخصص المبحوثين حسب متغير التخصص

			التخصص		المجموع
			طب	إعلام	
هل من الضروري تدريس التربية الإعلامية لطلبة تخصصك ؟	نعم	التكرار	24	43	67
		النسبة %	54.5 %	76.8 %	67.0%
	لا	التكرار	0	8	8
		النسبة %	0.0%	14.3 %	8.0%
	لا أدري	التكرار	20	5	25
		النسبة %	45.5 %	8.9%	25.0%
المجموع		التكرار	44	56	100
		النسبة %	100. 0%	100. 0%	100.0%

من خلال **الجدول (58)** الذي يبين هل من الضروري تدريس التربية الإعلامية لطلبة تخصص المبحوثين حسب متغير التخصص نجد الإجابة نعم تصدرتها نسبة 76.8% لتخصص إعلام و نسبة 54.5% لتخصص طب، بينما الإجابة لا سجلت نسبة 14.3% لتخصص إعلام و نسبة معدومة لتخصص طب، أما الإجابة لا ادري جاءت بنسبة 45.5% لتخصص طب ثم نسبة 8.9% لتخصص إعلام، ومنه نستنتج انه من تدريس التربية الإعلامية لطلبة تخصص المبحوثين وقد مثل أصحاب التخصص 'إعلام' النسبة الأعلى.

ارتفاع نسبة طلبة الإعلام الذين يرون ضرورة تدريس التربية الإعلامية يعكس تفاعلهم المستمر مع بيئة تعليمية ومهنية تركز على الإعلام، مما يعزز وعيهم بأهمية هذا المجال و هذا جوهر النظرية السوسيوبنائية .

أما طلبة الطب، فارتفاع نسبة "لا أدري" بينهم يشير إلى ضعف التفاعل أو قلة التعرض لمحتوى التربية الإعلامية في بيئتهم التعليمية، مما يؤثر على بناء معرفتهم حول أهمية هذا التدريس.

الجدول رقم (59): دراسة أو تلقي المبحوثين لمحتوى له علاقة بالتربية الإعلامية حسب متغير المستوى الدراسي :

		المستوى الدراسي					المجموع
		سنة أولى	سنة ثانية	سنة ثالثة	سنة رابعة	سنة خامسة فما فوق	
نعم	التكرار	3	6	8	8	27	52
	النسبة %	50.0 %	33.3 %	36.4 %	100.0 %	58.7%	52.0%
لا	التكرار	3	12	14	0	19	48
	النسبة %	50.0 %	66.7 %	63.6 %	0.0%	41.3%	48.0%
المجموع	التكرار	6	18	22	8	46	100
	النسبة %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0%	100.0%

من خلال **الجدول (59)** الذي يبين هل درس المبحوثين أو تلقوا محتوى له علاقة بالتربية الإعلامية حسب متغير المستوى الدراسي نجد الإجابة نعم تصدرتها نسبة 100% لمستوى سنة رابعة تلتها نسبة 58.7% لمستوى سنة خامسة فما فوق بعدها نسبة 50% لمستوى سنة

أولى ثم نسبة 36.4% لمستوى سنة ثالثة ونسبة 33.3% لمستوى سنة ثانية، أما الإجابة لا سجلت نسبة 66.7% لمستوى سنة ثانية تلتها نسبة 63.6% لمستوى ثالثة بعدها نسبة 50% لمستوى سنة أولى ثم نسبة 41.3% لمستوى سنة خامسة فما فوق ونسبة معدومة لمستوى سنة رابعة، ومنه نستنتج أن اغلب المبحوثين قد درسوا و تلقوا محتوى له علاقة بالتربية الإعلامية وقد مثل أصحاب المستوى الدراسي 'سنة رابعة' النسبة الأعلى.

إن مفهوم "منطقة النمو القريب" يشير إلى أن الدعم والتوجيه في هذه المراحل الدراسية يساعد الطلبة على تطوير مهارات جديدة وفهم أعمق للمحتوى الإعلامي. كما أن التفاعل مع الزملاء والأساتذة في هذه المستويات يساهم في تعزيز التعلم الاجتماعي، حيث يتم تبادل الخبرات والمعلومات بشكل فعال.

الجدول رقم (60): يبين عند قراءة المبحوثين لخبر ما هل يتحققون عادة من مصدره حسب متغير المستوى الدراسي

		المستوى الدراسي					المجموع
		سنة أولى	سنة ثانية	سنة ثالثة	سنة رابعة	سنة خامسة فما فوق	
دائما	التكرار	3	3	5	4	20	35
	النسبة %	50.0 %	16.7 %	22.7 %	50.0 %	43.5%	35.0%
أحيانا	التكرار	3	15	17	4	21	60
	النسبة %	50.0 %	83.3 %	77.3 %	50.0 %	45.7%	60.0%
نادرا	التكرار	0	0	0	0	2	2
	النسبة %	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.3%	2.0%
أبدا	التكرار	0	0	0	0	3	3
	النسبة %	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.5%	3.0%
المجموع	التكرار	6	18	22	8	46	100
	النسبة %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0%	100.0%

من خلال **الجدول (60)** الذي يبين عند قراءة المبحوثين لخبر ما هل يتحققون عادة من مصدره حسب متغير المستوى الدراسي نجد الإجابة دائما تصدرتها نسبة متساوية قدرت ب 50% لمستوى سنة أولى و سنة رابعة تلتها نسبة 43.5% لمستوى سنة خامسة فما فوق بعدها نسبة 22.7% لمستوى سنة ثالثة ثم نسبة 16.7% لمستوى سنة ثانية ، أما الإجابة أحيانا سجلت نسبة 83.3% لمستوى سنة ثانية تلتها نسبة 77.3% لمستوى ثالثة بعدها نسبة 50% لمستوى سنة أولى وسنة رابعة ثم نسبة 45.7% لمستوى سنة خامسة فما فوق، أما

الإجابة نادرا سجلت نسبة 4.3% لمستوى سنة خامسة فما فوق و نسبة معدومة لباقي المستويات، في حين الإجابة أبدا جاءت بنسبة 6.5% لمستوى سنة خامسة فما فوق و نسبة معدومة لباقي المستويات، ومنه نستنتج أن اغلب المبحوثين أحيانا ما يتحققون من مصدر الخبر عند قراءتهم وقد مثل أصحاب المستوى الدراسي 'سنة ثانية' النسبة الأعلى.

الطلبة في المستويات الأعلى (الرابعة والخامسة) يظهرون قدرة أكبر على ممارسة مهارات التحقق النقدي من مصادر الأخبار، نتيجة لتفاعلهم مع بيئات تعليمية أكثر تعقيدًا ودعمًا، مما يعزز من مهارات التفكير النقدي.

الطلبة في المستويات الوسطى (الثانية والثالثة) قد يكونون في مرحلة انتقالية حيث يتعلمون مهارات التحقق لكنهم لا يمارسونها باستمرار، مما يفسر ارتفاع نسبة "أحيانًا."

تؤكد النظرية السوسيوبنائية أن تطوير مهارات التحقق من المعلومات يحتاج إلى بيئات تعليمية تفاعلية وداعمة، حيث يتفاعل الطلبة مع المحتوى ومع بعضهم البعض بشكل نقدي، مما يعزز ممارستهم الدائمة لهذه المهارات مع تقدمهم الدراسي.

الجدول رقم (61): يبين هل استعان المبحوثين بمصادر إعلامية في دراستهم الجامعية حسب متغير المستوى التعليمي

		المستوى الدراسي					المجموع
		سنة أولى	سنة ثانية	سنة ثالثة	سنة رابعة	سنة خامسة فما فوق	
نعم	التكرار	3	15	7	4	13	42
	النسبة %	50.0 %	83.3 %	31.8 %	50.0 %	28.3%	42.0%
كثيرا	التكرار	3	3	7	2	18	33
	النسبة %	50.0 %	16.7 %	31.8 %	25.0 %	39.1%	33.0%
نادرا	التكرار	0	0	2	2	11	15

	النسبة %	0.0%	0.0%	9.1%	25.0 %	23.9%	15.0%
أبدا	التكرار	0	0	6	0	4	10
	النسبة %	0.0%	0.0%	27.3 %	0.0%	8.7%	10.0%
المجموع	التكرار	6	18	22	8	46	100
	النسبة %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0%	100.0%

من خلال **الجدول (61)** الذي يبين هل استعان المبحوثين بمصادر إعلامية في دراستهم الجامعية حسب متغير المستوى التعليمي نجد الإجابة نعم تصدرتها نسبة 83.3% لمستوى سنة ثانية تلتها نسبة متساوية قدرت ب 50% لمستوى سنة أولى و سنة رابعة ثم نسبة 31.8% لمستوى سنة ثالثة بعدها نسبة 28.3% لمستوى سنة خامسة فما فوق، بينما الإجابة كثيرا سجلت نسبة 50% لمستوى سنة أولى تلتها نسبة 39.1% لمستوى سنة خامسة فما فوق بعدها نسبة 31.8% لمستوى سنة ثالثة ثم نسبة 25% لمستوى سنة رابعة و نسبة 16.7% لمستوى سنة ثانية، أما الإجابة نادرا سجلت نسبة 25% لمستوى سنة رابعة تلتها نسبة 23.9% لمستوى سنة خامسة فما فوق بعدها نسبة 9.1% لمستوى سنة ثالثة و نسبة معدومة لباقي المستويات، في حين الإجابة أبدا جاءت بنسبة 27.3% لمستوى سنة ثالثة ثم نسبة 8.7% لمستوى سنة خامسة فما فوق ونسبة معدومة لباقي المستويات، ومنه نستنتج أن اغلب المبحوثين قد استعانوا بمصادر إعلامية في دراستهم الجامعية وقد مثل أصحاب التخصص الدراسي 'سنة ثانية' النسبة الأعلى.

الطلبة في السنوات الأولى والثانية يتفاعلون بشكل أكبر مع مصادر الإعلام، مستفيدين من الدعم والتوجيه من المعلمين والزملاء، مما يعزز بناء معارفهم ومهاراتهم في استخدام المصادر.

انخفاض الاعتماد في السنوات الأعلى قد يعود إلى تخصصات أكثر عمقًا أو اعتماد أكبر على مصادر أخرى، أو ضعف التفاعل مع المصادر الإعلامية في تلك المراحل.

بناءا على النظرية السوسيوبنائية ، توفير بيئات تعليمية تفاعلية وداعمة في المراحل الدراسية المبكرة يعزز من استخدام الطلبة للمصادر الإعلامية، مما يسهم في بناء معرفتهم وتنمية مهاراتهم البحثية.

الجدول رقم (62): يبين هل استعان المبحوثين بمحتوى إعلامي في دراستهم ، ما هو حسب متغير المستوى الدراسي

		المستوى الدراسي					المجموع
		سنة أولى	سنة ثانية	سنة ثالثة	سنة رابعة	سنة خامسة فما فوق	
نشرات إخبارية	التكرار	3	0	3	4	15	25
	النسبة %	50.0 %	0.0%	13.6 %	50.0 %	32.6%	25.0%
مقالات صحفية	التكرار	0	4	13	0	18	35
	النسبة %	0.0%	22.2 %	59.1 %	0.0%	39.1%	35.0%
الأخبار والقنوات والجرائد	التكرار	0	2	0	2	0	4
	النسبة %	0.0%	11.1 %	0.0%	25.0 %	0.0%	4.0%
لا لم استعن	التكرار	3	12	6	2	13	36
	النسبة %	50.0 %	66.7 %	27.3 %	25.0 %	28.3%	36.0%
المجموع	التكرار	6	18	22	8	46	100

	النسبة %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0%	100.0%

من خلال الجدول (62) الذي يبين هل استعان المبحوثين بمحتوى إعلامي في دراستهم ، ما هو حسب متغير المستوى الدراسي نجد الإجابة نشرات إخبارية تصدرتها نسبة 50% لكل من مستوى سنة أولى و سنة رابعة تلتها نسبة 32.6% لمستوى سنة خامسة فما فوق ثم نسبة 13.6% لمستوى سنة ثالثة و نسبة معدومة لباقي المستويات، أما الإجابة مقالات صحفية سجلت نسبة 59.1% لمستوى سنة ثالثة تلتها نسبة 39.1% لمستوى سنة خامسة فما فوق بعدها نسبة 22.2% لمستوى سنة ثانية و نسبة معدومة لباقي المستويات، أما الإجابة الأخبار و القنوات و الجرائد سجلت نسبة 25% لمستوى سنة رابعة تلتها نسبة 11.1% لمستوى سنة ثانية ونسبة معدومة لباقي المستويات، في حين الاجابة لا لم استعن جاءت بنسبة 66.7% لمستوى سنة ثانية تلتها نسبة 50% لمستوى سنة أولى بعدها نسبة 28.3% لمستوى سنة خامسة فما فوق ثم نسبة 27.3% لمستوى سنة ثالثة و نسبة 25% لمستوى رابعة، ومنه نستنتج أن اغلب المبحوثين استعانوا بمحتوى إعلامي في دراستهم وهو مقالات صحفية وقد مثل أصحاب المستوى الدراسي 'سنة ثالثة' النسبة الأعلى.

ارتفاع نسبة عدم الاستعانة بالمحتوى الإعلامي في السنوات الأولى والثانية قد يدل على محدودية التفاعل مع المصادر الإعلامية أو نقص التوجيه في تلك المستويات.

وفقًا لمفهوم "منطقة النمو القريب"، فإن التفاعل مع المصادر الإعلامية المتنوعة ضمن بيئات تعليمية تفاعلية يدعم بناء المعرفة وتنمية مهارات التفكير النقدي لدى الطلبة.

الجدول رقم (63): يبين هل من الضروري تدريس التربية الإعلامية لطلبة تخصص المبحوثين حسب متغير المستوى الدراسي

		المستوى الدراسي					المجموع
		سنة أولى	سنة ثانية	سنة ثالثة	سنة رابعة	سنة خامسة فما فوق	
نعم	التكرار	6	6	19	8	28	67
	النسبة %	100.0 %	33.3 %	86.4 %	100.0 %	60.9%	67.0%
لا	التكرار	0	0	0	0	8	8
	النسبة %	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	17.4%	8.0%
لا أدري	التكرار	0	12	3	0	10	25
	النسبة %	0.0%	66.7 %	13.6 %	0.0%	21.7%	25.0%
المجموع	التكرار	6	18	22	8	46	100
	النسبة %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0%	100.0%

من خلال **الجدول (63)** الذي يبين هل من الضروري تدريس التربية الإعلامية لطلبة تخصص المبحوثين حسب متغير المستوى الدراسي نجد الاجابة نعم تصدرتها نسبة 100% لكل من مستوى سنة أولى وسنة رابعة تلتها نسبة 86.4% لمستوى سنة ثالثة بعدها نسبة 60.9% لمستوى سنة خامسة فما فوق ثم نسبة 33.3% لمستوى سنة ثانية، بينما الاجابة لا سجلت نسبة 17.4% لمستوى سنة خامسة فما فوق و نسبة معدومة لباقي المستويات، أما الاجابة لا ادري سجلت نسبة 66.7% لمستوى سنة ثانية تلتها نسبة 21.7% لمستوى سنة خامسة فما فوق بعدها نسبة 13.6% لمستوى سنة ثالثة و نسبة معدومة لباقي المستويات،

ومنه نستنتج انه من الضروري تدريس التربية الإعلامية لطلبة تخصص المبحوثين وقد مثل أصحاب المستوى الدراسي 'سنة أولى' و 'سنة أولى' نسبة متساوية.
الطلبة في السنوات الأولى والرابعة يظهرون وعيًا أكبر بأهمية تدريس التربية الإعلامية، ربما بسبب تعرضهم لوضعيات تعليمية تفاعلية تدعم فهم أهمية هذا المحتوى.

ارتفاع نسبة "لا أدري" في السنة الثانية يعكس نقصًا في التفاعل أو التوجيه الاجتماعي في هذه المرحلة، مما يعيق بناء المعرفة والوعي.

تؤكد النظرية السوسيوبنائية على ضرورة خلق بيئات تعليمية تفاعلية تراعي خصوصيات المستويات الدراسية المختلفة، لتعزيز وعي الطلبة بأهمية التربية الإعلامية وضمان اكتسابهم للمهارات اللازمة.

الجدول رقم (64): يبين هل يعتقد المبحوثين أن أدراج مادة التربية الإعلامية يكون من الطور الابتدائي حسب متغير المستوى الدراسي

		المستوى الدراسي					المجموع
		سنة أولى	سنة ثانية	سنة ثالثة	سنة رابعة	سنة خامسة فما فوق	
نعم	التكرار	3	2	11	4	25	45
	النسبة %	50.0 %	11.1 %	50.0 %	50.0 %	54.3%	45.0%
لا	التكرار	3	2	8	2	12	27
	النسبة %	50.0 %	11.1 %	36.4 %	25.0 %	26.1%	27.0%
ربما	التكرار	0	14	3	2	9	28
	النسبة %	0.0%	77.8 %	13.6 %	25.0 %	19.6%	28.0%
المجموع	التكرار	6	18	22	8	46	100
	النسبة %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0%	100.0%

من خلال **الجدول (64)** الذي يبين هل يعتقد المبحوثين أن أدراج مادة التربية الإعلامية يكون من الطور الابتدائي حسب متغير المستوى الدراسي نجد الإجابة نعم تصدرتها نسبة 54.3% لمستوى سنة خامسة فما فوق تلتها نسبة 50% لكل من مستوى سنة أولى وسنة ثالثة و سنة رابعة ثم نسبة 11.1% لمستوى سنة ثانية، بينما الإجابة لا سجلت نسبة 50% لمستوى سنة أولى تلتها نسبة 36.4% لمستوى ثالثة بعدها نسبة 26.1% لمستوى سنة خامسة فما فوق ثم نسبة 25% لمستوى سنة رابعة و نسبة 11.1% لمستوى سنة ثانية، أما الإجابة ربما سجلت

نسبة 77.8% لمستوى سنة ثانية تلتها نسبة 25% لمستوى سنة رابعة بعدها نسبة 19.6% لمستوى سنة خامسة فما فوق ثم نسبة 13.6% لمستوى سنة ثالثة و نسبة معدومة لمستوى سنة أولى، ومنه نستنتج أن اغلب المبحوثين يعتقدون أن أدراج مادة التربية الإعلامية يكون من الطور الابتدائي وقد مثل أصحاب المستوى الدراسي 'سنة خامسة فما فوق' النسبة الأعلى.

التفاوت في الإجابات بين المستويات الدراسية يشير إلى اختلاف الخبرات التعليمية والتفاعلات الاجتماعية التي يمر بها الطلبة، حيث تؤثر البيئة التعليمية والتربوية في تشكيل فهمهم لأهمية التربية الإعلامية

تؤكد النتائج والنظرية السوسيوبنائية على ضرورة البدء في تدريس التربية الإعلامية من الطور الابتدائي، مع توفير بيئات تعليمية تفاعلية تدعم التعلم التدريجي والتفاعل الاجتماعي، لتعزيز مهارات التفكير النقدي والوعي الإعلامي لدى الطلبة.

نتائج الدراسة :

- لغالبية العظمى من أفراد العينة من الإناث، مما يجعل نتائج الدراسة تعكس بشكل أكبر مواقف ووعي الإناث تجاه التربية الإعلامية.
- معظم أفراد العينة تتراوح أعمارهم بين 18 و27 سنة، مما يمثل فئة الشباب الجامعيين في مراحلهم المبكرة والمتوسطة.
- يشكل طلبة الإعلام نسبة أكبر من العينة مقارنة بطلبة الطب، مما يسمح بمقارنة واضحة بين التخصصين من حيث الوعي والمعرفة بالتربية الإعلامية.
- وجود نسبة كبيرة من الطلبة في المستويات الدراسية المتقدمة يشير إلى خبرة أكاديمية قد تؤثر إيجابيًا على وعيهم بالتربية الإعلامية.
- أغلب الطلبة سمعوا بمصطلح التربية الإعلامية، مما يدل على وجود وعي أولي نسبي بينهم.
- الجامعة تلعب دورًا أساسيًا في تعريف الطلبة بمصطلح التربية الإعلامية، إلى جانب مصادر أخرى مثل البيئة الرقمية والاجتماعية.
- مستوى المعرفة بالتربية الإعلامية لدى الطلبة متوسط، مع حاجة لدعم وتوجيه أكبر لتعزيز الفهم والتطبيق.
- هناك توازن نسبي بين الطلبة الذين تلقوا تكوينًا في التربية الإعلامية ومن لم يتلقوه، مما يؤثر على مستوى معرفتهم وممارستهم.
- تنوع التصورات حول التربية الإعلامية يعكس تشكيل المعرفة عبر التفاعل مع البيئة الاجتماعية والثقافية.
- وعي نسبي بأهمية التخصص في فهم التربية الإعلامية، مع اعتقاد البعض بأنها مهارة عامة وشاملة لا تقتصر على تخصص معين.
- البيئة الرقمية والاجتماعية تؤثر بشكل كبير في تشكيل وعي الطلبة، مع تحول في مصادر المعرفة يشمل أدوات حديثة مثل الذكاء الاصطناعي.
- الوعي بأهمية التحقق من المعلومات موجود لكنه غير منتظم، مما يستدعي دعمًا تربويًا لتعزيز مهارات التفكير النقدي والتحقق.

- غالبية الطلبة يمارسون سلوكًا نقديًا واعيًا في التحقق من الأخبار، مستفيدين من مصادر وأدوات متنوعة.
- مشاركة المحتوى غير الدقيق تعكس نقصًا في التوجيه والتفاعل التربوي المناسب، مما يؤكد الحاجة إلى دعم مستمر لتعزيز الوعي الإعلامي.
- المحتوى المتداول مرتبط بالبيئة الاجتماعية والثقافية، والمواضيع المثيرة للمشاعر تكون أكثر عرضة لانتشار المعلومات غير الدقيقة.
- هناك معرفة نسبية بالأدوات المستخدمة في التحقق من المعلومات، لكن هناك حاجة لتعزيز التعليم والتوجيه خاصة للطلبة غير الملمين بهذه الأدوات.
- الاعتماد على منصات بحث ومصادر متعددة يعكس بناء معرفة ذاتية من خلال التجريب والمشاركة المجتمعية، مع نقص في التكوين المؤسساتي والجامعي في مجال التحقق من المعلومات.
- وجود ثقة نسبية لدى الطلبة في التعامل مع المحتوى الإعلامي .
- الطلبة الذين يثقون في قدراتهم يستخدمون تحليلًا شخصيًا مدعومًا بالمصادر الرسمية.
- وجود وعيًا نسبيًا بأهمية التحليل النقدي، حيث تبنى مهارات التفكير النقدي ضمن تجارب اجتماعية وتفاعلية مشتركة داخل البيئة التعليمية .
- اعتماد كبير على المحتوى الإعلامي في العملية التعليمية.
- توجه الطلبة نحو مصادر بحثية وتحليلية عميقة.
- وجودتفاوتًا في الاعتماد على المحتوى الإعلامي بين الطلبة.
- وجودإدراكًا واسعًا لتأثير الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات.
- دور الإعلام في تعزيز الوعي والفهم.
- قدرة على التفكير النقدي والتحكم بتأثير الإعلام.
- أهمية الحوار الجماعي لتصحيح المفاهيم وتعزيز المعرفة الصحيحة.
- الحاجة إلى التحقق والتفاعل مع مصادر متعددة لتصحيح المعلومات.
- وجود وعيًكبير بأهمية التربية الإعلامية في التخصصات الأكاديمية.
- قبول واسع ووعي بأهمية التربية الإعلامية في المناهج التعليمية.

- وجودوعيً كبير بأهمية هذه المهارات في تحليل المحتوى الإعلامي.
- هناك دعم قوي لبدء التربية الإعلامية في مراحل مبكرة.
- أهمية تطوير المهارات التفاعلية والتفكير النقدي في سن مبكرة.
- يوجد وعي نسبي جيد لدى أغلب الطلبة بالتمييز بين الأخبار الصحيحة والمغلوطة، مع حاجة لتعزيز مهارات التفكير النقدي لدى بعضهم.
- مصطلح التربية الإعلامية منتشر بشكل واسع في الوسط الجامعي، مع تفوق طفيف للإناث في التعرف عليه.
- الجامعة تمثل بيئة تفاعلية اجتماعية وثقافية مهمة في بناء المعرفة الإعلامية.
- اختلاف في تعريف التربية الإعلامية بين الجنسين:
- الذكور يركزون على الجانب العملي (الاستعمال الجيد(
- الإناث تميل إلى الجوانب التعليمية والتنموية (تعليم التعامل مع وسائل الإعلام وتنمية القدرات.(
- تباين في آراء الطلبة حول ضرورة ارتباط التربية الإعلامية بتخصصاتهم، مع اختلافات بين الجنسين تعكس طبيعة التفاعل الاجتماعي داخل البيئة الجامعية.
- اختلاف في استخدام المصادر الإعلامية بين الذكور والإناث، متأثر بالسياق الاجتماعي والثقافي.
- انتشار واسع للمعلومات الطبية والإعلامية الخاطئة بين الطلبة، مما يبرز أهمية النقاش الجماعي والتفاعل الاجتماعي في تصحيحها.
- وعي عالٍ بأهمية مهارات التفكير النقدي في تحليل المعلومات لدى أغلب الطلبة.
- تفاوت في انتشار مفهوم التربية الإعلامية واستخدام المحتوى الإعلامي بين الفئات العمرية والمستويات الدراسية، مع اعتماد أكبر للمصادر الإعلامية بين الفئات الأصغر سنًا.
- اختلافات بين تخصصي الطب والإعلام في فهم التربية الإعلامية ومدى تلقي المحتوى المتعلق بها، مع تفوق طلبة الإعلام في التكوين والوعي.

- دعم متزايد من الطلبة لتدريس التربية الإعلامية في تخصصاتهم، خاصة مع تقدم المستوى الدراسي.
- وعي نسبي بأهمية التحقق من مصادر الأخبار، مع تفاوت حسب المستوى الدراسي.
- تنوع في استخدام المحتوى الإعلامي حسب المستوى الدراسي، مع اعتماد أكبر على المقالات الصحفية في المراحل المتوسطة والمتقدمة.
- تظهر النتائج أهمية تعزيز التربية الإعلامية والتفكير النقدي بشكل منهجي ومتواصل في جميع المراحل التعليمية، مع مراعاة الفروق بين الجنسين، التخصصات، الأعمار، والمستويات الدراسية.

ربط النتائج بالتساؤلات والفرضيات :

- **مدى وعي الطلبة بمصطلح التربية الإعلامية وفهمهم له**

أظهرت النتائج أن غالبية الطلبة على دراية بمصطلح التربية الإعلامية، مع وجود فهم نسبي جيد له، مع اختلافات واضحة ترتبط بالجنس، الفئة العمرية، والتخصص الأكاديمي. هذا يدل على تحقق الفرضية المتعلقة بوجود وعي وفهم بالمصطلح بين الطلبة، وإن كان بدرجات متفاوتة.

- **استخدام المصادر الإعلامية في الدراسة الجامعية**

تبين أن الطلبة يعتمدون بشكل ملحوظ على مصادر إعلامية متنوعة في دراستهم، خاصة المقالات الصحفية والنشرات الإخبارية، مع وجود تفاوت في الاستخدام حسب الجنس والمستوى الدراسي. هذا يدعم تحقق الفرضية التي تنص على وجود اعتماد فعلي على المصادر الإعلامية في العملية الدراسية.

- قدرة الطلبة على التمييز بين الأخبار الصحيحة والمغلوطة وممارسة التفكير النقدي

أظهرت النتائج أن معظم الطلبة يثقون في قدرتهم على التمييز بين الأخبار الصحيحة والمغلوطة ويمارسون التفكير النقدي بدرجات متفاوتة، مع تفوق نسبي لطلبة الإعلام والذكور. مع ذلك، لا تزال هناك ظاهرة مشاركة محتوى غير دقيق، مما يشير إلى

تحقق جزئي للفرضية وضرورة تعزيز مهارات التفكير النقدي وتقليل انتشار المعلومات المغلوطة.

- **تأثير الإعلام على التفكير والمواقف**

أكدت النتائج وجود تأثير واضح للإعلام على تفكير ومواقف الطلبة، مع وجود وعي نقدي لدى بعضهم تجاه هذا التأثير. هذا يدل على تحقق الفرضية التي تربط الإعلام بتشكيل المواقف والاتجاهات.

- **أهمية تدريس التربية الإعلامية وموعد إدراجها في المناهج**

أبدى أغلب الطلبة دعمًا قويًا لتدريس التربية الإعلامية، خاصة في التخصصات الإعلامية والمستويات الدراسية المتقدمة، مع تأييد واسع لبدء تدريسها منذ المراحل الابتدائية. هذا يعكس تحقق الفرضية المتعلقة بأهمية التربية الإعلامية وضرورة إدراجها مبكرًا في المناهج التعليمية.

- **تأثير متغيرات الجنس، العمر، التخصص، والمستوى الدراسي**

لوحظت فروقات واضحة في وعي وممارسات الطلبة الإعلامية بناءً على متغيرات الجنس، العمر، التخصص، والمستوى الدراسي، مما يؤكد تحقق الفرضية التي تنص على تأثير هذه المتغيرات على الوعي والممارسات الإعلامية.

الخلاصة

- تحققت جميع الفرضيات الأساسية للدراسة بدرجات متفاوتة، حيث تدعم النتائج وجود وعي نسبي جيد بمفهوم التربية الإعلامية، واعتماد الطلبة على المصادر الإعلامية في دراستهم، وممارسة التفكير النقدي مع الحاجة لتعزيزه. كما يظهر تأثير الإعلام على التفكير والمواقف، بالإضافة إلى اتفاق واسع على أهمية تدريس التربية الإعلامية وضرورة إدراجها مبكرًا في المناهج، مع تأثير واضح لمتغيرات الجنس، العمر، التخصص، والمستوى الدراسي على وعي وممارسات الطلبة.

التوصية:

تعزيز التربية الإعلامية ضمن المناهج الجامعية والمدرسية، مع مراعاة الفروق الفردية والاجتماعية، وتكثيف الجهود لتعزيز مهارات التفكير النقدي والتحقق من المعلومات لدى جميع الطلبة.

الخاتمة

الخاتمة :

في ختام هذه الدراسة، وبعد استعراض الأطر النظرية وتحليل المعطيات الميدانية، يتضح وجود وعي نسبي جيد بمصطلح التربية الإعلامية بين طلبة الطب وطلبة الإعلام، مع تفاوتات مرتبطة بالتخصص والجنس والعمر. وقد تحققت فرضيات الدراسة بدرجة متفاوتة. أظهرت النتائج أن طلبة الإعلام أكثر اطلاعًا وتفاعلاً مع مفاهيم التربية الإعلامية، في حين يعاني طلبة الطب من وعي غير ممنهج، مما يبرز الحاجة إلى تعزيز التكوين في هذا المجال.

تؤكد الدراسة الدور الحاسم للتخصصات والمناهج الجامعية في تشكيل مواقف الطلبة تجاه المحتوى الإعلامي، وتبرز أهمية دمج التربية الإعلامية في التكوين الجامعي لجميع التخصصات، نظرًا لأهمية المهارات المرتبطة بالتفكير النقدي والتحقق من المعلومات.

كما تؤكد النتائج أن الوعي الإعلامي يتشكل من خلال التفاعل الاجتماعي وسياقات التعلم، مما يستدعي اعتماد استراتيجيات تعليمية تراعي خصوصيات كل تخصص وتستثمر قدرات الطلبة على التحليل والنقاش.

بناءً على ذلك، توصي الدراسة بتوسيع مجالات تكوين الطلبة في مبادئ التربية الإعلامية، وتدريب الأساتذة على دمج هذه المفاهيم ضمن مقارباتهم البيداغوجية. كما تدعو إلى توسيع البحث ليشمل تخصصات أخرى، بهدف بناء رؤية شاملة تسهم في تطوير الجامعة الجزائرية كمجال حيوي للفكر النقدي والمواطنة الإعلامية.

إن تعزيز التربية الإعلامية لم يعد خيارًا تكميليًا، بل ضرورة تربوية ومجتمعية لبناء وعي طلابي ناقد ومسؤول في زمن الإعلام المتغير. ويطرح البحث سؤالًا مهمًا للدراسات المستقبلية: كيف يمكن تصميم مناهج تفاعلية في التربية الإعلامية تناسب مختلف التخصصات وتعزز الوعي النقدي المستدام؟

قائمة المصادر و المراجع

الكتب :

أ. العربية:

- أبو سليم، ع. (2014 .(*مدخل إلى الإعلام التربوي* .عمّان: دار المسيرة.
- أبو هيف، ع. (2002 .(*وسائل الإعلام والثقافة الجماهيرية* .القاهرة: دار الفكر العربي.
- جرادات، م. (2016 .(*التربية الإعلامية: المفهوم والتطبيقات* .عمّان: دار الشروق.
- عواد، ي. (2008 .(*الإعلام والتنشئة الاجتماعية* .بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر.
- كنعان، ف. (2010 .(*الوعي الإعلامي وتأثيره على الجمهور* .دمشق: دار الفكر.

ب. الأجنبية:

- Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge:PolityPress.
- Hobbs, R. (2011). *Digital and media literacy: Connecting culture and classroom*. Thousand Oaks, CA:Corwin.
- Kellner, D., & Share, J. (2019). *Teaching critical media literacy: Theory and practice*. New York: Routledge.

- Potter, W. J. (2016). *Media literacy* (8th ed.). ThousandOaks: SAGE Publication

المعاجم :

- جرجس، أ. (2015 .(*علم النفس الإدراكي* .القاهرة: دار الفكر العربي.
- شريف، ع. ق. (2009 .(*علم نفس النمو* .الجزائر: دار الكتاب الجامعي.
- بول، ر.، &إلدر، ل. (2008 .(*التفكير النقدي: دليل عملي* .دار النشر.

المقالات العلمية :

- أبو سنة، ن. ح. م. (2015). علاقة التعرض للصحف السعودية (الورقية والإلكترونية) بمستوى المعرفة بمرض كورونا .*جامعة الأزهر*.
- الحربي، ع. ب. ع. (2017). السلوك الإعلامي وعلاقته بالانتماء الوطني لدى الشباب السعودي: دراسة ميدانية .*المجلة العربية لعلوم الإعلام، جامعة الملك سعود*.
- السعدي، ن. (2021). التحقق من الأخبار في البيئة الرقمية: مدخل نظري وتطبيقي .*مجلة الباحث الإعلامي*، .(47)جامعة الجزائر 3.
- العبدالله، ف. (2019). المواطنة الرقمية وأثرها في تعزيز السلوك الأخلاقي لدى طلبة الجامعات .*مجلة العلوم التربوية والنفسية، جامعة الملك سعود*.

- الربيعة، ع. ب. ع. (2018). الثقافة الرقمية والوعي الاجتماعي. *المجلة السعودية للإعلام والاتصال*، (4)، 45.
- بلقاسي، ك. (2017). دور مناهج التعليم الجامعي في تحقيق التربية الإعلامية: دراسة استطلاعية لعينة من طلبة كلية الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3. *مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية*، 2(2)، 111– 134. https://search.shamaa.org/fullrecord?ID=129011
- بوشريط، س. (2021). دور التربية الإعلامية في تنمية التفكير النقدي لدى الشباب الجامعي. *مجلة دراسات إعلامية*، (11)، 87–104.
- دباش، س. (2018). التربية الإعلامية في المنظومة التربوية الجزائرية . *مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية*، 9(2)، 55–70.
- عبد العاطي مسلم، م. (2017). تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية. *مجلة المعرفة التربوية*، 5(9)، 167–190. https://jeed.journals.ekb.eg/article_290922.html
- لعسافين، ع. ع. (2018). الوعي المعلوماتي لدى طلاب كلية الإعلام بجامعة دمشق: دراسة ميدانية. *مجلة جامعة دمشق للآداب والعلوم الإنسانية*، 34(1)، 241–278. https://journal.damascusuniversity.edu.sy/index.php/humj/article/view/480
- محمد عبد الحميد، آ. س. (2003). التربية الإعلامية: تعليم فنون الإعلام وتنمية الحس الإعلامي لدى الطلاب. طنطا: دار مكتبة الإسراء.

- محمود، س. (2020). توظيف صحافة البيانات في تناول فيروس كورونا المستجد بالمواقع الإلكترونية العربية والعالمية: دراسة تحليلية .*جامعة الأزهر*.
- هجرس، ع. ر. (2020). التكوين الأكاديمي بين النظرية والممارسة .*مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة سطيف*، .(13)
- شنتوف، ف. الزهراء. (2022). الوعي الإعلامي لدى طلبة الجامعات الجزائرية: دراسة ميدانية .*مجلة علوم الإنسان والمجتمع*، (42)، –101 115.

المراجع باللغة الأجنبية :

- Aufderheide, P. (1993). Media literacy: A report of the National Leadership Conference on Media Literacy. *Media Literacy Journal*, 1(1), 1–8.
- Jeong, S.-H., Cho, H., & Hwang, Y. (2012). Media literacy interventions: A meta-analytic review. *Journal of Communication*, 62(3), 454–472.
- Kellner, D., & Share, J. (2007). Critical media literacy, democracy, and the reconstruction of education. In D. Macedo & S. R. Steinberg (Eds.), *Media literacy: A reader* (pp. 3–23). Peter Lang Publishing.

- Livingstone, S. (2012). Teaching and learning digital citizenship: A framework for educators. *Council of Europe*.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill.
- Mihailidis, P., & Thevenin, B. (2013). Media literacy as a core competency for engaged citizenship in participatory democracy. *American BehavioralScientist*, 57(11), 1611–1622.
- Share, J. (2010). *Media education and literacy*.
- Silverblatt, A. (2001). *Media literacy and communication*.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. *Council of Europe*.

المذكرات والرسائل الجامعية :

- حمد، ج. ح. (2015). *التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة ميدانية* (رسالة ماجستير). كلية التربية النوعية، جامعة المنيا، مصر.

- المرزوقي، ن. (2021). *فاعلية دورات التربية الإعلامية في تنمية مهارات التعامل مع المحتوى الرقمي في الأردن: دراسة ميدانية* (رسالة ماجستير). كلية الإعلام، جامعة الزرقاء، الأردن.
- منصوري، أ. (2019). *دور التربية الإعلامية في تعزيز المناعة الفكرية لدى الشباب الجامعي* (مذكرة ماجستير). جامعة الجزائر 3.
- نواري، ع. (2020). *دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الحضاري لدى الشباب الجزائري* (أطروحة دكتوراه). جامعة الجزائر 3.
- Alvermann, D. E. (2009). *Media literacy and adolescents: Current perspectives* (PhD Dissertation). University of Georgia.

المواقع الإلكترونية والتقارير :

- Arab Media & Society. (2025). إشكاليات وتحديات التناول الإعلامي للشأن الصحي في العالم العربي . https://www.arabmediasociety.com/إشكاليات-وتحديات-التناول-الإعلامي-لل/
- Center for Media Literacy. (2025). What is media literacy? https://www.medialit.org/media-literacy-definition-and-more
- Ministry of Education, Canada. (1989). *Media education guidelines*. Ottawa:Government of Canada.

- The Newsom Report. (1963). *Half our future*. المجلس الاستشاري المركزي للتعليم، إنجلترا.
- اليونسكو. (2025). *التربية الإعلامية والمعلوماتية* . https://ar.unesco.org/themes/media-and-information-literacy
- منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو). (1999). *مؤتمر فيينا الدولي للتربية الإعلامية* . https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000140735_a
- منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو). (2002). *أدوات تدريب لتطوير المناهج الدراسية: الحقيبة المرجعية* . https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000222796_ar
- منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو). (2025). *Media and Information Literacy*. https://www.unesco.org/en/media-information-literacy
- معهد Aspen Media Literacy Leadership. (1992). *Media literacy: A report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. واشنطن، الولايات المتحدة.
- نظرية فيجوتسكي في النمو المعرفي. بوابة الصحة النفسية . https://psyencharge.com/نظريّة-فيجوتسكي-في-النمو-المعرفي/
- مفهوم "منطقة التنمية القريبة" عند فيجوتسكي. أثارة . https://atharah.net/the-zone-of-proximal-devel

دليل مقابلة مع الأستاذة فاطمة طايبي :

تأتي هذه المقابلة في إطار دراسة تهدف إلى استكشاف مفهوم التربية الإعلامية وأهميتها في التكوين الأكاديمي والإعلامي، خاصة في ظل التحديات الراهنة التي تواجه إنتاج وتلقي المضامين الإعلامية. الأستاذة فاطمة طايبي، أستاذة في المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، تمثل مرجعًا علميًا رائدًا في هذا المجال، حيث تساهم بخبرتها في توضيح الآليات والمهارات اللازمة لتعزيز الوعي الإعلامي وتنمية الحس النقدي لدى الطلبة والمهنيين. تهدف هذه المقابلة إلى جمع رؤى معمقة حول دور التربية الإعلامية في بناء مجتمع واعٍ قادر على التعامل بفعالية مع المعلومات الإعلامية، بالإضافة إلى استكشاف الاستراتيجيات المقترحة لتطوير هذا المجال في الجزائر.

المحور 1: المفاهيم الأساسية والتعريفات

1. **معرفتك بمصطلح التربية الإعلامية :**

التربية الإعلامية من المفاهيم التي أصبحت تستخدم بكثرة من أجل مجابهة التحديات الراهنة فيما يتعلق بإنتاج و تلقي المضامين الإعلامية. أقرّتها منظمة اليونيسكو و تسعى لتجسيدها من خلال برامج و نشاطات عديدة و خاصة في السنوات الأخيرة.

2. ماهية التربية الإعلامية من وجهة نظرك :

هي مجموعة الآليات و المهارات التي يتوجب على الأفراد التحلي بها من أجل فهم و تحليلو انتقاء المضامين الإعلامية .فهي تعمل على تنمية حسهم النقدي و التحليلي في تعاملهم مع وسائل الإعلام.

المحور 2: الوعي الإعلامي والتفكير النقدي

- **ضرورة التربية الاعلامية في التكوين الأكاديمي الإعلامي من أجل الحصول على فرد فاعل نقدي وواعي**

بالتأكيد، ضرويةو الدليل على مستوى مدرستنا يحتوي منهاج التكوين على مادة التربية الإعلامية .

- بالنسبة إليك، كيف يمكن جعل الطلبة أكثر وعيًا مع المضامين الإعلامية والتعامل معها بمسؤولية؟

يكون ذلك بتلقينهم أسس التحليل النقدي لوسائل الإعلام، بالإضافة إلى التعرف إلى الأبعاد الأيديولوجية و الدعائية التي أصبحت تميز الصناعة الإعلامية في الوقت الراهن.

تزويدهم بزاد معرفي نظريو تطبيقي للتمكن من تفكيك الرسائل المبطنة و المعلومات المزيفة في زمن التزييف و الأخبار المغلوطة.

- **هل توجد أدوات منهجية لتحليل الرسائل الإعلامية؟ اذكرها.**
- بطبيعة الحال: التحليل النقدي لوسائل الإعلام ، تحليل المحتوى الإعلامي، مقاربة التحليل السميولوجي، المقاربة الجيوسياسية، ...الخ

المحور 3: دور التكوين الأكاديمي والمؤسسات

- **هل تظن أن التربية الإعلامية يجب أن تكون جزءًا من الاستراتيجية الموجودة في الجزائر؟**
- نعم بالتأكيد
- **هل تظن أنه يجب أن يكون هناك تعاون واسع بين المؤسسات الأكاديمية والأسر والفاعلين في المجال الإعلامي؟**

- إن التربية الإعلامية و فعاليتها في المجتمع تكون بتظافر جهود جميع الفاعلين: مسؤولين، وسائل الإعلام، الأسرة الأكاديمية، الخ

المحور 4: تأثير التربية الإعلامية على السلوك

- **هل تظن أن الثقافة الإعلامية تساعد في تقليل انتشار الأخبار الكاذبة؟**
- نعم بالتأكيد، للثقافة الإعلامية أهمية كبيرة في الحرص على تبادل المعلومات الصحيحة و يعد ذلك أحد ركائز استقرار المجتمع و ازدهاره
- **هل تظن أنه من أجل تقليل نشر الأخبار الكاذبة يجب أن يكون الشخص مثقفًا إعلاميًا؟**
- الثقافة الإعلامية ضرورية لحماية المجتمع و الحفاظ على تماسكه و التناسق بين مؤسساته

المحور 5: مقترحات تطويرية واستراتيجية

- **ما هي الاستراتيجيات التي تقترحها لتعزيز الوعي الإعلامي لدى طلبة الإعلام؟**
- تنمية الحس النقدي و التحليلي.
- كثرة المطالعة و متابعة الدراسات و البحوث الإعلامية الراهنة
- التحكم في آليات تحليل الخطاب الإعلامي
- مقارنة مصادر المعلومات لفهم طرق المعالجة الإعلامية le recoupement des informations
- القيام بتربصات ميدانية في وسائل الإعلام لمعرفة كيفية التحقق من الأخبار fact-checking
- المشاركة في الورشات التطبيقية لدعم معارفهم في أخلاقيات الصحافة و كيفية التعامل مع المصادر المشبوهة .

دليل المقابلة مع الطبيبة بسطالعقيلة :

تُجرى هذه المقابلة مع الطبيبة بسطال عقيلة، طبيبة عامة في الإقامة الجامعية للبنات دالي إبراهيم، في إطار دراسة تهدف إلى فهم دور التربية الإعلامية وتأثيرها على الوعي الصحي والسلوكي لدى الطلبة الجامعيات. تمثل الطبيبة بسطال مصدرًا مهمًا للمعلومات العملية والطبية، حيث تتفاعل يوميًا مع شريحة واسعة من الطالبات، مما يتيح لها رؤية مباشرة لتأثير الإعلام والمعلومات الصحية على سلوكهن ومواقفهن. تهدف المقابلة إلى استجلاء وجهات نظرها حول أهمية الثقافة الإعلامية في المجال الطبي، وكيف يمكن تعزيز التربية الإعلامية لتطوير مهارات التفكير النقدي والوعي الصحي لدى الطلبة، بالإضافة إلى اقتراح استراتيجيات فعالة لمواجهة تحديات المعلومات المغلوطة والأخبار الكاذبة في الوسط الجامعي.

المحور الأول: المفاهيم الأساسية والتعريفات

01. معرفتك بمصطلح التربية الإعلامية :

لم أسمع بالمصطلح من قبل.

02. ماهية التربية الإعلامية من وجهة نظرك :

هي تربية مرتبطة بالإنفورماتيكا تهدف لتعليم التعامل الصحيح مع المعلومات الرقمية.

المحور الثاني: الوعي الإعلامي والتفكير النقدي

03. هل تظن أن التربية الإعلامية عامل أساسي لتحفيز تفكير نقدي مستدام لدى الطلبة في المجال الطبي؟

نعم، هي عامل أساسي لتحفيز التفكير النقدي المستدام.

04. هل توجد أدوات منهجية لتحليل الرسائل الإعلامية الطبية؟ اذكرها إن وجدت.

نعم، تشمل التحليل الإحصائي، التحليل النقدي للمحتوى، استخدام الإنفوجرافيك، ونماذج تحليلية متخصصة.

المحور الثالث: دور التكوين الأكاديمي والمؤسسات

05. هل تدرس التربية الإعلامية ضمن المناهج الطبية؟ وكيف يمكن تطويرها؟

لم أدرس التربية الإعلامية ضمن المناهج حتى الآن.

06. هل تظن أنه يجب أن يكون هناك تعاون واسع بين المؤسسات الأكاديمية والأسر والفاعلين في المجال الإعلامي؟

نعم، التعاون ضروري لتعزيز التربية الإعلامية بشكل فعّال.

المحور الرابع: تأثير التربية الإعلامية على السلوك

07. هل تؤثر التربية الإعلامية على سلوك الطلبة في التعامل مع المعلومات الطبية؟

نعم، تؤثر إيجابيًا على مهارات النقد والتحليل وسلوك الطلبة.

المحور الخامس: مقترحات تطويرية واستراتيجية

ما هي الخطوات التي تقترحها لتعزيز الوعي الإعلامي الصحي لدى الطلبة؟ إدراج التربية الإعلامية في المناهج الطبية وتدريسها بواسطة أهل الاختصاص

فهرس المحتويات :

الإهداء

الشكر

مقدمة

Erreur ! Signet non défini. .....

الإطار المنهجي للدراسة 2

خطة الإطار النظري 3-4

إشكالية الدراسة 5

أهمية الدراسة 6

أسباب إختيار الموضوع 7

أهداف الدراسة 8

منهج و أدوات الدراسة 15-17

الفصل الأول : الأسس النظرية للتربية الإعلامية

تمهيد 28

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للتربية الإعلامية..... 29-37

المبحث الثاني: أهمية التربية الإعلامية في البيئة الرقمية..... 37-42

خلاصة الفصل الأول..... 42

الفصل الثاني : التربية الإعلامية في التخصصات الأكاديمية – الطب والإعلام

تمهيد..... 43

المبحث الأول: التربية الإعلامية في التكوين الطبي..... 44-56

المبحث الثاني: التربية الإعلامية في ميدان الإعلام والاتصال..... 56-63

خلاصة الفصل الثاني.....63

الفصل الثالث: التربية الإعلامية والوعي الطلابي

تمهيد..... 64

المبحث الأول: التأثيرات السلوكية والمعرفية للتربية الإعلامية..... 65-72

المبحث الثاني: الوعي الإعلامي والتحصيل العلمي.....72-80

خلاصة الفصل الثالث 81

الجانب التطبيقي :

الجداول البسيطة : 84-129

الجداول المركبة :.....129-165

نتائج الدراسة.....167-166

التوصيات.....167

الخاتمة 173

قائمة المصادر و المراجع 175-185