

البحث الثامن

"دور الجامعة فى تعزيز التربية الإعلامية لطلابها فى ضوء تداعيات الإعلام الجديد"

إعداد

أ.د/ أيمن مصطفى عبد القادر	أ.د/ دعاء محمد أحمد
أستاذ مناهج وطرق تدريس الرياضيات-والقائم	أستاذ أصول التربية
بعمل عميد كلية التربية _ جامعة مطروح	كلية التربية _ جامعة الأسكندرية

د/ محمود أحمد مبروك
مدرس أصول التربية
كلية التربية _ جامعة مطروح

أ/ نهلة فهمى محمود المرسي
مدرس مساعد _ قسم أصول التربية
كلية التربية _ جامعة مطروح

1447هـ - 2025م

دور الجامعة في تعزيز التربية الإعلامية لطلابها في ضوء تداعيات الإعلام الجديد المستخلص:-

تُعَدُّ التربيةُ الإعلاميةُ ضرورةً ملحةً في ظل التحوُّلات المُتسارعة التي يشهدها العصرُ الرقميُّ، خصوصًا داخل مؤسسات التعليم العالي، إذ تهدف إلى تنمية الثقافة الإعلامية للشباب، وحماية الشباب من تأثيرات وانعكاسات الرسائل السلبية المَبثوثة عبر الإنترنت والإعلام الجديد، كآلية تضع ضوابطَ تعملُ على ترشيد استخدام الإعلام الجديد والحدِّ من تأثيراته السلبية في الحياة اليومية، وتهدف هذه الدراسة إلى مناقشة الدور الذي ينبغي أن تضطلع به الجامعة في تعزيز التربية الإعلامية، انطلاقًا من كونها مؤسسة تربية تهدف إلى خدمة المجتمع وتنميته، وبالنظر إلى التحديات التي أفرزها الإعلام الرقمي كانتشار المعلومات المضللة، وغياب التفكير النقدي، وضعف الوعي الإعلامي لدى الشباب الجامعي، اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في تناول المفاهيم النظرية المرتبطة بالتربية الإعلامية والإعلام الجديد، وتقديم مجموعة من المقترحات العملية التي يمكن أن تسهم في دمج التربية الإعلامية ضمن السياسات والبرامج الجامعية، وتوصلت الدراسة إلى أهمية إدماج مفاهيم التربية الإعلامية في المناهج الجامعية، وتنظيم أنشطة وورش عمل تدريبية للطلاب وأعضاء هيئة التدريس، وتفعيل الشراكة بين الجامعة والمجتمع لتعزيز الثقافة الإعلامية الواعية. كما أكدت على ضرورة وجود إرادة مؤسسية واضحة لدعم هذا التوجه من خلال خطط استراتيجية وتنسيق بين التخصصات الأكاديمية المختلفة.

الكلمات المفتاحية:-

الإعلام الجديد- التربية الإعلامية- الثقافة الإعلامية- طلاب الجامعة.

The role of the university in promoting media education for its students in light of the repercussions of new media

Abstract:–

Media literacy is an urgent necessity in light of the rapid transformations witnessed in the digital age, especially within higher education institutions. It aims to develop the media culture of youth and protect them from the effects and repercussions of negative messages broadcast via the Internet and new media, as a mechanism that establishes controls that work to rationalize the use of new media and limit its negative effects on daily life. This study aims to discuss the role that the university should play in promoting media literacy, based on its status as a central educational and training institution. In light of the challenges created by digital media, such as the spread of misleading information, the absence of critical thinking, and the weak media awareness among university youth, the study adopted the descriptive and analytical approach to address the theoretical concepts related to media literacy and new media, and to present a set of practical proposals that can contribute to integrating media literacy into university policies and programs. The study concluded the importance of integrating media literacy concepts into university curricula, organizing training activities and workshops for students and faculty members, and activating the partnership between the university and the community. To promote a conscious media culture, she also emphasized the need for a clear institutional will to support this trend through strategic plans and coordination between various academic disciplines.

Keywords:-

New media - media education - media literacy - university students.

مقدمة:-

يَتَسَمُّ العالم اليوم بالتغيُّر السَّريع الناتج عن التَّأثُّر بالمُسْتَجِدَّات والتَّغْيِرات العالمية والمحلية، كنتيجة لما أحدثته ثورة المعلومات والاتصالات، والتي أكسبت حياتنا طابعاً رقمياً يسيطر عليه الفضاء الإلكتروني، ولربما كان لهذا التغيُّر أثره الملموس على منظومة القيم السائدة في كل مجتمع؛ فقد شهدت مجتمعاتنا في الوقت الرَّاهن تغيُّراً ملحوظاً في منظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية، والذي لامس بشكل أو بآخر كافَّة جوانب الحياة اليومية؛ نظراً لما تبثُّه هذه الثَّورة من ثقافاتٍ مختلفةٍ تحمل في طياتها الكثير من القيم والأفكار المتباينة والمُهدِّدة لقيم وثقافة المُجتمع المصري.

فقد أصبح الفرد أكثر ارتباطاً بالعالم الافتراضي في مختلف شؤون حياته، من التعليم والثقافة إلى السياسة والاقتصاد؛ مما حرَّره من قيود الزمان والمكان، وساهم في تغيُّر واضح في منظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية في المجتمع المصري، وهي تغيُّرات يمكن رصدها بوضوح من خلال منصات التَّواصل الاجتماعي؛ حيث تنتشر المعلومات المُضلِّلة، وتوجَّه الإساءة إلى أشخاص ومؤسسات، وتُمارَس أشكالٌ من التهديد والتَّشهير؛ فضلاً عن صُعود تيارات فكرية مُتطرِّفة، وكلها ممارسات تُهدِّد تماسك المُجتمع واستقراره. (الرفاعي، 2021، 2076)

وفي ظل هذا الانتشار الواسع؛ بات من الملحوظ ظهور العديد من مخاطر الإعلام الجديد، لاسيما بين فئة الشباب؛ حيث أكَّدت دراسة (Al-Menayes, 2015, 86) أن نسبةً كبيرةً من الطلاب الجامعيين يعانون من الإدمان الرقمي، وأن لذلك تأثيراً مباشراً على علاقاتهم الاجتماعية وأدائهم الأكاديمي، وأشارت دراسة (Ahn & Jung, 2016, 1236) إلى أن الاستخدام المكثف للمنصات الرقمية يُسهم في تراجع مهارات التفكير النقدي، ويحدُّ من التفاعل داخل القاعات الدراسية، كما أوضحت دراسة (Pellegrino, Alessandro and Veera, 2022) إلى ربط عدد متزايد من الدراسات استخدام وسائل الإعلام الجديد بالعواقب السلبية على الصحة العقلية، مثل الانتحار والشُّعور بالوحدة والقلق.

ولذلك تحتاج المجتمعات إلى آليَّة يُمكن من خلالها تعظيم الاستفادة من وسائل الإعلام الجديد وما تتيحه من معارف ومعلومات من جهة، وتنمية وعي أفراد المُجتمع بجميع الفئات لكيفية التعامل مع

المحتوى الإعلامي وصياغة محتوى إعلامي هادف لا يخرج عن قيم وتقاليد المجتمع وقوانينه، وينم عن مواطنة مسؤولة في ظل عالم افتراضي لا يخضع لأية قيود زمانية ومكانية من جهة أخرى.

ومن هنا تعدُّ التربية الإعلامية ضرورة ملحة في ظل التحوّلات المتسارعة التي يشهدها العصر الرقمي، إذ تهدف إلى تنمية الثقافة الإعلامية للشباب، وحماية الشباب من تأثيرات وانعكاسات الرسائل السلبية المَبثوثة عبر الإنترنت والإعلام الجديد، كآلية تضع ضوابط تعمل على ترشيد استخدام الإعلام الجديد والحدّ من تأثيراته السلبية في الحياة اليومية، ولتمكين الطلاب من تمييز طبيعة وتأثيرات المضامين الإعلامية، فكفايات التربية الإعلامية تمنح الطالب ذهنًا متفتحًا ووصولًا أفضل للكيفية التي تشكّل بها وسائل الإعلام المختلفة إدراكهم، فضلًا عن ترسيخ روح المواطنة الفاعلة التي من شأنها إعداد طالب مثقف يستطيع التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة، وتمكّنه من معرفة كيفية عمل وسائل الإعلام الجديد ومهاراته وإنتاج مواد ومضامين إعلامية، وتنمّي الميول والاتجاهات لديهم. (فلاك، 2017، 1664

Ying Shin, 2019.469)

وعليه؛ وفي ظلّ التحوّلات الرقمية المتسارعة، أوصت العديد من الدراسات بتفعيل دور الجامعة في التربية الإعلامية لطلابها؛ فالجامعة لها دورًا مهمًا في تعزيز التربية الإعلامية كمؤسسة تربوية وأكاديمية تُسهم في تنمية المجتمع؛ فالتربية الإعلامية تُعدُّ أداة استراتيجية يمكن تفعيلها من قبل الجامعات لرفع مستوى وعي الطلاب، ونشر الثقافة الإعلامية وتعزيز الوعي المجتمعي للتطورات التكنولوجية والمعلوماتية، وخفض حدة الانعكاسات السلبية لاستخدامات وسائل الإعلام الجديد، والتي قد تُهدّد استقرار بنية المجتمع وما ينتهجه من معايير. (Garcia, 2014, 15، Al-Omari, 2021, 42)

أولاً: مشكلة الدراسة وتساولاتها:-

شهد العصر الراهن تطوراتٍ متسارعة في مجال الإعلام الجديد؛ حيث أصبح الإعلام الجديد بمختلف وسائله منصّة أساسية لتشكيل الرأي العام والتأثير على سلوك الأفراد؛ لا سيما فئة الشباب الجامعي، الذي يُعتبر الإعلام الجديد جزءًا لا يتجزأ من حياتهم، وتشير الشواهد إلى الانتشار الواسع وكثرة استخدامهم لهذه الوسائل بشكل يومي، سواءً لأغراض ترفيهية أو تعليمية أو اجتماعية، وهو ما أكدته نتائج العديد من الدراسات ومنها :-دراسة(مختار جلولي، 2015) التي أكدت أن كثرة الاستخدام

يكون على حساب العلاقات الاجتماعية مع العائلة، والجماعات المرجعية الأخرى مما يضعف الانتماء العائلى والاجتماعي، ودراسة (ميمى توفيق، 2018) والتي أشارت إلى استخدام وسائل الإعلام الجديدة (شبكات التواصل الاجتماعي وتويتر ويوتيوب، وغيرها) لنشر المعتقدات والأفكار المتطرفة، سواء الدينية أم السياسية أم العنصرية مما ينعكس على المجتمع بالسلب بانتشار التعصب والانحياز الأخلاقي والقيمي، ودراسة (هبة السيد، 2022) التي توصلت إلى أن زيادة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي يزيد من الشعور بالاغتراب والعزلة الاجتماعية.

وعليه؛ وفي ظلّ التحوّلات الرقمية المُتسارعة، تكتسب الجامعة دورًا مهمًا في تعزيز التربية الإعلامية كمؤسسة تربوية وأكاديمية تُسهم في تنمية المجتمع؛ فالتربية الإعلامية تُعدّ أداةً استراتيجية يمكن تفعيلها من قبل الجامعات لرفع مستوى وعي الطلاب، ونشر الثقافة الإعلامية وتعزيز الوعي المجتمعي للتطورات التكنولوجية والمعلوماتية، وخفض حدّة الانعكاسات السلبية لاستخدامات وسائل الإعلام الجديد، والتي قد تُهدّد استقرار بنية المجتمع وما ينتهجه من معايير.

ومن ثم؛ تسعى الدراسة الحالية للإجابة عن التساؤلات التالية:

- 1- ما الإعلام الجديد وخصائصه ومظاهره وتطبيقاته؟
- 2- ما التداعيات الإيجابية والسلبية للإعلام الجديد؟
- 3- ما التربية الإعلامية وأهميتها ومبادئها والأسس المنهجية التي تقوم عليها؟
- 4- ما دور الجامعة فى التربية الإعلامية لطلابها؟

ثانيًا: أهداف الدراسة:

تستهدف الدراسة الحالية تحقيق الأهداف التالية:-

- التعرف على مفهوم الإعلام الجديد وخصائصه ومظاهره وتطبيقاته.
- تحديد التداعيات الإيجابية والسلبية للإعلام الجديد.
- تأصيل مفهوم التربية الإعلامية وأهميتها ومبادئها والأسس المنهجية التي تقوم عليها.
- إبراز دور الجامعة فى التربية الإعلامية لطلابها فى ضوء تداعيات الإعلام الجديد.

ثالثاً: أهمية الدراسة:

1- الأهمية النظرية:

- دمج التخصصات المتداخلة؛ حيث تبرز أهمية الدراسة في الربط بين علوم الإعلام، وعلوم التربية، والاتصال الرقمي؛ ما يعزز التكامل بين التخصصات، ويساهم في تأسيس رؤية متعددة الأبعاد.
- إعادة تعريف دور الجامعة؛ حيث تساعد الدراسة في توسيع مفهوم دور الجامعة من مجرد مؤسسة تعليمية إلى كيان فعال في تشكيل الوعي الإعلامي والثقافي، بما يعزز مسؤوليتها المجتمعية تجاه طلابها والمجتمع ككل.
- تأصيل مفهوم التربية الإعلامية أكاديمياً؛ حيث تساهم في إدماج التربية الإعلامية ضمن الإطار النظري للمناهج الجامعية، بوصفها علماً متعدد التخصصات، يجمع بين الإعلام، والتربية، والتقنيات الرقمية، وعلوم الاجتماع.
- توفر الدراسة فرصة لإعادة صياغة المفاهيم المرتبطة بالتعليم الجامعي والتربية الإعلامية، بما يتناسب مع خصائص الإعلام الجديد وتداعياته على المتعلم والمجتمع.

2- الأهمية التطبيقية:

- تدعم صانعي القرار: حيث يمكن الاستفادة منها في تطوير السياسات التعليمية والإعلامية، وإدراج التربية الإعلامية في المناهج الجامعية بشكل منهجي ومؤسسي.
- تحقيق التكامل بين المؤسسات الأكاديمية والمجتمع: من خلال تعزيز دور الجامعة كمؤسسة فاعلة في التوعية الإعلامية، وتقديم نموذج يمكن تعميمه على باقي المؤسسات التعليمية، لتحقيق التأثير المجتمعي الإيجابي.

- رابعاً: منهج الدراسة وإجراءاتها:

- في ضوء مشكلة الدراسة وطبيعتها والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي والمنهج التاريخي من خلال الخطوات الآتية:-
- تحليل الأدبيات والدراسات والبحوث السابقة حول مفهوم الإعلام الجديد وخصائصه وتطبيقاته والتربية الإعلامية وأهميتها وأهدافها.

- إبراز دور الجامعة في التربية الإعلامية لطلابها في ضوء تداعيات الإعلام الجديد.

- **خامساً: مُصطلحات الدراسة:**

1- الإعلام الجديد New media:

- **ويعرّف بأنه:** إعلام متعدد الوسائط (Multimedia) ويعني أن المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من

النص والصورة والفيديو؛ مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيراً، هذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم

إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني. (عيساني، 2013، 55)

- **ويمكن تعريف الإعلام الجديد إجرائياً:** بأنه إعلام رقمي يعتمد على وسائط إلكترونية مرئية ومسموعة

ومكتوبة، اقترنت في وجودها بالتكنولوجيا الحديثة واستخدام الإنترنت ومنها الفيسبوك واليوتيوب وتويتر

وإنستجرام وغيرها.

2- التربية الإعلامية Media education:

- عُرِفَتْ بأنها "عملية تتضمن مهارات إنتاج الرسائل الإعلامية وتمكين المتعلمين من التعبير عن أنفسهم

من خلال وسائل الإعلام". (غلاب، 2016، أونلاين)

- **وتُعرّف التربية الإعلامية إجرائياً:** "عملية تستهدف تمكين الطلاب من التعامل الإيجابي مع وسائل الإعلام

الجديد، من خلال إكسابهم المعارف والمهارات والقيم التي تؤهلهم لذلك".

- **مخطط الدراسة :**

- سارت الدراسة وفق المحاور والعناصر التالية :

- المحور الأول: الإعلام الجديد (الماهية -النشأة والتطور).

- المحور الثاني: تداعيات الإعلام الجديد.

- المحور الثالث: التربية الإعلامية لطلاب الجامعة.

- المحور الرابع:- دور الجامعة في التربية الإعلامية لطلابها (الآليات -التحديات).

وفيما يلي تناول ماسبق

المحور الأول: الإعلام الجديد (الماهية -النشأة والتطور):-

أولاً: الإعلام الجديد المفهوم والنشأة والتطور:-

شهد القرن التاسع عشر معالم ثورة وسائل الإعلام والاتصال التي اكتمل نموها في النصف الأول من القرن العشرين؛ حيث ظهر عددٌ كبيرٌ من وسائل الاتصال استجابةً لعلاج بعض المشكلات الناجمة عن الثورة الصناعية؛ مثل زيادة الطلب على المواد الخام، والتوسع في فتح أسواق جديدة خارج الحدود، والحاجة إلى استكشاف أساليب سريعة لتبادل المعلومات التجارية؛ وبالتالي أصبحت الأساليب التقليدية للاتصال لا تلبي التطورات الضخمة التي يشهدها المجتمع الصناعي. (مكاوي، 2017، 103)

فقد بدأ تاريخ الإنترنت في خمسينيات وستينيات القرن العشرين بتطوير الحاسوب، ولكن لم يتم الاعتماد عليه كأداة تجارية ووسيلة اتصالات على نطاق واسع حتى بداية التسعينات؛ فقد استغرق الإنترنت وقتاً طويلاً كي يصبح جزءاً مهماً من عالم التجارة، وكانت بداية الإنترنت في نهاية الستينات كشبكة للبحوث والدفاع في الولايات المتحدة عام ١٩٦٩م تحت اسم ARPANET، وكانت آنذاك ترتبط بخدمات مراكز حساسة في الجيش بحواسيب مراكز البحوث والعلماء، لإيجاد شبكة اتصالات تستمر في الوجود حتى في حالة الهجوم النووي، وكانت تلك الأبحاث بمثابة العمود الفقري للبنية التحتية لشبكة المعلومات العالمية المسماة بالإنترنت والتي ظهرت عام ١٩٨٥م كأداة تجارية. (الليمي، 2011، 22).

وتزامناً مع التطور الهائل في شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت)؛ ظهرت فكرة البريد الإلكتروني، وقام راي توملينسون Ray Tomlinson بإرسال أول رسالة عبره عام 1971، كما ظهر أول "سبام" إيميل (غير مرغوب به) على شبكة الإنترنت العالمية "أربانت"، في 3 مايو عام 1979 عندما أرسل إلى 393 مستخدم، وأطلق أول ويب أو نظام يعمل على ترابط المستندات ببعضها البعض شبكة الويب العالمية يوم 6 أغسطس عام 1991، كما نشر تيم بيرنرز لي Tim Berners-Lee ؛ مخترع الشبكة العنكبوتية العالمية الصورة الأولى على الإنترنت، ونشر أول إعلان ترويجي على الإنترنت في أكتوبر 1994، على موقع Hot Wired.com ؛ حيث رُوِّج ل 7 متاحف فنية برعاية AT&T، ونُطِّقَت أولُ جملة على موقع سكايب، في أبريل عام 2003 في أستراليا، وذلك من قبل أحد أعضاء فريق التطوير، كما أنشئ أول حساب شخصي على موقع فيسبوك من قبل مارك زوكربيرغ Mark Zuckerberg، وكان (آري هاسيت أول المنضمين إلى الموقع من غير المؤسسين)، ونشر أول فيديو على يوتيوب من قبل المؤسس المشارك، جاوید كريم، وكان ذلك في 23 أبريل 2005؛ حيث شُهِد من قبل 10 ملايين

متابع تقريبًا، وكتب المؤسس المشارك في موقع تويتر (جاك دورسي) أول تغريدة في 21 مارس عام 2006. (طبي، 2020، 21)

وبذلك ارتبط ظهور الإعلام الجديد ليشمل مواقع التواصل الاجتماعي والمجلات الإلكترونية وغيرها بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ومن ناحية أخرى؛ ارتبط بالثورة في مجال الويب من الجيل الأول الذي كان يركز في النشر والمعلومة بصورة أساسية إلى الجيل الثاني وهو المعتمد على المشاركة في المواد الإعلامية كافة، والجيل الثالث الذي يركز في إمكانيات العالم الافتراضي والبث الحي المباشر وكذلك إمكانية التعلم غير النظامي عبر الإنترنت والوسائط الاجتماعية. (كنعان، 2015، 5)

وفي ضوء ما سبق؛ يتضح أن الثورة الهائلة في وسائل الإعلام والاتصال قد مرت بالكثير من المراحل، وفي كل مرحلة قدمت وسيلة يمكن من خلالها إحداث تغيير كبير في الفكر الإنساني، وفي بنية المجتمع وتطوره الحضاري، كما أظهرت هذه الثورة أن تطوّر وسائل الإعلام لم يحدث بصورة مفاجئة، بل هي مراحل تدريجية شهدت تطورات مناسبة لاحتياجاتها ومتطلباتها؛ فالمجتمع يتغير باستمرار، وبصورة يصعب معها تحديد أيّ التغييرات هي الأكثر أهمية؛ ففي أحد الفترات كان دخول الجريدة والراديو والتلفزيون يمثل تغييرًا في المشهد الإعلامي هائلًا ووسيلة للاتصال والإعلام جديدة لم يشهدها المجتمع حينها من قبل؛ مما يعنى أن كل مرحلة جديدة في عالم الإعلام والاتصال سيشهد ميلاد وسائل جديدة مناسبة لاحتياجاته وفي ضوء ما أحرزه من تقدّم في هذا المجال.

ثانيًا: مفهوم الإعلام الجديد:-

- الإعلام الجديد هو مصطلح حديث يتضاد مع الإعلام التقليدي القديم ولم يتم الاتفاق على تعريف محدّد للإعلام الجديد؛ وذلك لأن صورة الإعلام الجديد لم تتبلور بعد بشكل واضح ومحدّد، يُضاف إلى ذلك أنه لا يمكن الجزم على بقاء الإعلام الجديد على صورته الحالية؛ لأن التكنولوجيا الحديثة وثورة المعلومات قد تأتي بما هو أكثر جدّة وحادثة عما هو عليه الإعلام الآن، لذلك تمحورت جميع التعريفات حول الآليات المتبعة والمُستخدمة في الإعلام عمومًا. (الشمالية وآخرون، 2014، 19)

- كما أنه يشير إلى "حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المُستحدثة عن التقليدية خاصّة فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية Individuality والتخصيص Customization وهما تأتّيان نتيجة ميزة رئيسة هي التفاعليّة". (عيساني، 2013، 54)

- ويعرّفه قاموس الكمبيوتر عبر مدخلين هما (عيساني، 2013، 52):-

أ. الإعلام الجديد هو "جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والإنترنت، وهو يدلّ كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة فضلاً عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق ويخدم أيّ نوع من أنواع الكمبيوتر على نحوٍ ما تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي؛ إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو في الوقت الذي يمكن أيضاً معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كمبيوتر".

ب. المفهوم يشير أيضاً إلى "الطرق الجديدة للاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمّع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات وهي بيئة تسمح للأفراد والجماعات بإسماع صوته وصوت مجتمعهم إلى العالم أجمع".

ثالثاً:- خصائص الإعلام الجديد:

ينفرد الإعلام الجديد بالعديد من الخصائص؛ ويمكن توضيحها على النحو التالي (عاصم، 2020، 44، القعازي، 2018، 35):

أ. التفاعليّة: حيث المشاركة الفعّالة للأفراد؛ ومن ثمّ يجعل الفرد مساهماً بدرجة كبيرة في صناعة الأخبار وتشكيل الرأي العام.

ب. تقليل التكاليف: حيث ساهمت وسائل الإعلام الجديدة في تخفيض نفقات الإنتاج الإعلامي واستبدالها بأجهزة كالهواتف المحمولة والتابلت.

ج. السهولة والتفاعليّة: حيث أصبح لدى الفرد القدرة على التعبير بشكل سريع، ربما يصل الأمر إلى بضع دقائق أو ثوان وأصبحت هناك إمكانية لإجراء استطلاعات الرأي العام عبر الوسائل الحديثة.

د. إعلام عابرٌ للحدود واللغات والثقافات (افتراضي): حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة؛ فقد أدت التكنولوجيا الحديثة إلى نشأة مجتمعات افتراضية بشكل لا يمكن تقييده، وكان لذلك أثره على تفكير الأفراد والجماعات، وأصبحت المسافات والحدود الجغرافية مجرد خطوط وهمية غير قادرة على إيقاف هذا الغزو التكنولوجي الافتراضي.

ه. اللاتزامنية والتزامنية: حيث يمكن إرسال واستقبال الرسائل والمعلومات دون التقيد أو الالتزام بوقت معين، والتزامنية حيث تتجلى هذه الخاصية في الأنماط الاتصالية العديدة على الشبكة كالتخاطب الفوري chating؛ حيث يمكن المستخدم من التّحاور مع كاتبه أو إرسال رسالة إليه وانتظار الرد عليه فوراً وهذا يُعطي تفاعلاً كبيراً للعملية الاتصالية.

و. تعدّد مصادر المعلومات: فلم تعدّ المعلومة حكرًا على مصدرٍ مُعيّن، بل أصبح للمعلومة الواحدة أو الخبر الواحد أكثر من مصدر في آنٍ واحدٍ، وهذا أنشأ مزيداً من الالتباس حول أصل المعلومة الحقيقي أو المصدر الأولي.

ز. الحركة والمرونة: حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسب المتنقل، وحاسب الإنترنت، والهاتف الجوال، بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية.

ح. اندماج الوسائط: في الإعلام الجديد؛ يتم استخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص والصوت والصورة الثابتة، والصورة المتحركة، والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد... إلخ.

ط. الانتباه والتّركيز: نظرًا لأن المتلقي في وسائل الإعلام الجديد يكون أكثر تفاعلاً في اختيار المحتوى، والتفاعل معه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتّركيز، بخلاف التّعرّض للوسائل الإعلامية التقليدي الذي يكون عادة سلبياً وسطحياً.

ي. التّخزين والحفظ: حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها، كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها، كما تكون الرسالة ذات طابع خاص؛ فهي محظورة على التعميم والمشاركون فيه عادة ذوو ثقافة مشتركة، ومرتبون باتصال شخصي.

ك. التوفّر والشمولية: فهذه الخاصية جعلت من الإعلام الجديد متوفرًا دائمًا؛ إذ أصبح بإمكان الإعلامي أو أي مواطن أن يحصل على أيّة معلومة، ثم نشرها على موقع إلكتروني أو صحيفة إلكترونية دون

طلب الرخصة لإعطائه تلك المعلومة، وفي أي وقت كان، وأن يوفر أرشيفا إلكترونيًا للجميع دون قيود، كما تتضمن التنوع والشمول في المحتوى؛ فإذا كان الإعلام التقليدي يعاني من مشكلة عدم وجود مساحة كافية أو مخصصة لطرح موضوع، أو إنجاز عمل إعلامي، أو كتابة مقالة في الوسائل المقروءة أو المسموعة أو المرئية؛ ففي وجود الإنترنت أصبح من الممكن إنشاء مواقع و مدونات وصحف ومجلات إلكترونية غير محددة الحجم. (حسين، عبدالله، 2016، 25)

ل. **اتساع التمدد الجغرافي:** حيث تمكن الإعلام الجديد من الوصول إلى مختلف أنحاء العالم على عكس عدد كبير جدًا، لذا تسعى غالبية الوسائل الإعلامية إلى شقّ طريقها واستحداث نسخة إلكترونية لها في الإنترنت؛ مما يعني إيصال الرسالة الإعلامية إلى مدى عالمي يتجاوز القيود التقليدية التي تعوق التلفزيون والصحافة المطبوعة. (حسين، 2016، 104)

م. **الانتقال من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي:** ففي النظام الرقمي؛ يتم نقل المعلومة على شكل أرقام منفصلة هي صفرًا وواحدًا، وعند وصول المعلومة إلى المستقبل يقوم بترجمتها إلى صوت أو صورة أو غير ذلك، بالإضافة إلى إمكانية دمج مع أنواع أخرى من التكنولوجيا مثل الحاسوب وهو ما يصعب القيام به في النظام التماثلي؛ فالنظام الرقمي لا يفرق بين المعلومات سواء كانت صوتًا أو صورة أو نصًا أو فيديو بل يتعامل معها في مجرى واحد مما يجعل تخزين الرسائل وتحريرها ونقلها واستقبالها بسرعة أكبر. (شيخاني، 2010، 444)

ن. **الانسابية وبمعزل عن الرقابة:** فقد أعطى الإعلام الجديد الحرية المطلقة وتخطى الحدود والحوجز المحلية والدولية، وحدود الرقابة والقوانين التي تركز على تقيّد حرية الإعلام وحرية التعبير في معظم بلدان العالم، وكذلك يتميز بسرعة تغطية الأحداث ونقل الخبر وبشفافية ومن غير قيود، وسهولة التصفّح والحصول على المعلومة المطلوبة والتحري عنها؛ وبذلك يسمح للفرد بإبداء رأيه من غير قلق أو خوف، ويسمح بالنقد والتعليق على الموضوع. (قنديلجي، 2015، 75)

رابعًا:- أهمية الإعلام الجديد:

حظي الإعلام الجديد بالعديد من الموصفات التقنية التي جعلته يختلف عن غيره من الوسائل الأخرى؛ مما

أكسبه طابعًا خاصًا وأهميّة بالغة، والتي يمكن توضيحها فيما يلي (الزعبي، 2020، 22، أبو عيشة، 2014، 137): -

أ. أصبح الإعلام الجديد محور الحياة المعاصرة، لما له من أهميّة كبيرة في احتواء قضايا الفكر والثقافة، وبات يُطَلَق عليها (ثقافة التكنولوجيا) أو ثقافة الإنترنت.

ب. إمكانية نشر الأفكار والرؤى عن طريق المواقع الخاصة وإثارة وتوجيه الرأي العام.

ج. إن الإعلام الجديد يعطي الجمهور فرصة اطلاع أكبر من الناحية الكمية؛ ففي جلسة واحدة أمام الكمبيوتر يستطيع الفرد أن يطالع عشرات المصادر الإعلاميّة، في جميع أنحاء العالم، وبدون تكلفة مادية تُذكر.

د. إن الإعلام الجديد يعطي الجماهير حرية الانتقاء، والمُقارَبة من خلال الاطلاع السريع على الجديد من المصادر مختلفة الرؤى والخلفيات، ثم يستخلص النتيجة الأقرب إلى الحقيقة.

هـ. إنه يمكن الجمهور من القراءة المُتخصّصة؛ فلم يُعد من اللازم استنزاف الوقت والجهد في تصفُّح الصُّحف بحثًا عن موضوع معين أو انتظار برنامج معين في إحدى القنوات التلفزيونية، بل أصبح الإعلام الرّقميّ يمكنك من الاطلاع على الموضوع الذي تريد وفي الوقت الذي تريد.

و. إنه يُوصَل الرسالة الإعلاميّة إلى مدى عالمي، ويتجاوز القيود التقليدية التي تحدّها حدود الزمان والمكان وحدود (الإمكان)؛ فلا يستطيع الجميع الوصول إليها لأنها غير مجانية، بخلاف الإنترنت؛ فهو مجاني أو شبه مجاني يمكن من إيصال الرسالة الإعلاميّة بالشكل الذي يريده المرسل دون تدخل مُوجّه .

ز. إمكانية الوصول للمعلومات والأخبار القديمة أيضًا؛ حيث إن وسائل الإعلام الأخرى تركز على المعلومات الحديثة والأخبار الحديثة، وهذا يعني أنه يوثق أحداث كثيرة مرّت على هذا العالم.

ح. الإعلام الجديد حرّر الإنسان من أجهزة التوجيه الإعلاميّ التي تسيطر على عقله؛ فله مُطلق الحرية يتلقى أيّ معلومات أو إرسال أيّ معلومات دون بنود.

ط. إمكانية التغيير في المجتمع والشباب نحو الأفضل؛ حيث إنه عندما يتحررون من التبعية الإعلاميّة؛ يصبح لديهم الأفق الواسع الذي يجعلهم يغيرون مجتمعاتهم وبلادهم نحو الأفضل.

ي.تعدد استخدامات وسائل وتطبيقات الإعلام الجديد في جميع المجالات وفي مختلف الهيئات والمؤسسات؛ حيث تتضمن: مجالات الدعاية والإعلانات والتسويق ومجال العلاقات العامة وإدارة الموارد البشرية والبنوك، كما يمكن استخدامها في المجال السياسي، والصحافة، والطب، والتواصل الاجتماعي، والتعليم، والإدارة، وفي الترفيه، وما إلى ذلك.

المحور الثاني:- تداعيات الإعلام الجديد:-

أولاً:- التداعيات الثقافية:-

يؤدي الإعلام الجديد دوراً أساسياً في تعزيز ثقافة الشعوب ونشرها على المستوى العالمي؛ وهو الأمر الذي يرجع إلى انتشاره على المدى العالمي ومدى تأثيره وفاعليته في الحفاظ على التراث الثقافي وتعزيز الحوار الثقافي العالمي، نشر الوعي بأهم القضايا الثقافية للشعوب والمجتمعات، ويمكن توضيح أهم التداعيات الثقافية الإيجابية للإعلام الجديد على النحو التالي:-

1- الإعلام الجديد والتواصل بين الثقافات:

فقد دفع التطور السريع لوسائل الإعلام الجديدة التفاعل البشري والمجتمع إلى مستوى مترابط ومعقد للغاية، كما أثر بشكل كبير على وجود التواصل بين الثقافات بمعناه التقليدي؛ فقد أثرت وسائل الإعلام الجديدة على التواصل بين الثقافات في الجوانب الآتية: أثر تطوير الإعلام الجديد على الثقافة الوطنية/العرقية، تأثير وسائل الإعلام الجديدة على الهوية الثقافية/ الاجتماعية، تأثير وسائل الإعلام الجديدة على التفاعل بين الثقافات، ويمكن توضيح ذلك فيما يلي:

أ- الإعلام الجديد والثقافة الوطنية/العرقية: أدت ثقافة التبادل الإلكتروني الدولي دوراً مهماً في التأثير على عملية ونتائج التفاعل، وبعبارة أخرى؛ فإن الثقافة كسياق اتصال قد تحدد كيفية واتجاه استخدام وسائل الإعلام الجديد؛ فهناك ثلاثة عوامل ثقافية وهي: أنماط التفكير، وأساليب التعبير، والسياق الثقافي، هي العوامل الثقافية الثلاثة البارزة التي تؤثر على كيفية تصرف الناس في وسائل الإعلام الإلكترونية، وهي أيضاً مظهر القيم الثقافية، استناداً إلى التمييز بين ثقافة السياق المنخفض وثقافة السياق العالمي، والتي تبرز اختلافات التواصل المحتملة لأعضاء المجموعتين في عملية التفاعل الإلكتروني. (Chen, 2012, 4)

ب- الإعلام الجديد والهوية الثقافية/الاجتماعية: إن التقارب بين وسائل الإعلام الجديدة والعولمة يجلب ما لا يقل عن ست تجارب جديدة للبشر، بما في ذلك تجارب نصية جديدة، وطرقاً جديدة لتمثيل العالم، وعلاقات جديدة بين المستخدمين وتكنولوجيات وسائل الإعلام الجديدة، ومفاهيم جديدة لعلاقة الجسم البيولوجي بالوسائط التكنولوجية، وأنماطاً جديدة للتنظيم والإنتاج. (Lister et all, 2009, 13)

وبالتالي ستشكل هذه التجارب - حتماً - تحدياً للهوية الاجتماعية أو الثقافية، وبعبارة أخرى؛ فإن استخدام وسائل الإعلام الجديدة هي السبب الجذري لعمليات التغيير الثقافي، وإضعاف جذور الهوية الثقافية، بسبب التقدم التكنولوجي والابتكارات في وسائل الإعلام الجديد، التي زادت من شدة العلاقة بين الناس والمجتمع؛ فضغطُ الزمان والمكان الناجم عن تقارب وسائل الإعلام الجديدة والعولمة أنشيء فضاءً إلكترونيًا عالميًا تظهر فيه هوية ثقافية جديدة في مجتمعات افتراضية مختلفة؛ تشكل تهديدًا للثقافات الأصلية التي تقف على مفترق طرق لتحديد هوياتها الثقافية وسط القوى الثقافية المتجانسة والمهيمنة. (Singh, 2010, 86)

ورغم أن الهوية الثقافية الجديدة التي شكلتها وسائل الإعلام الجديدة قد لا تُغيّر المعنى التقليدي للهوية الثقافية كمنتج فريد من خلال التفاعل في سياق جماعي مُحَدَّد؛ مما يمنح الأعضاء شعورًا بالانتماء إلى المجموعة، ولكنها ستتحدى بشكل مباشر السمات التقليدية للهوية الثقافية، وهي: الزمانية، والإقليمية، والتكوينية، والتفاعلية، والتعددية، وبشكل أكثر تحديدًا؛ لم تعد الهوية الثقافية التي تعززها وسائل الإعلام الجديدة نتاجًا للتطور التاريخي (أي الزمانية) المحصورة في عملية الاعتراف بوجود أشخاص في مكان جغرافي (أي الإقليمية)، فربما يظل وعيًا جماعيًا متميزًا يعتمد على عملية صنع المعنى للأعضاء (أي التباين). ويتميز المجتمع الافتراضي بدرجة أعلى من عدم التجانس ومستوى أقل من الترابط. (5, 2012, Chen,

رغم أهمية الإعلام الجديد في الآونة الحالية، وإتاحته للعديد من الفرص للتواصل وتبادل المعلومات، إلا أنه أسفر عن بعض التداعيات السلبية التي يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

- الإعلام الجديد والعولمة الإعلامية:-

تمثل عولمة الإعلام والاتصال أحد المظاهر والتجليات الأساسية لظاهرة العولمة؛ حيث تعمل كأداة متطورة جدًا من خلال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وخاصةً الإنترنت والبث الفضائي المباشر، من أجل توسيع دائرته لتشمل القيم الاجتماعية، والأنساق الثقافية في المجتمعات المختلفة، وللعولمة الإعلامية كثير من الأبعاد والمظاهر التكنولوجية التي برزت بشكل واضح من خلال تكامل واندماج بين وسائل الإعلام الجماهيري وتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، وتسهيل عملية التفاعل داخل الوسائط المتعددة من جهة، وبين الجمهور المستهلك من جهة أخرى؛ حيث يتضح أثرها عليه بصفة قوية من خلال رصد سلوكياته وتغير منظومته القيمية من خلال إلغاء وتغيير وإنتاج قيم جديدة، وإشاعة ثقافة الاستهلاك، وتكريس وترسيخ ثقافة الاختراق الثقافي، والتوجه نحو القضاء على التنوع الثقافي التقليدي. (كمال، 2017، 74)

إنَّ توجه المجتمع العربي المتسارع - كحتمية - نحو العولمة عبر وسائط الإعلام الجديدة قد أدَّى إلى تغيير جميع الجوانب المتعلقة بها؛ فقد تغير التصور الاجتماعي السائد عن مفهوم المجتمع المحلي؛ مما أدَّى ثقافيًا إلى إعادة تعريف معنى الهوية الثقافية المحلية، والمطالبة بطريقة جديدة للتفاعل بين الثقافات المحلية عالميًا. (Chen, 2012, 1)

فالتحليلات السوسيولوجية والثقافية لتأثيرات العولمة ووسائل الإعلام والوسائط الإلكترونية الجديدة، لاسيما التغيير في الهوية الاجتماعية والثقافية للمجتمعات على المستوى المحلي، كثيرًا ما يعتقد بأنها من بين القوى الرئيسة وراء إعادة البناء الحالية للجغرافيا الاجتماعية والثقافية، ويرى مانويل كاستيليس Castells Manuel بأنه ربما الحركات الاجتماعية الأكثر حسماً في عصرنا الحالي هي تلك التي تهدف إلى الحفاظ على شبكة الإنترنت مجاناً، وإعطاء مساحة مستقلة للاتصالات، التي تشكل الأساس للمساحة العامة الجديدة في عصر المعلومات (Castells.2009, 415)

- الإعلام الجديد والهوية الثقافية:

في الآونة الحالية أدَّى الإعلام الجديد دوراً بالغ الأهمية في تشكيل وإعادة تشكيل الهوية الثقافية؛ إذ اعتمدت هذه الوسائط الرقمية على نمط آخر للهوية؛ ألا وهي الهوية الافتراضية؛ وهي شخصية يتم

إنشائها من طرف المُستخدم لها كصلةٍ وصلٍ بينه وبين الآخرين المتفاعلين معه عبر هذه الوسائط، وقد تُعبّر هذه الهوية عن حقيقة الشخص أو تكون زائفة.

وفي هذا الصدد يمكن توضيح أبرز تأثيرات الإعلام الجديد على الهوية الثقافية:
أ- الإعلام الجديد واللغة العربية:

فقد أسهمت وسائل الإعلام الجديدة مع انتشار العولمة الإعلامية في انتشار كثير من الأساليب والتراكيب والكلمات العربية غير السليمة، وشيوع هذه الأساليب واستخدام الأفراد لها، وبدا ذلك واضحاً من خلال المحادثات ومواقع التواصل الاجتماعي؛ مما يهدّد اللغة الأم في ضوء غياب وسائل الإعلام التي تستخدم اللغة العربية السليمة.

ففي الوطن العربي؛ أدت إلى تسويق اللهجة العامية على حساب العربية الفصحى، إضافة إلى الشعور المُبالغ فيه بأهمية اللغة الأجنبية؛ ولاسيما الإنجليزية، الناتج غالباً عن الانبهار بكل ما هو أجنبي، والظن الرائف بأن التقدم لا يأتي إلا عن طريق إتقان اللغة الأجنبية، بل والتحدّث بها بين العرب أنفسهم، وهذا الشعور يأتي من الإحساس بالهزيمة النفسية التي يعاني منها العربي، والإعجاب المُتنامي بصانع الحضارة المعاصرة الذي يمثل المنتصر والغالب. (البياتي، بدران، 2017، 312)

وبالإضافة إلى ذلك؛ فقد ظهر ما اصطلح عليه باسم (العربيزي) أو (الفرانكوأراب)، ويشير إلى اللغة المُهجّنة التي يتواصل بها أفراد المجتمع العربي في العالم الافتراضي، وهي ظاهرة لغوية وليدة الشبكة العنكبوتية ومواقع التواصل الاجتماعي، تنامت بشكل سريع في أوساط الشباب العربي في العقدين الأخيرين من الألفية الثالثة، بسبب حاجتهم إلى السرعة في التواصل بينهم والاختصار في كتابة الألفاظ والتراكيب، وفيها تتداخل المفردة الأجنبية في نسيج بنية اللغة العربية مع استخدام أحرف لاتينية في كتابة الكلمات العربية أو ظاهرة كتابة العربية بحروف لاتينية أو العكس، وتلك الظاهرة شديدة الخطورة؛ حيث تؤدي إلى حقن البناء اللغوي للعربية بالمئات بل الآلاف من الكلمات الأعجمية؛ وهو حقن عشوائي مُربك للغة العربية وموهن لقدراتها وفعاليتها ومُشوّه لبنائها ومنظومتها، يؤدي إلى تلوّثها بالعُجمة والرّقمنة والرموز التّصويرية. (البريدى، 2012، 28)

ب- الإعلام الجديد والتراث الثقافي والموروث الشعبي:

فقد ساهمت وسائل الإعلام الجديد في عصر العولمة والمعلوماتية في إضعاف الصلة بالتراث الثقافي والتشكيك في جدواه في العصر الحالي، وسعت إلى تعزيز مفهوم الثقافة الكونية الواحدة، والتراث العالمي الموحّد، ويتبيّن ذلك من خلال تركيز وسائل الإعلام الغربية على ما أسمته "مركزية الحضارة" مُعلنةً بذلك أن الدول المتطوّرة تمتلك مشروعًا حضاريًا عالميًا لا يمكن لأمة من الأمم الفكّك منه إلا إذا حكمت على نفسها بالبقاء على الهامش، واعتبار أن النظام العالمي الجديد ما هو إلا استبدال حضارة مهيمنة بحضارات أخرى، في محاولة لإلغائها، والقضاء عليها، أو على الأقل إلحاقها بتلك الحضارة المستبدّة، وأن كثرة الحديث عن ثنائية التراث الهويّة والثنائيات المكافئة نتيجة من النتائج العلاقة الإشكاليّة مع الغرب، إضافة إلى الدعوة إلى تنميط العالم بالشكل الذي يخدم مصالح القوى الرأسمالية العالمية المسيطرة، وتعميم نموذجها الحضاري وفرضه على العالم بكل الوسائل الممكنة، وتفكيك التراث الثقافي واختراقه وتدميره وإفراغه من محتواه الإنساني؛ فدخل العولمة الإعلاميّة ودعم وسائل الإعلام الجديد لها؛ سيُفقد المجتمعات حتمًا جزءًا كبيرًا من ذاكرتها الذي بدوره سيؤدي إلى كارثة تراثية يمكنها أن تُدمر أهمّ عناصر الهويّة في مجتمعاتنا العربيّة. (البياتي، بدران، 2017، 313)

ج- الإعلام الجديد والمذهبيّة والطائفية والقبلية:

لقد حمل الإعلام الجديد معه ممارسات وفعاليات ومذاهب فكرية، مضادّة لفكرة الهويّة الوطنية تنادي بالفرقة والتعصّب والتمذّهب والانغلاق الثقافي والفكري، وأصبح الفكر المذهبي المنغلق يسيطر على وسائل الإعلام، وبدأت التسميات الطائفية والمذهبية تسعى خلف أهدافها دون مراعاة لوحدة الوطن وهويّته الثقافيّة، بل وتُعادي كلّ القيم المناهضة للهويّة والوطن والمواطنة؛ فقد أدت العولمة الإعلاميّة مُستخدمةً وسائل الإعلام الجديدة إلى إيقاظ النّزعات والعصبانيّات، وجعلت منها أداةً فاعلة في إضعاف الهويات الوطنية، وهذا يعني في النهاية تضاعف عوامل خارجية وداخلية في كسر توسعة الهويّة الوطنية وتغييبها لصالح هويّات فرعية متناحرة من حيث المظهر والجوهر. (وظفة، 2013، 62)

د- الإعلام الجديد والدين الإسلامي:

فالدين الإسلامي من معالم ومرتكزات الثقافة العربيّة، ولقد أدى الإسلام دورًا مهمًا في نشر الهويّة والثقافة العربيّة، والاعتقاد الديني هو الأساس الذي تقوم عليه الثقافات، وإذا كان هناك اعتداء على

الخصوصيات الثقافية وملامح الهوية من خلال تكنولوجيا الاتصال الحديثة؛ فلا بد وأن هناك اعتداءً واضحاً على أحد معالم الثقافة وعناصرها " الدين "، وهذا في إطار الغزو الثقافي للمجتمعات؛ حيث تعاني كل الشعوب والأمم منه، أما في جوهره وأساسه؛ فإنه يستهدف الإسلام بالدرجة الأولى، ويحاول تشويه حقائقه والتشكيك في أصوله، لأن الإسلام هو الطاقة الوحيدة التي تصنع من ضعف المسلمين قوة، ومن تمزقهم وحدة. (صحراوي، غضبان، 2014، 225)

ومن خلال الوسائط المتعددة الجديدة؛ نجد أن هناك حرباً حاليةً ضد العقيدة الإسلامية، تتم باختراق المواقع العربية وتدميرها، أو وضع صور مُخلّة عليها، أو إنشاء مواقع لتشويه صورة الدين الإسلامي، وهي كلها جرائم مُستحدثة وخطورتها أن هذا الإعلام عالمي يصل إلى الجميع، وفي إطار هذا التأثير؛ نجد أن من أهم المشكلات تعزيز النزعة المادية على حساب الجانب الروحي والإيمان وإظهار شعائر الثقافات الأخرى ورموز أديانهم وتشويه صورة الإسلام والمسلمين. (دحمانى، 2009، 87)

فالإعلام الرقمي وما يحتويه من مضامين سلبية تسعى إلى تشويه صورة الإسلام عن طريق الترويج لأفكار الإستشراقية الخاطئة عن التاريخ الإسلامي، واتهام المسلمين بالخروج عن قيم التحضر وقوانينه ولجؤه إلى العنف؛ وبالتالي فإن ما يُنشر من أفكار مغلوطة ضد الدين، يهدف إلى التشكيك في المعتقدات الدينية، واستبعاد الإسلام وتفريغ المناسبات الدينية من كل مضامينها وقيمها، وتصوير الدين على أنه يحد من حرية المرء، وكل هذا يندرج ضمن تأثيرات العولمة الساعية لمحاربة الهوية العربية الإسلامية، كما نجد أن الزمن الإعلامي يؤثر في الزمن الديني، بمعنى يؤثر في الوقت المخصص للعبادات، وبالتالي إضعاف الجانب الديني لدى مستخدمي الإعلام الجديد. (البياتي، 2004، 151)

هـ - الإعلام الجديد والأخلاق:

أثر الإعلام الجديد تأثيراً واضحاً على أخلاقيات أفراد المجتمع؛ حيث أثبتت العديد من الدراسات أن نسبة كبيرة من مستخدميهم يتعرضون للمواقع الإباحية بالدرجة الأولى، وهذه المشكلة تأتي في المرتبة الأولى من بين مخاطر الإعلام الجديد؛ حيث أخذت الإباحية بشتى وسائل عرضها من صور وفيديو وحكايات تُنشر وتُصبح في متناول الجميع، ولا جدال أو شبهة في أن تلك الإباحية الإلكترونية من أخطر

ما يمسُّ فضيلة الحياء والقيم الدينية والخُلُقِيَّة التي ينبغي أن يتحلَّى بها كلُّ فرد وفي أيِّ مجتمع.(صحراوي، غضبان، 2014، 227)

وبالرجوع إلى الدراسات التي أُقيمت في هذا الأمر؛ نجد حسب الإحصائيات أن استخدام المواقع الإباحية تحمل أرقامًا خيالية خاصة بعدد المُستخدمين، والذي وصل إلى 28 ألف مُستخدم يتصفَّحونها في الثانية، وعدد من يزورونها شهرياً 72 مليوناً معظمهم من الأطفال من سن 11 سنة والمراهقين والشباب؛ فالمواقع الإباحية على الإنترنت صناعة يصل دخلها السنوي إلى 12 مليار دولار، وينفق 3 آلاف دولار في الثانية الواحدة على تطويرها، ويصل عدد المواقع الإباحية على شبكة الإنترنت إلى ما يوازي 2.4 مليون صفحة، وأكثر من 100 ألف موقع مُخصَّص للأطفال، ومن تحليل زيارات المُستخدمين الخاصة بعامل الوقت؛ تحتلُّ الدول العربية مراتب متقدمة؛ حيث تسجِّل مصرُ المركز الثاني والسعودية في المركز السادس، رغم أنها من الدول التي تحجُب هذه المواقع.(ابراهيم، 2017، 178)

وبالتالي؛ فإن سوء استخدام محتوى الإعلام الجديد بهذا الشكل السلبي من شأنه إضعاف العديد من القيم وأهمها الحياء، بل وتراجع القيم الأخلاقية؛ فتكرار الفعل لمرات ربما يتجاوز هذا الممنوع إلى القيام به دون أدنى وازع سواءً من قِبَل الفرد ذاته أو المجتمع لأنه اعتاد عليه، وبالتالي؛ التصغير من هذا الفعل وكأنه جزءٌ من هويتنا الثقافية، وذلك ما نعيشه اليوم؛ فالكثير من الثوابت في أوقات سابقة قد اختل توازنها، بل وتراجعت كقيم ثابتة يرفضها المجتمع، إلى أن أصبحت شيئاً مُعتاداً ومقبولاً اجتماعياً وثقافياً، ويدافع عنه الكثير تحت مسمى الحرية الشخصية وثقافة العصر.

و- الإعلام الجديد والمعايير الثقافية:

أوضح ملفين دي فليور Melvin De Fleur في نظريَّة المعايير الثقافية أن وسائل الإعلام من خلال عروض مُنقاة ومن خلال التركيز على موضوعات معينة، تستطيع أن تحقِّق انطباعاً لدى جمهورها بأن المعايير الثقافية القواعد العامة التي يجب فهمها واتباعها بواسطة جميع أفراد المجتمع يتم تحديدها بطريقة معينة وهذه المعايير تغطي مدى واسعاً من النشاطات وطبقاً لهذه النظرية؛ فإن وسائل الإعلام لا تؤثر في الأشخاص فقط ولكن تؤثر في الثقافة؛ حيث تقوم وسائل الإعلام بتعزيز الأعراف الاجتماعية ونشرها؛ فإذا كانت وسائل الإعلام تقوم بنشر المعايير الثقافية بين جمهورها لدرجة أنهم يتوحدون في

فهمهم اتجاه الأعراف والتقاليد والعادات؛ فإن المعايير الثقافية تؤثر أيضاً على وسائل الإعلام، على أن المعايير الثقافية لا يقف دورها في مجال السلوك الإخباري عند اختيار وسائل الإعلام للأحداث وكيفية تغطيتها ولكنها تتعدى إلى كيفية إدراك جمهور هذه الوسائل إلى ما يُقدّم من معلومات واختلاف إدراكه الذي يرجع إلى عوامل مرتبطة باختلاف الثقافات الفرعية داخل الثقافة العامة للمجتمع الواحد. (عبدالله، 2004، 99)

-التداعيات الاجتماعية:

أسهم الإعلام الجديد في تحسين جودة الحياة الاجتماعية وتطوير المجتمعات؛ الأمر الذي يرجع إلى العديد من التداعيات الإيجابية المتزامنة في وجودها مع ما أتاحه من وسائل وتقنيات؛ ويمكن توضيح ذلك فيما يلي:

- الإعلام الجديد وتعزيز التواصل الاجتماعي: حيث يُعتبر الإعلام الجديد وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي نتاج للتطور الذي شهده عالم الإنترنت بانتقاله من أداة للبحث عن المعلومات والوصول إليها إلى أداة اتصال بين الأفراد والجماعات؛ حيث تطوّر الإنترنت بشكل تدريجي حتى وصل إلى ما نعهذه اليوم والمنصات التفاعلية الكثيرة التي سهّلت تداول المعلومات وإبداء الآراء، وخاصةً مع الأفراد ذوي الاهتمامات وعملية التواصل ومعرفة الآخر؛ حيث وفّر لهم الإنترنت المواقع المُتخصّصة لمشاركة اهتماماتهم والكتابات والصور والمُدونات الخاصة والملفات مع الأقرباء أو حتى العامة من مُستخدمي هذه المواقع والوسائل لسهولة استخدامها. (الرحباني، 2002، 18)

- الإعلام الجديد ونشر الوعي الاجتماعي: يعمل الإعلام على تزويد الفرد في مجتمعه بجميع الحقائق والمعلومات المعرفية التي تشكّل وعيه الاجتماعي، و تزيد من تفاعله فيتأثر ويؤثر في مجتمعه؛ فالإعلام يقوم بدور كبير في كافة المجتمعات؛ فهو يزودهم بالمعلومات والمعارف والمستجدات الضرورية للحياة الاجتماعية العصرية، أيًا كانت طبيعة تلك المعلومات؛ لأن لها دور في تشكيل الوعي الاجتماعي وتناميّه، والذي زاد من سرعة وقوة تأثير الإعلام التطوّر الرهيب للوسائل التكنولوجية؛ حيث إن التحوّلات في التكنولوجيا لها تأثيرها الواضح على التنظيم الاجتماعي وعلى المشاعر الإنسانية، ويتحدّد النظام الاجتماعي بطبيعة وسائل الإعلام؛ وبالتالي بعد الإعلام بوسائله المختلفة

آلية المجتمع في تشكيل الوعي الاجتماعي وفي المقابل؛ يتزايد دور وسائل الإعلام وطأة في تنمية الوعي الاجتماعي للأفراد وزيادة معلوماتهم وتطلعاتهم التي تؤثر على تكييف علاقاتهم؛ فهي تؤدي دوراً مؤثراً في تشكيل وعي المواطنين؛ حيث تؤثر هذه الوسائل في الطريقة التي يدرك بها الأفراد والأمور، كما ترسم الصورة الذهنية لدى الأفراد عن الدول والمواقف القضايا والأحداث المحيطة به والتي تؤثر على حياته وعلاقاته. (عرعور، حميدى، 2016، 70)

- **الإعلام الجديد ودعم المشاركة المجتمعية:** حيث فتحت شبكة الإنترنت مجالات للأفراد؛ لكي تشارك في عملية إنتاج المضمون وتوزيعه بحرية، وشكل ذلك إمكانية لزيادة ديمقراطية المجتمعات؛ مما أتاحه الإنترنت والإمكانات لمشاركة المواطنين يمكن أن يساهم بعملية تغيير اجتماعي وسياسي في كل المجتمعات، وهذا يعتمد على مشاركة المواطنين في مجال عام افتراضي لتبادل المعلومات ومناقشة القضايا وعرض الآراء المختلفة، وهذا المجال العام الافتراضي يمكن أن يتحول إلى مجال عام حقيقي مثل الثورات والمظاهرات التي يمكن أن تساهم في تغيير الحكام، وترشيد عملية الحكم وصنع القرارات، وقد ظهر تأثير هذا التطور في ثورات الربيع العربي؛ حيث تحقق التكامل بين المجال العام الافتراضي عبر الإنترنت، والمجال العام الواقعي في الميادين؛ ففوة المجتمع ودرجة ديمقراطيته تعتمد على مشاركة المواطنين في مناقشة حرة في المجال العام الافتراضي والحقيقي؛ فقد شكّلت ثورة الاتصال مجاًلاً عاماً إعلامياً جديداً، أصبح أساساً لعملية تغيير اجتماعي وثقافي واسعة.. وأصبحت قوة الدولة والمجتمع ترتبط بمشاركة مواطنيها في هذا المجال، وقدرتهم على إنتاج المضمون وتوزيعه واستخدامه في التأثير على الآخرين لصالح المجتمع أو الدولة أو الأمة، وبناء مكانتها في العالم وعلاقاتها مع الشعوب وصورتها الذهنية. (صالح، 2023، أونلاين)

وبينما ظهرت العديد من التداعيات الإيجابية للإعلام الجديد على الصعيد الاجتماعي، شهدت المجتمعات العربية في الوقت الحالي تغييراً ملحوظاً في النسق القيمي وأنماط التفاعل الاجتماعي، والذي يرجع إلى تأثير وسائل الاتصال والإعلام الجديد، الذي يتضمن استعارة مُتبادلة للأنماط السلوكية والنظم الاجتماعية بين الثقافات المختلفة، والذي يعبر عن هيمنة ثقافية أكثر من كونها اكتساب ثقافي أو تبادل

ثقافي بين المجتمعات وبعضها البعض، وعليه؛ فقد تعرّضت المجتمعات في هذا الصّد للتداعيات والآثار السلبية لاستخدام هذه الوسائط؛ ويمكن توضيحها كالآتي:

1- **نشر الأفكار والمعتقدات المتطرفة:** حيث تستخدم وسائل الإعلام الجديدة (شبكات التواصل الاجتماعي وتويتر ويوتيوب، وغيرها) لنشر المعتقدات والأفكار المتطرفة، سواء الدينية أم السياسية أم العنصرية؛ مما يجعل أفراد المجتمع فريسة سهلة لكل تلك الأفكار المنافية للدين والأخلاق، والعادات والتقاليد المجتمعية الأصيلة، والقيم الوطنية والانتماء إلى المجتمع؛ مما ينعكس على المجتمع بالسلب بانتشار التعصب والانحياز الأخلاقي والقيمي. (توفيق، 2018، 223)

2- **التأثير في مهارات الاتصال الشخصي وإضعاف النسيج الاجتماعي:** فمن خلال الوسائل الإعلامية الجديدة؛ تحوّل التفاعل الاجتماعي إلى نسقٍ من المتغيرات الثقافية والاجتماعية والقيمية المترابطة والمُتحرّرة تدريجيًا من الآليات التقليدية للضبط الاجتماعي الذي تُمارسه الجماعات الأولية والثانوية، والتي تتنازل لفائدة جماعات جديدة متنوعة وغير مُحَدَّدة الهويّات تتسرّب عبر الشبكات الإلكترونية (الإعلام الجديد) دون إجراءات رقابية، وبذلك انتقل مجال الفعل الإعلامي إلى نوع جديد من الممارسة أصبحت معها الكفاءة الاجتماعية تقاس بشفافية الفاعلية التّواصلية بين الأفراد كمشاركين في بناء الرسالة الإعلامية. (قيدوم، 2006، 9)

3- **شيوُع ثقافة الاستهلاك:** تُعتبر الثقافة الاستهلاكية أحدَ التحديات التي تقف أمام بناء المجتمعات العربية في العصر الحالي؛ لأنها ستؤدي إلى مزيد من التبعية التكنولوجية، وتجعل الفرد مستهلكًا غير مُنتج وتشكل لديه قيم التواكلية والرغبة في الكسب السريع بأقل مجهود وتُضعف روح النقد والإبداع لديه؛ وبالتالي يفقد كلّ نشاط أو فعل يعتمد على التأمل والتعقّل والنّظر والصّبر والانتظار قيمته ودلالته ومعناه، وهذا يعني أن كل النشاطات الإنسانية التي لا ترتبط بالاستهلاك واللذة والسّعة تصبح مدعاةً للسّخرية والازدراء والاحتقار. (وظفة، 2012، 123)

فقد أدّى الإعلام الجديد والجهات المهيمنة عليه إلى ترويج الثقافة الاستهلاكية في الوطن العربي، والتأثير على الهوية الثقافية لأبنائه، عبر آلة تجارية وإعلامية رهيبة لا حدود لإمكاناتها، وهذا أدّى إلى تشويه البنى التقليدية للأمم وتغريب الإنسان، وعزله عن قضاياها الحقيقية، وتشكيكه في جميع قناعاته

الوطنية والقومية والدينية، من أجل إخضاعه نهائياً للقوى الغربية المسيطرة.(البياتي، بدران، 2017،
(216

4- الإعلام الجديد وانتهاك الخصوصية: حيث انعكس تأثير وسائل الإعلام الجديد؛ لاسيما فيس بوك على مجالات الحياة المختلفة، ولعل أبرز هذه المجالات هو حقوق الإنسان؛ فبعد ما أتاحته من إمكانيات ومزايا مكّنت المُستخدم من التعبير عما يُريد بحرية تامة، فضلاً عن الوصول إلى المعلومة؛ أصبحت تشكّل خطراً على أهم حقوقه والأساس الذي تستمد منه الحقوق الأخرى (الحق في الخصوصية أو الحق في الحياة الخاصة).(الفصل، هاشم، 2017، 216)

المحور الثالث: التربية الإعلامية لطلاب الجامعة:-

برزت العديد من التعريفات للتربية الإعلامية في الدراسات والأبحاث الأجنبية والعربية، تباينت وتطورت في مضامينها واستخداماتها تبعاً للتطوّرات المتسارعة للثورة الإعلامية والمعلوماتية التي تُعدّ السمة البارزة للقرن الحادي والعشرين، ولكنها رغم ذلك لم تختلف في هدفها؛ حيث التوعية بالتعامل الصحيح مع وسائل الإعلام.

• تعرّف جوس إم برون (Jose M, Brown,2008) التربية الإعلامية بأنها: "الأسلوب الذي يُستخدم لتوضيح مهارات وقدرات طالب الجامعات التي تتطلب الوعي بالتعليم المتطور في مجال الاتصالات الحديثة مثل التعليم الإلكتروني والوسائط المتعدّدة في مجتمع المعلومات. Tornero, José,2008,
(103)

• وعرفها (Share, J,2013)"على أنها إكساب المعرفة والفهم والتطبيق الصحيح للمهارات والمواقف التي تسمح للطلاب بالتعامل مع العالم الإعلامي المعقد والمتغير بطريقة واعية هادفة، وكما يعبر عن إكساب القدرة على استخدام الإعلام بطريقة نشطة وحيوية بهدف المشاركة الاجتماعية الفعّالة". (Share, 2013, 119)

• وعرّفها (نياف الجابري، 2020) "بأنها تلك العمليات التربوية التي ترمي إلى تعزيز كفايات المتعلمين من خلال التّعاطى مع وسائل التّواصل الإعلاميّ استهلاكاً وإنتاجاً، حتى تعزز في المتعلّم التفكير الناقد والتحليل والإبداع والتّواصل الفعّال".(الجابري، 2020، 53).

- وعرفها (Potter, W, J, 2021) "بأنها فهم موسع لمفهوم القراءة والكتابة، يشمل القدرة على الوصول إلى الوسائط الإعلامية وتحليلها، وتقييمها، وإنشاء محتوى فيها بأشكال متعددة، كما تتضمن القدرة على التفكير النقدي والتصرف الأخلاقي، مستفيدين من قوة المعلومات والتواصل للتفاعل مع العالم والمساهمة في التغيير الإيجابي". (Potter, W, J, 2021, 23)
- أهمية التربية الإعلامية:

أ- أهمية التربية الإعلامية للمواطن: (Alton et al, 2013, 17)

- مشاركة أكثر نشاطاً وديمقراطية: فالتربية الإعلامية تؤهب المواطنين للقيام بدور أكثر نشاطاً في المجتمع؛ مما يجعلهم أكثر ديمقراطية، كما يمكنهم من زيادة دورهم كمنتجين للمحتوى والمعرفة إلى جانب كونهم مستهلكين لها؛ فالوعي الإعلامي هو الأساس لحرية التعبير والوصول إلى المعلومات والتعليم الجيد للجميع، فبدون كفاءات التربية الإعلامية والمعلوماتية، لا يمكن للمواطنين أن يكونوا على اطلاع جيد لأنهم لا يستطيعون الوصول إلى المعلومات وليس لديهم القدرة على معالجتها واستخدامها، وهذا يجعل من الصعب على المواطنين، بما في ذلك الشباب، المشاركة بنشاط في مجتمعاتهم أو أن يكون هناك حكم جيد وفعال.

- الوعي بالمسؤوليات الأخلاقية للمواطنة العالمية: والذي يعمل على تعميق فهم المواطنين لحقوق حرية الرأي والتعبير والتواصل، كما أنه يوازن بين فهم هذه الحقوق مع الفهم المتزايد للمسؤوليات الأخلاقية الشخصية والتنظيمية فيما يتعلق بالإعلام والمعلومات والاتصالات، وترتبط هذه المسؤوليات بمفهوم المواطنة العالمية التي تمكن المواطنين من قيادة أعمالهم الخاصة، من أجل تحقيق اختلاف إيجابي في العالم.

- تمكين التنوع والحوار والتسامح: فالتربية الإعلامية والمعلوماتية أداة قوية لتمكين الحوار بين الثقافات والتسامح والتفاهم الثقافي، فزيادة المشاركة مع المجتمع من خلال التربية الإعلامية والمعلوماتية يمكن أن تولد استراتيجيات وحوارات بين الأجيال تؤدي إلى التماسك المدني والشمولية لمختلف القطاعات والفئات العمرية.

ب- أهمية التربية الإعلامية للمجتمع: (Alton et al, 2013, 19)

- **في صُنع السياسات؛** تتطلب التربية الإعلامية تنسيق جميع مجالات السياسة التي لها علاقات قوية مُتبادلة مع التعليم، بما في ذلك تطوير البنية التحتية لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، وتطوير الخدمات الحكومية والمعلومات والحوكمة الرشيدة الداعمة للأنظمة التنظيمية وحماية ذاكرة الأمة من خلال مكنتاتها ومحفوظاتها، والتجارة الإلكترونية، ولوائح الخصوصية، وحقوق النشر، ومن ثم؛ سيكون للسياسات المنسقة ووضع الاستراتيجيات آثار إيجابية على تعزيز التعليم الذي يُعَدُّ المواطنین للعمل والعيش في عالم يتزايد ترابطه على المستوى العالمي.
- **تحسين نوعية وسائل الإعلام ومُقدّمي المعلومات؛** فالتربية الإعلامية والمعلوماتية تضيف معرفة بالغة الأهمية حول وظائف وسائل الإعلام وقنوات المعلومات في المجتمعات الديمقراطية، وفهمًا أساسيًا للشروط اللازمة لأداء تلك الوظائف بفعالية، كما أنها تضيف المهارات الأساسية اللازمة لتقييم أداء وسائل الإعلام ومقدمي المعلومات مع الأخذ في الاعتبار الوظائف المتوقعة؛ فالمجتمع الذي يتمتع بالثقافة الإعلامية والمعلوماتية يعزز تطوير وسائل إعلام حرة ومستقلة وتعددية وأنظمة معلومات مفتوحة.
- **في قطاع التعليم؛** تعمل التربية الإعلامية على بناء جسر بين التعليم في مساحة الفصل الدراسي الفعلية وما يحدث في الفضاء الرقمي، كما يزود ميل المعلمين بالمعرفة اللازمة لتمكين مواطني المستقبل، كما تعزز نتائج التعليم من خلال تزويد المواطنين بالكفاءات اللازمة للمشاركة الكاملة في الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية؛ **ويمكن توضيح ذلك كما يلي:** (رضا، 2020، 39، Tang, Hu,2017,398)
- 1- **تعزيز الدافعية للتعلّم:** تتمتع الدافعية الإعلامية بخصائص تعزّز الدافعية للتعلّم، وذلك بسبب خصوصية موضوعها ومجالها؛ فهي تبحث في شيء محسوس يتصل مباشرة بحياة المتعلم اليومية فيكون دافعًا لإثارة انتباهه وتحفيزه لاكتشاف هذا المجال ومعرفة أسرارهِ.
- 2- **واقعية هذا المجال والحاجة إليه:** إن التعامل مع الإعلام يستغرق جزءًا كبيرًا من حياة الإنسان في العالم المعاصر، ويوافقه طوال حياته، وهذا يثير لدى المتعلم الشعور بأهمية امتلاكه لمهارة التعامل مع الإعلام في من خلال التربية الإعلامية.

3- **وُضُوحُ نتائج التعلُّم:** إن وضوح نتائج التعلُّم بشكلٍ بارزٍ على شخصية المتعلم في الحياة اليومية تزيد الدافعية وبذل الجهد؛ لأن الوعي الإعلاميَّ يمكن بسهولة أن يُلاحَظ على شخصية الإنسان في حياته اليومية.

4- **مهارات التفكير العليا:** إن التربية الإعلامية تساعد المتعلم على اكتساب مهارات التفكير العليا أو على الأقل إحساسه وشعوره بأهميتها؛ لأن الإعلام مجالٌ خصَّبٌ جدًّا لتفعيل مهارات التفكير وهو يستدعي تعليم المهارات الآتية: مهارة التفكير الناقد، مهارة التفكير الإبداعي، مهارة اتخاذ القرار ومهارة حل المشكلات.

5- **تعزيز الثقة بالنفس والروح الإيجابية:** إن التربية الإعلامية تقدم للمتعم صورةً شاملة عن البيئة الإعلامية وتكشف له الكثير من أسرار صناعة الإعلام طبقًا لمبادئ التربية الإعلامية وتساعد على تمكين المتعلم من استخدام أدوات ومهارات التعامل مع الإعلام؛ وهذا بدوره يؤدي إلى تعزيز ثقة المتعلم و امتلاكه الروح الإيجابية للقيام بسلوكٍ إيجابي.

6 - **التعلُّم الذاتي والتعلُّم مدى الحياة:** إن التربية الإعلامية تضع الأساس والخطوة الأولى التي تتيح للمتعم مواصلة التعلم في هذا المجال بصفة ذاتية، ضمن منهجيات التعليم الذاتي والتعلم مدى الحياة.

7 **تلبية متطلبات أهداف التعليم بالنسبة لتعليم محو الأمية الإعلامية:** حيث يسمح للطلاب بالحصول على فهم صحيح لوسائل الإعلام، والشعور بأهمية محو الأمية الإعلامية في عصر المعلومات، وتطوير وعي التعلم والإبداع لدى الطلاب، وتشكيل مفهوم صحي صحيح لوسائل الإعلام؛ فعندما يُتقن الطالب معرفة وسائل الإعلام؛ يمكن تحسين حق الطلاب في وسائل الإعلام في مجموعة متنوعة من فحص المعلومات والتمييز، وتعلم كيفية استخدام قوة وسائل الإعلام بشكل فعّال، ومن خلال تعليم محو الأمية الإعلامية، يمكن للطلاب الحصول على فهم رصين لوسائل الإعلام، وتعزيز تنمية الصحة العقلية للطلاب، والحفاظ بشكل فعّال على ثقافتهم، وتعزيز الإنجاز الأخلاقي للطلاب، والالتزام بوعي بالقوانين واللوائح ذات الصلة، وتعزيز مفهوم الالتزام بالقانون.

- **أهداف التربية الإعلامية ووظائفها:-**

تَمَثِّل الهدفُ الأساسيُّ للتربية الإعلامية منذ بداية نشأتها في حماية المواطنين من الآثار السلبية للرسائل الإعلامية، ثم تطور هذا الهدف عندما أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية جزءًا من الحياة اليومية للأفراد، فاتسعت أهداف التربية الإعلامية لتتضمَّن تحويل الأفراد من مستهلكين لوسائل الإعلام وتمكينهم من التحكم في تفسير ما يتلقوه وبناء وجهات نظر تجاه الواقع الذي يعيشون فيه، وفي ضوء ذلك؛ يمكن توضيح أهداف التربية الإعلامية كما يلي: (سالم، 2018، 312، الخيري، 2009، 135)

1. حماية الأفراد من التأثيرات الضارة أو السلبية أو غير المرغوبة لوسائل الإعلام.
2. المحافظة على الهوية الثقافية ودعم المقومات الثقافية الوطنية والمحلية
3. ملاحقة التطورات السريعة في تكنولوجيا الاتصال والاستفادة منها بشكل جيد بالنسبة للفرد والمجتمع.
4. ضمان حرية التعبير وحقوق الوصول إلى المعلومات والحقائق باعتبارها ضرورات اتصالية لاغنى عنها لدعم المشاركة والبناء الديمقراطي في المجتمع.
5. التعريف بتاريخ وسائل الإعلام والثقافة الإعلامية ونظريَّة الإعلام بمصادر النصوص الإعلامية ومقاصدها.
6. فهم مضامين الرسالة الإعلامية وتفسيرها وتحديد القيم التي تحملها.
7. اختيار وسائل الإعلام المناسبة للتعبير عن الرأي، وتوصيل الرسائل للجمهور المُستهدف.
8. تطوير التفكير النقدي/ الاستقلال الذاتي للفرد، وتطوير وإدراك وفهم وتحليل النصوص الإعلامية.
9. إعداد الأفراد للحياة في المجتمع الديمقراطي.
10. تنمية الوعي بالآثار الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية للنصوص الإعلامية.
11. تنمية قدرات الأفراد على تحديد وتفسير وتجربة مجموعة متنوعة من التقنيات المُستخدمة لإنشاء محتوى الرسائل الإعلامية.

وتحقيقاً لهذه الأهداف؛ فإن التربية الإعلامية تقوم بالوظائف التالية والتي تتمثل في: (سالم، 2018،

312، الحربي، 2007، 13)

1. تشكيل المعارف والمهارات الاتصالية وتنميتها التي تجعل النشء والمواطنين على وعي كامل بالعمليات الاتصالية بصفة عامة والعمليات الإعلامية وأطرافها وأهدافها وسياساتها ولغاتها وعلاقتها وإنتاجها بصفة خاصة، وتمكينهم من المهارت التي تعينهم على المواجهة عوضاً عن الخوف والاستسلام.
2. تنمية التفكير النقدي لدى الصغار والكبار؛ بحيث يتمكن الفرد من امتلاك أدوات الاختيار والتحليل والإدراك والتمييز بين الوسائل ومحتواها وأدواتها في التأثير على المتلقين وتجنب التأثيرات السلبية والاستفادة من التأثيرات الإيجابية.
3. تثقيف النشء والشباب بسبل فهم الأمور وتقديرها، وسبل التعايش مع الآخرين، واستيعاب مقتضيات العصر الحديث، وآليات التفاعل مع العولمة Globalization، وتعبئتهم لمواجهة الأحداث الجارية الطارئة وغيرها.
4. مساعدة الطلاب على فهم الانتماء الصحيح واحترام الآخر، والحرية العادلة، ومواجهة الشائعات والتضليل، ومحاربة الانحرافات الفكرية والشذوذ، ومواجهة مظاهر الاختراق التي تستهدف الهوية الإسلامية، وفق الطرق المناسبة لذلك.

المحور الرابع:- دور الجامعة في التربية الإعلامية لطلابها (الآليات – التحديات):-

1- دور الجامعة في التربية الإعلامية لطلابها:

يشهد العالم اليوم تطورات مذهلة ومتسارعة في المجالات المختلفة؛ وخاصة في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات؛ فقد امتدت هذه التطورات العلمية والتكنولوجية إلى نواحي الحياة المختلفة، ومنها وسائل الإعلام والاتصال وتقنياتها؛ فضلاً عن الجامعات بوصفها مؤسسات علمية أكاديمية، استفادت من مستجدات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في النهوض بواقع العملية التعليمية وتطوير وسائلها وطرائقها لمواكبة المستجدات وتهيئة الطلبة للانخراط فيها، وهذه التطورات المتسارعة جعلت الجامعات بحاجة إلى تصميم مناهج تعليمية متطورة تواكبها للإفادة منها في النهوض بالعملية التعليمية ولكي تكون مخرجات جيدة تستفيد منها مؤسسات الدولة المختلفة، وتدريب أعضاء هيئة التدريس على هذه التقنيات والتعامل معها، لكي يتمكنوا من تعليمها للطلاب وفق الأسس السليمة لها.

وفي ضوء ذلك؛ تسعى الجامعات نحو ترسيخ مفهوم التربية الإعلامية تحقيقاً لأهدافها التربوية للتعامل مع مخاطر وسائل الإعلام الجديدة، وإكساب الطلاب مهارات التعامل معها وفقاً للأسس والمعايير الصحيحة، ويتم ذلك من خلال: (Tang, Hu, 2017, 398: 399)

1- تعزيز الوعي التربوي: ويُقصد به تعزيز الوعي بأهمية التربية الإعلامية ونشر الثقافة الإعلامية؛ فما يتمتع به المواطن المعاصر من رفاة تكنولوجية بحاجة إلى إضافة الثقافة الإعلامية بشكل أساسي، ويمكن للجامعات القيام بذلك من خلال تنفيذ خطة استراتيجية للتربية الإعلامية لطلابها، وإنشاء قسم خاص لتعليم التربية الإعلامية، مُجهّز بفريق تدريسي ممتاز، وصياغة قواعد مُفصلة لتعليم الثقافة الإعلامية والتحقيق والتقييم بانتظام حول التقدم الذي تحرّزه وسائل الإعلام تعليم القراءة والكتابة، وتعديل أساليب التدريس في الوقت المناسب، لضمان تقدّم تعليم التعامل مع وسائل الإعلام.

وبالإضافة إلى ذلك؛ لا بد أن تُضمّن الثقافة الإعلامية في رؤية ورسالة المؤسسة لتكون جزءاً أساسياً من خطة الجامعة للتطوير والتنمية في ظل مُستجدات عصر الثورة الرقمية والمعلوماتية.

2- المحتوى التعليمي: يختلف فكر التربية الإعلامية في كل دولة في العالم؛ فمحتوى التربية الإعلامية أظهر اتجاهًا للتنوع، نتيجة لتطور التعليم الإعلامي؛ فضلاً عن تخلف الكثير من الدول العربية في هذا المجال عن الدول الغربية؛ لذا فإن نسخ محتوى التدريس الغربي أمرٌ صعبٌ الحصول في تصميم محتوى التربية الإعلامية، ولذلك تحتاج الجامعات إلى التّعرّف أولاً إلى تقويم وضع التربية الإعلامية من حيث المفهوم والتعليم وما يتوافر لديها من مقومات، وتعليم القدرات والمهارات التي تتطلبها التربية الإعلامية، سواءً من خلال مُقرّر مستقل للتربية الإعلامية أو كجزءٍ من مُحتوى آخر يرتبط بها.

3- تحسين أساليب التعليم: لضمان تطبيق التربية الإعلامية بكفاءة وفاعلية؛ يجب أن يكون هناك أسلوب إعلامي مثالي، يجعل الطلاب لديهم رغبة ملحّة للتّعرف على المقرّر، ولكي يتم ذلك لا بد أن يكون لهم رغبة في التعامل السليم مع وسائل الإعلام، ويتم ذلك بدمجها مع مصالح الطلاب واحتياجاتهم، لتحقيق نواتج التعلّم المُستهدفة، ويتطلّب ذلك من عضو هيئة التدريس جذب اهتمام الطلاب للتعلّم على حسب استخداماتهم مثل ممارسة الألعاب، والتّحقّق من المعلومات، والدرشة، وما إلى ذلك؛ لإكسابهم بعض المهارات لتطبيقات الإنترنت الجديدة، ويمكن أن يجمع بشكل فعّال بين محتوى التدريس واحتياجات

الطلاب لتنفيذ الأنشطة التعليمية، وإرشاد الطالب إلى ممارسة الدراسة الصحيحة للمحتوى، لتعزيز تأثير التدريس.

وبالإضافة إلى ذلك؛ يمكن الاعتماد على أحد المداخل الآتية لتطبيق وتطوير التربية الإعلامية؛

ومنها: (حسن، 2015، 162: 165)

- **التحليل النصي:** ويعنى جعل المؤلف غريباً؛ أي تناول شيء قد يعرفه الأفراد حق العلم، ويُطلب منهم أن ينظروا بإمعان إلى الطريقة التي يتم تجميعه بها، والتفكير في سبب وضعه بتلك الطريقة، وفي هذا السياق سيدرك الأفراد أن النصوص المرئية والنصوص المسموعة - المرئية يجب "قراءتها" كما تُقرأ النصوص الأخرى، ويبدأ بالتوصيف، ثم دراسة معنى النص، وأخيراً إصدار الأحكام.

- **التحليل السياقي:** ويتم من خلال مساعدة المتعلمين على تحليل السياق عن طريق إخراج النصوص من السياقات التي تكون فيها، ومن خلال النظر في "السياق" يمكنهم فهم الارتباط بين أنواع معينة من لغة الإعلام ومفهومين أساسيين، يتمثلان في: الإنتاج والجمهور.

- **دراسات الحالة:** حيث يتم تشجيع المتعلمين على إجراء بحث متعمق في موضوع إعلامي من إختياره، ويركز أبسط نوع من دراسات الحالة على إنتاج تسويق واستهلاك نص محدد؛ فعلى سبيل المثال؛ قد يجمع الطلاب المعلومات من هذا النوع المُحدّد للمضامين الإعلامية وترتيبها والحديث عنها، والنوع الثاني من دراسات الحالة يتضمن بحثاً إعلامياً مستعرضاً لقضية محددة.

- **الترجمات:** يقتضى التدقيق في طريقة معالجة مسألة معينة في وسيلتين مختلفتين من وسائل الإعلام أو لدى جمهورين مختلفين، وقد يقتضى هذا دراسة مقارنة الكيفية التي عُولج بها موضوع معين في شكلين؛ أحدهما خيالي والآخر واقعي، ويمكن للطلبة أن ينظروا بطريقة مُنسّقة في العناصر التي لا تتغير في الحالتين، والعناصر التي تتغير، والأهم هو بيان سبب حدوث ذلك؛ وبالتالي سينظر المتعلمين في الكيفية التي تم من خلالها تناول الأفكار بطرق مختلفة في الأسلوب والشكل، والشقّ العملي المرتبط بعملية التحويل يتضح في محاولة الأفراد تحويل نص من وسيلة إعلامية إلى وسيلة أخرى.

- **المحاكاة:** أسلوب شائع جداً في التربية الإعلامية، والمحاكاة ضرب من لعب الأدوار، وهي تشمل على وضع الأفراد في موضع المنتجين الإعلاميين، وإن يكن بطريقة خيالية أساساً.

- الإنتاج: تعمل التربية الإعلامية على الربط بين قراءة وسائل الإعلام وكتابتها، وتشكّل عملية الإنتاج عنصر "الكتابة"؛ فقد أثبتت الأبحاث الحديثة أن استخدام الأفراد خاصة النشء أنماطاً وأساليب إعلامية يدلّ على مدى الفهم الواضح "للغة الإعلامية"، ولقد عمل ظهور التكنولوجيا الرقمية على إيجاد فرص جديدة مهمة في هذا المجال، مثل استخدام الكاميرات الرقمية والتحرير الرقمي وبرامج تعديل الصور، كما يمكن للأفراد عن طريق المهارات التقليدية كاللعب والاستكشاف أن يجعلوا معرفتهم غير الواعية بلغة الإعلام التي اكتسبوها كمتلقين - معرفة "فاعلة وواعية".

4- أعضاء هيئة التدريس: تؤثر معرفة عضو هيئة التدريس بالوسائل بشكل مباشر على دراسة الطلاب؛ ففي مجتمعنا في الوقت الحاضر أكثر من غيره الثقافة الإعلامية لدى أساتذة الجامعة ضعيفة، مجرد معرفة تتعلق بإعلام الطالب تعليم قراءة الوسائل الإعلامية وإنتاج المحتوى، ولكي يتم محو الأمية الإعلامية؛ نحتاج إلى بناء فريق مُحترف أولاً وقبل كل شيء، بمساعدة أعضاء هيئة التدريس المتخصصين، نحو التقدّم في بحوث العلوم الاجتماعية والتعليم والعلوم الإنسانية، لتعليم التربية الإعلامية، بالإضافة إلى المعرفة المهنية، لدراسة التربية الإعلامية جنباً إلى جنب مع وسائل العلم الحديثة.

5- المناهج الدراسية: فالتطوير الفعّال لمحو الأمية الإعلامية - أولاً وقبل كل شيء - يجب أن يكون مُخصّصاً للمناهج الدراسية، وفقاً للوضع التعليمي الحالي في بلادنا، ولا ينبغي أن يكون محدوداً لنوع واحد من نظام المناهج الدراسية، وينبغي أن تجعل نظام المناهج المتنوع، وقد يتم تقديم دورات التربية الإعلامية، وربط تعليم التربية الإعلامية بتخصصات أخرى، مثل إضافة محتوى التربية الإعلامية في المسار الأيديولوجي والأخلاقي، ثانياً إضافة المواد التعليمية المناسبة للتربية الإعلامية، مثل الكتب والمذكرات والوسائل المتعددة ذات الصلة والبرمجيات وما إلى ذلك؛ فالمواد التعليمية لها دور مهم جداً في التدريس؛ فهي بمثابة جسر العلاقة بين أعضاء هيئة التدريس والطلاب، وتوفير خبراء تعليم محو الأمية الإعلامية يمتلكون المهنية والخبرة الجيدة لأعضاء هيئة التدريس ولتقييم تعليم محو الأمية الإعلامية، والإشراف بشكل فعّال على الطلاب المعلمين وحثّهم على تحسين جودة التعليم.

2- تحديات التربية الإعلامية:

- تُوجدُ العديدُ من التحديات التي تحُول دون تطبيق أُسُس ومبادئ التربية الإعلامية، رغم أن التربية الإعلامية في الأونة الحالية تُعدُّ جزءًا أساسيًا من ما تنتهجه الكثير من الدول من سياسات، ومنها:
- (حسن، 2015، 51: 52، عوف، 2021، 246، 112، 2016، Tayie)
- إن التحدي الرئيس الذي يواجه التربية الإعلامية، يقع على عاتق صناع السياسات؛ فلا تُوجد سياسة في هذا الشأن، وصعوبة السيطرة والرقابة على تشعب وسائل الإعلام الرقمي، وضعف التشريعات والقوانين الملزمة لضبط التواصل الآمن عبر وسائل الإعلام الإلكتروني.
 - نقص الوعي حول الثقافة الإعلامية والمعلوماتية؛ فهناك حاجة للعمل بشكل وثيق مع الإعلاميين لتشجيعهم على نشر وبث المزيد من المعلومات حول التربية الإعلامية ودورها في حماية النشء والشباب من التعامل مع وسائل الإعلام.
 - كثرة الاختلافات في المعتقدات والقيم والأفكار والتوجهات الأخلاقية السائدة، وضعف الوازع الديني.
 - عدم إيمان الوالدين بجدوى التربية الإعلامية لأبنائهم، في حين يُفترض منهم أن يمارسوا أدوارًا أكثر فعالية خاصة في هذا العصر الذي يتسم بثورة هائلة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال؛ حيث الفضائيات التي لا حصر لها، والإنترنت الذي صاحبه ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية.
 - إحساس الكثير من المربين بالعجز في السيطرة والتأثير على المؤسسات الإعلامية التي تُقدم مضامين سيئة وغير مسؤولة اجتماعيًا، وعدم قدرتهم على مراقبة هذه المؤسسات وإلزامها بتبني المسؤولية الاجتماعية لما تقدمه من مضامين.
 - وجود تحديات بشأن تضمين التربية الإعلامية في المناهج الدراسية؛ حيث تُثار العديد من الإشكاليات في هذا الصدد؛ فهل تُخصَّص مادةٌ مُستقلةٌ بمسمى التربية الإعلامية؟ أم يتم تضمين التربية الإعلامية بشكلٍ تكامليٍّ مع المناهج القائمة؟ أم تُخصَّص وحدات ضمن المناهج يتم فيها تناول مبادئها؟
 - عدم تفهم الطلاب للتربية الإعلامية من حيث جوهرها وأُسُسها، وشعورهم بأنها مادة غير أساسية وغير مهمة؛ لذا يجب على كلٍّ من المعلمين والوالدين تنمية وعي النشء والشباب بأهمية التربية الإعلامية، ودفعهم إلى ممارسة التفكير الناقد في تعاملهم مع المضامين الإعلامية.

- عدم توافر الأدوات والأجهزة التي يحتاج إليها أعضاء هيئة التدريس لهذه الدورة، وعدم اعتماد ميزانية محدّدة تكفي لتدريب القائمين على التدريس للقيام بهذه المهام.
- انتشار الشائعات وغرس الفتن والتعصّب والأفكار الإرهابية والمتطرّفة بما يهدّد الأمن الفكري للأبناء، واضطراب الهوية الثقافية نتيجة ضعف معايير التقييم للأبناء فيما يتصل بالصواب والخطأ فيما يعرض عليهم لكثرتة واختلافه.
- ظهور مشكلات وظواهر اجتماعية مُضادّة للمجتمع كالتعصّب، العنف، السرقة،... إلخ، وتقلّص دور الأسرة في التوجيه والإرشاد وضعف الرقابة الأسرية على المحتوى الرّقمي، وإدمان الألعاب الإلكترونية وتأثيراتها السلوكية السلبية على الأبناء وأسرهم، والتأثيرات السلبية للتطبيقات والبرامج الرّقمية على انتشار سلوك العنف والتتّمّر والتحرّش.
- إن برامج التربية الإعلامية لا يتم تطبيقها داخل المؤسسات التعليمية بشكل مُتنسق بسبب أربع مشاكل تحتاج إلى معالجة، وهي: (Ružić , 2016, 87)
- المشكلة الأولى: تنفيذ موضوع التربية الإعلامية في النظام التعليمي كمادة اختيارية؛ فمن الضروري تقديم التربية الإعلامية كمادة أولاً في رياض الأطفال، ثم المدارس الابتدائية والثانوية، والجامعات.
- المشكلة الثانية: هي استبعاد المدارس الثانوية المهنية من هذه العملية؛ فعندما يتمّ تقديم التربية الإعلامية كمادة اختيارية فقط للمدارس الثانوية العامة، يتم تهميش المدارس الأخرى.
- المشكلة الثالثة: عدم وجود دافع لدى الطلاب لاختيار موضوع التربية الإعلامية.
- المشكلة الرابعة: ضعف قدرات أعضاء هيئة التدريس نحو إثارة اهتمام الطلاب بهذا المجال؛ فمنطقيّاً لا يختار الطلاب الذين يسترشدون بعقلية براجماتية موضوعاً لا يجلب نقاطاً لمعيار القبول.

❖ مقترحات لتفعيل دور الجامعة في تعزيز التربية الإعلامية:-

أولاً:- المناهج والمقررات:-

- 1) تضمين مفاهيم التربية الإعلامية في جميع التخصصات الأكاديمية.
- 2) إنشاء مقررات دراسية مستقلة بعنوان "التربية الإعلامية" أو "الثقافة الرقمية".

3) تطوير محتوى المقررات الحالية ليشمل مهارات التحقق من المعلومات ومواجهة الشائعات.

ثانيًا:- أعضاء هيئة التدريس:-

1) عقد ورش تدريبية لأعضاء هيئة التدريس حول مفاهيم التربية الإعلامية وآليات دمجها في التعليم العالي.

2) تشجيع أعضاء هيئة التدريس على استخدام وسائل الإعلام الجديد بطرق تربوية داخل القاعات التدريسية.

3) تفعيل دور أعضاء هيئة التدريس كموجهين للطلاب في تحليل المحتوى الرقمي نقديًا.

ثالثًا:- الأنشطة الطلابية:-

1) إنشاء نوادٍ جامعية متخصصة في التربية الإعلامية والنقد الإعلامي.

2) تنظيم مسابقات رقمية لابتكار محتوى توعوي يعزز الوعي الإعلامي.

3) استضافة صحفيين وخبراء إعلام في ندوات تثقيفية داخل الجامعة.

4) إطلاق حملات طلابية لمحاربة الأخبار الزائفة والمحتوى السلبي.

رابعًا:- على المستوى المؤسسي:-

1) إعداد استراتيجية جامعية متكاملة للتربية الإعلامية.

2) إنشاء وحدة أو مركز داخل الجامعة يُعنى بالتربية الإعلامية والتثقيف الرقمي.

3) التعاون بين كليات الإعلام والتربية وتكنولوجيا المعلومات لتنفيذ مشروعات توعية مشتركة.

4) دعم البحث العلمي في مجالات الإعلام الرقمي والتربية الإعلامية.

خامسًا:- خدمة المجتمع:-

1) تقديم دورات تدريبية مفتوحة للمجتمع المحلي في مجال التربية الإعلامية.

2) إنتاج محتوى رقمي جامعي (فيديوهات، مقالات، بودكاست) يروج للتفكير النقدي الإعلامي.

3) بناء شراكات بين الجامعة ومؤسسات إعلامية لنشر ثقافة التحقق من المعلومات.

4) تطوير حملات توعية موجهة للطلاب الجدد في بداية كل عام دراسي حول الاستخدام الآمن

للإعلام الرقمي.

قائمة المراجع:-

أولاً: المراجع العربية:-

- أبو عيشة، فيصل(2014) ، الإعلام الإلكتروني، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- البريدى، عبدالله(2012) ، اللغة هوية ناطقة، منظور جديد يمزج اللغة بالهوية والحياة ، الرياض، المجلة العربية.
- الزعبي، لؤي(2020) ، الإعلام والاتصال الإلكتروني ، سوريا: منشورات الجامعة الافتراضية السورية.
- وطفة، على (2012) ، العربية والحدثة في الوطن العربي ، الكويت: مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت.
- يحي، حسن بن عايل أحمد (2007)، روي حول التربية والإعلام وأدوار المناهج لتنمية التفكير في مضامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية، دراسة مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية: وعي ومهارة اختيار مارس ٢٠٠٧، الرياض: وزارة التربية والتعليم بالمملكة العربية السعودية بالتعاون مع المنظمة الدولية للتربية الإعلامية.
- إبراهيم، سهير صالح(2017) ، تعرّض الشباب المصري للمواقع الإباحية على شبكة الإنترنت، دراسة فى إطار نظرية تأثير الشخص الثالث، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد 11، يوليو، 197:257.
- البياتي، صبري مصطفى(2004) ، المعلوماتية وانعكاساتها السلبية على الطفل العربي، المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، المجلد 27، العدد 308، أكتوبر، 143: 153.
- توفيق، ميمي مُحمّد(2018) ، شبكات التّواصل الاجتماعي: النشأة والتأثير، مجلة كلية التربية في العلوم الإنسانية والأدبية، كلية التربية، جامعة عين شمس، المجلد 24، العدد 2، 193: 237.
- الجابري، نيف بن راشد(2020)، التربية الإعلامية الجديدة: كفاياتها ومداخل تدريسها فى المملكة العربية السعودية فى ضوء الممارسات العالمية، مجلة العلوم التربوية، كلية الدراسات العليا للتربية، جامعة القاهرة، مجلد 28، العدد 4، أكتوبر، 39: 80.

- الحربي، حنان سعيد مقبل(2007)، معوقات التربية الإعلامية المدرسية، بحث مقدم للمؤتمر الأول للتربية الإعلامية، عقدته وزارة التربية والتعليم السعودية، بالتعاون مع منظمة اليونسكو)، بمدينة الرياض في الفترة من ١٣ - ١٧ صفر ١٤٣٨ هـ / ٤ - ٧ مارس ٢٠٠٧ م.
- حسن، أحمد جمال(2015) ، التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية: نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة ، ماجستير، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا.
- حسين، عباس ناجي(2016)، الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع، ط9.
- حسين، يوسف على(2016) ، حنين حاتم عبد الله، الإعلام الإلكتروني ، الأردن: دار نجلة ناشرون وموزعون، ط9.
- الخيري، طلال بن عقيل(2009) ، تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، دكتوراه، جامعة أم القرى، كلية التربية.
- دحماني، سمير(2009) ، أثر استخدام شبكة الإنترنت على الهوية لدى الشباب في ظل العولمة الإعلامية، دراسة مسحية لعينة من الطلبة الجامعيين مستخدمي الإنترنت بالجزائر، ماجستير، جامعة الجزائر.
- الرحباني، عبير(2002) ، الإعلام الرقمي ، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط2.
- رضا، آسيا(2020) ، دور التربية الإعلامية في حماية المراهقين من مخاطر تكنولوجيا الاتصال الحديثة دراسة ميدانية على عينة تلاميذ ثانويات -ولاية جيجل- المستخدمين للفايسبوك ، ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال.
- رفاعي، صفاء على(2021) ، المواطنة الرقمية وتغير القيم في المجتمع المصري، دراسة وصفية مطبقة على كلية التربية- جامعة الإسكندرية، مجلة كلية الآداب، جامعة الفيوم، مجلد13، العدد 2، يوليو، 2073: 2130.

- سالم، أميرة حسن (2018) ، دور وسائل الإعلام الجديد في نشر مفهوم التربية الإعلامية لدى طلاب أقسام الإعلام التربوي بالجامعات المصرية، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 16، أكتوبر، 301: 346.
- الشمايلة، ماهر عودة ، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف(2014)، الإعلام الرقمي الجديد ، عمان: دار الإعصار للنشر والتوزيع.
- صالح، سليمان ، هل يساهم الإعلام الجديد في تطوير النظرية الديمقراطية؟، الجزيرة، 2023/5/18، متاح على: <https://www.ajnet.me> 2/12/2024
- صحراوي، مقلاني(2014) ، غالية غضبان، إشكالية تأثير الإعلام الجديد في الهوية الثقافية في ظل العولمة، مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، العدد12، ديسمبر، 211: 232.
- عاصم، أسماء (2020)، الإعلام الجديد: الإشكاليات وأنماط التغيير، المركز العربي للبحوث والدراسات، مايو، العدد55، 43: 50.
- عبدالله، حسنين(2004) ، أثر العولمة في الثقافة العربية ، القاهرة: دار النهضة.
- عرعور، مليكة ، حميدي، سامية(2016) ، دور الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي حيال محاربة الإرهاب، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، جامعة بسكرة -الجزائر، مجلد 1، يوليو، 65: 75.
- عوف، مروة مُحَمَّد أحمد(2021) ، التحديات التي تواجه التربية الإعلامية في مجال التعليم في ضوء التحوّل الرقمي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد20، العدد2، 203: 260.
- عيساني، رحيمة الطيب(2013)، الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، مجلة الباحث العلمي، جامعة بغداد، المجلد 5، العدد 20، 50: 67.
- فلاك، فريدة (2017) ، واقع التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية الجزائرية، دراسة ميدانية على عينة من أساتذة الطور المتوسط بمدينة بسكرة، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، جامعة بسكرة، المجلد أ، العدد3، يونيو، 165- 174.

- الفصيل، عبدالأمير(2017)، إسرائ هاشم سيد، انتهاك الخصوصية في مواقع التواصل الاجتماعي (بحث مستل)، مجلة الباحث العلمي، جامعة بغداد، مجلد9، عدد36، أبريل، 213:240.
- القعازي، محمد علي(2018)، تحليل العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد: دراسة نقدية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة - كلية الإعلام، مايو، عدد خاص، 27:56.

- قنديلجي، عامر إبراهيم(2015)، الإعلام الإلكتروني، عمان: دار المسيرة للطباعة والنشر.
- قيدوم، حسية(2006)، الأبعاد النفسية والاجتماعية للعالم الافتراضي، المجلة العربية للعلوم والمعلومات، مطبعة المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، العدد 7، 14: 28.
- كمال، عايد(2017)، العولمة الإعلامية وأثرها على قيم المجتمع، مجلة أنثروبولوجيا، الجزائر، المجلد 5، مارس، 63: 75.

- كنعان، على عبد الفتاح(2015)، الإعلام الإلكتروني، عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع.
- الليمي، عبدالرازق محمد(2011)، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، عمان: دار الثقافة والتوزيع.

- مجيب غلاب(2016)، المسار التطوري لبعض التجارب الدولية في إدماج التربية الإعلامية الحديثة، ورقة بحثية مقدمة لندوة التربية الإعلامية والرقمية التحديات والآفاق في كلية علوم التربية جامعة محمد الخامس، 25- 26 مايو، متاح على:

<https://www.academia.edu>.

30/5/2023

- مكاوي، حسن عماد، السيد، ليلى حسين(2017)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

- منير طبي(2020)، وسائل الإعلام والاتصال عبر التاريخ الحديث... كرونولوجيا التطور من الاتصال غير اللفظي إلى الميديا الجديدة، مجلة المعارف للبحوث والدراسات التاريخية، المجلد6، العدد3، ديسمبر، 2020، 7: 23.

– ثانيا: المراجع الأجنبية:–

- Al-Menayes, J. J(2015). Social Media Use, Engagement and Addiction as Predictors of Academic Performance. International Journal of Psychological Studies, vol. 7, no.4, 1236–1256.
- Ahn, J, & Jung, Y(2016), The common sense of dependence on smartphone: A comparison between digital natives and digital immigrants. New Media & Society, vol.18, no,7 , 1236–1256.
- Alfonso Pellegrino, Alessandro Stasi, and Veera Bhatiasavi (2022), Research trends in social media addiction and problematic social media use: A bibliometric analysis. Frontiers in psychiatry, vol, 13, Article 1017506, 10 Novamber, available at: -
<https://doi.org/10.3389/fpsyt.2022.1017506> 13/11/2023
- Chin Ying Shin, Hasmah Zauddin(2019), New Media Literacy And Media Use Among University Students In Malaysia, International Journal of Engineering and Advanced Technology (IJEAT), Volume-8, Issue-5C,May.
- Al-Omari, K.M & Et.Al (2021) ,The Degree Of Possessing Media Education Skills Among Classroom Student-Teachers At Yarmouk University, Multicultural Education, Vol.7, Issue 2, 42:51.
- GARCIA-RUIZ, Rosa; Ramirez-Garcia, Antonia; Rodriguez-Rosell, Maria M.(2014), Media Literacy Education For A New Prosumer Citizenship Comunicar, Media Education Research Journal, Vol.43,15: 23.
- Guo-Ming Chen(2012), The Impact of New Media on Intercultural Communication In Global Context, China Media Research,vol.8, no. 2, 1: 10.
- Martin Lister, Jon Dovery, Seth Giddings, Lain Grant, & Kieran Kelly(2009) , New media: A critical introduction ,New York: Routledge.
- - Charu Lata Singh(2010), New media and cultural identity, China Media Research, vol.6, no.1, Jan, 86: 94.
- Manuel Castells (2009), Communication Power, New York, Oxford University Press.
- Pérez Tornero, José Manuel, Geneviève Jacquinet-Delaunay, Samy Tayie, and Ulla Carlsson, eds(2008), Media Literacy, New Conceptualization,

New Approach, Empowerment Through Media Education, An Intercultural Dialogue, Göteborg, Sweden: Nordicom.

- Share, J (2013), Media literacy is elementary: Teaching youth to critically read and create media, New York: Peter Lang.
- Potter, W, J (2021), Media Literacy (Thousand Oaks, California: SAGE Publications, 10th edition.
- Alton, G, Penny, M, Michael, D, Sanjay, A, Carolyn, W, Fackson, B, Chido, O, (2013), Media and Information Literacy POLICY & STRATEGY GUIDELINES, Editors: Alton Grizzle, Maria Carme Torras Calvo (United Nations Educational, Available at:
<https://unesdoc.unesco.org>. 15/8/2024
- Yu Tang, Yang Hu (2017), Media literacy education in colleges and universities: The status quo and the development way of thinking Advances in Social Science, Education and Humanities Research, International Conference on Modern Education Technology, and Social Science, volume 91 (Atlantis Press).
- Samy Tayie (2016), An Egyptian Perspective, Opportunities For Media And Information Literacy In The Middle East And North Africa, Editors: Magda Abu-Fadil Jordi Torrent And Alton Grizzle, The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Billes Tryckeri AB, Mölndal, Sweden .
- Nataša Ružić (2016), Challenges in implementation of the subject of Media Literacy in the educational system in Montenegro, Nova prisutnost, vol. 14, 69: 89.