

قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص إتصال تنظيمي

مذكرة ماستر تحت عنوان

دور الفايسبوك في التربية الإعلامية للطالب الجامعي

- دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الاعلام و
الاتصال بكلية العلوم الانسانية و الاجتماعية بجامعة العربي

التبسي تبسة -

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ا mastre L.M.D

إشراف الأستاذة

• عابدي لدمية

من إعداد الطلبة

• بوخاري شيماء

• مقدم إكرام

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
طبي منير	أستاذ محاضر (أ)	رئيسا
عابدي لدمية	أستاذ تعليم عالي	مشرفا ومقرا
أيت محند نورية	أستاذ مساعد (أ)	عضوا ممتحنا

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

١٤٣٨ هـ

شكر و عرفان

نحمد الله عز و جل بداية على منه وكرمه ونشكره على توفيقه
لنا لإتمام هذا العمل وإنجازه على هذا الوجه.
ونتقدم بخالص الشكر والامتنان للأستاذة المشرفة

" عابدي لدمية "

على كل ما قدمته لنا من نصائح وتوجيهات أثناء
انجاز رسالة التخرج، فمنا لك أستاذتنا أسمى عبارات التقدير
والاحترام.

ونشكر والدينا على مساندتهم لنا في مسيرة حياتنا ودراستنا
للوصل الى هذه المرحلة.

ونشكر زملائنا الذين أمدوا لنا يد العون في مسارنا الدراسي
وكل شخص وقف معنا من قريب أو من بعيد.



الصفحة	المحتوى
	قائمة الفهارس
	المقدمة
01	تمهيد
03	الإشكالية
05	أسباب إختيار الموضوع
06	أهداف الدراسة
06	أهمية الدراسة
07	المقاربة النظرية للدراسة
07	مفهوم نظرية الإستخدامات و الإشباعات
07	فروض نظرية الإستخدامات و الإشباعات
08	الانتقادات الموجهة لنظرية الإستخدامات و الإشباعات
08	علاقة نظرية الإستخدامات و الإشباعات بدراستنا
	الفصل الأول الإطار النظري والدراسات السابقة والمشابهة
10	I- الإطار النظري للدراسة
10	أولا- الدور
10	ثانيا- الفيسبوك
15	ثالثا- التربية
17	رابعا- الإعلام
18	خامسا- التربية الإعلامية
21	سادسا- الطالب الجامعي
25	II-الدراسات السابقة والمشابهة
26	أولا- أطروحات الدكتوراه
31	ثانيا- رسائل الماجستير
34	ثالثا- المقالات

الفصل الثاني الإجراءات المنهجية والدراسات الميدانية	
38	1- الإجراءات المنهجية للدراسة
38	1-1 مجالات الدراسة
38	1-1-1- المجال المكاني
38	1-1-2- المجال الزمني
38	1-1-3- المجال البشري
38	1-2- مجتمع البحث وعينة الدراسة
41	1-3- منهج الدراسة
42	1-4- أدوات جمع البيانات
43	2- الدراسة الميدانية
43	2-1- تحليل و تفسير النتائج
43	*البيانات الشخصية
45	المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي للفيسبوك
52	المحور الثاني : دوافع استخدام الطالب الجامعي للمضامين الإعلامية عبر الفيسبوك
61	المحور الثالث: طبيعة المضامين الإعلامية للطالب الجامعي التي تساهم في تربيته الإعلامية
67	المحور الرابع : الإشباعات التي تحققت نتيجة تعرض الطالب الجامعي لمضامين التربية الإعلامية على الفيسبوك
73	نتائج الدراسة
78	الخاتمة
	الملاحق
	الملخص

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول
43	جدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب النوع
44	جدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن
45	جدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد استخدام العينة حسب استخدام الفيسبوك
46	جدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المدة التي يستخدم فيها موقع الفيسبوك.
47	جدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب معدل الساعات التي تقضيها في تصفح الفيسبوك يوميا
48	جدول رقم (06): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الفترات التي تستخدم فيها الفيسبوك
49	جدول رقم (07): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة التي تستخدمها لتصفح الفيسبوك يوميا
50	جدول رقم (08): يوضح توزيع أفراد العينة حسب التفاعل عبر الفيسبوك.
51	جدول رقم (09): يوضح توزيع أفراد العينة حسب استخدام الحساب الشخصي عبر الفيسبوك
52	جدول رقم (10): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الدافع لإستخدام موقع الفيسبوك
54	جدول رقم (11): يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة المواضيع التي تجذب الطالب أثناء تصفح موقع الفيسبوك
54	جدول رقم (12): يوضح توزيع أفراد العينة حسب دوافع إشتراك الطالب في صفحة على فيسبوك
56	جدول رقم (13): يوضح توزيع أفراد العينة حسب معايير إنتقاء الطالب للمضامين التي يتفاعل معها عبر موقع فيسبوك
57	جدول رقم (14): يوضح توزيع أفراد العينة حسب دوافع إعجاب الطالب بمضمون معين على فيسبوك
59	الجدول رقم (15): يوضح توزيع أفراد العينة حسب دوافع عدم إعجاب الطالب بمضمون معين على فيسبوك
60	جدول رقم (16): يوضح توزيع أفراد العينة حسب ثقة الأفراد بالمضامين المعروضة على الفيسبوك
61	جدول رقم (17): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مفهوم الطالب للتربية الإعلامية

62	جدول رقم (18): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الهدف من تربية الطالب إعلاميا
64	جدول رقم (19): يوضح توزيع أفراد العينة حسب رأيهم عن المسؤول الأول على تربية الطالب الجامعي إعلاميا
65	جدول رقم (20): يوضح توزيع أفراد العينة حسب رأيهم حول كيف تظهر مهارات التربية الإعلامية لدى مستخدمي موقع فيسبوك
66	جدول رقم (21): يوضح توزيع أفراد العينة حسب ما يحتاجه الطالب الجامعي أكثر
67	جدول رقم (22): يوضح توزيع أفراد العينة حسب إعتقاد الطالب حول علاقة الفيسبوك بالتربية الإعلامية
68	جدول رقم (23): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الإشباعات المعرفية التي يحققها الفيسبوك في التربية الإعلامية
69	جدول رقم (24): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الإشباعات الإجتماعية التي يحققها الفيسبوك في التربية الإعلامية
70	جدول رقم (25): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الإشباعات النفسية التي يحققها الفيسبوك في التربية الإعلامية
71	جدول رقم (26): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الإشباعات التربوية التي يحققها الفيسبوك في التربية الإعلامية
72	جدول رقم (27): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الفيسبوك في تربية الطالب إعلاميا

فهرس الأشكال

الصفحة	الجدول
43	شكل رقم(01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب النوع
44	شكل رقم(02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن
45	شكل رقم (03): يوضح توزيع أفراد إستخدام العينة حسب إستخدام الفيسبوك
46	شكل رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المدة التي يستخدم فيها موقع الفيسبوك.
47	شكل رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب معدل الساعات التي تقضيها في تصفح الفيسبوك يوميا
48	شكل رقم(06): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الفترات التي تستخدم فيها الفيسبوك
49	شكل رقم (07): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة التي تستخدمها لتصفح الفيسبوك يوميا
50	شكل رقم (08): يوضح توزيع أفراد العينة حسب التفاعل عبر الفيسبوك.
51	شكل رقم (09): يوضح توزيع أفراد العينة حسب إستخدام الحساب الشخصي عبر الفيسبوك
52	شكل رقم (10): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الدافع لإستخدام موقع الفيسبوك
54	شكل رقم (11): يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة المواضيع التي تجذب الطالب أثناء تصفح موقع الفيسبوك
54	شكل رقم (12): يوضح توزيع أفراد العينة حسب دوافع إشتراك الطالب في صفحة على فيسبوك
56	شكل رقم (13): يوضح توزيع أفراد العينة حسب معايير إنتقاء الطالب للمضامين التي يتفاعل معها عبر موقع فيسبوك
57	شكل رقم (14): يوضح توزيع أفراد العينة حسب دوافع إعجاب الطالب بمضمون معين على فيسبوك
59	شكل رقم (15): يوضح توزيع أفراد العينة حسب دوافع عدم إعجاب الطالب بمضمون معين على فيسبوك
60	شكل رقم (16): يوضح توزيع أفراد العينة حسب ثقة الأفراد بالمضامين المعروضة على الفيسبوك
61	شكل رقم (17): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مفهوم الطالب للتربية الإعلامية

62	شكل رقم (18): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الهدف من تربية الطالب إعلاميا
64	شكل رقم (19): يوضح توزيع أفراد العينة حسب رأيهم عن المسؤول الأول على تربية الطالب الجامعي إعلاميا
65	شكل رقم (20): يوضح توزيع أفراد العينة حسب رأيهم حول كيف تظهر مهارات التربية الإعلامية لدى مستخدمي موقع فيسبوك
66	شكل رقم (21): يوضح توزيع أفراد العينة حسب ما يحتاجه الطالب الجامعي أكثر
67	شكل رقم (22): يوضح توزيع أفراد العينة حسب إعتقاد الطالب حول علاقة الفيسبوك بالتربية الإعلامية
68	شكل رقم (23): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الإشباعات المعرفية التي يحققها الفيسبوك في التربية الإعلامية
69	شكل رقم (24): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الإشباعات الإجتماعية التي يحققها الفيسبوك في التربية الإعلامية
70	شكل رقم (25): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الإشباعات النفسية التي يحققها الفيسبوك في التربية الإعلامية
71	شكل رقم (26): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الإشباعات التربوية التي يحققها الفيسبوك في التربية الإعلامية
72	شكل رقم (27): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الفيسبوك في تربية الطالب إعلاميا

المقدمة

تمهيد

يعيش العالم اليوم ثورة حقيقية بفضل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، والتي أحدثت نقلة نوعية في مجال نقل وإنتاج الرسائل الإعلامية المختلفة، ولعل أبرز مظاهر تلك التكنولوجيا الإستخدامات المتعددة لشبكة الأنترنت من قبل الأفراد في مختلف المستويات، ومن أهم هذه الإستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي التي ظهرت مع تطور الجيل الثاني، والذي يعتبر جيل جديد في عالم الإتصال والتواصل، حيث أصبحت تحظى بإهتمام كبير من قبل شرائح واسعة من الأفراد داخل المجتمع وذلك لما تتميز به من العالمية والمرونة و الخدماتية، التفاعلية والمشاركة وإتاحة المضامين والتطبيقات، والسرعة الفائقة في تبادل المعلومات بين المرسل والمتلقى.

وقد تنوعت وتعددت مواقع التواصل الإجتماعي إلى: Facebook، Twitter، Instagram، youtube ونجد من أبرزها الفايسبوك الذي هو من أهم هذه المواقع الإجتماعية، و الذي يعتبر له أهمية بالغة لدى الفرد خاصة الشباب و من بينهم فئة الطلبة الجامعيين، الذين لهم أيضا إقبال على هذا الموقع لكونه منفتحا على جميع ميادين الحياة من تفاعل وتواصل مع الآخرين، ومشاركة منشورات و أيضا لتبادل الأحداث و المعارف، ومع تعدد إستخدام هذا الموقع وتغلغله في حياة الطالب ثقافيا، إجتماعيا، إقتصاديا و أيضا دينيا فإنه أصبح له تأثير على نفسية المتلقي، ولذلك فقد برزت التربية الإعلامية حتى تنمي من شخصية الطالب وقدراته عقليا، أخلاقيا و وجدانيا وهذا لإكسابه المفاهيم والإتجاهات و القيم و المهارات، التي تساعده على الإستخدام المنظم، وكيفية التعامل مع كل ما يتلقاه من محتوى إعلامي، ويعتبر موقع الفايسبوك من تطبيقات الإعلام الجديد الأكثر إنفتاحا من حيث نقل الرسائل الإعلامية، وتداولها لذلك فهو يساعد على التنشئة الإجتماعية، وأيضا على التربية للطالب الجامعي من خلال ما يتم بثه من منشورات.

ومن هذا المنطلق حاولت هذه الدراسة معرفة دور الفايسبوك في التربية الإعلامية للطالب الجامعي حيث قمنا بدراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية بجامعة العربي التبسي _ تبسة_ وقد تم تقسيم الدراسة: المقدمة وتتضمن "إشكالية الدراسة، أسباب إختيار الموضوع، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة، كما قمنا بتحديد النظرية المناسبة للدراسة والمتمثلة في نظرية الإستخدامات و الإشباع التي لها علاقة بالدراسة."

وقد تناولنا في الفصل الأول الإطار النظري والدراسات السابقة والمشابهة: حيث تطرقنا فيه إلى تعريف الدور ، الفايبيوك وتطبيقاته وآليته وإيجابياته وسلبياته، التربية، الإعلام، التربية الإعلامية تطورها وأهدافها ومجالاتها ، الطالب الجامعي حاجاته وحقوقه وواجباته و إعتدنا في الدراسات السابقة على أطروحات الدكتوراه و رسائل الماجستير و المقالات التي لها علاقة بالدراسة.

بالإضافة إلى الفصل الثاني الذي يضم الإجراءات المنهجية والدراسة الميدانية : حيث تناولنا فيه مجالات الدراسة " المجال المكاني حيث قمنا بهذه الدراسة على مستوى جامعة العربي التبسي بكلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية على قسم علوم الإعلام والاتصال، والمجال الزماني قسمناه إلى دراسة إستطلاعية و دراسة نظرية ودراسة ميدانية، والمجال البشري المتمثل في طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة العربي التبسي ،وتناولنا مجتمع وعينة الدراسة، ثم عرفنا منهج الدراسة وأداة جمع البيانات حيث إعتدنا على إستمارة الإستبيان لجمع المعلومات، وفي الأخير تناولنا الدراسة الميدانية المتمثلة في الإطار التطبيقي و تحليل وتفسير النتائج المتحصل عليها ثم خاتمة و ملخص الدراسة.

الإشكالية:

أثبتت العديد من الدراسات أن تطور مواقع التواصل الاجتماعي، و في مقدمتها الفايسبوك أدى إلى تكوين وعي إعلامي لدى الشباب، من بينهم الطلبة الجامعيين المستخدمين للفايسبوك من أجل التواصل مع الأصدقاء و تبادل الأفكار، الآراء، الخبرات و مشاركتها مع بعضهم البعض و التفاعل معها، فهو عنصر هام في تلبية الحاجات و إشباع الرغبات الإعلامية و التواصلية لهم، لكنه أدى إلى توسيع الفجوة بينهم و إضعاف المهارات لديهم، إلا أنه الأكثر شعبية من ناحية الإستخدام، و قد تم إنشاؤه أصلا كمنتدى لطلاب الجامعات حيث لا يزال مستخدما بشكل كبير من قبل الطلاب الجامعيين¹.

وقد أثبتت الإحصائيات أيضا مؤخرا أن عدد مستخدمي تطبيق فايسبوك بالجزائر في جانفي 2021، قد بلغ أكثر من 23 مليون مستخدم يمثلون 71,8% من عدد السكان الذي يتجاوز سنهم 13 سنة و أن 62% في الشبكة هم رجال و 38% هم نساء².

ومن هنا أصبح سلطة مؤثرة على الشباب خاصة الطلبة الجامعيين، من جانب القيم والمعتقدات والتوجهات وكذا الممارسات في مختلف المجالات، لذلك ظهرت التربية الإعلامية المراقبة لهذا التأثير، والتي تهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية والتعامل معها، والمشاركة الفعالة في الإعلام مما يخلق هوية ثقافية لكل طالب تميزه عن غيره.

فقد برزت التربية الإعلامية التي تتضمن ضرورة الفهم الصحيح لمهمة وسائل الإعلام، و ضرورة إمتلاك القدرة على إنتقاء المنتجات، والمواد الإعلامية والمشاركة الفعالة في التأثير في تلك المنتجات، بما يجعل العمل الإعلامي متمما للعمل التربوي ومعززا له ومع التطورات السريعة في بنية الإتصال والإعلام، قد عززت الحاجة إلى التربية الإعلامية، وإلى العمل الجاد على تزويد الشباب بما يقتضي من وعي مهارات وإتجاهات إيجابية، بغية التعامل مع وسائل الإتصال ومصادره، بثقة و إقتدار وبناء ذواتهم وقدراتهم وحسهم النقدي والإختيار الصحيح لما يناسبهم من مواد و برامج إعلامية³.

فالتربية الإعلامية تسعى لجعل الشباب قادرين على فهم العملية الإتصالية والإعلامية، وإمتلاك مهارات المناقشة الإعلامية ، نقد المحتوى الإعلامي و كذا منح الفرصة للمشاركة في صياغة المحتوى الذي يعبر عن أفكارهم و آرائهم ويحمل قيمة ومنفعة .

¹-مصطفى يوسف الكافي:الإعلام الثقافي، ط1، دار حامد للنشر، الأردن، 2016، ص119.

²-الموقع الإلكتروني: www.echorokonline.com ، تاريخ الاطلاع: 2022/02/13 ، الساعة: 15.00 .

³-حسين عبد الجبار: إتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص62.

لذلك يعتبر الفايسبوك من أبرز الآليات المستخدمة، عبر صفحاته التعليمية التربوية الدينية إلى هذه الفئة من الشباب طبقا لعوامل فردية وحاجات شخصية وثقافية، حيث تهيئهم للمشاركة في صناعة القرار والتفكير الناقد والتفكير الإبداعي ، إضافة لمهارة حل المشكلات مما يؤدي إلى رفع الوعي الإعلامي .

ومن هنا حاولنا عن طريق هذه الدراسة، إبراز ما يقدمه الفايسبوك للطلاب الجامعيين في إطار التربية الإعلامية من ثقافة إجتماعية، وإملاك مهارات النقد، التقويم، التحليل، والإتصال الفعال تلبية لرغباتهم وحاجاتهم مستخدمين نظرية الاستخدامات وإشباع الرغبات .

لذلك نطرح التساؤل المركزي التالي :

ما هو دور الفيسبوك في التربية الإعلامية لطلبة قسم علوم الإعلام والإتصال بجامعة
العربي التبسي؟

1- الأسئلة الفرعية :

- 1 ما هي عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الشيخ العربي التبسي للفيديو؟
- 2 ما هي دوافع استخدام الطالب الجامعي بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الشيخ العربي التبسي للمضامين الإعلامية التي يتم نشرها عبر فيسبوك؟
- 3 ما طبيعة المضامين الإعلامية التي يتعرض لها الطالب الجامعي بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الشيخ العربي التبسي وتساهم في تربيته الإعلامية؟
- 4 ما هي الإشباعات التي تحققت نتيجة تعرض الطالب الجامعي بقسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة الشيخ العربي التبسي لمضامين التربية الإعلامية على الفيسبوك ؟

2- أسباب اختيار الموضوع :

إن إختيار الموضوع من الخطوات الأساسية في الدراسة العلمية وقد إختارنا هذا الموضوع للأسباب الآتية:

2-1- الأسباب الذاتية:

- 1-الميل الشخصي: لدراسة المواضيع الخاصة بالتربية الإعلامية ومناقشتها.
- 2-التخصص الأكاديمي: حيث يندرج هذا الموضوع ضمن تخصصنا مما دفعنا إلى محاولة دراسته دراسة علمية .
- 3-الرغبة العلمية: حيث تولد لدينا نحن كباحثين جامعيين علاقة مع موضوعنا البحثي دفعت بنا إلى حب الإطلاع و دراسة هذه الدراسة بالذات.

2-2- الأسباب الموضوعية :

- 1- قابلية الموضوع للدراسة النظرية و الميدانية .
- 2- معرفة مدى تنمية وعي الطالب الجامعي من خلال التربية الإعلامية عبر الفيسبوك.

3- الحداثة التي يتصف بها الموضوع.

3- أهداف الدراسة :

*لكل بحث علمي أهداف تميزه عن غيره و يسعى لتحقيقها و تتمثل أهداف دراستنا في:

-إبراز عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي بقسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة العربي التبسي للفيسبوك.

-التعرف على دوافع استخدام طلبة قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة العربي التبسي للمضامين الإعلامية التي يتم نشرها عبر فيسبوك .

-الكشف عن طبيعة المضامين الإعلامية التي يتعرض لها الطالب الجامعي بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة العربي التبسي و تساهم في تربيته الإعلامية .

-التعرف على الإشباعات التي تحققت للطالب الجامعي نتيجة تعرضه لمضامين التربية الإعلامية على فيسبوك .

4- أهمية الدراسة :

*تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته حيث نحاول الكشف من خلالها عن:

الحاجة الماسة لتبني مفهوم التربية الإعلامية و إبراز أهميتها في حياة الطالب الجامعي، ودرجة وعيه بها من عدمه وذلك لما لها من قدرة على إكساب الطالب الجامعي الثقافة الإجتماعية النقية، ومساعدته على رفع مستوى مهاراته في مجال التقييم، النقد، و معالجة الرسائل الإعلامية بطريقة فعالة و صحيحة، كما تسلط هذه الدراسة الضوء على مرحلة مهمة من مراحل التعليم العام وهي { المرحلة الجامعية } إذ أنها أكثر المراحل العمرية تفاعلا مع العولمة الإعلامية.

فالطالب هنا سيتفاعل بكثرة مع الثورة المعلوماتية، لذلك فهو بحاجة لتربية إعلامية تحصنه ضد الإنسياق وراء كل من الغزو الثقافي، أولا وصولا إلى المضامين الباهتة و اللاأخلاقية، كالتضليل و الشائعات و الإنحرافات الفكرية، التي تداهمه في جميع مواقع التواصل الاجتماعي خاصة فيسبوك.

5- المقاربة النظرية للدراسة:

لقد إعتدنا في هذه الدراسة على نظرية الإستخدامات و الإشباعات، بحيث رأينا أنها الأنسب لهذا الموضوع أملا في الوصول إلى نتائج أكثر شمولاً و خدمة لموضوعنا.

5-1- مفهوم نظرية الإستخدامات و الإشباعات:

يرى بعض الباحثين أن نظرية الإستخدامات و الإشباعات جاءت كرد فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية، و تهدف لدراسة الإتصال دراسة وظيفية منظمة، فبدلاً من النظر للجمهور كأفراد سلبيين، يتم النظر إلى الأفراد بوصفهم مشاركين إيجابيين في عملية الإتصال فهم يشعرون بحاجات معينة و بالتالي يختارون عن وعي الوسائل و المضامين التي تشبع إحتياجاتهم النفسية و الإجتماعية¹

5-2- فروض نظرية الإستخدامات و الإشباعات:

-إن الجمهور يشارك بفاعلية في عملية الإتصال الجماهيري و يستخدم وسائل الإتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاته.

-يعتبر إستخدام وسائل الإتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور و يتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، و عوامل التفاعل الإجتماعي، و تنوع الحاجات بإختلاف الأفراد.

-التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل و المضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الإتصال، وليست وسائل الإتصال هي التي تستخدم الأفراد ، أي أن الجمهور المتلقي هو صاحب المبادرة في التعرض للوسيلة الإعلامية و ذلك بما يتوافق مع حاجاتهم و رغباتهم.

-يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم و دوافعهم (النفسية و الإجتماعية) و بالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

¹-كمال الحاج: نظريات الإعلام و الإتصال، منشورات الجامعة الإفتراضية السورية، 2020، ص 93.

-يمكن الإستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال إستخدامات الجمهور لوسائل الإتصال، و ليس من خلال محتويات الرسائل فقط.¹

5-3- الإنتقادات الموجهة لنظرية الإستخدامات و الإشباعات:

-أن هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدافع، الإشباع، الهدف، الوظيفة، و هذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة، و بالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعا لإختلاف التعريفات.

-أن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية و نفسية و إجتماعية، و تختلف أهميتها من فرد لأخر، و لتحقيق تلك الحاجات تعددت أنماط التعرض لوسائل الإعلام و إختيار المحتوى.

-تقوم النظرية على إفتراض أن إستخدام الفرد لوسائل الإعلام متعمد و مقصود و هادف، و الواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك، فهناك أيضا إستخدامات غير هادفة.²

5-4- علاقة نظرية الإستخدامات و الإشباعات بدراستنا:

يعد مدخل الإستخدامات و الإشباعات من أنسب المداخل للدراسة الحالية و ذلك لأن ليست الوسيلة الإعلامية هي التي تحدد نوع الرسالة الإعلامية هنا، إنما إستخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي يتم عرضها وهذا ماله علاقة بدراستنا حيث يقوم الطالب الجامعي بدور كبير في إختيار الوسائل و المضامين التي تشبع إحتياجاته المتعددة على إختلافها، و يعرض عن الوسائل التي لا تحقق له أي إشباع، لذا تحاول الدراسة معرفة مدى تأثير موقع فيسبوك على التربية الإعلامية للطالب الجامعي و كيفية هذا التأثير، هل هو بالإيجاب أي هل الطالب الجامعي يقوم بالتعرض الإنتقائي للمضامين الإعلامية على الفيسبوك التي تساهم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في تربيته الإعلامية وزيادة وعيه الإعلامي وإختيار ما يساعده على حل مشكلاته، أم هل هو بالسلب وذلك من خلال تحقيق ما يشبع رغباته عن طريق التضييل الإعلامي وقلب الحقائق.

¹-مصطفى يوسف كافي: نظريات الاتصال و الإعلام الجماهيري، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع، 2016، ص245.

²-مكاوي حسن عماد، حسن السيد ليلي: الاتصال و نظرياته المعاصرة، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2002، ص257.

الفصل الأول

الاطار النظري والدراسات السابقة والمثابفة

1/ الإطار النظري للدراسة

1-الدور

2-الفيشوك

3-التربية

4-الإعلام

5-التربية الإعلامية

6-الطالب الجامعي

2/ الدراسات السابقة و المثابفة

1-أطروحات الدكتوراه

2-رسائل الماجستير

3-المقالات

1/الإطار النظري للدراسة:

5-تحديد المفاهيم و المصطلحات :يعتبر تحديد المفاهيم و المصطلحات مسألة جد مهمة في البحث العلمي بإعتبارها تزيل الغموض لدى القارئ.

5-1-الدور:

أ-لغة: حسب معجم waut burg و bloch فإن كلمة الدور مشتقة من العبارة اللاتينية rotulas، التي تعني من جهة ورقة مطوية تحمل مكتوب، ومن جهة أخرى ما يجب أن يستظهره ممثل مسرحية، وإبتداء من القرن 11م بدأ استعمال مفهوم الدور بمعنى وظيفة اجتماعية أو مهنية¹.

ب- دور وجمعه أدوار و يقصد به المهمة والوظيفة،"قام بدور رئيسي في المعركة" وهو النمط الثقافي المحدد لسلوك الفرد الذي يشغل مكانة معينة.²

ب-إصطلاحا: وظيفة أو مكانة الإنسان، الفرد في موقع كدور الأب أو الطبيب و القائد و الدعاية، وهو الجانب الحركي للمركز، أو هو كيفية التمتع بالحقوق و تحمل الواجبات التي يمنحها أو يفرضها المركز.³

5-2-الفيس بوك:

أ-لغة: أصل الكلمة من اللغة الإنكليزية ، وتنقسم إلى شقين (face/book) الشق الأول (face) و تعني الوجه أما الشق الثاني (book) وتعني كتاب، و بالتالي فهو عبارة عن * كتاب وجوه*.

¹-يحيى حسين درويش: معجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية، ط1، الشركة المصرية العالمية للنشر، القاهرة، 1988، ص143.

²-أحمد بن مرسل: منهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص84.

³-خضير شعبان: مصطلحات في الإعلام و الإتصال، ط1، دار اللسان العربي، الجزائر، 2001، ص93.

ويعود أصل الكلمة لما بين سنتي 1985/1980 ، وكان يقصد بها ذلك الدليل الذي تعتمده الجامعات الأمريكية ، و الذي يصدر نهاية كل سنة دراسية و يتضمن صور الطلاب وأنشطتهم و إنجازاتهم خلال السنة الجامعية.¹

ب-إصطلاحاً: موقع من مواقع الشبكات الإجتماعية تتيح للأشخاص العاديين أو الإعتباريين كالشركات أن يبرزوا أنفسهم، ويعززوا مكانتهم عبر أدوات موقع التواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع، أو عبر التواصل مع مواقع التواصل الأخرى.²

يعرف أيضا: هو شبكة إجتماعية إستأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس، خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها عام 2004، في جامعة هارفاد في الولايات المتحدة الأمريكية، فتخطت شهرتها حدود الجامعة، و إنتشرت في مدارسها المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار، حتى عام 2007 حيث حقق القائمون على الموقع إمكانيات جديدة لهذه الشبكة ومنها إتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة الفيسبوك، بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة إلى كافة دول العالم، يزورونها بإستمرار ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو، ويعلقون على ما ينشر في صفحاتهم من آراء وأفكار وموضوعات متنوعة جديدة، يضاف إلى ذلك المشاركة الفعالة وغالبا ما تكون في المحادثات والردشات.³

ج-التعريف الإجرائي: هو عبارة عن موقع إلكتروني من مواقع التواصل الإجتماعي يضم عدد كبير من المستخدمين لهذه الشبكة التواصلية، حيث يتيح للأفراد بالتواصل مع بعضهم البعض عبر مختلف أنحاء العالم بالإضافة إلى المحادثات، الردشات، تبادل المعلومات والأفكار والصور والمشاركة الفعالة بأرائهم حول التعليق على المنشورات المتعلقة بمواضيع ذات الإهتمام المشترك بينهم.

¹- متاح على الخط، الموقع الإلكتروني: www.dictionary.com، تاريخ الإطلاع: 2022/02/25، على الساعة: 21:00.

²- خالد غسان، يوسف مقدادي: ثورة الشبكات الإجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص35.

³- عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الإجتماعي السلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص63.

1-تطبيقات موقع الفيسبوك: هناك عدد كبير جدا من التطبيقات بعضها منشئ من قبل الشركات و البعض الآخر منشئ من قبل المستخدمين العاديين، وفيما يلي سنذكر أهم التطبيقات الموجودة على الفيسبوك:

1-المجموعات (groups): يمكن لكل مشترك أن ينشأ مجموعة عبر تسميتها و كتابة تعريف عن الفكرة ثم إيميل مدير admin بحروف كبيرة، يتم إنشاء المجموعات لإهتمامات مشتركة أو لأعضاء نادي معين، أو لحملة فكر إجتماعي كان أو ديني أو سياسي، و المجموعات لديها نفس عناصر وأدوات الصفحة الشخصية ذاتها فالصفحة تسمح بالكتابة فيها لجميع أعضاء الجروب وألبوم صور و مساحة للحوار وملفات فيديو وكل ذلك يتم عبر صلاحيات المنح التي يشرف عليها مدير المجموعة.

2-الصفحات(pags): الصفحات لها نفس حيز و إستخدامات المجموعة فيما عدا أنها أكثر تفاعلا عبر ظهورها في الصفحة الرئيسية (home) لكل المستخدمين، و غالبا هذا التطبيق (fan club) يكون خاص بمعجبين الجماهير، و نجوم المجتمع بحيث تكون الصفحة وسيلة للتواصل مع الشخصيات المعنية.

3-الصفحة الرئيسية(home): يظهر بهذه الصفحة كل جديد، تعليقات و صور و روابط أصدقائك، وذلك يحدث فقط إذا أتاح المستخدم عبر إعدادات الصلاحية مشاهدة محتويات صفحة أصدقاء أصدقائه.

4-الألعاب(games): بالفيسبوك العديد من الألعاب المختلفة مغامرات إستراتيجية، كرة قدم، يستطيع المستخدم أن يستخدمها و يجتاز مراحلها مرحلة تلو الأخرى، و المثير في هذه الألعاب و الأكثر أهمية هو أنه يمكن للمستخدم أن يدعوا عدد من أصدقائه لممارسة لعبة معينة جماعية.

5-المناسبات(event): إقامة دعوة لأصدقائه أو لأعضاء مجموعة معينة، لحدث مهم أو عمل جماعي أو إجتماع على أرض الواقع، توضح فيه عنوان الحدث و تاريخ بدايته و نهايته و تحديد الأعضاء المدعويين له، و بعض المناسبات تخزن مفتوحة لأي عضو في الفيسبوك¹.

¹ -وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، ط1، المكتبة الوطنية للنشر و التوزيع، السودان 2011، ص14.

2/آلية التواصل بين المستخدمين على موقع الفيسبوك :

إن دفع المستخدم على الإشباع المطلوب بأقل جهد ونفقات أقل وفي أي وقت وأي مكان، بالإضافة إلى سهولة الإستخدام، جميع هذه العوامل ساعدت بشكل كبير في إزدياد شعبية مواقع التواصل الإجتماعي خاصة فيسبوك، فيكفي أن يملك الفرد مهارات أساسية في الأنترنت تمكنه من الولوج إلى العالم الافتراضي، خاصة أن التسجيل بها مجاني ومفتوح أمام الجميع حيث لا يتطلب إنشاء حساب "بروفيل profile" على موقع فيسبوك أكثر من إيميل صالح، تتلقى عليه رابطا لتفعيل الإشتراك وذلك للتحقق من هوية المستخدم ، بعدها يمكن الدخول ببسر إلى الموقع وهو لا يتيح الدخول سوى لأعضائه ، ومنذ البداية يجعلك تصل إلى أصدقائك ومعارفك بكل سهولة ، فهو يعطيك خيار أن تدعوا الأشخاص الذين عناوينهم البريدية محفوظة لديك في الإيميل الذي إستخدمته للتسجيل سواء بشكل جماعي أو فردي، ويتيح لك أن تدعوا وتبحث عن الأشخاص الذين تعرف إيميلاتهم من خارج قائمتك أو أسماءهم وكل ما عليك بعد أن تجدهم هو أن تستخدم أيقونة "addas friends" حيث تتيح لك أيضا خيار مراسلتهم.¹

3/إيجابيات و سلبيات الفيسبوك:

*أولا إيجابياته:

يؤدي هذا الموقع خدمات إلى مستخدميه تسهل عليهم الكثير من أعمالهم وتواصلهم ومن بينها:

1_ إتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في الموقع وذلك من خلال:

_إرشاد صديقين إلى بعضهما على هذا الموقع، حتى وإن كان لا يعرفان بعضهما في الواقع الحقيقي.

_إقتراح أصدقاء جدد لمن يزيد من الأصدقاء القدامى الذين يعرفهم سابقا، وبالتالي توسيع شبكة الصداقة والتواصل التي يمتلكها.

¹-متاح على الخط، الموقع الإلكتروني: www.wopress.com، تاريخ الإطلاع: 2022/03/10، على الساعة: 13:23.

إتاحة الفرصة لمشاهدة كل الأصدقاء مرة واحدة، مرتبة أسماءهم أبجدياً مع أرقام هواتفهم الموجودة على نبذة حياتهم إذا كانت هذه الهواتف متاحة للأصدقاء.

إمكانية التواصل والتفاعل مع الأصدقاء عن طريق الدردشة والرسائل والهدايا الافتراضية، وإبلاغهم عن الأعمال التي تقوم بها حالياً بحيث يبقون على إتصال مستمر عبر هذا الموقع الافتراضي.

2_ خدمة الشركات وأصحاب العمل:

في الإعلان عن الوظائف وإختيار الموظفين ، كأخذ ما ينشرونه من نبذة شخصية عن أنفسهم وخبراتهم على الفيسبوك بعين الإعتبار عند البدء في إختيار الموظفين من بين المقدمين ، كذلك يمكن للفيسبوك إسداء خدمات كبيرة في التسويق والترويج للمنتجات.

3_ يتيح الفيسبوك كذلك فرصة تحميل ألبومات الصور:

بشكل أكبر وأوسع مما تنتجه المواقع الأخرى، حيث يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهرياً على الفيسبوك ، وكذلك تسجيل مقاطع الفيديو عبر عدة مصادر كالهاتف النقال و البريد الإلكتروني ، حيث يتم تحميل أكثر من عشرة ملايين مقطع شهرياً على هذا الموقع.

4_ لتواصل مع مجتمعات إفتراضية:

متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضو في التدريب والتعليم من هذه المجتمعات وزيادة خبرتها

5_ متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات:

كالشخصيات السياسية والإقتصادية والفنية والعاملين في المجالات الإجتماعية والدينية، حيث أصبح لمعظم هؤلاء حسابات على الفيسبوك يمكن لمن يتواصل معهم أن يطلع على أخبارهم وأفكارهم وخواطرهم ، ووجهت نظرهم حول مختلف الأحداث والقضايا.

6_ إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور و مقاطع فيديو:

بمقاطع فيديو يرغب العضو في الإحتفاظ بها من مواقع وأخبار وصور للرجوع إليها في أي وقت يشاء، حيث يمكن للفيديو أن يلعب دور المفضلة في تخزين المعلومات المرغوبة¹.

*ثانياً سلبياته:

-إهدار الوقت و عدم الشعور بقيمته، و ضياع ساعات طويلة في اللعب أو مشاهدة أشياء غير مفيدة، و فوات الكثير من الأوقات و الأعمال التي يمكن أن يستخدمها الفرد في تطوير ذاته، وعبادة الله عز وجل التي خلقنا من أجلها.

-قلة التواصل الشخصي مع الأسرة و الأصدقاء، وضعف الروابط و العلاقات الودية، بسبب قضاء وقت كبير على الفيسبوك.

-عدم الحفاظ على خصوصية و أسرار البيوت، خلال نشر الكثير من الصور و الفيديوهات التي ينبغي الإحتفاظ بها.

-التسبب بالتعب للعين، فضلاً عن إرهاق الجسد عموماً بسبب إطالة استخدامه.

-إستغلاله في نشر الفتن والأخبار المضللة.

-يمكن أن يتسبب الفيسبوك في الكثير من الأضرار النفسية لمستخدميه، وذلك من خلال عمليات الإبتزاز أو الإستفزاز للأخرين من خلال نشر صورهم أو سرقة حساباتهم، و نشر بعض الإفتراءات على ألسنتهم و غيرها من عمليات التهديد التي تؤذي الأفراد².

5-3-التربية:

أ-لغة: إسم مشتق من الربّ : يطلق في اللغة على المالك والسيد والمدبّر والمربي والقائم والمنهم، ولا يطلق غير مضاف إلا على الله تعالى وإذا أطلق على غيره فيقال ربّ كذا³.

¹-علي خليل شقرة: الإعلام الجديد "شبكات التواصل الاجتماعي"، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، عمان، 2014، ص ص67 68.

²-متاح على الخط، الموقع الإلكتروني: www.i7lm.com، تاريخ الإطلاع: 2022/03/14، على الساعة: 18.15.

³-أبي الفضل جمال الدين ابن محمد بن مكرم ابن منظور: لسان العرب، مج3، ط3، دار صادر للنشر والتوزيع، بيروت، 2004، ص18.

-تستعمل كلمة التربية بمعنى التهذيب وعلو المنزلة، وقد ذكر الزمخشري فقال و من المجاز:

فلان في رباوة قومه: في أشرفهم¹

-جاء في لسان العرب (لابن منظور): رَبًّا الشيء يربو ربواً وربًّا زاد ونما ورباته نميته.²

ب-إِصطلاحاً:

يعرفها أفلاطون: التربية هي أن تضي على الجسم والنفس كل جمال وكمال ممكنين لهم.
يعرفها جون ديوي: التربية تعني مجموعة العمليات التي يستطيع بها المجتمع، أو زمرة إجتماعية كبرت أو صغرت، أن تنقل سلطاتها أو أهدافها المكتسبة، بغية تأمين وجودها الخاص ونموها المستمر. إن التربية هي الحياة.³

تعريف روني أوبير: هي مجموع التأثيرات والأفعال التي يمارسها بكيفية إرادية، كائن إنساني على آخر غالباً ما يكون راشد على شاب صغير، والتي تستهدف لديه تكوين مختلف الإستعدادات التي تقوده إلى النضج و الكمال.⁴

كما تعرف التربية: على أنها تكيف الفرد الإنساني مع بيئته التي يعيش فيها ، وهي تعني مساعدة الفرد أو إعداده لكي يتكيف بنجاح مع بيئته، و عملية التكيف هذه تأتي من خلال عمليات التفاعل التي تتم بطرق مباشرة أو غير مباشرة بين الفرد و بيئته.⁵

5-4-الإعلام:

لغة: مصدر الفعل الرباعي أعلم . يقال أعلم، يُعلمُ إعلامًا وأعلمتهُ بالأمر: أبلغه إياه، وأطلعته عليه، جاء في لغة العرب إستعلم لي خبر فلان و أعلمنيه حتى أعلمته، و إستعلمني الخبر فأعلمته إياه.

¹-الزمخشري، محمود بن عمر جار الله، أساس البلاغة، ط1، دار الكتاب، القاهرة، 1998،ص158.

²-أبي الفضل جمال الدين ابن محمد بن مكرم ابن منظور، مرجع سابق، ص199.

³-حارث عبود، الإتصال التربوي، ط1، دار وائل للنشر، 2009، ص ص 54 55.

⁴-متاح على الخط ، الموقع الإلكتروني:www.diae.net، تاريخ الإطلاع 2022/02/17 ، على الساعة:17:30.

⁵-علي عبد الفتاح: الإعلام التربوي"مفهومه أهدافه إستراتيجيته"، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص ص

20 19.

⁶- محمود محمد سفر: الإعلام موقف، ط1، السعودية، 1982، ص 21

- هو أيضا: التبليغ، و يقال بلغت القوم بلاغا: أي أوصلتهم بالشيء المطلوب، و البلاغ ما أبلغك أي وصلك، ففي الحديث: "بلغوا عني و لو آية". أي أوصلوها غيركم وأعلموا الآخرين¹

إصطلاحا: الإعلام هو التعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي إعتمدت لدى كل نظام أو دولة، من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليا و خارجيا، و بالأساليب المشروعة أيضا لدى كل نظام وكل دولة.

و يعرفه أوتوجروت: أنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها، ميولها و إتجاهاتها في الوقت نفسه².

-الإعلام: هو نقل الأخبار والمعلومات بقصد التأثير في الأشخاص، ويتم نقلها من متصل إلى مستقبل³.

- هو تزويد الناس بالأخبار الموضوعية والمعلومات الدقيقة ، الحقائق كل ذلك بهدف تكوين رأي حول واقعه من الوقائع أو مشكلة من المشاكل، وهذا الرأي الذي يكون معبرا تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير وإتجاهاتهم وميولهم⁴.

5-5-التربية الإعلامية:

تعرف أيضا: هي إكساب المعرفة والفهم والتطبيق الصحيح للمهارات والمواقف التي تسمح للطلاب بالتعامل مع العالم الإعلامي، المعقد والمتغير بطريقة واعية وهادفة، كما يعبر عن إكتساب القدرة على إستخدام الإعلام، بطريقة نشطة وحيوية بهدف المشاركة الاجتماعية الفعالة⁵.

-كما عرفها عبد الحميد: هي الجهود المخططة للمؤسسات التربوية والتعليمية الرسمية وغير الرسمية التي تهدف إلى تمكين الأفراد من وسائل الإعلام ومنتجاتها، وممارسة حقوقه الإتصالية عليها، من خلال تنمية المعارف والمهارات الخاصة بإختيار الوسائل والتحليل الناقد للرسائل، والمشاركة

¹- محمود محمد سفر: الإعلام موقف، ط1، السعودية، 1982، ص 21

²- محمود حامد خضر: الإعلام و الانترنت، ط1، دار البداية للنشر و التوزيع، عمان، 2012، ص 18.

³-محمد أبو سمرة: إستراتيجيات الإعلام التربوي، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2009، ص 114.

⁴-محمد خالد أبو عزام : التربية الإعلامية ، ط1، دار زهدي، المملكة الأردنية ، عمان، 2020 ، ص05.

⁵-فهد بن عبد الرحمن الشميمري: التربية الإعلامية (كيف نتعامل مع الإعلام؟)، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر و التوزيع، الرياض، 2010، ص20.

الفصل الأول | الإطار النظري والدراسات السابقة والمثابفة

الإبداعية في إنتاج الرموز والمعاني، لبناء المواطن الصالح الذي يساهم في نمو المجتمع وإستقراره، وثبات النظام الإجماعي ودعم المعايير الثقافية والأخلاقية والمشاركة الديمقراطية¹.

التعريف الإجرائي: هي عملية تهدف إلى إكساب مهارات لتكوين وعي إعلامي لدى الطلبة الجامعيين، وذلك من خلال كيفية التعامل مع وسائل الإعلام الجديدة خاصة الفيسبوك، الذي أصبح ضروريا في حياة الطالب، ولا يمكن التغافل عن تأثيراته الإيجابية والسلبية، لذلك فالتربية الإعلامية تعتبر وسيلة مهمة في تنمية المعارف توسيع حلقة الإستفادة منه، والحد من مخاطره، وجعل الطلبة يشاركون بتفكير إبداعي وإيجابي، والتعامل مع كل ما يصلهم من مضامين والتفاعل معها بطريقة واعية.

1- التطور التاريخي لنشأة مفهوم التربية الإعلامية وانتشاره (جدول 1):²

الحقبة الزمنية	الوسيلة	مفهوم التربية الإعلامية
ظهور المفهوم حتى بداية الستينيات	صحافة	مفهوم قائم على الترجمة التقليدية لمحو الأمية (القراءة-الكتابة-الفهم) ويستخدم للتعبير عن التدريس التقليدي.
الستينيات وجزء من السبعينيات	سينما	ظهر مفهوم محو الأمية السمع بصرية والمرتبط بوسائل الإعلام والتي تمثلت في الأفلام السينمائية مع التركيز على الصور وتتبعها، التي كان لها بريق في جذب انتباه المدرسين في أوروبا لوقاية الطلبة من أثارها السلبية، لذا انتشر مفهوم نشاط *نادي الفيلم* في المدارس.
السبعينات وبداية الثمانينات	تلفزيون	تحول الإهتمام نحو التلفزيون، وأصبح مفهوم التربية الإعلامية أكثر نقدا ويميل ذلك إلى مفاهيم المدرسة الفرنسية الناقدة ، وذلك بسبب شدة القلق من تأثيرات بعض المضامين التلفزيونية كالمواد المثيرة جنسيا والعنف.
فترة الثمانينات	فيديو	شهدت إهتماما بالفيديو في كل من فرنسا وإيطاليا وإسبانيا.
نهاية الثمانينات	فضائيات	في هذه الفترة ظهرت القنوات التلفزيونية الخاصة، وتحول مفهوم التربية

¹-صالح عابر الشمري: التربية الإعلامية و طرق تضمينها في الإطار العام للمناهج في المؤسسات التعليمية في دولة الكويت، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2018، ص 19.

²-أحمد جمال حسن: التربية الإعلامية ، ط1، دار المعرفة للطباعة و النشر، 2015، ص76.

الفصل الأول | الإطار النظري والدراسات السابقة والمثابفة

وبدافة التسعيفات	الإعلامفة إلى التركيز على المضامفن التلففزيونفة وتأفثرافها، مثل تأفثرف الإعلانات وتوططت العلاقة بفن المدارس و وسائل الإعلام.
منتصف التسعيفات	ظهرت الوسائل الرقفمة وما فسمى بالمجتمع الرقفمف فافنتشر مفهوم التفقفف الرقفمف مما أفر بشكل واضح على نظام الإفصال، وبدا الإهفام بدراسة تأفثرف إسفخدام الوسائل الفففة على فزافة الففوة بفن الففسفن، وارتبط أفضا هذا المفهوم بمفهوم إءارة الوسائل الرقفمة الفففة .
بءافة القرن الواحد والعشرفن	فف هذه الففرة تلاشت الفواز بفن الوسائل الفقلففة والرقفمة، فافنتشر المفهوم بشكل أوسع، وهو نئاف المزج بفن الفقافة السمعفة والبصرفة والتقففف الرقفمف، خاصة مع ظهور أشكال فففة من الإفصال والوسائل الفففة وتقنفاء الهوائف المأمولة، والفف أءة لإءابة الفوارق بفن أشكال الافصال الإلکفرونفة المأمولة.

2/أهءاف الفربفة الإعلامفة:

تفءء أهءاف الفربفة الإعلامفة نئفة لئفوع معافبفرفا و نظرفاءها و إرفبافاءها بمفاهفم أفرى: كالوعف الإعلامف، و الفقافة الإعلامفة و فركفزها على المضامفن و المعلوماء الفف فئلقاها طلاب الفامعاء، إلا أنها ففتمع مع ضرورة إكساب الفمهور الفئلفف الفهم الفاقء، الفللل الإسئئاف و الإفئفار لكل ما فئقق مع مباءئ الفرد وقفمه، و الإسئباع لكل ما فخالف ذلك، سواء على المسئوى المسموع أو المأموء أو المرئف.

-إن إسئبال الطلاب للمضامفن المأمولة فءء إءمافا قوفا فؤءف إلى فقوفة مسئوفا الإءراك و الشعور و السلوك عء حصولهم على معلومااء و أأبار سفسئطفعون فقففمها و فئأفرون بها، كما فشر إلى إءافاء الفربفة الإعلامفة ووسائلها و ءوافعها و فمكن إءاف أهمها ففما فلف¹:

1-أمافة النشئ و الشفاف من الفأفراء السلبفة لوسائل الإعلام و مضامفنها المأمولة خاصة لما نعفشه فف زمن العولمة و عصر السماواء الففؤفة.

2-فئمفة مهاراء الففكفر الفاقء و المشاهءة الواعفة.

¹-مأمء آالء أبو عزام: مرجع سابق، ص ص 87 88.

3- إكساب طلاب الجامعات المبادئ الأساسية لتحليل وتفسير ونقد كل ما يقدم من مضامين إعلامية ذات أهداف مقصودة و غير مقصودة.

4- مساعدة الطلاب على التعبير عن آرائهم بحرية.

5- دعم الهوية الثقافية و المحافظة عليها.

6- إمداد طلاب الجامعات بالمعلومات و المعارف لفهم الإيديولوجيا الخاصة بوسائل الإعلام التي تسعى لتحقيقها.

7- تحقيق التمسك بالعتيدة و القيم الدينية عند التقييم و الحكم على صلاحية المضامين الإعلامية.

8- تحقيق الإتصال الفعال بين كافة طوائف المجتمع و وسائل الإعلام.

9- تزويدهم بالثقافة الإعلامية الهادفة لحرص و نقد ما يشاهدون و يتلقون.

10- تكوين جيل قوي منتج و مبدع يساهم في تنمية بلاده و على وعي بمصالحها.

3-مجالات التربية الإعلامية:

1-القدرات و العمليات العقلية:

بالمعرفة و الفهم و التذكر، و التحليل و التركيب و التقويم، لمساعدة المتعلم على فهم البيئة الإعلامية، و تحليل المضامين و الحكم عليها.

2-المجال الوجداني:

والمشاعر و الإتجاهات، والتذوق و القيم، وذلك بإثارة فضول المتعلم و جذب إنتباهه لهذا الموضوع المهم في حياته، و مساعدته في تكوين الإتجاه الإيجابي للتعامل بفعالية مع الإعلام.

3-المجال السلوكي:

بالممارسة والإتقان والإبداع، وذلك لمساعدة المتعلم على المشاركة العملية في الإعلام عبر الحوار، والتعبير عن الذات، وإنتاج المضامين الإعلامية و بثها¹.

5-6-الطالب الجامعي :

لغة: تطلق لفظة الطالب على كل متعلم مسجل في معهد عالي أوجامعة أوكلية ، على عكس التلميذ الذي يطلق على المتعلم في صفوف التعليم الأساسي².

إصطلاحاً: عرف إسماعيل سعد الطلبة على أساس أنهم شباب وأن الشباب فئة عمرية، تشغل وضعاً متميزاً في بناء المجتمع وهي ذات حيوية وقدرة على العمل والنشاط، كما أنها تكون ذات بناء نفسي وثقافي يساعد على التكيف والتوافق والإندماج والمشاركة بطاقة كبيرة تعمل على تحقيق أهداف المجتمع و تطلعاته³.

ويعرف أيضا : الطلبة الجامعيين بأنهم الصفوة الأكثر وعياً وإمكانية من حيث التبادل العلمي، وقد لا يوجد التباين بين الصفوة والقاعدة الشبابية في المجتمعات النامية في معنى آخر، ويؤكد أنه يجب التركيز على الشباب المتقف لأنه الفئة الأكثر إستعداداً للتغيير وقد يكون السبب الكافي لإعتبارهم الفئة الأكثر إدراكاً بطبيعة التفاعل الإجتماعي والإيديولوجي ، والأكثر عرضة للتفاعلات والتيارات العديدة⁴.

التعريف الإجرائي: هو الفرد الذي تحصل على شهادة البكالوريا و سمحت له معارفه العلمية

للإنتقال إلى مرحلة التعليم العالي، لإستكمال مسار دراسته و الإرتقاء بشهاداته في البحث العلمي.

¹-فهد بن عبد الرحمن الشميمري: مرجع سابق، ص26.

²-ميشال جرجس : معجم مصطلحات التربية و التعليم ، ط1، دار النهضة العربية ، لبنان ، 2005، ص350.

³-خلاف بو مخيلة: جمهور الطلبة الجزائريين و وسائل الإعلام المكتوبة، مذكرة ماجستير في الاعلام و الاتصال، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007/2006، ص 97.

⁴-السعيد بريق، الحاجة النفسية و علاقتها بالقيم الإجتماعية لدى الطالب الجامعي، مذكرة ماجستير في علم النفس الاجتماعي، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة الوادي، 2013/2014، ص 125.

1- حاجات الطالب الجامعي:

_ الحاجة إلى الأمن: يحتاج الطالب إلى الشعور بالطمأنينة والأمن والانتماء إلى جماعة الأسرة و الرفاق في المجتمع ، أنه يحتاج الرعاية في جو أمن يشعر فيه بالحماية من كل العوامل الخارجية المهددة ، ويشعره بالأمن في حاضره و مستقبله ، يجب مراعاة هذه الوسائل التي تشبع هذه الحاجات لدى الطالب وتتضمن هذه الحاجة في ما يلي : الحاجة إلى الاسترخاء والراحة ، الحاجة إلى حل مشاكله الشخصية.

_ الحاجة إلى الحب والقبول: تعتبر من أهم الحاجات الإنفعالية التي يسعى الطالب إلى إشباعها، فهو يحتاج إلى أن يشعر أنه مرغوب فيه ، والطالب الذي لا يشبع هذه الحاجة فإنه يعاني من الجوع العاطفي، ويشعر أنه غير مرغوب فيه ويصبح سيء التوافق، مضطربا نفسيا.

_ الحاجة إلى التغيير الإجتماعي : يحتاج الطالب إلى أن يشعر أنه موضع تغيير وقبول، وإعتراف، وإعتبار من الآخرين وإشباع هذه الحاجة يمكن للطالب من القيام بدوره الإجتماعي السليم الذي يتناسب مع سنه والذي تحدده المعايير التي تبلور هذا الدور، وتلعب التنشئة الإجتماعية دورا هاما في إشباع هذه الحاجة .

_ الحاجة إلى تأكيد الذات : يحتاج الطالب إلى أن يشعر بإحترام ذاته وتأكيدا ، وأنه كفؤ يحقق ذاته ويعبر عن نفسه في حدود قدرته وإمكاناته وهذا يصاحبه عادة إحترامه الآخرين ، ويسعى دائما للحصول على المكانة المرموقة التي تعزز ذاته ، وتؤكد أهميتها ، وهو هنا يحتاج إلى عمل الأشياء التي تبرز ذاته كما يحتاج إلى إستخدام قدراته إستخداما بناءا.

_ الحاجة إلى الحرية والإستقلال : يصبو الطالب في نموه إلى الإستقلال والإعتماد على النفس، وهو يحتاج إلى تحمل بعض المسؤولية ثم تحمل المسؤولية كاملة ، يحتاج إلى تسيير أموره بنفسه بدون معونة من الآخرين مما يزيد ثقته بنفسه.

_ الحاجة إلى الإنجاز والنجاح : يحتاج الطالب إلى التحصيل والإنجاز والنجاح وهو يسعى دائما عن طريق الإستطلاع والإستكشاف و البحث وراء المعرفة الجديدة ، حتى يتعرف على البيئة المحيطة به ، وحتى ينجح في الإحاطة بالعالم من حوله ، وهذه الحاجة أساسية في توزيع إدراك الطالب ، وتنمية شخصيته.

_الحاجة إلى الاستقرار الإجتماعي : في هذه المرحلة كذلك تنمو لدى الطالب الحاجة إلى الإستقرار الإجتماعي ، ولن تلبى هذه الحاجة وتتحقق ، إلا بتكوين أسرة على إعتبار أن الأسرة هي وحدة المجتمع التي يمارسها أفرادها علاقات معينة ، تؤدي إلى جو يسوده الإنسجام والتآزر¹.

2-حقوق الطالب الجامعي:

*حقوق الطالب في المجال الأكاديمي:

1-توفير البيئة الدراسية و المناخ العلمي المناسب له للحصول على تعلم ذو جودة عالية بما يتماشى مع رسالة الجامعة من خلال توفير كافة الإمكانيات التعليمية المتاحة لخدمة هذا الهدف.

2-حقه في توفير المادة العلمية و المعرفة المرتبطة بالمقررات الجامعية التي يدرسها و ذلك وفقا للأحكام و اللوائح الجامعية التي تحكم العمل الأكاديمي.

3-تسهيل الحصول على كامل حقوقه داخل الجامعة من قبل الجهات الإدارية أو الأكاديمية وفقا لأنظمة ولوائح الجامعة.

4-المحافظة على سرية المعلومات و الخصوصية التامة في كل ما يتعلق به وعدم الإطلاع أو إستخدام المعلومات الشخصية :السجل الأكاديمي، الملف الشخصي، كشف الدرجات الخاصة به إلا للمصرح لهم فقط.

5-إشعاره قبل إتخاذ أي قرار بحقه ولفته نظره عند وقوع أي مخالفات و إخطاره كتابيا بما تم إتخاذه من قرارات بحقه مع إعطائه حق النقد في أي قرار يتعارض مع مصلحته الأكاديمية وفقا لأنظمة ولوائح الجامعة.

*حقوق الطالب في المجال غير الأكاديمي

1-حق التمتع بخدمات بخدمات الرعاية الإجتماعية التي تقدمها الجامعة وفقا للوائح و الأنظمة.

2-توفير الرعاية الصحية الكافية له وحسب ما تنص عليه لوائح الجامعة من توفير العلاج في المستشفيات و المراكز الصحية التابعة للجامعة.

¹-شعباني مالك ، دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدى الطالب الجامعي ، رسالة دكتوراه في علم اجتماع التنمية ، غير منشورة ، قسنطينة،2005 ص ص 342,343

3- المشاركة في الأنشطة المقامة في الجامعة حسب الإمكانيات المتاحة.

4- توفير جهة محددة من الجامعة لرعاية حقوقه و متابعتها.

5- الإستفادة من خدمات و مرافق الجامعة مثل: السكن الجامعي، المكتبة المركزية، الأنشطة الطلابية وغيرها¹.

3- واجبات الطالب الجامعي:

* واجبات الطالب الجامعي الأكاديمي:

1- الإطلاع والعلم بجميع اللوائح و الأنظمة و التعليمات التي تقرها الكلية و الجامعة بشأن التعليم و الطلاب و الأنشطة و الخدمات الطلابية.

2- الإلتزام بلوائح و أنظمة و تعليمات الكلية المتعلقة بالدراسة و الإختبارات و الأنشطة و الخدمات الطلابية.

3- تقديم الوثائق و المستندات و الإفادة بالبيانات الشخصية و الأكاديمية السليمة و الإلتزام بتحديثها كلما طلب ذلك أو حدث بها أي تغيير.

4- مراجعة المرشد الأكاديمي خلال المواعيد المحددة للتسجيل و الحذف و الإضافة و الإنسحاب و التواصل معه لحل أي مشكلات أكاديمية أخرى.

5- الإلتزام بمعايير السلوك الجامعي و الأكاديمي و عدم القيام بأي سلوك يتنافى مع الدين، الأخلاق، التقاليد، الأعراف و اللوائح و القوانين الجامعية.

* واجبات الطالب في المجال غير الأكاديمي:

1- الحفاظ على مرافق الكلية و على النظافة العامة.

¹ - متاح على الخط ، الموقع الإلكتروني: <https://www.iau.edu.sa> ، تاريخ الاطلاع : 2022/03/08 ، على الساعة: 19.30.

2-الإلتزام بدخول الكلية ومرافقها أثناء اليوم الدراسي أو خلال عقد الأنشطة الطلابية فقط و عدم إثارة القلق و الإزعاج أو التجمع غير المشروع.

3-الإلتزام باللوائح والأنظمة في المرافق الأخرى للجامعة "سكن، مطعم، ملاعب".

4-عدم الإساءة إلى سمعة الجامعة داخل أو خارج الجامعة.

5-الإلتزام بالسلوك القويم وعدم القيام بأي سلوك خارج عن الأعراف و القوانين¹.

6-الدراسات السابقة والمثابفة :

تعد الدراسات السابقة أو المثابفة من أهم الخطوات التي يمر بها الباحث، فهي تجنبه الوقوع في أخطاء الآخرين كما تساعد في فهم الموضوع، ومعرفة كيفية اختيار الإجراءات المنهجية التي تلائم هذه الدراسة.

و من خلال دراستنا سنحاول الحصول على بعض الدراسات السابقة لها وستكون كما يلي:

أولاً: أطروحات الدكتوراه

-الدراسة الأولى: حسن بن عايل أحمد يحيى ، رؤى حول التربية و الإعلام و أدوات المناهج لتنمية التفكير في مضامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية ، رسالة دكتوراه ، مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية ، السعودية ، منشورة ، 2007.

التساؤل الرئيسي: ما العلاقة بين التربية الإعلامية و الإعلام من المنظور التخصصي في المناهج الدراسية لما يمكن أن يقوم به المناهج من دور تنموي في التفكير بمضامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية²

¹-متاح على الخط ، الموقع الإلكتروني: <http://suez.edu.eg/éducation>، تاريخ الاطلاع : 2022/03/08 ،على الساعة: 20.15.

²-حسن عايل أحمد يحيى: رؤى حول التربية و الإعلام و أدوات المناهج لتنمية التفكير في مضامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية،رسالة دكتوراه، مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية ، السعودية، 2007، ص03.

الأسئلة الفرعية :

- 1- ماهية التربية و ماهية الإعلام وما العلاقة بينهما ؟
- 2- ماهية التربية الإعلامية ؟
- 3- ما أدوار وسائل الإعلام و المدرسة و الأسرة في تلويف البيئة التربوية العربية ؟
- 4- ما أدوار المناهج في تنمية أنماط التفكير في المضامين الإعلامية ؟
- 5- ما أدوار المناهج في تنمية أنماط التفكير المرغوبة لدى المتعلمين ؟
- 6- ما آليات تضمين التربية الإعلامية في المناهج التعليمية ؟
- 7- ما التصور المقترح للتكامل التربوي الإعلامي لتحقيق التربية الإعلامية ؟

الإجراءات المنهجية للدراسة: إعتد الباحث على المنهج الوصفي لإستقراء الإجابة العلمية من خلال الأسئلة المطروحة، بمراجعة العديد من الأدبيات ذات العلاقة التي تناولت التربية و الإعلام و العلاقة بينهما و التربية الإعلامية ، و كانت أداة الدراسة تحليل محتوى كما إستخدم الباحث الأسلوب الإحصائي حساب التكرارات و النسب المئوية و حساب معامل ثبات التحليل.

نتائج الدراسة :

* إن الإعلام له دور في الإرتقاء بمستوى المناهج لتنمية التفكير في مضامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية.

* ضرورة إجراء المزيد من الدراسات العلمية حول هذا المجال و التقويم المستمر للبرامج الإعلامية و المناهج التعليمية ، و ضرورة التعاون بين رجال الأعمال و التربية .

علاقة الدراسة الحالية بالدراسة السابقة:

-أوجه التشابه: كل من الدراسة الحالية و الدراسة السابقة أبرزت مفهوم متغير التربية الإعلامية ، بإستخدام المنهج الوصفي من أجل تحليل و إستقراء الإجابات المطروحة حول العلاقة التي تناولت التربية و الإعلام و العلاقة بينهما و بين التربية الإعلامية .

-أوجه الاختلاف: اختلف مع دراستنا في أداة جمع البيانات إستعملت أداتي تحليل المحتوى ، أما دراستنا فقد ائتمدت على إستمارة إستبيان .

-نقاط الإستفادة: إستفادت دراستنا من الدراسة السابقة في الجانب النظري فقد ساهمت في توضيح و تحديد مفهوم التربية الإعلامية و ذلك من خلال المفاهيم الشاملة لها و تسليط الضوء عليها بشكل واضح.

-الدراسة الثانية: طلال بن عقيل بن عطاس الخيري ، تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية بحث مكمل لدرجة الدكتوراه في الأصول الإسلامية للتربية ، قسم التربية الإسلامية و المقارنة ، كلية التربية ، جامعة أم القرى ، المملكة العربية السعودية، 1430/1429هـ.

-إشكالية الدراسة : تبرز الدراسة مشكلة التربية مع الإعلام في تفاعل الطلبة مع وسائل الإعلام المعاصرة ذات التأثير الكبير على حياة الناس مع الإتفاق على إيجابياتها لدمج الجيل الجديد مع الحياة المعاصرة ، و لكن زيادة إستخدامها في ظل غياب التوجيه و منهجية التعامل الواعي ، بات من الضروري أن تعمل التربية على إيجاد حلول الطالب لتلقي المضامين الإعلامية بتتمية التفكير الناقد لها و تحليلها بطريقة صحيحة ، مع تعزيز القيم الأخلاقية لدى الطالب لمواجهة الرسائل السلبية ، وذلك من خلال ترسيخ التربية الإسلامية ، إنطلاقاً من القرآن الكريم و السنة النبوية ، المحصنة لهم ضد الأفكار السلبية و الهدامة لتلك الرسائل الإعلامية

-التساؤل الرئيسي: ما التربية الإعلامية ؟ و ما درجة أهمية تفعيلها في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية؟¹

-الأسئلة الفرعية:

- ما مفهوم التربية الإعلامية و ما طبيعتها في المرحلة الجامعية ؟

- ما مفهوم الإعلام و ما تحدياته المعاصرة ؟

¹-طلال بن عقيل بن عطاس الخيري، تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، رسالة دكتوراه، تخصص الأصول الإسلامية للتربية، قسم التربية الإسلامية و المقارنة، كلية التربية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 1430/1429هـ ، ص10.

- ما العلاقة من التربية و الإعلام ؟

- ما مفهوم التربية الإعلامية ؟

- ما أساليب تفعيل التربية الإعلامية ؟

- **الإجراءات المنهجية للدراسة:** إعتد الباحث على المنهج الوصفي في الجانب النظري والمنهج الوصفي المسحي في الجانب الميداني ، وأداة جمع البيانات تمثلت في إستمارة الإستبيان ، وتم إختيار عينة عشوائية تكونت من 209 هيئة تدريس ، ممثلة من أعضاء هيئة التدريس في كليات و أقسام التربية و الإعلام في الجامعات السعودية التي يوجد بها كلا التخصصين معا.

- **نتائج الدراسة:** توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- التربية الإعلامية ضرورة ملحة لإعداد الأجيال في القرن الحادي و العشرين وهي عملية تكوين القدرة لدى الفرد على الرسالة الإعلامية و تحليلها و نقدها و تقويمها و المشاركة في إنتاجها في ضوء القيم الإسلامية.

- التربية الإعلامية تقوم على فلسفة التناول الناقد للمضامين الإعلامية وهو إتجاه يتكامل مع الإتجاه الوقائي و ليس بديلا عنه ، وهي بهذا المفهوم تعليم موضوعه الإعلام و بشأن الإعلام و ليست إستخدام الإعلام كوسيلة تعليمية أو علاقات عامة و دعاية .

- ضرورة إعداد الطلاب للتعامل مع التحدي الإعلامي المعاصر، من خلال مراجعة السياسات و المناهج التربوية و تطويرها .

-**علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية:**

-**أوجه التشابه:** تتشابه الدراستان في كونهما يحاولان إبراز فعالية وسائل الإعلام المعاصرة في تربية الطالب الجامعي إعلاميا و كيفية التعامل مع المضامين بشكل واعي و بطريقة صحيحة.

- **أوجه الإختلاف:** تختلف هذه الدراسة مع دراستنا في إعتماها على العينة العشوائية و كذلك كون الدراسة تتحدث عن إبراز القيم الإسلامية و دورها في تعزيز قيمها للطلاب عند تلقي المضامين السلبية.

- **نقاط الإستفادة:** في الإطار المنهجي إستفادت الدراسة السابقة في صياغة التساؤلات حول التربية الإعلامية و أيضا في ضبط عينة البحث المتمثلة في طلبة الجامعة ، وإختيار المنهج المناسب لجمع البيانات ،أما في الإطار النظري ساهمت هذه الدراسة في إثراء الجانب النظري للبحث .

-**الدراسة الثالثة:** لصالح عابر صالح الشمري تحت عنوان التربية الإعلامية و طرق تضمينها في الإطار العام للمناهج في المؤسسات التعليمية في دولة الكويت ، رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، قسم العلاقات العامة و الإعلان ، فبراير 2018.

-**إشكالية الدراسة:** و تتمثل المشكلة البحثية التي يتناولها الباحث في هذه الدراسة آلية تضمين مفهوم التربية الإعلامية في المناهج الدراسية بمدارس دولة الكويت للإرتقاء من مهارة تفكير الطلبة و ذلك من خلال المناقشات الجماعية مع طلبة منهج بلادي الكويت ، الصف الرابع إبتدائي بالإضافة إلى التعرف على طرق التدريس و ماهي الأساليب التي سيستخدمها معلمو منهج بلادي الكويت للصف الرابع الإبتدائي ، والمعايير التي يعتمد عليها صانعي السياسات التعليمية في دولة الكويت.

-**التساؤل الرئيسي:** كما تبرز مشكلة البحث من خلال التأكيد على أن مفهوم التربية الإعلامية لا زال غائبا في العديد من المناهج التعليمية في الإطار العام للمناهج في المؤسسات التعليمية¹؟

-**الأسئلة الفرعية:**

-ما مدى إستخدام وزارة التربية و التعليم في دولة الكويت لوسائل الاتصال في الصف الرابع الإبتدائي ؟

-كيفية إمداد طلاب مرحلة التعليم الإبتدائي الصف الرابع في دولة الكويت بالتربية الإعلامية في نطاق النظام التعليمي ؟

-ماهي ملامح وسمات تعليم التربية الإعلامية في الصف الرابع الإبتدائي في دولة الكويت ؟

كيف يمكن توظيف موضوعات منهج بلادي الكويت للصف الرابع في المرحلة الإبتدائية في تعزيز مفهوم التربية الإعلامية ؟

¹-صالح عابر صالح الشمري:التربية الإعلامية و طرق تضمينها في الإطار العام للمناهج في المؤسسات التعليمية في دولة الكويت، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، قسم العلاقات العامة و الإعلان،2018، ص11.

- ماهي الجهود و الوسائل التي يستخدمها معلم منهج بلادي الكويت في دولة الكويت ؟

-الإجراءات المنهجية للدراسة:

إعتمد الباحث في هذه الدراسة إلى إستخدام كل من المنهج المسحي و منهج البحوث الكيفية بالإضافة إلى أنه إستعان في عملية جمعه لبياناته المقابلات الشخصية المتعمقة و المناقشات الجماعية مع الطلبة إضافة لتحليل المحتوى أيضا.

-نتائج الدراسة:

-المؤشر السلبي الملفت للنظر وهو نقطة البدء و التي تكمن في مفهوم التربية الإعلامية الذي غاب عن جميع المبحوثين الطلبة و بالتالي لم يكن هناك إطلاع على هذا المفهوم ولا مصدر المعرفة به .

-هناك دور إيجابي للأسرة من حيث المراقبة و التوجيه و الإرشاد للأبناء و التدخل فيما يتم إستخدامه لوسائل الإعلام المختلفة .

-أظهرت نتائج الدراسة تركيز منهج بلادي الكويت للصف الرابع الإبتدائي على تعزيز الإنتماء للوطن و المحافظة عليه .

-أظهرت نتائج الدراسة للقائمين على العملية التعليمية في دولة الكويت على أهمية تضمين مفهوم التربية الإعلامية.

-أوجدت نتائج الدراسة توفر الإمكانيات التقنية في مجتمع الدراسة مدارس الكويت .

-علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية:

-أوجه التشابه: تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في جزئها النظري المتعلق بالتربية الإعلامية.

-أوجه الإختلاف: تختلف هذه الدراسة مع دراستنا في المنهج المستخدم و طريقة جمع البيانات و كذلك في كون الدراسة تتحدث عن الطلبة في الصف الرابع للمؤسسة التعليمية أما دراستنا فتتحدث و تختص بالطلبة الجامعيين لمؤسسة التعليم العالي و البحث العلمي.

-نقاط الإستفادة: إستفدنا من هذه الدراسة في الإطار النظري المتعلق بالتربية الإعلامية بشكل خاص.

ثانيا: رسائل الماجستير

-الدراسة الرابعة: لأطراف بنت عبد اللطيف مطرب الفضلي تحت عنوان دور قائدات المدارس في تفعيل مهارات التربية الإعلامية لدى طالبات المرحلة الابتدائية بمحافظة الأحساء ، قدمت هذه الرسالة إستكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في تخصص الإدارة التربوية من قسم القيادة التربوية بكلية التربية في جامعة الملك فيصل ، المملكة العربية السعودية ، 2020م.

-إشكالية الدراسة: تتمثل في محاولة التعرف على واقع دور قائدات المدارس في تفعيل مهارات التربية الإعلامية لدى طالبات المرحلة الابتدائية بمحافظة الأحساء ، و الكشف عما إذا كانت توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إستجابات أفراد الدراسة حول واقع دور القائدات وفقا لمتغيرات الدراسة "طبيعة العمل ، عدد سنوات الخدمة و القطاع" و أيضا نظرا إلى تركيز معظم الدراسات الميدانية المحلية و العربية في هذا المجال على المرحلة الثانوية و الجامعية و قلة الدراسات التي تناولت المرحلة الابتدائية -على حد علم الباحثة- جاءت هذه الدراسة للتأكيد على الإهتمام بالتربية الإعلامية لطالبات المرحلة الابتدائية بإعتبارها مرحلة حساسة إذ أنها مرحلة التكوين الفكري و السلوكي ، فما تكتسبه الطالبة من قيم و مبادئ ، أخلاقيات و سلوكيات حسنة أو سيئة فإنها ربما ستظل مقترنة بها مستقبلا.

-التساؤل الرئيسي: ما دور قائدات المدارس في تفعيل مهارات التربية الإعلامية لدى طالبات المرحلة الابتدائية بمحافظة الأحساء من وجهة نظر أفراد الدراسة؟¹

-الأسئلة الفرعية:

- ما واقع دور قائدات المدارس في تفعيل مهارات التربية الإعلامية المتمثلة في المجال المعرفي لدى طالبات المرحلة الابتدائية من وجهة نظر أفراد الدراسة ؟

¹-أطراف بنت عبد اللطيف مطرب الفضلي: دور قائدات المدارس في تفعيل مهارات التربية الإعلامية لدى طالبات المرحلة الابتدائية بمحافظة الأحساء،مذكرة الماجستير، تخصص إدارة التربية، قسم القيادة التربوية، كلية التربية جامعة الملك فيصل، المملكة العربية السعودية، 2020/1441 ، ص07.

- ما واقع دور قائدات المدارس في تفعيل مهارات التربية الإعلامية المتمثلة في المجال الوجداني لدى طالبات المرحلة الابتدائية من وجهة نظر أفراد الدراسة ؟
- ما واقع دور قائدات المدارس في تفعيل مهارات التربية الإعلامية المتمثلة في المجال السلوكي لدى طالبات المرحلة الابتدائية من وجهة نظر أفراد الدراسة ؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إستجابات أفراد الدراسة تجاه واقع دور قائدات المدارس في تفعيل مهارات التربية الإعلامية تعزى لمتغيرات طبيعة العمل ، عدد السنوات ، القطاع ؟

-الإجراءات المنهجية للدراسة:

إعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على إستخدام كل من المنهج الوصفي حيث تم تصميم إستبانة تكونت من 45 عبارة موزعة على 3 محاور رئيسية: دور قائدة المدرسة في تفعيل مهارات التربية الإعلامية المتمثلة في المجال المعرفي ، الوجداني ، السلوكي لدى الطالبات ، و تكون مجتمع الدراسة من جميع قائدات و معلمات المرحلة الابتدائية بمحافظة الأحساء و البالغ عددهن 3159 قائدة و عينة عشوائية طبقية من المعلمات قوامها 761 معلمة و تم معالجة البيانات بواسطة برنامج - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إستجابات أفراد الدراسة حول واقع دور القائدات في تفعيل مهارات التربية الإعلامية المتمثلة في المجال السلوكي ، تعزى لإختلاف متغير القطاع .

- نتائج الدراسة:

- أن واقع دور قائدات المدارس في تفعيل مهارات التربية الإعلامية لدى طالبات المرحلة الابتدائية جاء بدرجة ممارسة عالية ككل.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إستجابات أفراد الدراسة حول واقع دور القائدات تعزى لإختلاف متغير طبيعة العمل ، وذلك لصالح القائدات.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إستجابات أفراد الدراسة حول واقع دور القائدات ، تعزى لإختلاف متغير عدد سنوات الخدمة .

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إستجابات أفراد الدراسة حول واقع دور القائدات في تفعيل مهارات التربية الإعلامية المتمثلة في المجال السلوكي ، تعزى لإختلاف متغير القطاع.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إستجابات أفراد الدراسة حول واقع دور القائدات في تفعيل مهارات التربية الإعلامية المتمثلة في المجال المعرفي و في المجال السلوكي ، تعزى لإختلاف متغير القطاع ، وذلك لصالح قطاع القرى.

- علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية:

- **أوجه التشابه:** تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا من حيث المنهج الوصفي و إستخدام كل من إستمارة الإستبيان و العينة القصدية .

- **أوجه الإختلاف:** تختلف هذه الدراسة عن دراستنا أنها تتحدث عن طالبات المرحلة الإبتدائية عكس دراستنا التي تتحدث و تختص بالطلبة الجامعيين .

- **نقاط الإستفادة:** إستفدنا منها في الإطار النظري للدراسة والمتعلق بالتربية الإعلامية.

ثالثا: المقالات

-**الدراسة الخامسة:** دراسة أشجان أحمد أشديفات و خلود أحمد الخصاونة ، بعنوان واقع التربية الإعلامية و العوامل المؤثرة بها لدى طلاب المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية ، المجلة الدولية التربوية المتخصصة ، ع1 ، الأردن ، 2012.

-**إشكالية الدراسة :** هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع التربية الإعلامية و العوامل المؤثرة بها لدى طلاب المدارس الخاصة بالمرحلة الأساسية .

* حيث إعتمدت هذه الدراسة على التساؤلات الآتية:¹

1-ما واقع التربية الإعلامية في المدارس الخاصة في الأردن ؟

¹-أشجان أحمد أشديفات، خلود أحمد الخصاونة: واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها لدى طلاب المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية، المجلة الدولية التربوية المتخصصة، ع1، الأردن، 2012، ص 277.

2- ما العوامل الأكثر تأثيرا على التربية الإعلامية في المدارس الخاصة بالأردن ؟

-الإجراءات المنهجية للدراسة : حيث تكونت عينة الدراسة من 100 طالب من طلبة الصف العاشر الأساسي بالمدارس الخاصة في العاصمة الأردنية ، عمان ، وتم إختيارهم بالطريقة العشوائية ، و إتمتد الباحثان في التطبيق على المنهج الوصفي المسحي ، وتم بناء إستبانة للحصول على بيانات الدراسة، وقد إستخدمت الأساليب الإحصائية للمتوسطات الحسابية و الإنحرافات المعيارية و الوزن النسبي لكل بند من بنود الأداة و لكل مجال من مجالات أداة الدراسة.

-نتائج الدراسة :

-حيث أشارت النتائج إلى أن مستوى التربية الإعلامية في المدارس الخاصة مرتفع بشكل عام ، كذلك بينت النتائج أن أكثر العوامل مؤثرة في التربية الإعلامية وقد توصلت الدراسة إلى ضرورة التخطيط لتربية إعلامية و تأسيس أقسامها ، وبناء نموذج تجريبي للتربية الإعلامية و تطبيقه في عينة من المناهج الدراسية.

علاقة الدراسة الحالية بالدراسة السابقة:

-أوجه التشابه: تتشابه دراستنا مع الدراسة السابقة في إنتهاج المنهج الوصفي وبناء إستمارة للحصول على بيانات الدراسة و إستخدام الإستبيان كأداة لجمع البيانات.

-أوجه الإختلاف: تختلف دراستنا عن الدراسة السابقة في إعتماها على إستخدام المتوسطات الحسابية

-نقاط الإستفادة: تظهر إستفادتنا من هذه الدراسة في كل من الجانب المنهجي لأخذ الفكرة عن المنهج و على وجه الخصوص بناء إستمارة الإستبيان و الإستفادة منها.

-الدراسة السادسة: كريم بلقاسي بعنوان دور مناهج التعليم الجامعي في تحقيق التربية الإعلامية ، دراسة إستطلاعية لعينة من طلبة كلية الإعلام و الإتصال بجامعة الجزائر3، مجلة الرسالة للدراسات و البحوث الإنسانية ، مجلد 1، ع2، مارس 2017.

-إشكالية الدراسة : تسعى هذه الدراسة إلى معرفة مدى إدراك الطالب الجامعي لموضوع التربية الإعلامية و كيفية التعامل مع الإعلام ومدى مساهمة الجامعة الجزائرية بوجه عام و كلية

الإعلام و الاتصال بشكل خاص على التتمفة و التفكير الإبداعف و النقدف لدف الطالب إزاء وسائل الإعلام المختلفة و محتواها.

-**التساؤل الرئفسف:** ما الدور الذي فمكن أن تؤدفه مناهج التعلفم الجامعف فف تحقق الترفبة الإعلامفة¹؟

-**الأسئلة الفرعفة:**

- ما المقصود بالترفبة الإعلامفة عند الطالب الجامعف ؟

- ما هف أدوار المناهج و المقررات الجامعفة لتتمفة التفكير فف المضامفن الإعلامفة ؟

- ما هف آففات تضمفن الترفبة الإعلامفة فف مناهج التعلفم الجامعف ؟

الإجراءات المنهجفة للدراسة: إعمد الباحث فف هذه الدراسة إلى إستخدام كل من منهج المسح المفدانف ففث تم مسح آراء عفنة من طلبة الماسفر و الدكتوراه ففخص دراسات الإذاعة و التلفزيون حول مدى دور مناهج التعلفم الجامعف فف تحقق الترفبة الإعلامفة و فف نفس السفاق ، تم إستخدام إستمارة الإستفبان كأداة لجمع الأدوات و تم إختفار عفنة قصدفة ففكون من 39 طالب من كلفة الإعلام و الاتصال بجامعة الجزائر³ ففخص دراسات الإذاعة و التلفزيون.

-**نتائج الدراسة:**

أكدت الدراسة الحاجة الماسة لتبنف مفهوم الترفبة الإعلامفة فف مناهج التعلفم الجامعف لما لها من قدرة فف إكتساب الطلبة الثقافة الإجماعفة النقدفة وإملاكهم مهارات النقد و لتقوفم و التحلفل و حل المشكلات و الربط بفن الأشياء و بفن المتغفرات التي تساعدهم على الاتصال الفعال و تحقق شروط المواطنة السلمفة بمواجهة الإشاعات، التضللفل و الإنحرافات الفكرفة و آففات التفاعل مع العولمة الإعلامفة.

¹-كرفم بلقاسف: دور مناهج التعلفم الجامعف فف تحقق الترفبة الإعلامفة، مجلة الرسالة للدراسات و البحوث الإنسانفة، مج1، ع2، 2017 ، ص111.

-علاقة الدراسة السابقة بالدراسة الحالية:

-أوجه التشابه: تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا الحالية من حيث إستخدام نفس أداة جمع البيانات التي هي الإستمارة و كذلك إختيار نفس نوع العينة القصدية و أيضا في طبيعة الموضوع علاقة التربية الإعلامية بالطالب الجامعي

-أوجه الإختلاف: تختلف هذه الدراسة مع دراستنا في المنهج المستخدم و كذلك في كون الدراسة تتحدث عن دور مناهج التعليم الجامعي لا الفيسبوك في تحقيق التربية الإعلامية أي يختلفان في المتغير المستقل للدراسة

-نقاط الإستفادة: إستفدنا من الدراسة في الجانب المفاهيمي

الفصل الثاني

الإجراءات المنهجية و الدراسة الميدانية

1/ الإجراءات المنهجية للدراسة:

1-1- مجالات الدراسة

*المجال المكاني

*المجال الزمني

*المجال البشري

1-2-مجتمع البحث و عينة الدراسة

1-3-منهج الدراسة

1-4-أدوات جمع البيانات

2/ الدراسة الميدانية:

1-2-تحليل و تفسير البيانات

2-2-نتائج البيانات

1- الإجراءات المنهجية للدراسة

1-1 مجالات الدراسة:

1-1-1- المجال المكاني: حتى نتمكن من جمع البيانات و المعلومات الكافية حول موضوعنا المتمثل في دور الفيسبوك في التربية الإعلامية للطالب الجامعي، و ذلك من خلال تحديد الطلبة الجامعيين كعينة للدراسة ، حيث أجريت هذه الدراسة في جامعة العربي التبسي – تبسة – كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، بالضبط قسم علوم الإعلام و الإتصال.

1-1-2-المجال الزمني: وهي الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة .

-الدراسة الإستطلاعية [الأولية]: وهي المدة التي إستغرقناها في جمع المادة العلمية حول الموضوع لرسم خلفية أولية لدراستنا و الإستطلاع على المعطيات و المعلومات ، وذلك من بداية إختيار الموضوع إلى غاية قبوله . قمنا بالتفكير في عنوان مبدئي في [شهر أكتوبر 2021] ثم تمت مناقشة العنوان من قبل اللجنة لقسم علوم الإعلام و الإتصال . وتمت الموافقة و ضبط الموضوع بصفة نهائية في [15 نوفمبر 2021].

-الدراسة النظرية: قمنا في هذه المرحلة بالإستمرار في جمع المعلومات من الكتب و المراجع و المصادر المختلفة عن موضوع الدراسة، و الدراسات السابقة و المتمثلة في أطروحات الدكتوراه ، مذكرات الماجستير و المقالات و التعمق فيها لدراسة الجانب النظري لموضوعنا، وكذا دراسة كل متغير من متغيرات دراستنا من الفترة الممتدة [من شهر نوفمبر إلى ديسمبر].

-الدراسة التطبيقية: من [شهر مارس إلى ماي] وقد إعتدنا في هذه الدراسة على إستمارة إستبيان لتوزيعها على أفراد العينة .

1-1-3- المجال البشري: المجال البشري لهذه الدراسة هو طلبة جامعة العربي التبسي – كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية – قسم علوم الإعلام و الإتصال.

1-2- مجتمع البحث وعينة الدراسة

- مجتمع البحث: يقصد به جميع مفردات الظاهرة المراد دراستها ، سواء أكانت هذه المفردات بشرا أم مؤسسة ، أم أنشطة تربوية و غير ذلك¹.

تعريف المجتمع الأصلي: هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموعة المستهدفة، الذي يهدف الباحث إلى دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والإقتراب منه لجمع البيانات والذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها ونختار منه عينة البحث².

- نعرفه أيضا: على أنه مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا، و التي تركز عليها الملاحظات³.

-وفي دراستنا حدد مجتمع البحث بأنه مكون من طلبة طور السنة أولى ماستر إتصال تنظيمي و السنة الثالثة ليسانس تخصص إتصال بقسم علوم الإعلام والإتصال بكلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية _ جامعة العربي التبسي_ والذي قدرت ب404 طالب وطالبة موزعين على النحو التالي:

توزيع الطلبة حسب متغير النوع

المجموع	إناث	ذكور	المجتمع الأصلي للدراسة
197	140	57	سنة ثالثة ليسانس إتصال
207	128	79	سنة أولى ماستر إتصال تنظيمي

توزيع الطلبة حسب متغير المستوى الدراسي

النسبة %	التكرار	المستوى الدراسي
48.27%	197	سنة ثالثة ليسانس إتصال
51.23%	207	سنة أولى ماستر إتصال تنظيمي
100%	404	المجموع الكلي

¹-سعد سلمان المشهداني: مناهج البحث الإعلامي ، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات ، 2017 ، ص 43.

²- محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، ط1 ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2004، ص 130.

³-موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية "تدريبات عملية"، ط2، الجزائر، دار القصبه للنشر و التوزيع، 2004، ص 298.

ب - عينة الدراسة: هي جزء من مجتمع البحث أو الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية، وهي تعتبر جزءا من الكل، بمعنى أنه تأخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة لمجتمع البحث¹.

-تعرف أيضا أنها نموذج يشمل و يعكس جانبا أو جزءا من وحدات مجتمع الأصل المعني بالبحث تكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة و هذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسته كل وحدات و مفردات المجتمع الأصلي، خاصة في حالة صعوبة أو إستحالة دراسة كل من تلك الوحدات للمجتمع المعني بالبحث²

***العينة القصدية:** العينة التي يتم إنتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث، نظرا لتوافر بعض الخصائص في اولئك الأفراد دون غيرهم، ولكن تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة، كما يتم اللجوء لهذا النوع من العينات في حالة توافر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي³.

*وإعتمدنا في دراستنا المعنونة بدور الفيسبوك في التربية الإعلامية للطالب الجامعي ،على عينة من طلبة طور السنة أولى ماستر تخصص إتصال تنظيمي و السنة الثالثة ليسانس تخصص إتصال بقسم علوم الإعلام و الإتصال بكلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية بجامعة العربي التبسي، حيث إعتمدنا على العينة القصدية وذلك راجع للظروف التي مرت بها الدراسة في ظل الإجراءات المعمول بها و هي الدراسة عن طريق الدفعات و ذلك لتوافق توقيت إستكمال الإستثمارات مع توقيت الدراسة الخاص بهم.

ويمكن الإعتماد على العينة القصدية لأنها تختصر الجهد و الوقت، بالإضافة إلى إمكانية الوصول إلى أفراد العينة و العثور عليهم في مكان ما و في فترة زمنية محددة و بشكل قصدي، وذلك من أجل تسهيل عملية توزيع الإستمارة.

وفقا لهذه الخصائص و السمات فقد إعتمدنا على هذا الأسلوب في دراستنا وقد تم تسليم الإستثمارات بشكل مباشر إلى المبحوثين الذين تم إختيارهم ، وبالتالي فإن عينة دراستنا 70 مفردة من إجمالي مجتمع البحث الخاص بهذه الدراسة ، حيث تم تحديد عدد أفراد العينة بطلبة السنة أولى ماستر

¹-نادية سعيد عيشور: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، د ط ، مؤسسة حسين راس الجبل للنشر و التوزيع، الجزائر، 2017، ص 228.

²-عامر إبراهيم قنديلجي: منهجية البحث العلمي، ط1 ، دار اليازوري العلمية ، 2013 ، ص131.

³-محمد عبيدات واخرون : منهجية البحث العلمي ، القواعد و المراحل و التطبيقات ، ط2 ، دار وائل للطباعة و النشر ، الأردن ، 1999، ص 94 .

إتصال تنظيمي ب30 طالب ، وعدد أفراد العينة الخاصة بطلبة السنة الثالثة ليسانس إتصال ب40 طالب والذين قد تم توزيع إستمارة الإستبيان عليهم وإستيرادها جميعا.

- نوع الدراسة ومنهجها:

* تسعى هذه الدراسة إلى معرفة ما مدى إدراك و وعي الطالب الجامعي لموضوع التربية الإعلامية، وكيفية التعامل معها و مع خدمات الأنترنت خاصة تطبيق الفيسبوك ، وما تقدمه التربية الإعلامية من مهارات لتنمية التفكير النقدي و الإبداعي لديه، عبر صفحات عديدة في الفيسبوك، وما قيمة المحتويات التي يشارك بها غيره.

1-3-منهج الدراسة:

يعرف على أنه الأسلوب الذي يستخدمه الباحث في دراسة ظاهرة معينة، و الذي من خلاله يتم تنظيم الأفكار المتنوعة بطريقة تمكنه من علاج مشكلة البحث¹.

يعرف أيضا: على أنه الأساليب و الإجراءات أو المداخل التي تستخدم في جمع البيانات، و الوصول من خلالها إلى نتائج أو تفسيرات أو شروح أو تنبؤات تتعلق بموضوع البحث².

*وفي دراستنا التي تدخل ضمن الدراسات الوصفية التحليلية إعتادنا على المنهج الوصفي، بإعتباره منهج يصف الظاهرة والواقع كما هو، وهو ما يسمح لنا من معرفة واقع التربية الإعلامية لدى الطالب الجامعي من خلال إستخدامه لموقع الفيسبوك .

حيث يعني المنهج الوصفي بأنه يقوم بدراسة الواقع أو الظاهرة الموجودة في الواقع، و يهتم بوصفها وصفا دقيقا، ويعبر عنها تعبيراً كيفياً عن طريق وصف الظاهرة مع بيان خصائصها، أو تعبيراً كمياً يعطينا وصفا رقمياً مع بيان مقدار هذه الظاهرة أو حجمها و درجات إرتباطها مع غيرها من الظواهر³.

¹ -محمد سرحان علي المحمودي: مناهج البحث العلمي ، ط3، دار الكتب، صنعاء، 2019، ص 35.

² -محمد السيد علي: موسوعة المصطلحات التربوية، دار المسيرة، الأردن، 2011، ص 125.

³ -إبراهيم بن عبد العزيز الدعياج: مناهج وطرق البحث العلمي ، ط1، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان ، 2010، ص74.

- يمكن تعريف المنهج الوصفي على أنه هو الطريقة البحثية التي يعتمد فيها الباحثون في الحصول على معلومات وافية و دقيقة ، تصور الواقع الإجتماعي و تساهم في تحليل الظواهر¹.

1-4- أدوات جمع البيانات:

-الإستبيان: يعرف بأنه مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في إستمارة ترسل للأشخاص المعنيين، بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها، و بواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق².

- وصف إستمارة الإستبيان: تتضمن إستمارة بحثنا على 27 سؤال قسمت على 4 محاور وهي :

- البيانات الشخصية: من السؤال 1 إلى 2.

-المحور الأول: عادات و أنماط إستخدام الطالب الجامعي للفيسبوك من السؤال 3 إلى السؤال 9.

-المحور الثاني: دوافع إستخدام الطالب الجامعي للمضامين الإعلامية عبر الفيسبوك من السؤال 10 إلى السؤال 16.

-المحور الثالث: طبيعة المضامين الإعلامية للطالب الجامعي التي تساهم في تربيته الإعلامية من السؤال 17 إلى السؤال 21.

-المحور الرابع: الإشباع التي تحققت نتيجة تعرض الطالب الجامعي لمضامين التربية الإعلامية على الفيسبوك من السؤال 22 إلى السؤال 27.

¹-سعد سلمان المشهداني: مرجع سبق ذكره، ص 42.

²-عمار بوحوش،محمد محمود الذنبيات: مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث ،ط1، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2007، ص 67.

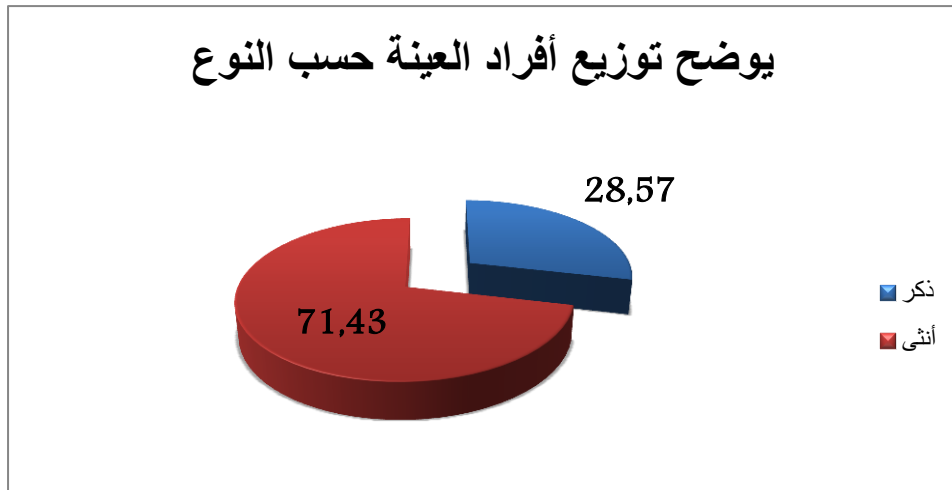
2- الدراسة الميدانية:

2-1- تحليل و تفسير النتائج:

*البيانات الشخصية:

جدول رقم(01): يوضح توزيع أفراد العينة حسب النوع

النسبة%	التكرار	النوع
71.43%	50	أنثى
28.57%	20	ذكر
100%	70	المجموع

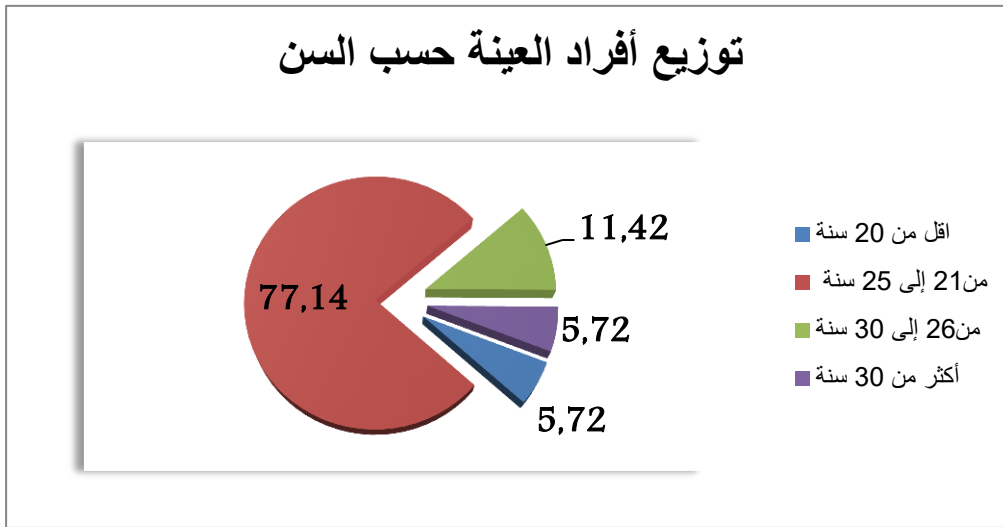


يوضح الجدول رقم (1) أن نسبة الإناث أكثر من نسبة الذكور، حيث قدرت الأولى بنسبة 71,43% بمعدل 50 من أصل 70 مبحوث للإناث، في حين بلغت نسبة الذكور 28,57% بمعدل 20 من أصل 70 مبحوث من إجمالي أفراد العينة.

وهذا يدل على أن عدد الطلبة الجامعيين في قسم علوم الإعلام و الإتصال طور السنة أولى ماستر والسنة الثالثة ليسانس عدد الإناث أكثر من عدد الذكور .

جدول رقم(02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن

النسبة %	التكرار	السن
5.72%	4	أقل من 20 سنة
77.14%	54	من 21 إلى 25 سنة
11.42%	8	من 26 إلى 30 سنة
5.72%	4	أكثر من 30 سنة
100%	70	المجموع

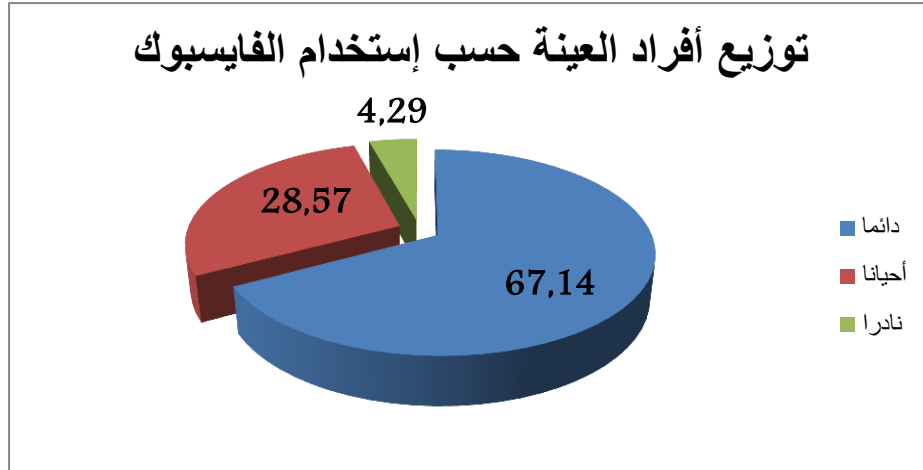


يوضح الجدول رقم (2) أن أغلبية الطلبة تتراوح أعمارهم من 21 إلى 25 سنة بنسبة 77,14%، في حين كانت نسبة 11,42% من الطلبة الذين تتراوح أعمارهم بين 26 إلى 30 سنة ثم تليها نسبة 5,72% والتي كانت نسبة متساوية بين الطلبة التي تتراوح أعمارهم أقل من 20 سنة و أكثر من 30 سنة وهذا يدل على أن أغلب الطلبة الجامعيين تتراوح أعمارهم من 21 إلى 25 سنة وهذا راجع إلى كونهم متقاربين في العمر ، وفي كل دفعة تكون نسبة نجاح أكبر .

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي للفيسبوك

جدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب استخدام الفيسبوك

النسبة %	التكرار	العبارة
67.14%	47	دائما
28.57%	20	أحيانا
4.29%	3	نادرا
100%	70	المجموع



يوضح الجدول رقم (3) استخدام الطلبة الفيسبوك حيث تجد أن أكبر نسبة قدرت ب 67,14% من طرف المبحوثين الذين يستخدمون الفيسبوك بصفة دائمة ، تليها نسبة 28,57% ممن يستخدمون الفيسبوك أحيانا وفي المرتبة الأخيرة نجد نسبة 4,29% من المستخدمين للفيسبوك نادرا .

ومن خلال هذا نلاحظ أن المبحوثين يستعملون الفيسبوك بصفة دائمة، وهذا راجع إلى التعود عليه، نظرا للخصائص التي يتميز بها الفيسبوك، فإنها لاقت رواجاً كبيراً بين الأفراد وصل إلى حد درجة الإدمان على هذا الموقع ، وكل هذا يخلف تأثيراً على المستوى النفسي والاجتماعي¹.

من خلال الإستعمال الدائم لموقع الفيسبوك و التعود عليه بشكل روتيني مما أدى لدرجة الإدمان وعليه فإن لا بد من إمتلاك الطالب قدرات عقلية معرفية تساعده في فهم البيئة الإعلامية عند تداوله لجميع

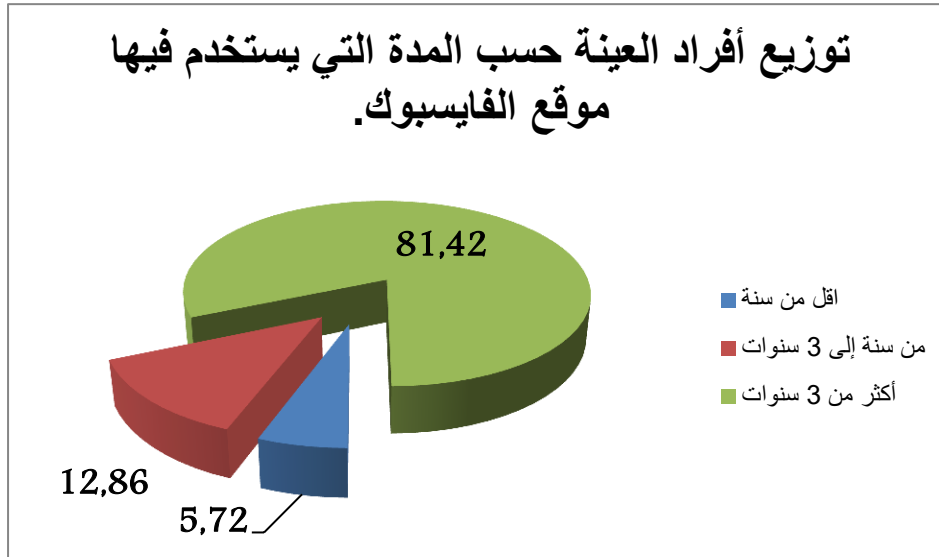
¹ليندة ضيف: التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد ، شبكات التواصل الإجتماعي أنموذجاً، مجلة المعيار، جامعة العربي بن مهيدي، ع42 ، 2017 ، ص385.

الفصل الثاني | الإجراءات المنهجية والدراسة الميدانية

المنشورات وذلك من أجل تكوين إتجاه إيجابي للتعامل بفعالية و تربية إعلامية معها والحد من إنعكاساتها

الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المدة التي يستخدم فيها موقع الفيسبوك.

العبرة	التكرار	النسبة%
أقل من سنة	4	5.72%
من سنة إلى 3 سنوات	9	12.86%
أكثر من 3 سنوات	57	81.42%
المجموع	70	100%

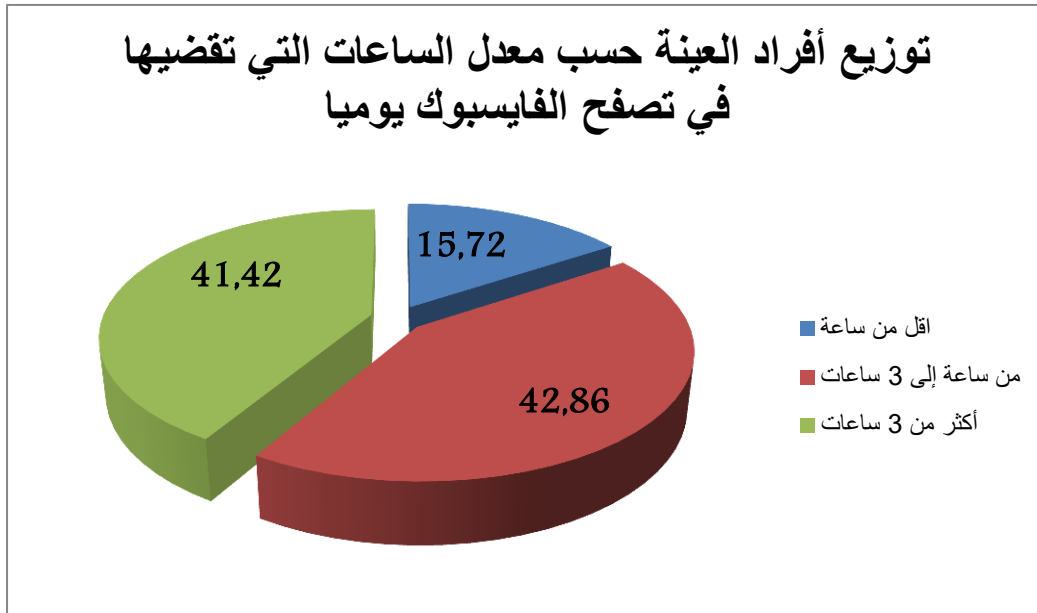


يوضح الجدول رقم (4) أعلاه أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الفيسبوك أكثر من 3 سنوات حيث قدرت النسبة ب 81,42% في حين بلغت نسبة 12,86% من الذين كانت يستخدمون الفيسبوك من سنة إلى 3 سنوات، أما الذين يستخدمونه منذ أقل من سنة فقد قدرت نسبتهم ب 5,72% .

ومن خلال هذا نلاحظ أن أغلبية المبحوثين بدأوا في إستخدام هذا الموقع والتعامل معه من أكثر من 3 سنوات وهذا راجع إلى إنتشاره الواسع عبر جميع شرائح المجتمع وسهولة إستعماله في مختلف أنواع المجالات .

الجدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب معدل الساعات التي تقضيها في تصفح الفيسبوك يوميا

النسبة %	التكرار	العبرة
15.72%	11	أقل من ساعة
42.86%	30	من ساعة إلى 3 ساعات
41.42%	29	أكثر من 3 ساعات
100%	70	المجموع

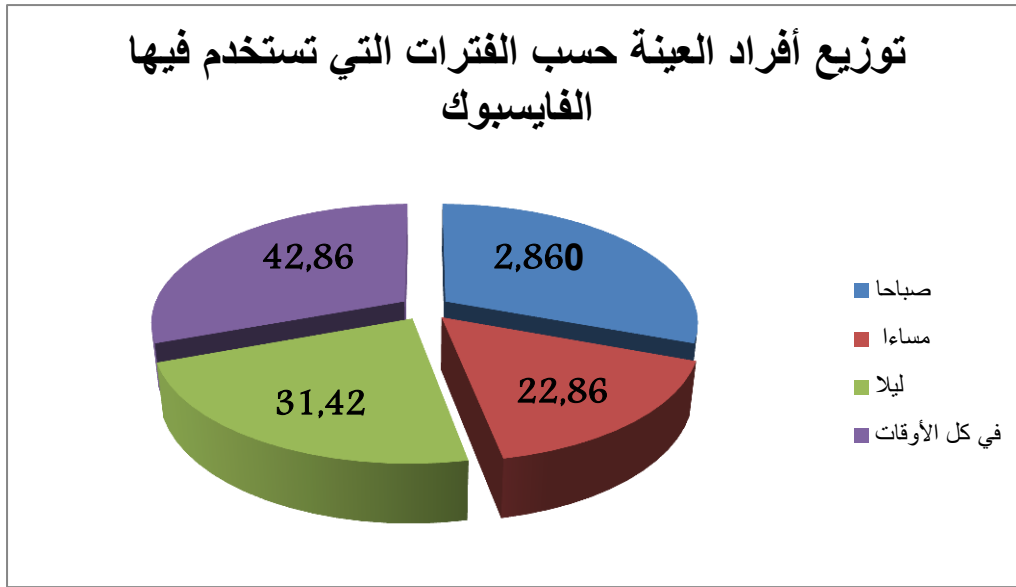


يوضح الجدول رقم (5) أعلاه معدل الساعات التي يقضوها على موقع الفيسبوك حيث قدرت نسبة 42,86% من الذين إجابتهم من ساعة إلى 3 ساعات في حين قدرت نسبة 41,42% للذين إجابتهم أكثر من 3 ساعات، ثم تليها نسبة 15,72% من الذين إجابتهم أقل من ساعة .

من خلال هذا نلاحظ أن جزء من المبحوثين يقضون حوالي ساعة إلى 3 ساعات في التصفح على موقع الفيسبوك، ثم تليها أكثر من 3 ساعات في التصفح على الموقع حيث كانت نسبة متقاربة بينهم وهذا يدل على أن المبحوثين من الطلبة يقضون ساعات طويلة مع موقع الفيسبوك وهذا للإستمتاع بإستخدامه من خلال الدردشة مع الأصدقاء والتفاعل مع المنشورات و وهذا يتطلب أن يكون هناك وعي لدى الطالب لقضاء وقته بطريقة فعالة نشطة وتجنب التصفح اللاواعي.

جدول رقم (06): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الفترات التي تستخدم فيها الفيسبوك

النسبة %	التكرار	العبرة
02.86%	02	صباحا
22.86%	16	مساء
31.42%	22	ليلا
42.86%	30	في كل الأوقات
100%	70	المجموع

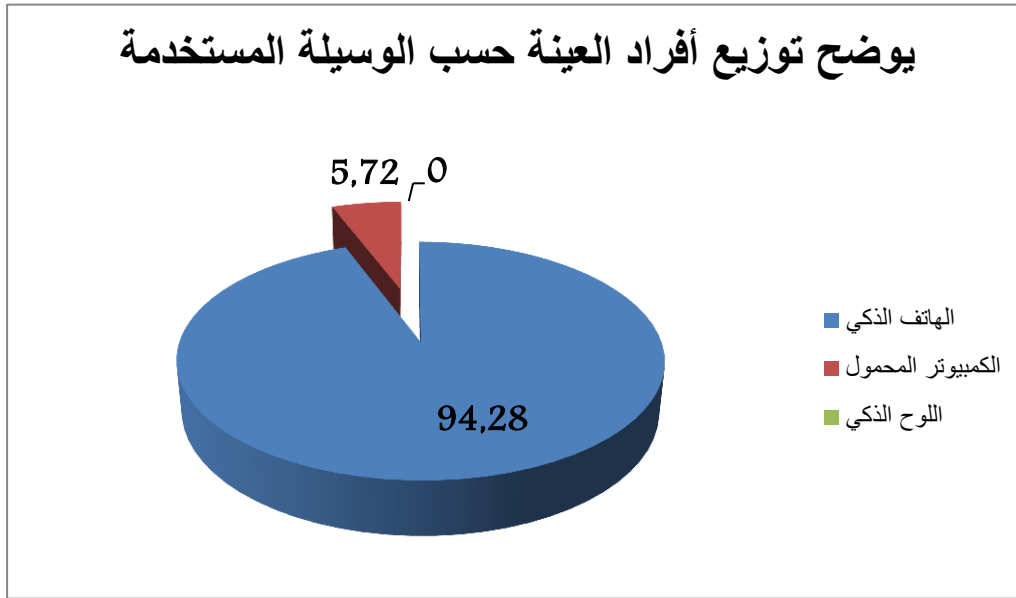


يوضح الجدول رقم (6) أعلاه بيانات الفترة الزمنية في استخدام الفيسبوك ، حيث قدرت نسبة إجابتهم "في كل الأوقات" ب 42,86% في حين كانت نسبة 31,42% "ليلا" ، تليها نسبة 22,86% كانت إجابتهم "مساء" وفي الأخير كانت نسبة 2,86% "صباحا. "

من خلال هذا نلاحظ أن جزء من المبحوثين يستخدمون الفيسبوك "في كل الأوقات" وهذا يدل على عدم تخصيص وقت مناسب لتصفح هذا الموقع وهذا لتعلقهم به وهذا يخلف تأثيرا إيجابيا أو سلبيا للطالب حسب ما يتبعه الطالب من مضامين وعليه فإن هذه التأثيرات تفرض أهمية التربية الإعلامية في ترشيد المستخدم لإستخدام هذا الموقع بأسس وقواعد واعية لتجنب إنعكاساتها ،أما بالنسبة لإستخدامه "ليلا" وذلك لتفرغهم من كل الإنشغالات اليومية والإطلاع عليه بكل راحة ، ويمكن تبرير قلة تداوله في الفترة الصباحية و المسائية لجزء من أفراد العينة لأن الوقت لا يسمح لهم لمزاوتهم الدراسة في هذه الفترات.

جدول رقم (07): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة التي تستخدمها لتصفح الفيسبوك يوميا

النسبة %	التكرار	العبرة
94.28%	66	الهاتف الذكي
5.72%	4	الكمبيوتر المحمول
0%	0	اللوحة الذكي
100%	70	المجموع

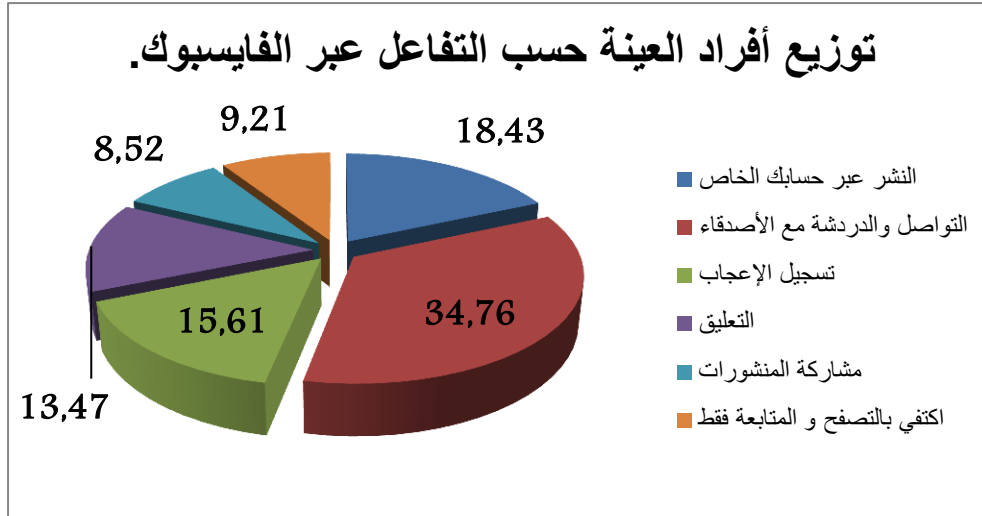


يوضح الجدول رقم (7) أعلاه نوع الوسيلة في تصفح الفيسبوك ، حيث قدرت نسبة 94,28% من الذين إجابتهم "الهاتف الذكي" في حين قدرت نسبة 5,72% إجابتهم "الكمبيوتر المحمول" وإنعدام نسبة استخدام "اللوحة الذكي" ب 0%.

من خلال هذا نلاحظ أن معظم المبحوثين يستخدمون "الهاتف الذكي" لتصفح حساباتهم على الفيسبوك ، وهذا راجع إلى أن الهاتف الذكي أسهل وسيلة لتتقل به وحمله لأي مكان وإستعماله في أي وقت ، بالإضافة إلى كون الطلبة من فئة الشباب فهم الأكثر تدوالا للهواتف الذكية وهذا ما دل عليه الجدول (6) الذي بين أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك في كل الأوقات ، في حين الفئة المستخدمة للكمبيوتر المحمول قليلة جدا وهذا راجع لتكلفته و لإستخدامه في الأمور المهمة كالدراسة و العمل أكثر من غيرها.

جدول رقم (08): يوضح توزيع أفراد العينة حسب التفاعل عبر الفيسبوك.

النسبة %	التكرار	العبارة
18.43%	26	النشر عبر حسابك الخاص
34.76%	49	التواصل والردشة مع الأصدقاء
15.61%	22	تسجيل الإعجاب
13.47%	19	التعليق
8.52%	12	مشاركة المنشورات
9.21%	13	اكتفي بالتصفح و المتابعة فقط
100%	141	المجموع



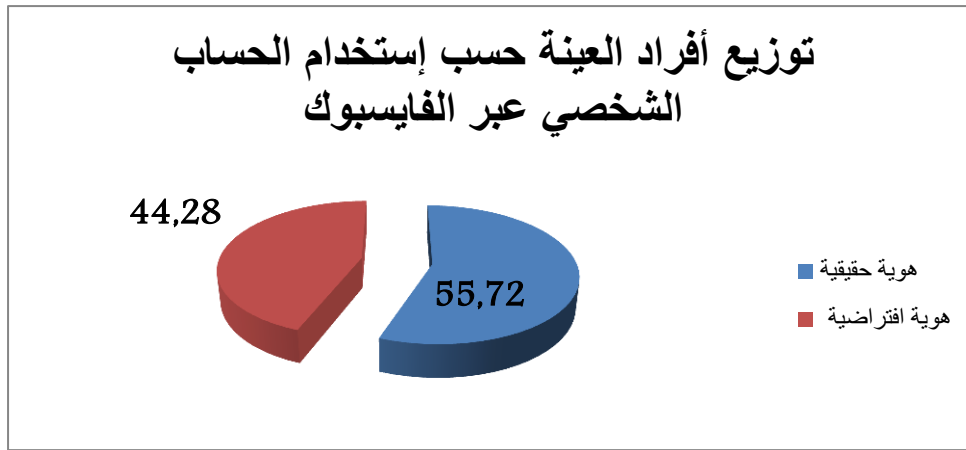
يوضح الجدول رقم (8) أعلاه كيفية التفاعل عبر الفيسبوك حيث قدرت نسبة 34,76% من الذين يفضلون التواصل والردشة مع الأصدقاء ، في حين قدرت نسبة 18,43% من الذين إجابتهم النشر عبر حسابك الخاص ، ثم تليها نسبة 15,61% من تسجيل الإعجاب ، بعدها نسبة 13,47% من المبحوثين الذين يقومون بالتعليق ، ثم نسبة 9,21% إجابتهم أكتفي بالتصفح فقط ، وفي الأخير نجد نسبة 8,52% من مشاركة المنشورات.

من خلال هذا نلاحظ أن جزء من أفراد العينة يتصفحون موقع الفيسبوك من أجل التواصل والردشة مع الأصدقاء ، وهذا راجع إلى سهولة وسرعة التواصل وأيضا لتوفره على غرف الدردشة وتكوين مجموعات لديهم إهتمامات متشابهة وهذه ميزة زادت التفاعل عبر الموقع، في حين يفضل بعض المبحوثين النشر عبر الحساب، ويميل البعض إلى تسجيل الإعجاب ، وأيضا من يكتفي بالتصفح والمتابعة

فقط و مشاركة المنشورات، وعليه فإن هذا التفاعل عبر الفايسبوك يتطلب إعداد برامج التربية الإعلامية لتدريب الطلبة على كيفية الإستخدام والتعامل مع المحتوى من خلال تسجيل الإعجاب والتعليق و مشاركة المنشورات بطريقة إيجابية وتجنب الكلام الغير أخلاقي في كل ما يتلقاه ، إذ يتعلم المستخدم مراقبة نفسه بنفسه قبل القيام بأي سلوك¹.

جدول رقم (09): يوضح توزيع أفراد العينة حسب إستخدام الحساب الشخصي عبر الفيسبوك

العبرة	التكرار	النسبة %
هوية حقيقية	39	55.72%
هوية إفتراضية	31	44.28%
المجموع	70	100%



يوضح الجدول رقم (9) أعلاه بيانات أن أكثر من نصف المبحوثين يدخلون الفيسبوك بهوية حقيقية قدرت نسبتها ب 55,72%، في حين قدرت نسبة 44,28% من الذين يستخدمون الفيسبوك بهوية إفتراضية.

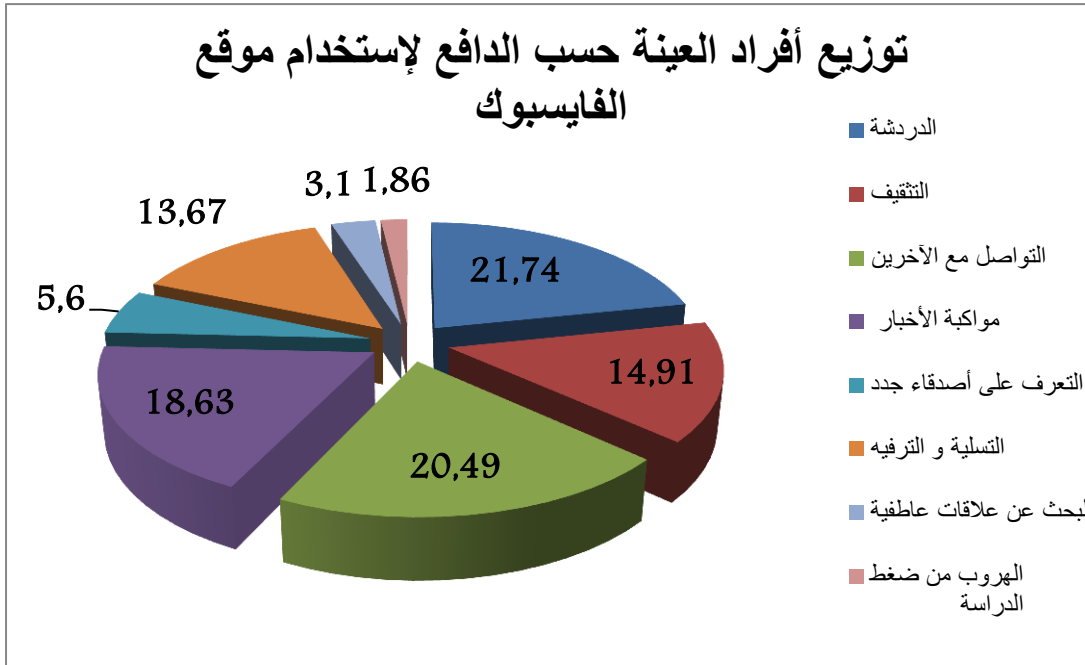
من خلال هذا نلاحظ أن أكثر من نصف أفراد العينة يفضلون إستخدام الحساب الشخصي بهوية حقيقية، وهذا راجع إلى التعريف بأنفسهم دون غموض، وسهولة العثور أصدقائهم عليهم في قائمة البحث وهذا لإبقاء علاقة التواصل مستمرة، في حين هناك من يستخدم بهوية إفتراضية وذلك لعدم التعريف بحساباتهم والحفاظ على خصوصياتهم الشخصية التي يشاركونها عبر الموقع.

¹فاق مجموع التكرارات 141 حجم العينة المقدر ب 70 لأن هناك من المبحوثين قد أشاروا على أكثر من إحتمال .

المحور الثاني : دوافع إستخدام الطالب الجامعي للمضامين الإعلامية عبر الفيسبوك

جدول رقم (10): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الدافع لإستخدام موقع الفيسبوك

النسبة%	التكرار	العبرة
21.74%	35	الدردشة
14.91%	24	التتقيف
20.49%	33	التواصل مع الآخرين
18.63%	30	مواكبة الأخبار
5.60%	09	التعرف على أصدقاء جدد
13.67%	22	التسلية و الترفيه
3.10%	05	البحث عن علاقات عاطفية
1.86%	03	الهروب من ضغط الدراسة
100%	161	المجموع



يوضح الجدول رقم (10) أعلاه دوافع إستخدام موقع الفيسبوك حيث قدرت نسبة 21,74% من "الدردشة"، في حين قدرت نسبة 20,49% من الذين يستخدمونه "للتواصل مع الآخرين"، تليها نسبة 18,63% من "مواكبة الأخبار" ، فيما قدرت نسبة 14,91% إجابتهم " التتقيف " في حين بلغت نسبة

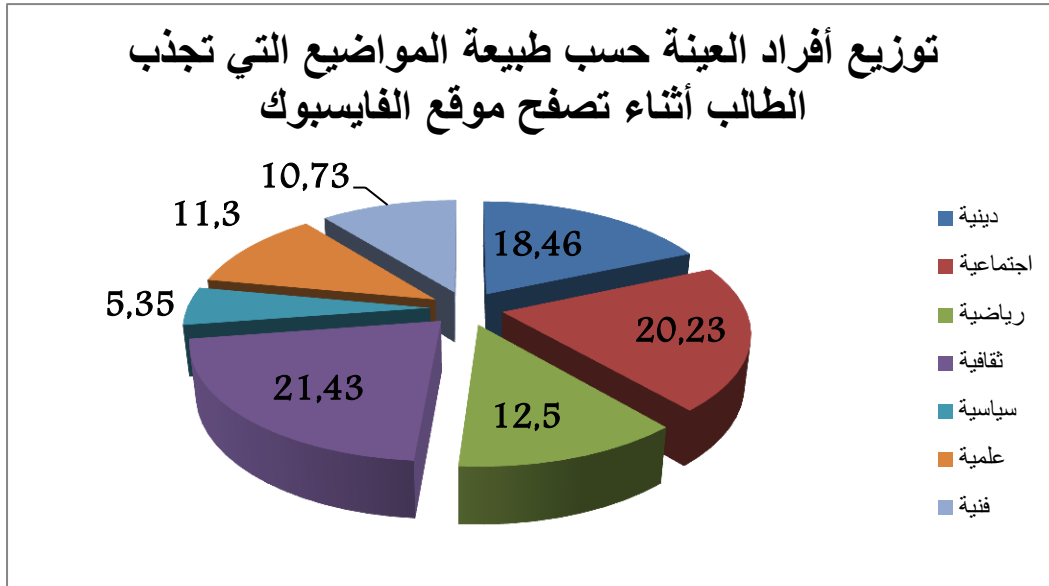
13,67% لغرض " التسلية والترفيه" ثم نسبة 5,60% "لتعرف على أصدقاء جدد" بعدها نسبة 3,10% جاءت إجابتهم " البحث عن علاقات عاطفية، وفي الأخير كانت نسبة 1,86% يستخدمونه للهروب من ضغط الدراسة.

ومن خلال هذه البيانات نلاحظ أن جزء من أفراد العينة يستخدمونه لغرض الدردشة والتواصل مع الآخرين وهذا من أجل معرفة أخبار وأحوال الأصدقاء بصفة دائمة وكذلك توسيع العلاقات الإجتماعية بينهم وقد توافقت هاته النتائج مع نتائج الجدول رقم 8 في إستخدام مفردات العينة للفيسبوك في الدردشة والتواصل، كما يميل البعض إلى مواكبة الأخبار والتتقيف وهذا يدل على ظهور مؤشر للتربية الإعلامية عند الطلبة من خلال إستخدامهم الموقع بدافع التتقيف من خلال تتبعهم لصفحات تعليمية تربوية تزيد من مكتسباتهم الثقافية لتنمية مهاراتهم في المجال السلوكي عند النقد والتعبير عن الذات بطريقة واعية أما من يستخدمونه بدافع الترفيه والتسلية وهذا لتخلص من الملل من خلال التطبيقات المسلية التي يحتويها ، أما فيما يخص التعرف على أصدقاء جدد و البحث عن علاقات عاطفية وهذا لتكوين علاقات إفتراضية وملاً الفراغ من خلال هذا الموقع¹.

¹ فاق مجموع التكرارات 161 حجم العينة المقدر ب 70 لأن هناك من المبحوثين من أشاروا على أكثر من إحتمال .

جدول رقم (11): يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة المواضيع التي تجذب الطالب أثناء تصفح موقع الفيسبوك

النسبة %	التكرار	العبرة
18.46%	31	دينية
20.23%	34	إجتماعية
12.05%	21	رياضية
21.43%	36	ثقافية
05.35%	09	سياسية
11.30%	19	علمية
10.73%	18	فنية
100%	168	المجموع



يوضح الجدول رقم (11) أعلاه والذي يمثل طبيعة المواضيع الجاذبة للمبحوثين، حيث نجد أن نسبة 21,43% من المواضيع الثقافية، في حين قدرت نسبة 20,43% من المواضيع الإجتماعية، تليها نسبة 18,46% من المواضيع الدينية، أما نسبة المواضيع الرياضية فقدرت بـ 12,5%، في حين قدرت المواضيع العلمية بنسبة 11,30%، بعدها نسبة 10,73% من المواضيع الفنية، في الأخير قدرت نسبة 5,35% المواضيع السياسية.

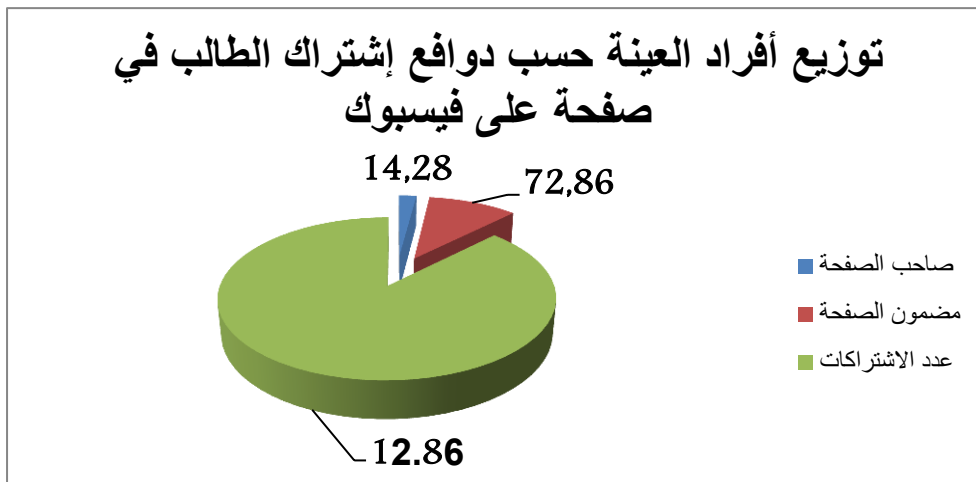
من خلال هذا نلاحظ أن جزء من المبحوثين تجذبهم المواضيع الثقافية الملمة بجميع المجالات التي تزيد من مكتسباتهم المعرفية ، كما نجد جزء منهم لديهم إطلاعات على مواضيع الإجتماعية والدينية.

من هنا نستنتج أن الفايسبوك وسيلة إتصال فعالة تمكن من تداول مختلف المواضيع محلية كانت أم عالمية ، فالطلبة بإعتبارهم طبقة مثقفة من المجتمع يحرصون على تداول محتويات إعلامية تحمل بعدا ثقافيا ، إجتماعيا ، دينيا ، علميا وذلك في إطار الحوار الإلكتروني وتبادل الخبرات بينهم كمستخدمين ، بالإضافة إلى تنمية معارفهم العلمية.

وهذا يعكس إستراتيجيات التربية الإعلامية في ترشيد سلوك الطالب الجامعي من خلال إنتقاء مواضيع تساهم في أن يكونوا مستخدمين نشطين فاعلين وإيجابيين يشاركون برسائل إعلامية ذات تفكير إبداعي عبر هذا الموقع الافتراضي¹.

جدول رقم (12): يوضح توزيع أفراد العينة حسب دوافع إشتراك الطالب في صفحة على فيسبوك

النسبة %	التكرار	العبرة
14.28%	10	صاحب الصفحة
72.86%	51	مضمون الصفحة
12.86%	9	عدد الإشتراكات
100%	70	المجموع



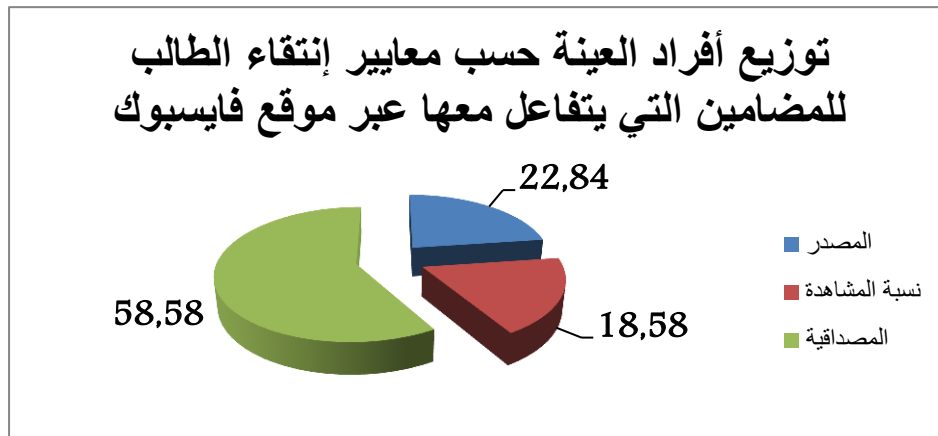
¹فاق مجموع التكرارات 168 حجم العينة المقدر ب 70 لأن هناك من المبحوثين من اشاروا على أكثر من احتمال .

يوضح الجدول رقم (12) أعلاه دوافع الإشتراك في صفحة الفيسبوك من قبل الطلبة الجامعيين لأن لكل طالب دافع جعله يشترك في صفحة فيسبوك معينة ، حيث قدرت نسبة 72,86% من الذين كانت إجابتهم مضمون الصفحة في حين كانت نسبة 14,28% من نصيب الذين يشتركون من أجل صاحب الصفحة وفي الأخير نجد ان نسبة 12,86% كانت من نصيب من أجابوا بإجابة عدد الإشتراكات.

من خلال هذه البيانات نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يشتركون في صفحة فيسبوك معينة عن غيرها بناء على مضمونها و هذا يدل على أن المحتوى هو الأهم بالنسبة لهاته الفئة من مستخدمي موقع فيسبوك من الطلبة و الإهتمام بالمحتوى مؤشر يثبت أن المبحوثين يملكون شيئاً من التربية الإعلامية ومفهومها الذي يدخل فيه المحتوى والذي يعتبر هو أساس قيمة التربية الإعلامية ككل وهذا يتضح لنا بشكل فعال من خلال إهتمامهم بالمضمون أكثر من أي شيء آخر، أما جزء منهم فيهتم لصاحب الصفحة في الأساس ويتابعه هو وهذا ينطبق على الرياضيين والفنانين الذين يتابعونهم وذلك لمعرفة حياتهم الخاصة و معرفتهم عن قرب أكثر وفي الأخير نجد أن أقل دافع للإشتراك في صفحة الفيسبوك هو عدد الإشتراكات الحاصلة عليها وهذا يدل أن قلة قليلة منهم يغريها العدد الكبير من الأشخاص المشاركين في صفحة ما فيدفعهم الفضول إلى متابعتها هم أيضا

جدول رقم (13): يوضح توزيع أفراد العينة حسب معايير إنتقاء الطالب للمضامين التي يتفاعل معها عبر موقع فيسبوك

النسبة %	التكرار	العبارة
22.84%	16	المصدر
18.58%	13	نسبة المشاهدة
58.58%	41	المصداقية
100%	70	المجموع



الفصل الثاني | الإجراءات المنهجية والدراسة الميدانية

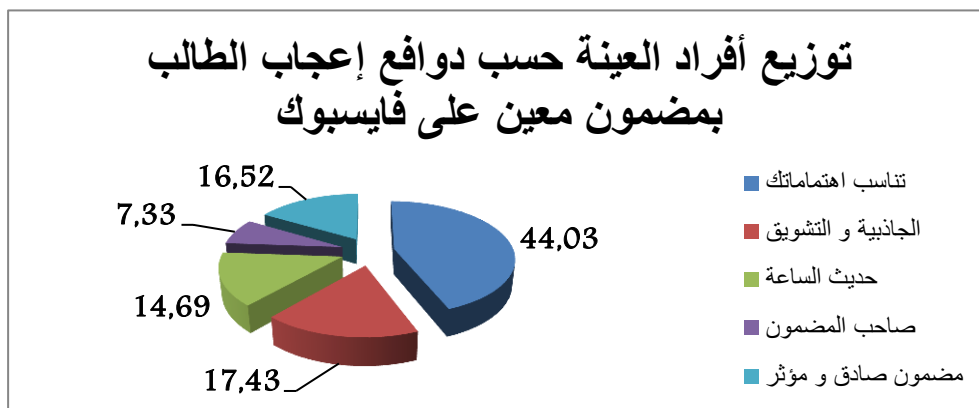
يوضح الجدول رقم (13) أعلاه معايير إنتقاء الطالب للمضامين التي يتفاعل معها عبر موقع فيسبوك حيث أن النسبة الأكبر كانت تقدر بـ 58,58% من الذين كانت إجابتهم بالمصادقية في حين كانت نسبة 22,84% للذين كانت إجابتهم بالمصدر و في الأخير كانت نسبة 18,58% للذين كانت إجابتهم بنسبة المشاهدة.

من خلال هذه البيانات نلاحظ أن أكثر من نصف المبحوثين ينتقون مضامينهم بناء على مصادقيتها وهذا يدل على أن الصدق هو الأهم بالنسبة إليهم، وإهتمام المبحوثين بالمصادقية أكثر من غيرها يجعلنا ندرك أنهم ينحازون للتربية الإعلامية التي تتيح لهم بدورها إمكانية أن يصبحوا مفكرين أو ناقدين أو مبدعين في العديد من الرسائل الإعلامية كالصورة و اللغة و الصوت وهذا لا يكون قائما إلا على أساس الصدق والمصادقية، أما جزء منهم فيهتم لمصدر المضمون في الأساس في عملية إنتقائه وهذا يدل على أن هؤلاء يهتمون بمن أين أتت المعلومة ليتأكدوا من صحتها و في الأخير نجد أن أقل معيار لإنتقاء الطالب لمضمونه هو نسبة المشاهدة و هذا يدل على أن قلة قليلة منهم يغيرها نسب المشاهدة العالية وتدفعهم إلى إنتقاء مضمون دون غيره.

جدول رقم (14): يوضح توزيع أفراد العينة حسب دوافع إعجاب الطالب بمضمون معين على

فيسبوك

النسبة%	التكرار	العبارة
44.03%	48	تناسب إهتماماتك
17.43%	19	الجاذبية و التشويق
14.69%	16	حديث الساعة
7.33%	8	صاحب المضمون
16.52%	18	مضمون صادق و مؤثر
100%	109	المجموع



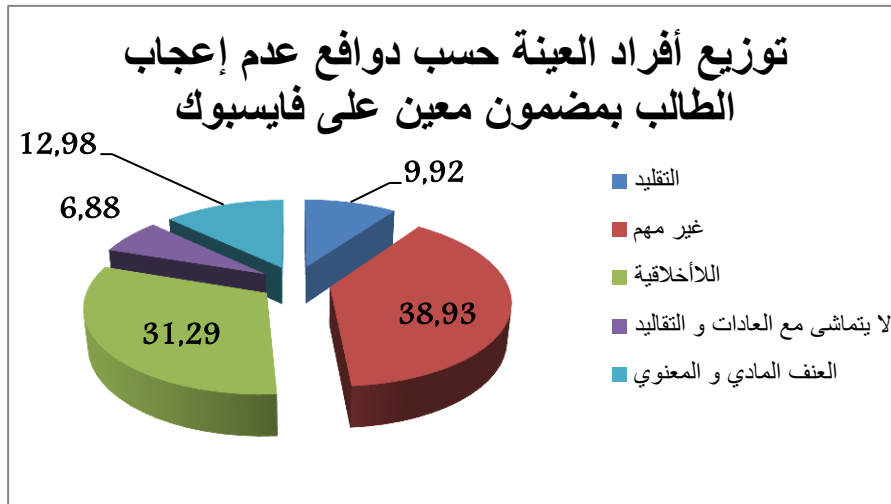
يوضح الجدول رقم (14) أعلاه دوافع إعجاب بمضمون معين على فيسبوك حيث نجد أن لكل طالب دافع يجعله يعجب بمضمون معين دون غيره حيث قدرت نسبة 44,03% من الذين كانت إجاباتهم يناسب إهتماماتهم في حين كانت نسبة 17,43% للذين أجابوا بالجاذبية و التشويق بعدها نجد أن نسبة 16.52% من نصيب من أجابوا بأن المضمون الصادق و المؤثر هو الذي يدفعهم للإعجاب بالصفحة بعدها نجد أن نسبة 14,69% كانت من نصيب من أجابوا أن حديث الساعة هو الذي يدفعهم لذلك وفي الأخير نجد أن نسبة 7,33% كانت من نصيب من أجابوا بإجابة صاحب المضمون.

من خلال هذه البيانات نلاحظ أن جزء من المبحوثين يعجبون بمضمون صفحة فيسبوك معينة بناءً على أن مضمونها يناسب إهتماماتهم وهذا يدل على أن الإهتمام بما يناسبهم ويناسب شخصيتهم هو الأهم بالنسبة لأغلبية الطلاب أما جزء منهم فيعجب بمضمون الصفحة إنطلاقاً من كون المضمون جذاب و مشوق في حد ذاته وهذا راجع لكونهم ينجذبون للمضامين التي يشوبها الغموض بعدها نلاحظ أن من يعجبون بمضمون الصفحة لكونه صادق و مؤثر وهذا يدل أن هناك نسبة لا بأس بها من الطلبة تهتم فقط بكل ما هو صادق و يؤثر بهم ويجعلهم مدركين لما يحدث في الواقع المعاش بعدها نجد أن نسبة أقل تعجب بمضمون الصفحة عندما يتحدث عن حديث الساعة وهذا راجع لإهتمامهم بكل جديد يحدث بليلة في العالم أما أقل نسبة كانت لمن إختاروا أن صاحب المضمون هو الذي يجعلهم يعجبون ويتفاعلون معه في صفحة الفيسبوك وهذه النسبة تدل على الطلبة الذين يكون كل إهتمامهم بصاحب الصفحة لا غيره.¹

¹ فاق مجموع التكرارات 109 حجم العينة 70 لأن هناك من المبحوثين من أشاروا على أكثر من إحتمال.

الجدول رقم (15): يوضح توزيع أفراد العينة حسب دوافع عدم إعجاب الطالب بمضمون معين على فيسبوك

النسبة %	التكرار	العبارة
9.92%	13	التقليد
38.93%	51	غير مهم
31.29%	41	اللاأخلاقية
6.88%	9	لا يتماشى مع العادات و التقاليد
12.98%	17	العنف المادي و المعنوي
100%	131	المجموع



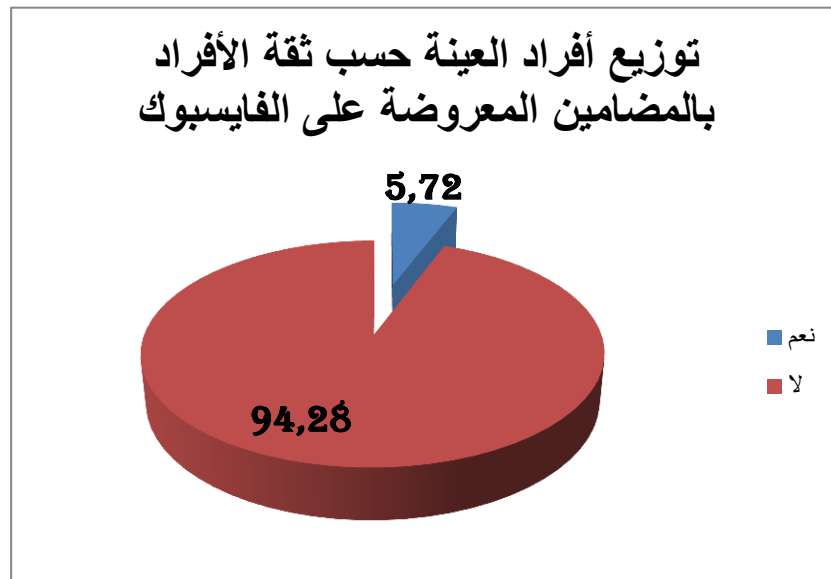
يوضح الجدول رقم (15) أعلاه دوافع عدم إعجاب بمضمون معين على فيسبوك حيث أن لكل طالب دافع يجعله لا يعجب أيضا بمضمون ما ، وقد قدرت نسبة 38,93% على الذين كانت إجابتهم غير مهم في حين كانت النسبة التي تليها تقدر بـ 31,29% من نصيب الذين كانت إجابتهم باللاأخلاقية بعدها نجد نسبة 12,98% كانت عن الذين أجابوا بالعنف المادي و المعنوي أما النسبة قبل الأخيرة كانت تقدر بـ 9,92% للذي أجابوا بالتقليد و آخر نسبة قدرت بـ 6,88% للذين كانت إجابتهم بلا يتماشى مع العادات والتقاليد.

من خلال هذه البيانات نلاحظ أن معظم المبحوثين لا يعجبون بمضمون صفحة على فيسبوك بناء على عدم إهتمامهم بها وهذا يدل على أن الإهتمام من عدمه يختلف من شخص لآخر و إذا كان محتوى الصفحة لا يناسب إهتماماتهم فلن يعجبوا به ولن يتابعوه من الأساس مهما كان، أما جزء منهم فعدم

إعجابهم بمضمون صفحة فيسبوك محددة نابع لكون هذا المضمون غير أخلاقي وهذا يدل على أن المضامين التي لا تتماشى مع الدين الإسلامي و التربية الصحيحة سيشمأز منه الكثيرون ولن يعجبوا به ، بعدها نجد جزء أقل منهم لا يعجب بمضمون صفحة ما إذا كان يحرض على العنف المادي و المعنوي وهذا يدل أن العنف غير مستحب بكل أنواعه من طرف من إختاروا هذه الإجابة بعدها نجد أن النسبة التي تليها من نصيب من أجابوا بالتقليد وهذا يدل على أن أنه ليس من الضروري عند نجاح وإعجاب نسبة من مستخدمي موقع فيسبوك لمضمون صفحة ما أن نجد آخرين يقلدون ذلك تقليد أعمى متناسين شخصيتهم ، تفكيرهم وإبداعهم الخاص الذي لا يشبه غيرهم فالتقليد أحيانا يؤدي إلى نتائج عكسية أما أقل دافع لعدم الإعجاب على مضمون صفحة ما على فيسبوك هو ذلك المضمون الذي لا يتماشى مع العادات والتقاليد وهذا راجع لكونهم محافظين لا يتقبلون تغيير المعتقدات القديمة الراسخة لديهم بالأفكار الجديدة.¹

جدول رقم (16): يوضح توزيع أفراد العينة حسب ثقة الأفراد بالمضامين المعروضة على الفيسبوك

النسبة%	التكرار	العبارة
5.72%	4	نعم
94.28%	66	لا
100%	70	المجموع



¹فاق مجموع التكرارات 133 حجم العينة 70 لأن هناك من المبحوثين من أشاروا على أكثر من احتمال.

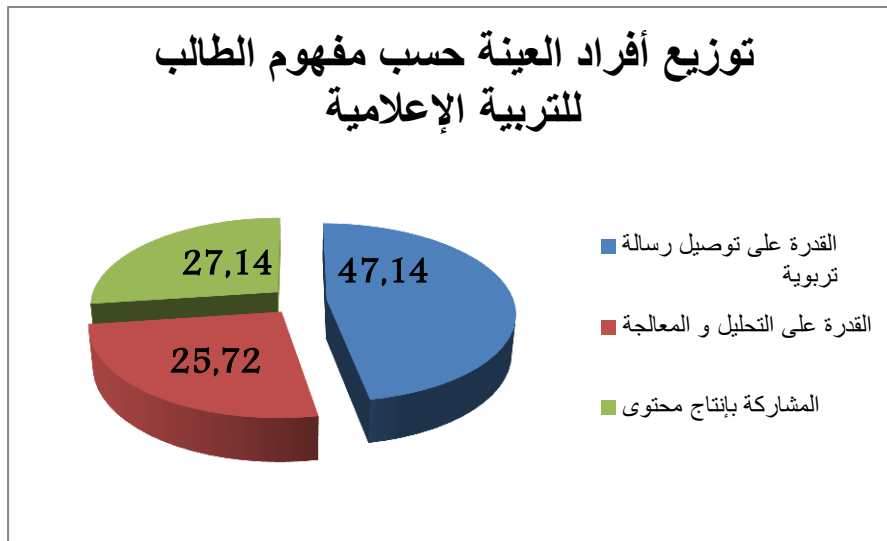
يوضح الجدول رقم (16) أعلاه أن نسبة 94,28% من المبحوثين الذين كانت إجابتهم "لا" ، لتليها نسبة 5,72% من الذين إجابتهم "نعم".

من خلال هذا نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة لا يتقون في كل المضامين المعروضة عليهم من قبل موقع الفيسبوك ، وهذا راجع إلى إعتبار الفيسبوك موقع إفتراضي وأن كل ما ينشر فيه من أخبار أو مواضيع ليست صادقة ومظلمة وتكون ذات مصادر مجهولة غير موثوق بها أي أن الفيسبوك لا يتمتع بالمصداقية بشكل تام.

المحور الثالث: طبيعة المضامين الإعلامية للطلاب الجامعي التي تساهم في تربيته الإعلامية

جدول رقم (17): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مفهوم الطالب للتربية الإعلامية

النسبة %	التكرار	العبارة
47.14%	33	القدرة على توصيل رسالة تربوية
25.72%	18	القدرة على التحليل و المعالجة
27.14%	19	المشاركة بإنتاج محتوى
100%	70	المجموع



يوضح الجدول رقم (17) أعلاه فيما يتمثل مفهوم التربية الإعلامية عند الطالب الجامعي وهذا لأن لكل طالب منهم مفهوم خاص به، حيث قدرت النسبة بـ 47,14% للذين أجابوا أن التربية الإعلامية تمثل

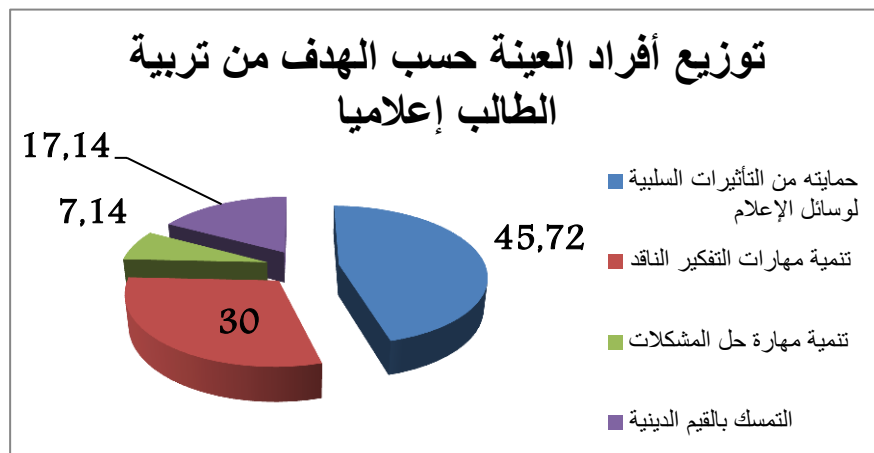
لهم القدرة على توصيل رسالة تربوية في حين تقدر نسبة 27،14% للذين يرون أن التربية الإعلامية تمثل المشاركة بإنتاج محتوى وفي الأخير كانت نسبة 25،72% من نصيب من يرون أنها تمثل القدرة على التحليل و معالجة المضامين.

من خلال هذه البيانات نلاحظ أن جزء من المبحوثين أجابوا بشكل خاطئ حول أن مفهوم التربية الإعلامية هو القدرة على توصيل رسالة تربوية وهذا راجع لأخذهم مفهوم خاطئ عن التربية الإعلامية وعدم إدراكهم لها وخطها بالإعلام التربوي .

من خلال تحليل الطالب الجامعي لمفهوم التربية الإعلامية لديه باعتبارها هي القدرة على توصيل رسالة تربوية، إذن فهو غير مدرك لمفهومها بشكل دقيق بل يفهمها فهما خاطئا وقد تشابهت هنا دراستنا مع دراسة صالح عابر صالح الشمري التي كانت تحت عنوان التربية الإعلامية وطرق تضمينها في الإطار العام في المؤسسات التعليمية مع نتيجته التي تقول أن المؤثر السلبي هو غياب مفهوم التربية الإعلامية عن جميع المبحوثين الطلبة وبالتالي لم يكن هناك إطلاع على هذا المفهوم ولا مصدر المعرفة به.

جدول رقم (18): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الهدف من تربية الطالب إعلاميا

النسبة %	التكرار	العبارة
45.72%	32	حمايته من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام
30%	21	تنمية مهارات التفكير الناقد
7.14%	05	تنمية مهارة حل المشكلات
17.14%	12	التمسك بالقيم الدينية
100%	70	المجموع



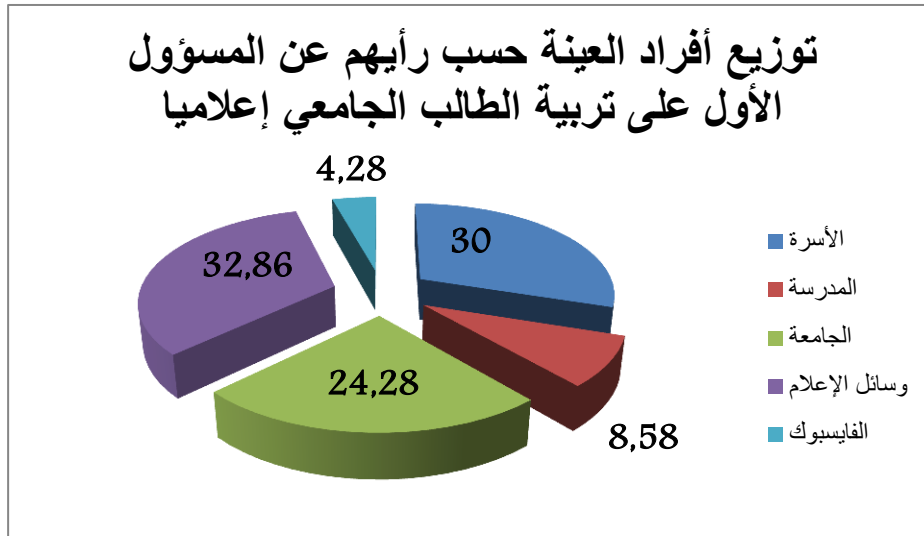
يوضح الجدول رقم (18) أعلاه الهدف من تربية الطالب الجامعي إعلاميا حسب رأي الطلاب بنفسهم، وقد قدرت النسبة الأكبر بـ 45,72% على الذين كانت إجابتهم بأن الهدف هو حماية الطالب من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام في حين كانت النسبة التي تليها تقدر بـ 30% من نصيب الذين كانت إجابتهم بأن الهدف هو تنمية مهارات التفكير الناقد بعدها نجد نسبة 17,14% كانت عن الذين أجابوا بأن هدفها التمسك بالقيم الدينية و أما أخر نسبة قدرت بـ 7,14% للذين كانت إجابتهم بأن هدفها هو تنمية مهارة حل المشكلات.

من خلال هذه البيانات نلاحظ أن أهداف التربية الإعلامية على إختلاف أشكالها حسب رأي المبحوثين عبارة عن أهداف تسعى لتربية الطالب الجامعي بشكل صحيح من خلال زيادة وعيه الإعلامي والعمل على التأثير الإيجابي فيه فيكون محميا من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ، منميا لمهارات التفكير الناقد الهادف عنده متمسكا بقيمته الدينية قادرا على حل ما يعترضه من مشاكل.

من خلال تحليل الطالب الجامعي للهدف من تربيته إعلاميا باعتبارها تهدف إلى تربيته بشكل صحيح من خلال زيادة وعيه الإعلامي و العمل على التأثير الإيجابي بعيدا عن التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ، منميا لمهارات التفكير الناقد عنده متمسكا بقيمته الدينية قادرا على حل كل المشكلات، وقد تشابهت دراستنا مع دراسة كريم بلقاسي بعنوان دور مناهج التعليم الجامعي في تحقيق التربية الإعلامية مع نتيجته التي تقول أن هناك حاجة ماسة لتبني مفهوم التربية الإعلامية في مناهج التعليم الجامعي لما لها من قدرة في إكتساب الطلبة الثقافة الإجتماعية النقدية وإمتلاكهم مهارات النقد والتقويم و التحليل وحل المشكلات.

جدول رقم (19): يوضح توزيع أفراد العينة حسب رأيهم عن المسؤول الأول على تربية الطالب الجامعي إعلاميا

النسبة %	التكرار	العبارة
30%	21	الأسرة
8.58%	06	المدرسة
24.28%	17	الجامعة
32.86%	23	وسائل الإعلام
4.28%	03	الفايسبوك
100%	70	المجموع



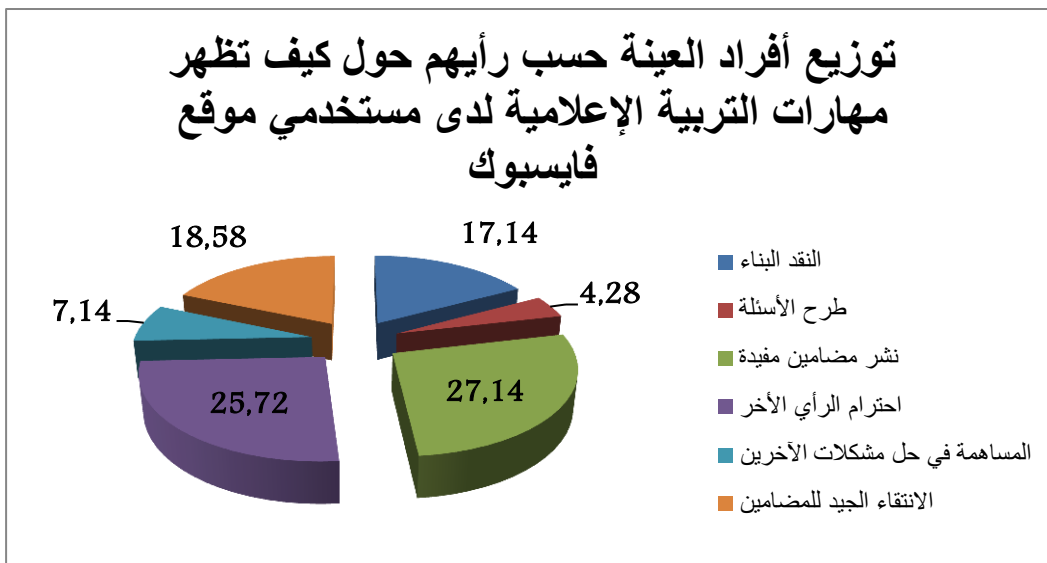
يوضح الجدول رقم (19) أعلاه المسؤول الأول على تربية الطالب الجامعي إعلاميا، حيث نجد ان نسبة 32,86% من الذين كانت إجابتهم حول وسائل الإعلام في حين كانت نسبة 30% من نصيب الذين كانت إجابتهم حول الأسرة بعدها كانت نسبة 24,28% للذين تمحورت إجابتهم حول الجامعة أما نسبة 8,58% فكانت للذين أجابوا بالمدرسة وفي الأخير نجد أن نسبة 4,28% كانت من نصيب من أجابوا بإجابة الفيسبوك.

من خلال هذه البيانات نلاحظ أن معظم المبحوثين يرون أن المسؤول الأول على تربية الطالب الجامعي إعلاميا هي وسائل الإعلام في حد ذاتها أي هي التي يستقي منها كل ماله علاقة بالإعلام إيجابيا أو سلبيا وهذا بدوره يؤثر في تربيته الإعلامية أما جزء منهم يعتقدون أن الأسرة هي الأساس في ذلك لأنها هي التي تنشأ و تربي من الصغر للكبر وهذا يدل أن لها دور في بناء شخصية الطالب ونوعية

المضامين التي سيتلقاها فهو بالتأكيد سيتأثر بمحيط أسرته بعدها نجد جزء أقل يرون أن الجامعة هي المسؤول ذلك أن الجامعة أفاقها واسعة تجعل الطالب يغير الكثير من مفاهيمه ويصححها ويضبط سلوكياته أيضا و نسبة قليلة بعدها أجابوا ان المسؤول عن ذلك هي المدرسة وهذا راجع إلى انها الخلفية المرجعية للكثير منهم ففي المدرسة تربينا على أفكار بقيت راسخة فينا لليوم أما في الأخير فأقل نسبة كانت من نصيب الذين يرون أن الفيسبوك هو المسؤول الأول على تربية الطالب الجامعي إعلاميا.

جدول رقم (20): يوضح توزيع أفراد العينة حسب رأيهم حول كيف تظهر مهارات التربية الإعلامية لدى مستخدمي موقع فيسبوك

النسبة %	التكرار	العبارة
17.14%	12	النقد البناء
4.28%	03	طرح الأسئلة
27.14%	19	نشر مضامين مفيدة
25.72%	18	إحترام الرأي الآخر
7.14%	05	المساهمة في حل مشكلات الآخرين
18.58%	13	الانتقاء الجيد للمضامين
100%	70	المجموع



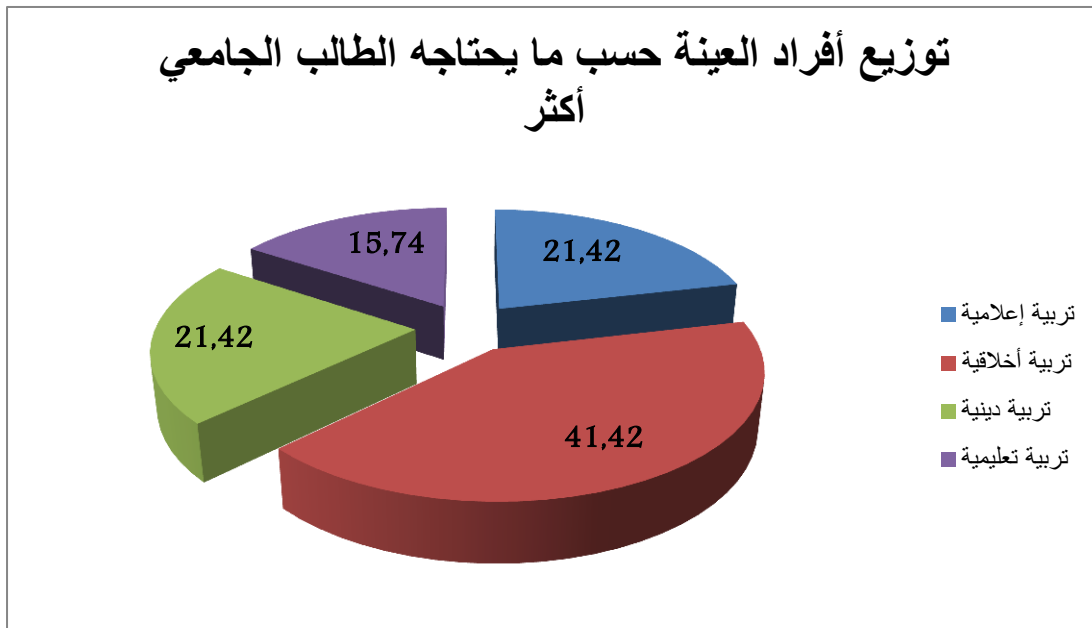
يوضح الجدول رقم (20) أعلاه مهارات التربية الإعلامية لدى مستخدمي موقع فيسبوك، إتضح أن النسبة الأولى كانت تقدر بـ 27,14% عن الذين كانت إجاباتهم نشر مضامين مفيدة في حين كانت نسبة 25,72% للذين كانت إجاباتهم إحترام الرأي الآخر بعدها إتضح أن نسبة 18.58% للذين كانت إجاباتهم

النقد البناء أما نسبة 7،14% فكانت للذين أجابوا بالمساهمة في حل مشكلات أخرى وفي الأخير كانت نسبة 4،28% للذين أجابوا بطرح الأسئلة.

من خلال هذه البيانات نلاحظ أن مهارات التربية الإعلامية لدى مستخدمي موقع فيسبوك من المبحوثين كثيرة و متنوعة لكن يبقى أهمها بالنسبة لأكثر عدد منهم هو نشر مضامين مفيدة وهذا يدل على أن الإفادة والإستفادة بكل ما هو جيد صادق ومفيد هو المهارة الأكيدة التي يتبناها ويشجع عليها جزء كبير منهم.

جدول رقم (21): يوضح توزيع أفراد العينة حسب ما يحتاجه الطالب الجامعي أكثر

النسبة %	التكرار	العبارة
21.42%	15	تربية إعلامية
41.42%	29	تربية أخلاقية
21.42%	15	تربية دينية
15.74%	11	تربية تعليمية
100%	70	المجموع



يوضح الجدول رقم (21) أعلاه ما يكون الطالب الجامعي بحاجة أكثر حيث وجدنا أن النسبة الأكبر قدرت ب 41،42% للذين جاءت إجابتهم أنه يحتاج أكثر لتربية أخلاقية في حين كانت نسبة

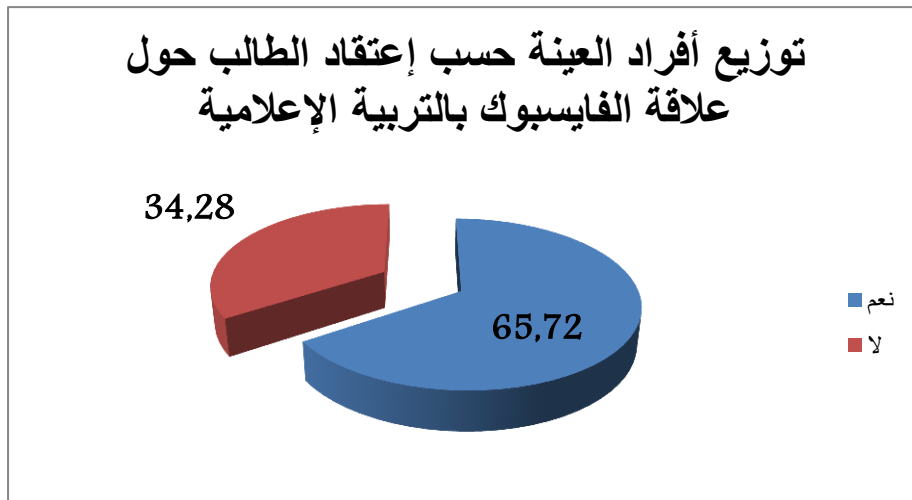
21,42% متساوية ومن نصيب كلا من أجابوا بأنهم بحاجة إلى تربية إعلامية و تربية دينية أي انهم في نفس الخانة والمستوى أما في الأخير كانت نسبة 15,74% للذين أجابوا أنهم بحاجة إلى تربية تعليمية.

من خلال هذه البيانات نلاحظ أن أكثر ما يكون الطالب الجامعي بحاجة من وجهة رأي المبحوثين هو حاجته للتربية الأخلاقية أو لا قبل أي تربية أخرى.

المحور الرابع: الإشباعات التي تحققت نتيجة تعرض الطالب الجامعي لمضامين التربية الإعلامية على الفيسبوك

جدول رقم (22): يوضح توزيع أفراد العينة حسب إعتقاد الطالب حول علاقة الفيسبوك بالتربية الإعلامية

العبرة	التكرار	النسبة%
نعم	46	65.72%
لا	24	34.28%
المجموع	70	100%



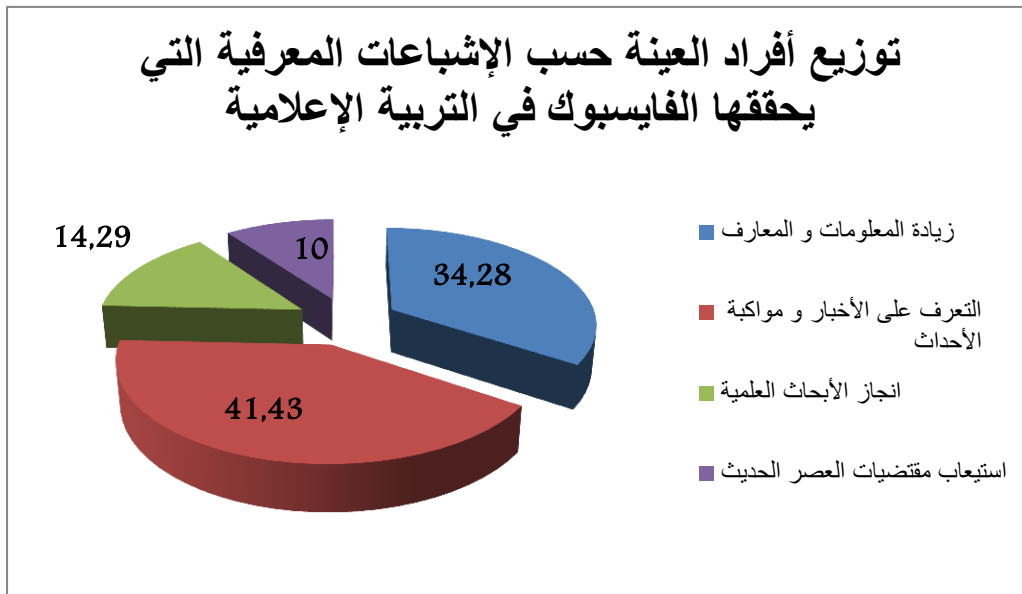
يوضح الجدول رقم (22) أعلاه علاقة الفيسبوك بالتربية الإعلامية حيث قدرت النسبة الأولى من أفراد العينة بـ 65.72% كانت إجابتهم "نعم" في حين قدرت النسبة الثانية بـ 34.28% من المبحوثين التي كانت إجابتهم "لا".

الفصل الثاني | الإجراءات المنهجية والدراسة الميدانية

من خلال هذا يمكن القول أن الفيسبوك له علاقة بالتربية الإعلامية وهذا باعتبار الفيسبوك وسيلة إعلامية من بين وسائط الإعلام الجديد ، التي تقوم ببث جميع المضامين والمواضيع و نشرها وهذا ما يؤدي بالطالب إلى التفاعل والمشاركة معها من خلال التعليقات وإرسال رسائل حول ما يتم نشره ، وهذا التفاعل يتطلب وعي إعلامي الذي يفرض على المستخدم إدراك سلبياتها وإنعكاساتها من خلال التربية الإعلامية التي تتيح للطالب الجامعي سبل التعامل مع المضمون الإعلامي من تحليل ونقد وتعبير عن الرأي في حدود أخلاقية تربوية .

جدول رقم (23): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الإشباعات المعرفية التي يحققها الفيسبوك في التربية الإعلامية

النسبة %	التكرار	العبارة
34.28%	24	زيادة المعلومات و المعارف
41.43%	29	التعرف على الأخبار و مواكبة الأحداث
14.29%	10	إنجاز الأبحاث العلمية
10%	07	إستيعاب مقتضيات العصر الحديث
100%	70	المجموع



يوضح الجدول رقم (23) أعلاه الإشباعات المعرفية التي يحققها فيسبوك في تربية الطالب إعلاميا، وقدرت النسبة الأكبر 41,43% للذين كانت إجابتهم بالتعرف على أخبار و مواكبة الأحداث، في حين كانت النسبة التي تليها تقدر بـ 34,28% للذين كانت إجابتهم بزيادة المعلومات و المعارف بعدها نجد

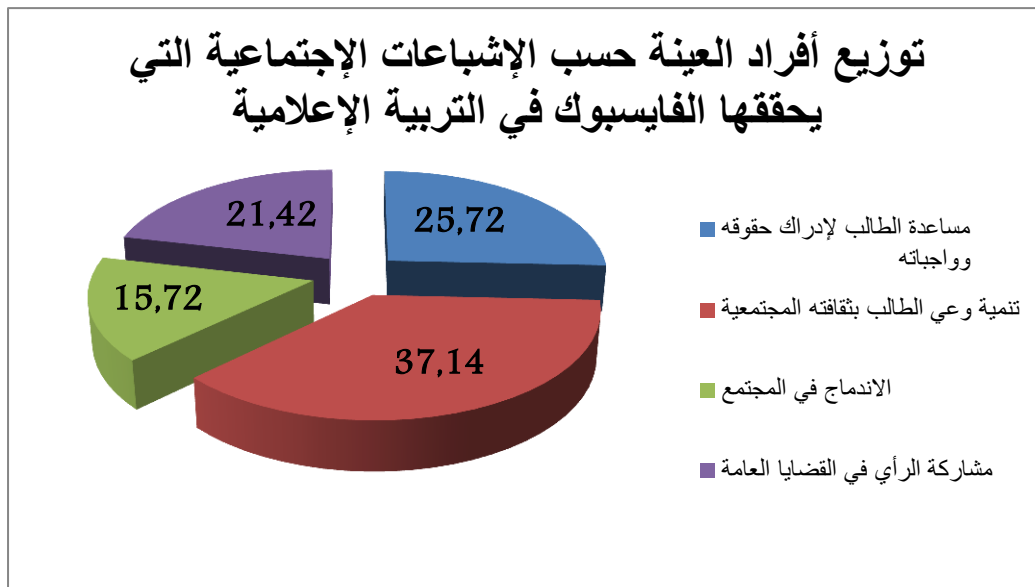
الفصل الثاني | الإجراءات المنهجية والدراسة الميدانية

نسبة 14،29% كانت للذين أجابوا بإنجاز الأبحاث العلمية و أما أخر نسبة قدرت ب10% للذين كانت إجابتهم بإستيعاب مقتضيات العصر الحديث.

من خلال هذه البيانات نلاحظ أن أكثر إشباع معرفي يحققه الفيسبوك لتربية الطالب إعلاميا من وجهة رأي المبحوثين هو التعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث وهذا راجع لكونهم يهتمون بكل ما يقع من أحداث جديدة وقعت ويسارعون لمعرفةها.

جدول رقم (24): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الإشباعات الإجتماعية التي يحققها الفيسبوك في التربية الإعلامية

النسبة %	التكرار	العبارة
25.72%	18	مساعدة الطالب لإدراك حقوقه وواجباته
37.14%	26	تنمية وعي الطالب بثقافته المجتمعية
15.72%	11	الإندماج في المجتمع
21.42%	15	مشاركة الرأي في القضايا العامة
100%	70	المجموع

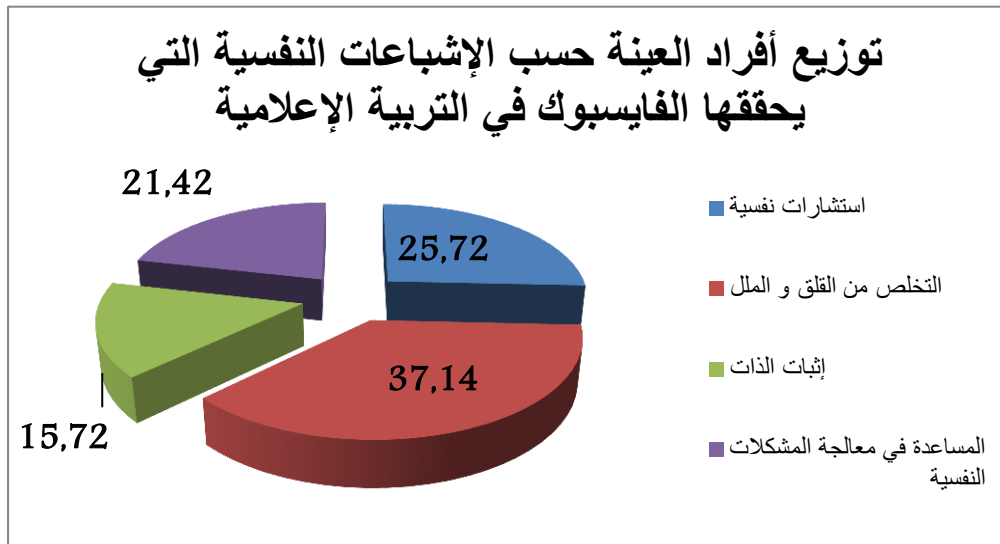


يوضح الجدول رقم (24) أعلاه الإشباعات الإجتماعية المحققة للطالب، وقد قدرت النسبة الأكبر ب37،14% للذين أجابوا بتنمية وعي الطالب بثقافته المجتمعية ثم النسبة المئوية تقدر ب25،17% للذين أجابوا مساعدة الطالب لإدراك حقوقه و واجباته بعدها نسبة 21،42% كانت للذين أجابوا مشاركة الرأي في القضايا العامة وأما أخر نسبة قدرت ب15،72% للذين أجابوا بالإندماج في المجتمع.

من خلال هذه البيانات نلاحظ أن أكثر إشباع إجتماعي يحققه الفيسبوك لتربية الطالب إعلاميا من وجهة رأي الباحثين هو تنمية وعي الطالب بثقافته المجتمعية وهذا راجع لكون موقع فيسبوك عبارة عن مكان واسع تتداخل فيه جميع ثقافات العالم وكل مستخدم يستقي منه ثقافته الخاصة بمجتمعه.

جدول رقم (25): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الإشباعات النفسية التي يحققها الفيسبوك في التربية الإعلامية

العبارة	التكرار	النسبة %
إستشارات نفسية	14	25.72%
التخلص من القلق و الملل	33	37.14%
إثبات الذات	14	15.72%
المساعدة في معالجة المشكلات النفسية	09	21.42%
المجموع	70	100%



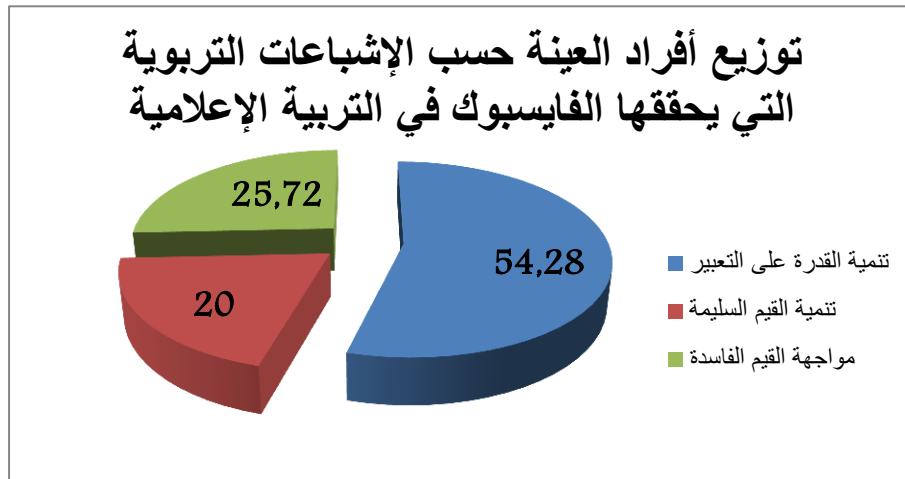
يوضح الجدول رقم (25) أعلاه الإشباعات النفسية المحققة من الفيسبوك ، حيث قدرت نسبة 47,14% من الذين كانت إجابتهم التخلص من القلق والملل والفراغ الداخلي ، في حين قدرت نسبة 20% من إستشارات نفسية ، تليها نسبة 20% من إثبات الذات ، وفي الأخير نسبة 12,86% من المساعدة في معالجة المشكلات النفسية.

من خلال هذا نلاحظ أن أغلب الباحثين يحققون إشباعهم من الفيسبوك من خلال التخلص من القلق والملل والفراغ الداخلي لديهم وهذا لكون الموقع له عدة مزايا من بينها الدردشة والألعاب

والفيديوهات ، في حين جزء من أفراد العينة كانت إشباعاتهم النفسية في إثبات الذات عبر الموقع في التعبير عن رأيه في مواضيع معينة وأيضاً إبراز شخصيته وتجسيد ذاته ، وهناك من يستخدمونه في الإستشارات النفسية وأيضاً المساعدة في معالجة المشكلات النفسية وذلك من خلال التواصل مع مختصين نفسانيين أو مشاركة مشاكلهم مع الأصدقاء للوصول إلى حلول تساعد على الخروج من هذه الأزمات النفسية.

جدول رقم (26): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الإشباعات التربوية التي يحققها الفيسبوك في التربية الإعلامية

النسبة %	التكرار	العبارة
54.28%	38	تنمية القدرة على التعبير
20%	14	تنمية القيم السليمة
25.72%	18	مواجهة القيم الفاسدة
100%	70	المجموع



يوضح الجدول رقم (26) أعلاه الإشباعات التربوية للمبحوثين ،حيث بلغت نسبة 54,28% من تنمية القدرة على التعبير بأشكال مختلفة ، في حين قدرت نسبة 25,72% من مواجهة القيم الفاسدة ، تليها نسبة 20% من تنمية القيم السليمة.

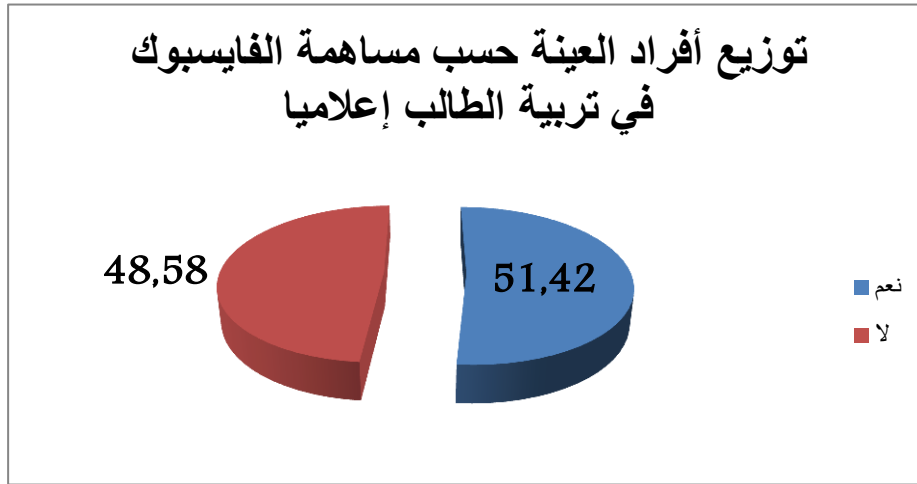
من خلال هذا نلاحظ أن أكثر من نصف المبحوثين يحقق لهم الفيسبوك إشباعهم من خلال القدرة على التعبير بأشكال مختلفة وهذا راجع إلى حرية التعبير عن الرأي وإبراز الإتجاه كل طالب حول مختلف المضامين المعروضة عليه بأشكالها ومجالاتها المتنوعة دون قيود ، كما يميل البعض الآخر إلى تحقيق الإشباع في مواجهة القيم الفاسدة وأيضاً تنمية القيم السليمة وذلك من خلال المنشورات

الفصل الثاني | الإجراءات المنهجية والدراسة الميدانية

والمعلومات التي ينشرها موقع الفيسبوك عبر صفحاته مثل : خواطر وحكم ، كبسولات أخلاقية ، ثقف نفسك ، وهذا ما يزيد من تنمية قيمهم التربوية الإعلامية.

جدول رقم (27): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الفيسبوك في تربية الطالب إعلاميا

العبارة	التكرار	النسبة%
نعم	36	51.42%
لا	34	48.58%
المجموع	70	100%



يوضح الجدول رقم (27) أعلاه مساهمة الفيسبوك في تربية الطالب الجامعي إعلاميا حيث قدرت النسبة الأولى 51.42% من الذين إجابتهم نعم في حين قدرت النسبة الثانية 48.58% من الذين إجابتهم كانت لا.

من خلال هذا نلاحظ ان الفاييسبوك من بين وسائل الإعلام التي لها دور في تجسيد التربية الإعلامية لدى الطالب، وذلك من الكم الهائل الذي يحتويه ويعرض من خلاله من صفحات وبيانات ومعلومات تثقيفية و أخرى أخلاقية ودينية، تكون موجهة من مصادر رسمية صادقة تساعدهم في نشر المضامين العلمية و المعرفية ذلك من أجل فهم الواقع ونشر الوعي لدى الطالب الجامعي .

نتائج الدراسة :

1/ نتائج متعلقة بالتساؤل الفرعي الأول: عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي للفيسبوك

_نسبة 67,14% من أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك بصفة دائمة لتعلقهم به.

_نسبة 81,42% من أفراد العينة تستخدم موقع الفيسبوك أكثر من 3 سنوات لكثرة إنتشاره.

_نسبة 42,86% من أفراد العينة الذين يقضون فترات في تصفح الفيسبوك من حوالي ساعة إلى 3 ساعات.

_نسبة 42,86% من أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك في كل الأوقات اليومية.

_نسبة 94,28% من أفراد العينة يفضلون الهاتف الذكي لتصفح حساباتهم على الفيسبوك.

_نسبة 34,76% من أفراد العينة يتفاعلون عبر موقع الفيسبوك من خلال التواصل والردشة مع الأصدقاء.

_نسبة 55,72% من أفراد العينة يفضلون فتح حساباتهم الشخصية بهوية حقيقية للتعريف بأنفسهم.

***النتيجة العامة الأولى:**

بينت لنا نتائج الدراسة المتعلقة بعادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي للفيسبوك أن أغلب المبحوثين يستخدمون الفيسبوك بصفة دائمة ذلك لتعلقهم به وإيمانهم على الموقع من خلال تصفحه في كل الأوقات باستخدام الهاتف الذكي الذي فتح لهم مجال سهولة تصفحه في كل الأوقات بغرض الردشة والتواصل مع الأصدقاء بشكل يومي في تبادل الأخبار والأنباء حول مختلف المواضيع.

نتائج متعلقة بالتساؤل الفرعي الثاني: دوافع استخدام الطالب الجامعي للمضامين

الإعلامية عبر الفيسبوك

_نسبة 21,74% من أفراد العينة يفضلون استخدام موقع الفيسبوك بدافع الردشة.

_نسبة 21,43% من أفراد العينة الذين تجذبهم المواضيع الخاصة بالثقافة أكثر أثناء تصفحهم الفيسبوك.

نسبة 72,86% من أفراد العينة لديهم دافع الإشتراك في صفحة موجودة على موقع الفيسبوك من أجل الإطلاع على مضمون الصفحة.

نسبة 58,58% من أفراد العينة يقومون بانتقاء وإختيار المضامين للتفاعل معها حسب معيار المصادقية.

نسبة 44,03% من أفراد العينة يستهويهم الإعجاب بمضمون معين بغرض أنه يناسب إهتمامتهم

نسبة 31,29% من أفراد العينة الذين لا تجذبهم المضامين للإعجاب بها وذلك لأنها ذات محتوى لأخلاقي.

نسبة 94,28% من أفراد العينة الذين لا يتقون بكل المضامين المعروضة عبر الفيسبوك بدافع أنها لا تتمتع كلها بالثقة والمصادقية.

***النتيجة العامة الثانية:** توصلت الدراسة إلى أن دافع إستخدام الطالب الجامعي للمضامين الإعلامية عبر الفيسبوك بغرض الدردشة حول المواضيع الثقافية التي تجذبهم عن غيرهم من خلال إنتقاء محتوى المضمون الذي يتميز بالمصادقية ويناسب إهتمام الطالب بعيدا عن المواضيع اللااخلاقية المعروضة عبر هذا الموقع وذلك لتأثيرها وإنعكاسها على شخصية الطالب وباعتبار الفيسبوك موقع إفتراضي فهو ينشر ويبث مضامين ذات مصادر مجهولة بعيدة عن المصادقية.

3/ نتائج متعلقة بالتساؤل الفرعي الثالث: طبيعة المضامين الإعلامية للطالب الجامعي

التي تساهم في تربيته الإعلامية

نسبة 47,14% من أفراد العينة يرون أن مفهوم التربية الإعلامية يتمثل في القدرة على توصيل رسالة تربوية.

نسبة 45,72% من أفراد العينة أجابت أن الهدف من تربية الطالب الجامعي إعلاميا يتمثل في حمايته من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام.

نسبة 32,86% من أفراد العينة ترى أن المسؤول الأول على تربية الطالب الجامعي إعلاميا هو وسائل الإعلام.

- نسبة 27,14% من أفراد العينة ترى أن مهارات التربية الإعلامية لدى مستخدمي موقع الفيسبوك تظهر من خلال نشر مضامين مفيدة.

- نسبة 41,42% من أفراد العينة أجابت أن الطالب الجامعي بحاجة أكثر إلى التربية الأخلاقية.

***النتيجة العامة الثالثة:** بينت الدراسة أن المبحوثين عرفوا التربية الإعلامية بأنها القدرة على توصيل رسالة تربوية وهذا يدل على عدم معرفتهم لمفهومها ، لأن التربية الإعلامية تقوم بتدريب الطالب على كيفية التعامل مع المضامين الإعلامية وليست إستخدام وسائل الإعلام لتوصيل رسالة تربوية فهي تعتبر "إعلام تربوي" وليست "تربية إعلامية" ، وهذا راجع لعدم إستيعاب مفهوم التربية الإعلامية بشكل واضح لدى الطالب الجامعي فالهدف من هذه التربية حمايته من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ، إذا تقع المسؤولية على وسائل الإعلام بالدرجة الأولى في إكساب الطالب مهارة نشر مضامين مفيدة على موقع الفيسبوك ، و دائما يبقي الطالب بحاجة أكثر إلى تربية أخلاقية لتجنب تأثيراتها السلبية.

4/ نتائج متعلقة بالتساؤل الفرعي الرابع: الإشباعات التي تحققت نتيجة تعرض الطالب

الجامعي لمضامين التربية الإعلامية على الفيسبوك

-نسبة 65,72% من أفراد العينة تعتقد أن الفيسبوك له علاقة بالتربية الإعلامية.

نسبة 41,43% من أفراد العينة أجابت أن الإشباعات المعرفية التي يحققها فيسبوك في تربية الطالب إعلاميا تتم من خلال التعرف على الأخبار و مواكبة الأحداث.

-نسبة 37,14% من أفراد العينة ترى أن الإشباعات الإجتماعية التي يحققها فيسبوك في تربية الطالب إعلاميا تتم من خلال تنمية وعي الطالب بثقافته المجتمعية.

-نسبة 47,14% من أفراد العينة أجابت أن الإشباعات النفسية التي يحققها فيسبوك في تربية الطالب إعلاميا تتجسد من خلال التخلص من القلق و الملل.

-نسبة 54,28% من أفراد العينة أجابت أن الإشباعات التربوية التي يحققها فيسبوك في تربية الطالب إعلاميا تتجلى في تنمية القدرة على التعبير.

-نسبة 51,42% من أفراد العينة تعتقد فعليا أن فيسبوك ساهم في تربيتهم إعلاميا.

*النتيجة العامة الرابعة: بينت الدراسة بأن للفيسبوك علاقة بالتربية الإعلامية، كما أوضحت الدراسة أن أفضل الإشباعات المعرفية التي يحققها فيسبوك في تربية الطالب إعلاميا هي التعرف على الأخبار و مواكبة الأحداث، إضافة إلى أن أهم الإشباعات الإجتماعية التي يحققها فيسبوك في تربية الطالب إعلاميا ألا وهي تنمية وعي الطالب بثقافته المجتمعية و قد رأت العينة أن أحسن الإشباعات النفسية التي يحققها فيسبوك في تربية الطالب إعلاميا تتجسد من خلال التخلص من القلق و الملل، و بعدها أجابت العينة أن الإشباعات التربوية التي يحققها فيسبوك في تربية الطالب إعلاميا تتجلى بشكل كبير في تنمية قدرته على التعبير، و قد إعتقد عينة الدراسة فعليا أن فيسبوك هو المساهم الأكبر في تربيتهم الإعلامية.

خاتمة

خاتمة

وفي الأخير نستنتج أن دور الفيسبوك في التربية الإعلامية لدى الطالب الجامعي، ذي أثر ملموس في صناعة التغيير المنشود في حياة الطلبة، حيث أن التربية الإعلامية لا تقتصر على الوسائل الإعلامية التقليدية وإنما على الوسائط المتعددة المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي خاصة فإيسبوك ومن خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها في جامعة الشيخ العربي التبسي -تبسة- لاحظنا أن طلبة الجامعة غير مدركين لمفهوم التربية الإعلامية الدقيق فكان لابد من إستخلاص الحاجة الماسة إلى التربية الإعلامية للطالب الجامعي حيث أن التربية الإعلامية تعمل على إعطاء قدر من المعارف و المفاهيم و المهارات الخاصة وذلك من أجل تنمية مهاراته في التفكير الناقد للمضامين الإعلامية وكذلك حل المشكلات لتمسكه بقيمه الأخلاقية، وقد كان أيضا دورا للفيسبوك في إكساب الطالب هذه المهارات إضافة إلى مساعدة الطالب في إدراكه لحقوقه وواجباته كاملة و إستيعاب مقتضيات العصر الحديث و آليات التفاعل مع العولمة و التصدي للغزو الثقافي و أخيرا تعزيز قدرة الطالب لإستخدام وسائل الإعلام من خلال صفحاته وما ينشر عليه فيصبح قادرا على إختيار ما يأنثر فيه إيجابيا و رفض ما قد يأنثر فيه سلبيا بأي شكل كان.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المعاجم والموسوعات:

- 1- أبي الفضل جمال الدين إبن محمد بن مكرم إبن منظور: لسان العرب، مج3، ط3، دار صادر للنشر والتوزيع، بيروت، 2004.
- 2- إبن منظور: لسان العرب، تنسيق و تعليق على بشرى، ج9، ط1، دار إحياء التراث العربي، بيروت، 1988.
- 3- الزمخشري، محمود بن عمر جار الله، أساس البلاغة، ط1، دار الكتاب، القاهرة، 1998.
- 4- خضير شعبان: مصطلحات في الإعلام و الإتصال، ط1، دار اللسان العربي، الجزائر، 2001.
- 5- ميشال جرجس : معجم مصطلحات التربية و التعليم ، ط1، دار النهضة العربية ، لبنان ، 2005.
- 6- محمد السيد علي: موسوعة المصطلحات التربوية، دار المسيرة، الأردن، 2011.
- 7- يحيى حسين درويش: معجم مصطلحات الخدمة الإجتماعية، ط1، الشركة المصرية العالمية للنشر، القاهرة، 1988.

الكتب:

- 1- أحمد بن مرسلي: منهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
- 2- أحمد جمال حسن: التربية الإعلامية ، ط1، دار المعرفة للطباعة و النشر، 2015.
- 3- إبراهيم بن عبد العزيز الدعياج :مناهج وطرق البحث العلمي ، ط1، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان ، 2010.

- 4- حسين عبد الجبار: إتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 5- نهارث عبود، الإتصال التربوي، ط1، دار وائل للنشر، 2009.
- 6- خالد غسان، يوسف مقدادي: ثورة الشبكات الإجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص35.
- 7- سعد سلمان المشهداني: مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، 2017
- 8- علي عبد الفتاح: الإعلام التربوي "مفهومه أهدافه إستراتيجيته"، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 9- علي خليل شقرة: الإعلام الجديد "شبكات التواصل الاجتماعي"، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، عمان، 2014 .
- 10- عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر: مواقع التواصل الإجتماعي السلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015
- 11- عامر إبراهيم قنديلجي: منهجية البحث العلمي، ط1، دار اليازوري العلمية، 2013 .
- 12- عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات: مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
- 13- فهد بن عبد الرحمن الشميمري: التربية الإعلامية (كيف نتعامل مع الإعلام؟)، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر و التوزيع، الرياض، 2010.
- 14- كمال الحاج: نظريات الإعلام و الإتصال، منشورات الجامعة الإفتراضية السورية، 2020.
- 15- مصطفى يوسف كافي: نظريات الاتصال و الإعلام الجماهيري، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع، 2016.
- 16- مصطفى يوسف الكافي: الإعلام الثقافي، ط1، دار حامد للنشر، الأردن، 2016.

- 17- مكايي حسن عماد، حسن السيد ليلي: الاتصال و نظرياته المعاصرة، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2002.
- 18- محمود محمد سفر، الاعلام موقف، ط1، السعودية، 1982.
- 19- محمود حامد خضر: الإعلام و الانترنت، ط1، دار البداية للنشر و التوزيع، عمان 2012
- 20- محمد أبو سمرة: إستراتيجيات الإعلام التربوي، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان 2009.
- 21- محمد خالد أبو عزام : التربية الإعلامية ، ط1، دار زهدي، المملكة الأردنية ، عمان، 2020 ، ص05.
- 22- محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، ط1 ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2004،
- 23- موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية "تدريبات عملية"، ط2، الجزائر، دار القصبه للنشر و التوزيع، 2004.
- 24- محمد عبيدات و اخرون : منهجية البحث العلمي ، القواعد و المراحل و التطبيقات ، ط2 ، دار وائل للطباعة و النشر ، الأردن ، 1999.
- 25- محمد سرحان علي المحمودي: مناهج البحث العلمي ، ط3، دار الكتب، صنعاء، 2019.
- 26- نادية سعيد عيشور: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، د ط ، مؤسسة حسين راس الجبل للنشر و التوزيع، الجزائر، 2017.
- 27- وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفايسبوك على المجتمع، ط1، المكتبة الوطنية للنشر و التوزيع، السودان 2011

الأطروحات والرسائل الجامعية:

1- دكتوراه:

1- شعباني مالك ، دور الاذاعة المحلية في نشر الوعي الصحي لدي الطالب الجامعي ، رسالة دكتوراه في علم اجتماع التنمية ، غير منشورة ، قسنطينة، 2005 ص ص 342.343.

2- صالح عابر صالح الشمري: التربية الإعلامية و طرق تضمينها في الإطار العام للمناهج في المؤسسات التعليمية في دولة الكويت، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، قسم العلاقات العامة و الإعلان، 2018.

3- طلال بن عقيل بن عطاس الخيري، تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، رسالة دكتوراه، تخصص الأصول الإسلامية للتربية، قسم التربية الإسلامية و المقارنة، كلية التربية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 1430/1429هـ.

2- الماجستير:

1- أطفاف بنت عبد اللطيف مطرب الفضلي: دور قائدات المدارس في تفعيل مهارات التربية الإعلامية لدى طالبات المرحلة الابتدائية بمحافظة الأحساء، مذكرة الماجستير، تخصص إدارة التربية، قسم القيادة التربوية، كلية التربية جامعة الملك فيصل، المملكة العربية السعودية، 2020/1441.

2- السعيد بريق، الحاجة النفسية و علاقتها بالقيم الإجتماعية لدى الطالب الجامعي، مذكرة ماجستير في علم النفس الاجتماعي، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة الوادي، 2014/2013.

3- خلاف بو مخيلة: جمهور الطلبة الجزائريين و وسائل الإعلام المكتوبة، مذكرة ماجستير في الاعلام و الاتصال، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007/2006.

المجلات:

1- أشجان أحمد أشديفات، خلود أحمد الخصاصنة: واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها لدى طلاب المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية، المجلة الدولية التربوية المتخصصة، ع1 الأردن، 2012.

2- كريم بلقاسي: دور مناهج التعليم الجامعي في تحقيق التربية الإعلامية، مجلة الرسالة للدراسات و البحوث الإنسانية، مج1، ع2، 2017 .

3- ليندة ضيف: التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد ، شبكات التواصل الإجتماعي أنموذجا، مجلة المعيار، جامعة العربي بن مهدي، ع42 ، 2017 .

المواقع الالكترونية:

1- www.echorokonline.com. تاريخ الاطلاع: 2022/02/13 ، الساعة: 15.00

2- www.dictionay.com. تاريخ الإطلاع: 2022/02/25 ، على الساعة: 21:00

3- www.wopress.com تاريخ الإطلاع: 2022/03/10، على الساعة: 23:13

4- www.i7lm.com. تاريخ الإطلاع: 2022/03/14، على الساعة: 18.15

5- www.diae.net. تاريخ الإطلاع 2022/02/17 ، على الساعة: 17:30

6- <https://www.iau.edu.sa>. تاريخ الاطلاع : 2022/03/08 ، على الساعة: 19.30

7- <http://suez.edu.eg/education> تاريخ الاطلاع : 2022/03/08 ، على الساعة 20.15

المؤتمرات:

1- حسن عايل أحمد يحيى: رؤى حول التربية و الإعلام وأدوات المناهج لتنمية التفكير في مضامين الإعلام لتحقيق التربية الإعلامية، رسالة دكتوراه، مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية ، السعودية، 2007.

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



التخصص: إتصال تنظيمي

السنة : ثانية ماستر

إستمارة إستبيان بعنوان :

دور الفيسبوك في التربية الإعلامية للطالب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة

تحية طيبة :

في إطار مذكرة شهادة ماستر إتصال تنظيمي نضع بين أيديكم أعزائي الطلبة هذه الإستمارة التي تتضمن مجموعة من الأسئلة و نرجوا منكم الإجابة عليها بكل صدق لأن بيانات هذه الإستمارة سرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي .

ملاحظة :

- الرجاء وضع علامة (X) في المكان المناسب .

تحت اشراف الأستاذة :

- د.لديمة عابدي

اعداد الطالبين :

- بوخاري شيماء

- مقدم إكرام

السنة الجامعية:

2022/2021

البيانات الشخصية

1- النوع :

أنثى

ذكر

2- السن :

من 21 الى 25 سنة

أقل من 20 سنة

أكثر من 30 سنة

من 26 الى 30 سنة

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطالب الجامعي للفايسبوك

3- هل تستخدم الفاييسبوك ؟

نادرا

أحيانا

دائما

4- منذ متى وأنت تستخدم موقع الفاييسبوك ؟

أكثر من 3 سنوات

من سنة إلى 3 سنوات

أقل من سن

5- ماهو معدل الساعات التي تقضيها في تصفح الفاييسبوك يوميا ؟

أكثر من 3 ساعات

من ساعة إلى 3 ساعات

أقل من ساعة

6- ماهي الفترات التي تستخدم فيها الفاييسبوك؟

في كل الأوقات

ليلا

مساء

صباحا

7- ماهي الوسيلة التي تستخدمها لتصفح الفاييسبوك يوميا ؟

اللوح الذكي(تابليت)

الكمبيوتر المحمول

الهاتف الذكي

8- يكون تفاعلك عبر فاييسبوك من خلال ؟

- النشر عبر حسابك الخاص

- التواصل والردشة مع الأصدقاء

- تسجيل الإعجاب

- التعليق

- مشاركة المنشورات

- أكتفي بالتصفح والمتابعة فقط

9- تستخدم حسابك الشخصي عبر الفايسبوك ؟

بهوية افتراضية

بهوية حقيقية

المحور الثاني: دوافع استخدام الطالب الجامعي للمضامين الإعلامية عبر الفايسبوك

10- ما الذي يدفعك إلى استخدام موقع الفايسبوك ؟

- التعرف على أصدقاء جدد

- الدردشة

- التسلية والترقية

- التنقيب

- البحث عن علاقات عاطفية

- التواصل مع الآخرين

- الهروب من ضغط الدراسة

- مواكبة الاخبار

- أخرى أذكرها

11- ماهي طبيعة المواضيع التي تجذبك أثناء تصفحك لموقع الفايسبوك؟

سياسية

ثقافية

رياضية

إجتماعية

دينية

فنية

علمية

- أخرى أذكرها

12- ماهي دوافع إشتراكك في صفحة على الفايسبوك ؟

عدد الإشتراكات

مضمون الصفحة

صاحب الصفحة

- أخرى أذكرها

13- ماهي معايير إنتقائك للمضامين التي تتفاعل معها عبر موقع الفايسبوك؟

المصدر نسبة المشاهدة المصداقية

- أخرى أذكرها

14- ماهي دوافع إعجابك بمضمون معين على الفايسبوك ؟

يناسب إهتماماتك

الجاذبية و التشويق

حديث الساعة

صاحب المضمون

مضمون صادق ومؤثر

15- ماهي دوافع عدم إعجابك بمضمون معين على الفايسبوك؟

التقليد غير مهم اللا أخلاقية

لا يتماشى مع العادات و التقاليد العنف المادي والمعنوي

- أخرى أذكرها

16- هل تثق بكل المضامين المعروضة عليك عبر الفايسبوك؟

نعم لا

في كلتا الحالتين لماذا:

المحور الثالث: طبيعة المضامين الإعلامية للطالب الجامعي التي تساهم في تربيته
الإعلامية

17 - فيما يتمثل مفهومك للتربية الإعلامية؟

- القدرة على توصيل الرسالة التربوية القدرة على تحليل ومعالجة المضامين
 المشاركة بإنتاج محتوى إعلامي

18- حسب رأيك ما الهدف من تربية الطالب الجامعي إعلاميا؟

- حمايته من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام تنمية مهارات التفكير الناقد
 تنمية مهارة حل المشكلات التمسك بالقيم الدينية
أخرى أذكرها:

19- حسب رأيك من المسؤول الاول على تربية الطالب الجامعي إعلاميا؟

- الأسرة المدرسة الجامعة وسائل الإعلام فيسبوك

20- حسب رأيك كيف تظهر مهارات التربية الإعلامية لدى مستخدمي موقع الفيسبوك؟

- النقد البناء نشر مضامين مفيدة
 طرح الأسئلة إحترام الرأي الآخر
 المساهمة في حل مشكلات الآخرين الإلتقاء الجيد للمضامين
أخرى أذكرها:

21- هل ترى أن الطالب الجامعي بحاجة أكثر إلى ؟

- تربية إعلامية تربية أخلاقية تربية دينية تربية تعليمية

المحور الرابع: الإشباعات التي تحققت نتيجة تعرض الطالب الجامعي لمضامين التربية الإعلامية

22- هل تعتقد أن الفايسبوك له علاقة بالتربية الإعلامية:

نعم لا

لماذا

23- ماهي الإشباعات المعرفية التي يحققها الفايسبوك في تربيتك الإعلامية؟

زيادة المعلومات والمعارف

التعرف على الأخبار ومواكبة الأحداث

إنجاز الأبحاث العلمية

إستيعاب مقتضيات العصر الحديث

أخرى أذكرها:

24- ما هي الإشباعات الاجتماعية التي يحققها الفايسبوك في تربيتك الإعلامية؟

مساعدة الطالب لإدراكه لحقوقه و واجباته

تنمية وعي الطالب بثقافته المجتمعية

الإندماج في المجتمع

مشاركة الرأي في القضايا العامة

أخرى أذكرها:

25- ماهي الإشباعات النفسية التي يحققها الفايسبوك في تربيتك الإعلامية؟

إستشارات نفسية

إثبات الذات

التخلص من القلق و الملل و الفراغ الداخلي

المساعدة غي معالجة المشكلات النفسية

26- ماهي الإشباعات التربوية التي يحققها الفايسبوك في تربيتك الإعلامية؟

تنمية القدرة على التعبير بأشكال مختلفة

تنمية القيم السليمة

مواجهة القيم الفاسدة

أخرى أذكرها:

.....

27- هل تعتقد فعليا أن الفايسبوك يساهم في تربيتك إعلاميا؟

نعم لا

في كلتا الحالتين لماذا:

.....

ملخص الدراسة:

تستهدف الدراسة معرفة دور الفايسبوك في التربية الإعلامية للطالب الجامعي ، وفقا للمهارات التي تقوم على تجسيدها عند استخدام موقع الفايسبوك الذي أصبح فعال بدرجة كبيرة في التوجيه وتكوين الآراء وتغيير السلوك وبالتالي له تأثير على شخصية الفرد وبالأخص الطالب ، لذلك قمنا بدراسة ميدانية معتمدين على المنهج الوصفي مع إختيار عينة قصدية من طلبة كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال طوري أولى ماستر إتصال تنظيمي و سنة ثالثة ليسانس إتصال للإجابة على أسئلة إستمارة الإستبيان وقد توصلنا إلي أبرز النتائج:عدم الفهم الدقيق لمفهوم التربية الإعلامية عند الطالب الجامعي وهذا يتطلب إدراجها ضمن المناهج التعليمية و أيضا الإعتماد على وسائل الإعلام في مساهمتها على تربية الطالب إعلاميا ، كموقع الفايسبوك بإعتباره وسيلة إعلامية ذات إنتشار واسع وتداول كبير بين المستخدمين حيث يحتوى على كم هائل من الصفحات و المعلومات التثقيفية والأخلاقية التي تعمل على نشر الوعي و تساعد على إكساب الطالب للتربية الإعلامية.

summary:

The study aims to know the role of Facebook in media education for university students, according to the skills that are based on embodying them when using the Facebook site, which has become highly effective in directing, forming opinions and changing behavior, and thus has an impact on the personality of the individual, especially the student, so we conducted a field study based on the descriptive approach with Choosing an intentional sample of students from the College of Humanities and Social Sciences, Department of Media and Communication Sciences, a first phase, a master's degree in organizational communication, and a third year, a Bachelor of Communication, to answer the questions of the questionnaire. And also relying on the media in its contribution to the education of the student in the media, such as Facebook as a media with wide spread and great circulation among users, as it contains a huge amount of pages and educational and ethical information that works to spread awareness and helps to provide the student with media education.