

إدراك طلاب الإعلام التربوي لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية وعلاقته بانتقاء المحتوى الرقمي لديهم (دراسة مسحية)

د. منى سمير محمد محمد*

ملخص الدراسة

يهدف هذا البحث إلى التعرف على مدى إدراك طلاب الإعلام التربوي لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية وعلاقته بانتقاء المحتوى الرقمي لديهم ، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح بشقة الميداني من خلال استمارة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة الميدانية التي طبقت على عينة قوامها (300) من طلاب الاعلام التربوي المقيدون بالفرقة الأولى والرابعة بكلية التربية النوعية بجامعة دمياط وكان من أهم نتائجها ما يلي:

- جاء في الترتيب الأول أن نسبة (68.33%) من أفراد عينة البحث يستخدمون الانترنت طوال أيام الأسبوع.
- جاء في الترتيب الأول أن نسبة (68%) من أفراد عينة البحث يستخدمون الانترنت أكثر من ثلاث ساعات يومياً.
- جاء في الترتيب الأول أن نسبة (52.33%) من أفراد عينة البحث يتصفحون الانترنت في أى مكان.
- جاء في الترتيب الأول أن نسبة (73%) من أفراد عينة البحث يتصفحون الانترنت من الهاتف المحمول.
- توجد فروق دالة احصائياً بين أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير النوع في المجالات الثلاثة (المعرفي- الوجداني - السلوكي) وكان الفارق لصالح الإناث في الفترتين الأولى والرابعة.
- توجد فروق دالة احصائياً بين أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير الفرقة الدراسية في المجالات الثلاثة (المعرفي - الوجداني - السلوكي) وكان الفارق لصالح الفرقة الرابعة. -
- المستوى الاقتصادي لطلاب الإعلام التربوي لا يؤثر في انتقائهم للمحتوي الرقمي.
- عدم وجود فروق دالة احصائياً بين الذكور والإناث في مدة الاستخدام ومكان الاستخدام ووسيلة الاستخدام للإنترنت.
- توجد علاقة موجبة دالة احصائياً بين ادراك طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية والانتقاء الرقمي لديهم.

* المدرس بقسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية بدمياط - جامعة دمياط

Perception of educational media students of the concept of digital media Literacy and its relationship to the selection of digital content for them (Survey study)

Study summary:

This research aims to identify the extent to which educational media students perceive the concept of digital media education and its relationship to the selection of digital content for them. The first and fourth at the Faculty of Specific Education at Damietta University

*Among its most important results were the following:

- It came in the first order that (68.33%) of the research sample use the Internet throughout the week.
 - In the first place, (68%) of the research sample used the Internet for more than three hours a day
 - It came in the first place that (52.33%) of the respondents browse the Internet anywhere.
 - In the first order, it was stated that (73%) of the respondents browse the Internet from a mobile phone
 - There are statistically significant differences between the members of the research sample according to the gender variable in the three domains (cognitive - emotional - behavioral) and --the difference was in favor of females in the first and fourth groups.
- There are statistically significant differences between the members of the research sample according to the variable of the study group in the three domains (cognitive - emotional - behavioral) and the difference was in favor of the fourth group .
- The economic level of educational media students does not affect their selection of digital content.
 - There are no statistically significant differences between males and females in the duration of use, the place of use and the means of using the Internet.
 - There is a positive, statistically significant relationship between the perception of educational media students, the study sample, of the concept of digital media education and their digital selection.

الكلمات الدالة: إدراك: Realization

طلاب الاعلام التربوي: educational media students

التربية الاعلامية الرقمية: digital media education

المحتوي الرقمي: digital content

مقدمة

أصبحت التربية الإعلامية في الوقت الراهن عملية لبناء الإنسان ومساعدته علي استخدام وسائل الإعلام بالشكل الصحيح ، وتشكيل ثقافة تهدف إلي التفاعل الإيجابي مع هذه الوسائل والاستفادة منها في تنمية مهارات الفرد الاتصالية والتحليلية والتقييمية والابتكارية والنقدية للمضامين الإعلامية كافة ، وتدريب صور التعبير كلها باستخدام تكنولوجيا وتقنيات الإعلام الحديث.(1)

ومع التطور التكنولوجي الهائل الذي نعيشه اليوم ظهر مصطلح التربية الإعلامية الرقمية والذي يمكن المستخدمين من فهم الوسائط الإعلامية الجديدة وتفسير مضامينها ، واكتشاف ما تحمله من رسائل وقيم وذلك من خلال الاختيار الواعي المبني علي قدرة نقد المحتويات الإعلامية والإفادة من خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة علي غرار التفاعلية وتبادل الأدوار مما يتيح مجالات أوسع للتواصل مع هذه الوسائط المتعددة.(2)

والملاحظ علي وسائل الإعلام الحديثة في عصرنا الحالي عدم الموضوعية وقلة الحياد والمصداقية ، مما دعت الحاجة إلي إيجاد الفرد الذي يمتلك القدرة علي تمحيص مصداقية وأصالة المعلومات التي تصل إليه من كافة أشكال وسائل الإعلام حتي تصبح لديه القدرة علي انتقاء المادة الإعلامية قبل اتخاذ القرار حيالها.(3)

ولأن طلاب الإعلام بالجامعات هم من أهل الخبرة والتخصص في مجال الإعلام ، فقد دعت الحاجة إلي معرفة مدي إدراكهم لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية وعلاقة ذلك بانتقائهم للمحتوي الرقمي علي الإنترنت وذلك لكي يساعدوا أنفسهم وغيرهم علي الاستخدام السليم والأمثل لوسائل الإعلام الحديثة.

- الإحساس بالمشكلة:

تتنوع مصادر المشكلات البحثية فمنها ما يتعلق بخبرة الباحث الحياتية والاحتكاك المباشر بالأخرين ومنها ما يتعلق بالقراءة الناقدة ، كذلك آراء المتخصصين وأهل الخبرة والبحوث والدراسات السابقة ، وغير ذلك من المصادر التي يستطيع الباحث من خلالها الإحساس بالمشكلة ، وقد نتجت هذه الدراسة من خلال المعاشية الواقعية للباحثة بشكل عام والاحتكاك المباشر مع الطلاب بشكل خاص ، حيث وجدت الباحثة أن طلاب الإعلام التربوي رغم دراستهم المتخصصة في هذا المجال يتعاملون مع وسائل الإعلام الجديد بشكل عشوائي غير منظم ولا يهتمون بانتقاء المحتوى الذي يطلعون عليه ، كما أن هناك دائما جدلا واسعا بين الطلاب حول مدي دقة ومصداقية المحتوى الذي يتم نشره علي وسائل الإعلام الحديثة ، فمنهم ما هو مؤيد ومصدق لما يتم نشره ، ومنهم ما هو معارض وغير مقتنع بما يتم تداوله عبر الشبكة العنكبوتية. لذلك شعرت الباحثة أن هناك مشكلة فيما يتعلق بالتربية الإعلامية الرقمية لدي طلاب الإعلام التربوي.

- مشكلة الدراسة:

مع الانتشار الواسع والسريع لوسائل الإعلام الحديثة وكثرة عدد مستخدميها وقيام بعضها بنشر الشائعات التي تعمل علي إثارة الفتن بين أطراف المجتمع ، فقد دعت الحاجة إلي التركيز علي التربية الإعلامية بشكل عام والرقمية بشكل خاص ، وخاصة أن معظم المحتوى الإعلامي الرقمي في الوقت الحالي لا يقتصر إنتاجه علي متخصصين في المجال الإعلامي فقط بل أصبح نتاج أشخاص عاديين غير دارسين لمجال الإعلام وألياته وضوابطه

، فأصبحت النسبة الأكبر من المعلومات التي يتم نشرها وتداولها عبر الإنترنت بدون تدقيق أو تمحيص ، مما أدى إلي عدم قدرة المستخدمين للإنترنت علي الفصل أو التمييز بين ما هو إيجابي وما هو سلبي ، وخاصة المستخدمين الغير دارسين للإعلام وضوابطه ، ومن هنا برزت أهمية معرفة مدي ادراك طلاب الإعلام التربوي لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية.

حيث أنها تجعلهم مشاركين في تنمية المجتمع وفهم الواقع الذي يعيشون فيه ونشر ثقافة الحوار ، ومساعدة الأفراد العاديين علي إنتاج مضامين إعلامية إيجابية وهادفة ونشرها بطريقة منظمه ، وتنمية مهارات التفكير العليا لديهم من خلال عملية النقد واتخاذ القرارات العقلانية.(4)

- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- 1- أهمية الموضوع الذي تتناوله الدراسة وهو التربية الإعلامية الرقمية ، حيث أنها جانباً مهماً لتوعية الأفراد وتحصينهم ضد التحديات والتأثيرات الغير آمنه وخاصة في ظل التقدم التكنولوجي الهائل الذي نعيشه اليوم مع وسائل الإعلام الجديد.
- 2- أهمية الفئة التي تهتم بها الدراسة وهم طلاب الإعلام التربوي حيث أنهم أهل الخبرة والتخصص وسوف يساعدون أنفسهم وغيرهم للتعامل السليم مع وسائل الإعلام الحديثة.
- 3- قلة الدراسات التي تناولت موضوع التربية الإعلامية الرقمية لطلاب الإعلام التربوي.
- 4- أهمية الوقوف علي مستوي وعي وإدراك طلاب الإعلام التربوي بالجامعات بمفهوم التربية الإعلامية الرقمية حيث أنهم الأمل المنشود للارتقاء بغيرهم وتعليمهم كيفية نشر وانتقاء المحتوى الرقمي السليم.
- 5- إعطاء عدد من التوجهات التربوية للجامعات عن مستوي إدراك طلاب الإعلام التربوي لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية.

- أهداف الدراسة:

- 1- معرفة المدة الزمنية التي يتصفح فيها طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة الإنترنت.
- 2- معرفة مكان تصفح طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة للإنترنت.
- 3- التعرف علي الوسيلة التي يستخدمها طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة للدخول علي الإنترنت.
- 4- التعرف علي مدي ادراك طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية وذلك من خلال ثلاث مجالات (المعرفي - الوجداني - السلوكي).
- 5- معرفة العلاقة بين مدي ادراك طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية ومدة الاستخدام ومكان الاستخدام ووسيلة الاستخدام .
- 6- معرفة الفروق بين الذكور والإناث في مدة الاستخدام ومكان الاستخدام ووسيلة الاستخدام للإنترنت.
- 7- معرفة الفرق بين طلاب الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية في مدي إدراكهم لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية طبقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع- المستوي الاقتصادي- الفرقة الدراسية)
- 8- معرفة الفرق بين طلاب الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية في انتقائهم المحتوى الرقمي طبقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع- المستوي الاقتصادي- الفرقة الدراسية)
- 9- معرفة العلاقة بين مدي ادراك طلاب الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية وانتقائهم للمحتوي الرقمي.

- الإطار النظري:

يتضح أهمية الوعي بالتربية الإعلامية لدى الشباب الجامعي في الوصول للحد الأدنى من المهارات اللازمة لتفسير المحتوى الإعلامي الذي أصبح يشكل جزءا أساسيا من الحياة اليومية ، وكذلك يرتبط الوعي بالتربية الإعلامية بمعرفة وتقييم المحتوى الإعلامي للطالب بدلا من الاكتفاء بمجرد المتابعة ، بل الفهم الواعي والإدراك السليم لما يُبث. (5)

كما تهتم التربية الإعلامية بالعمليات العقلية التي تشتمل على المعرفة والتذكر والتحليل والتركيب والتقويم لمساعدة المتعلم على فهم البيئة الإعلامية وإصدار الأحكام عليها ، والجانب الوجداني يساعد المتعلم على تكوين اتجاهات إيجابية للتعامل بفاعلية مع وسائل الإعلام ، والجانب السلوكي يساعدهم على إنتاج المضامين الإعلامية بالشكل الصحيح. (6)

- الإعلام الرقمي في عصر تكنولوجيا الاتصال:

١ - الإعلام الرقمي في الجانب المعرفي: تفوق الإعلام الرقمي بشكل لافت للنظر حديثا وخاصة بظهور تقنيات الاتصال والإعلام وأخذ يشق طريقه بقوة بين المستخدمين ويمارس دوره في نقل محتوى الاتصال بنجاح، حيث يرادف مفهوم «الإعلام الجديد والإلكتروني والاجتماعي». وهذه المفاهيم الحديثة هي إحدى سمات العصر الجديد للإعلام تكشف عن مرحلة جديدة من الخدمات الإعلامية والاتصالية تختلف عن سابقتها التي كانت تمارس في عصر الإعلام التقليدي مثل الصحيفة والإذاعة والتلفاز قبل ظهور البث الفضائي. ويمكن ذكر بعض النقاط عن الإعلام الرقمي بما يلي:

١. عبارة عن مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج المحتوى الإعلامي ونشره وتلقيه، بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة بالإنترنت، في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل.

٢ - تكون جميع الوسائل والأدوات المستخدمة في إنتاج المحتوى الإعلامي من صحافة وأخبار وغيرها من الأدوات ومصادر المعلومات هي بشكل رقمي ومخزنة بشكل إلكتروني.

٣. يتميز بوجود نوع من التحكم الانتقالي من جانب أفراد الجمهور في نوعية المعلومات التي يختارونها، أي أن الفرد يمكن أن يكون رئيسا لتحرير المجلة التي يختارونها، مثل الفيسبوك والمدونات بأنواعها والتلفزيون الرقمي، وهذا يعني أن الجمهور أصبح مشاركا في وسائل الإعلام بدلا من أن يكون متلقيا فقط. (7)

- الإعلام الرقمي في الجانب الوجداني:

بعد معرفة المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها الفرد من عدم انتقاء المحتوى السليم الذي يتعرض له عبر الإنترنت يتولد لديه شعور بأهمية التصفح الآمن وانتقاء المحتوى الذي يتعرض له ومن الأمثلة على ذلك:- انعدام الخصوصية: فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلي ما يبثه من هموم ومشاكل قد تصل بسهولة إلي يد أشخاص قد يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير. (8)

- انخفاض العلاقات الاجتماعية والأسرية: فقد أشار العديد من الباحثين والمتخصصين إلي أن قضاء الفرد معظم وقته أمام شاشات الحاسوب والهاتف المحمول من شأنه أن يغير شكل العلاقات الإنسانية التي تربط فيما بينهم ، فكثيرون يرتبطون بالشاشة سواء كانت لحوال أو لحاسوب لمدة طويلة لأنها توفر له التسلية والتشويق والتسوق وتبادل الرسائل ومشاهدة

الأفلام واللعب وقراءة الكتب والتعلم ، وما يتبقي من وقت للفرد يكاد يقتصر علي النوم وتناول الطعام والذي يقتصر غالبا علي الوجبات السريعة بينما العينان مثبتتان علي الشاشات.(9)

- الإعلام الرقمي في الجاني السلوكي:

ويحدث الجاني السلوكي لدي الفرد نتيجة اندماج الجانب المعرفي والوجداني مما يؤدي إلي سلوك إيجابي للمتصفح في محاولة جادة منه لانتقاء المحتوى السليم لتفادي مجموعة من المخاطر منها:

- ضعف مهارات التفاعل الشخصي: فمع سهولة التواصل عبر هذه المواقع فإن ذلك سوف يقلل من التفاعل بين الأفراد والجماعات المستخدمين لهذه المواقع ، وكما هو معروف فإن مهارة التواصل الشخصي تختلف عن مهارات التواصل الإلكتروني ، ففي الحياة الطبيعية انك لا تستطيع أن تصنع محادثة شخص ما فورا وأن تلغيه من دائرة تواصلك بكبسة زر.

- نسخ المعلومات واستخدامها علي أنها شخصية: حيث أن حقوق الطبع والنشر علي شبكة الإنترنت ما زالت غير واضحة تماما ، فكثيرا ما نري نسخ لمعلومات ووظائف ومن ثم استعمالها كأنها شخصية.(10)

- تفتقر هذه الوسائل للثقافة: حيث أنها تنشر أشياء خارجة عن المؤلف وتساعد علي اغتيال شخصيات الناس ، وتجدها لا تحترم الذوق العام في كثير من موادها وأفكارها لذا يقتضي أن تتحرك الجهات المسؤولة لوضع حد لحالة الاستهتار الذي وصلت إليه بعض المواقع الإلكترونية.(11)

- أهداف التربية الإعلامية الرقمية:

تتعدد أهداف التربية الإعلامية نتيجة لتنوع معاييرها، ونظرياتها، ومن ابرز تلك الأهداف(12).

- 1- حماية النشء والشباب من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ومضامينها المختلفة.
- 2- تنمية مهارات التفكير الناقد والمشاركة الواعية واكتساب المبادئ الأساسية لتحليل وتفسير ونقد كل ما يُقدم من مضامين إعلامية ذات أهداف مقصودة وغير مقصودة.
- 3- دعم الهوية الثقافية وتكوين جيل قوي منتج ومبدع يُساهم في تنمية بلاده، عبر إمداده والمعارف لفهم الأيدولوجيات الخاصة بوسائل الإعلام، وتزويده بالثقافة الإعلامية الهادفة لحصر ونقد ما يُشاهد ويتلقى.
- 4- إكساب الخبرات اللازمة لمساعدتهم على الاستخدام الأمثل لوسائل تكنولوجيا الاتصال ومواكبة التطورات المستمرة بل والسريعة في المجتمع المعلوماتي المُحيط بنا.
- 5- تحويل الجمهور من الاستهلاك السلبي لوسائل الإعلام، إلى الاستهلاك الإيجابي والإنتاج الواعي بحيث يكونوا قادرين على التعبير عن أفكارهم بواسطة وسائل الإعلام.

- الدراسات السابقة:

قامت الباحثة بالاطلاع علي العديد من الدراسات والابحاث السابقة وذلك للوقوف علي آخر ما وصلت اليه من نتائج ، ليكون ذلك بداية للدراسة الحالية ، كما أن الاطلاع علي الدراسات السابقة يُثري البحث من حيث الجانب النظري والعملي أيضا ، وقد عرضت الباحثة الدراسات السابقة في محور واحد يشمل الدراسات العربية والأجنبية من الأقدم إلي الأحدث.

- 1- **دراسة نهي السيد أحمد ناصر(2016)** استهدفت الدراسة التعرف على دور التربية الإعلامية في بناء شخصية المعلم. وقد استخدمت الدراسة منهج تحليل النظم وهومنهج يقوم على وصف العناصر وصفاً جزئياً دقيقاً لتحديد معالم التعاملات والعلاقات بينها. وكانت من أهم نتائجها: هناك حالة متردية حول وضع التربية الإعلامية والرقمية في الوطن العربي وخاصة لدى الشباب- الجهود المعرفية في مجال التربية الإعلامية مازالت في بدايتها وتحتاج إلى مزيد من التأسيس للمفهوم (13)
- 2- **دراسة أميرة حسن سالم (2018)** استهدف الدراسة التعرف على مدى استخدام طلاب الإعلام التربوي لوسائل الإعلام الجديد في نشر مفهوم التربية الإعلامية وقد استخدمت الدراسة منهج المسح يشقه الميداني على عينة قوامها (300) مفردة من جامعة (القاهرة – بنها – المنوفية) بالفرقة الرابعة. وكان من أهم نتائجها: ارتفاع عدد مستخدمي الإعلام الجديد من الطلاب عينة الدراسة حيث جاءت استخدامه بصفة دائمة في الترتيب الأول بنسبة 24.3% - من أهم أسباب عدم استخدام طلاب الإعلام التربوي للإعلام الجديد جاء في الترتيب الأول لا يشبع احتياجاتي في تكوين آراء وقرارات - استخدامه في أغراض قد تسيئ للمجتمع بنسبة 55.6% -جاءت أهم العوامل المؤثرة التي تواجه استخدام الإعلام الجديد في نشر مفاهيم التربية الإعلامية من وجهة نظر عينة الدراسة العشوائية في اختيار الوسائل الإعلامية وجهل مصدرها - توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل استخدام طلاب الإعلام التربوي لوسائل الإعلام الجديد ودورها في نشر مفاهيم التربية الإعلامية.(14)
- 3- **دراسة M.E. Hoffman (2018)**, بعنوان واقع وآفاق التربية الإعلامية بين طلاب تخصص إعلام واتصال في ظل استخدام وسائل الإعلام الجديد استهدفت الدراسة التعرف على واقع وآفاق التربية الإعلامية بين طلاب تخصص إعلام واتصال والدور الوسيط الذي يلعبه الإعلام الجديد مع التربية الإعلامية، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي يشقه الميداني، من خلال تطبيق مقياس واقع وآفاق التربية الإعلامية على عينة تكونت من 370 طالب وطالبة من أقسام الإعلام والاتصال تخصص صحافة من ثلاث جامعات في ولايتين أمريكيتين ، وكان من أهم نتائجها:- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الطالب لأدوات الإعلام الجديد ومستويات التقدم في التربية الإعلامية لديهم. - تبين أن الطلاب الأكثر استخداماً للإعلام الجديد وبخاصة شبكات التواصل الاجتماعي يكونون أكثر تركيزاً على مصادر الأخبار والمهنية الإعلامية. (15)
- 3- **دراسة ريهام سامي (2019)** استهدفت الدراسة التعرف على مدى توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى الشباب ، وقد استخدمت الدراسة مجموعات النقاش المركز على عينة من طلاب كلية الإعلام بجامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب وقد تم إعداد دليل للمناقشات وتم إجراء المناقشات خلال الفترة من 15 فبراير إلى 15 مارس 2019 وقد تم اختيار عينة من طلاب كلية الإعلام جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب عددهم 20 طالب وطالبة وتم تقسيمهم إلى ثلاث مجموعات للنقاش المركز ثم إجراؤها داخل الكلية. وكان من أهم نتائجها: - تبين من مجموعة النقاش المركز أن طلاب الجامعة تتوافر لديهم مهارة الوصول وهي القدرة على استخدام التكنولوجيا الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي إلا أن بعضهم يفضل استخدام مواقع معينة دون غيرها. وكانت أكثر المواقع استخداماً (الفيس بوك – الانستجرام)- تبين أيضاً أن الطلاب لديهم مهارة التحليل والتقييم وأنهم يستطيعون أن يفرقوا بين الخبر

الصادق والكاذب - كما تبين أن بعض الطلاب لديهم القدرة علي خلق محتوى إعلامي جيد وهادف.(16)

4- **دراسة أحمد الخزاولة (2020)** استهدفت الدراسة التعرف علي مستوي وعي طلبة الجامعات الأردنية بالتربية الإعلامية في ضوء بعض المتغيرات ، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي بشقة الميداني علي عينة قوامها (2361) مفردة من طلاب الجامعات الأردنية. وكان من أهم نتائجها - جاء في الترتيب الأول المجال المعرفي بمتوسط حسابي 3,64 يليه المجال الوجداني بمتوسط حسابي 3,62 وفي المرتبة الأخيرة المجال المهاري بمتوسط حسابي 3,59 - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في استجابات عينة الدراسة علي مجالات الدراسة - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد الدراسة علي مجالات الدراسة تعزي إلي متغير مكان السكن (قرية - مدينة) وكانت الفروق لصالح المدينة. (17)

5- **دراسة عبد الله مكايي وآخرون (2021)** استهدفت الدراسة الكشف عن آليات تداول المحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ورصد العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بهذا التداول، وتقديم نموذج مقترح لوصف وتفسير العمليات المرتبطة بتحديد شكله، وذلك في إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية، والمهارات التي ينطوي عليها هذا المدخل كمقدمات تفضي إلى نتائج يتم تفسيرها ورصد دلالاتها. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي بشقة الميداني على عينة قوامها (392) مفردة بواقع 97 مفردة من جمهورية مصر العربية، 99 مفردة من المملكة العربية السعودية، 100 مفردة من دولة الإمارات العربية المتحدة، 96 مفردة من دولة تونس. وكان من أهم نتائجها - اتفق غالبية أفراد العينة بالدول الأربع علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عشوائي دون تحديد هدف معين لهذا الاستخدام بنسبة 64%- أشارت استجابات غالبية أفراد العينة بالدول الأربع فيما يتعلق بتحديد احتياجاتهم من المحتوى الرقمي المنشور عبر وسائل التواصل الاجتماعي إلى تصفحهم لأي محتوى يصادفهم عبر هذه الوسائل بنسبة 62,2%- أشارت استجابات غالبية أفراد العينة بكل دولة من الدول الأربع إلى قيامهم بتداول المحتوى الرقمي الزائف المنشور عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 63,8%. (18)

6- **دراسة مروه محمد عوف (2021)** استهدفت الدراسة التعرف على أهم التحديات التي تواجه التربية الإعلامية في مجال التعليم في ضوء التحول الرقمي، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي بشقة الميداني علي عينة قوامها (120) مفردة من أخصائي الإعلام التربوي بمحافظة دمياط ، وكان من أهم نتائجها - من أهم التحديات التي تواجه التربية الإعلامية جاءت التحديات الاجتماعية في الترتيب الأول بنسبة 90.11% وفي الترتيب الثاني التحديات السلوكية والتربوية بنسبة 88,5%- أن أهم التحديات المهنية التي تواجه التربية الإعلامية ذات الصلة بأخصائي الاعلام التربوي قلت وضعف الدورات التدريبية التي يحصل عليها الأخصائي.(19)

7- **دراسة إيمان عز الدين محمد دوابه (2022)** استهدفت الدراسة التعرف علي أثر برنامج تدريبي قائم على السقالات التعليمية في تنمية مهارات التربية الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي - دراسة شبه تجريبية وقد استخدمت الدراسة المنهج شبه التجريبي، وتمثلت أدوات

البحث في مقياسي مهارات التربية الإعلامية وتقييم نظرية السقالات التعليمية من وجهة نظر الطلاب، وتم تطبيقهما على عينة تجريبية من طلاب الإعلام التربوي قوامها (40) طالبًا، وكان من أهم نتائجها وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الطلاب في التطبيقين القبلي والبعدي بالنسبة لمهارات التربية الإعلامية ككل وذلك لصالح التطبيق البعدي- وجود علاقة طردية متوسطة بين درجات الطلاب بالنسبة لمهارات التربية الإعلامية ودرجاتهم على مقياس تقييم نظرية السقالات التعليمية - وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الطلاب في التطبيق البعدي والتطبيق القبلي على مقياس مهارات التربية الإعلامية لصالح التطبيق القبلي.(20)

8- دراسة أسماء حسين علي وآخرون.(2022) استهدفت الدراسة قياس أثر برنامج مقترح في التربية الإعلامية علي تنمية مهارات إنتاج الفيديو الرقمي لدي طلاب المرحلة الثانوية، واستخدمت الدراسة المنهج شبه التجريبي لقياس أثر المتغير المستقل "برنامج مقترح في التربية الإعلامية" علي المتغير التابع "مهارات إنتاج الفيديو الرقمي"، وطبقت أدوات الدراسة علي عينة قوامها (40) طالب وطالبة من المرحلة الثانوية، وتمثلت أدوات الدراسة في (قائمة الاهداف والمحتوى- اختبار تحصيلي في التربية الإعلامية والفيديو الرقمي- قائمة مهارات إنتاج الفيديو الرقمي- بطاقة تقييم إنتاج الفيديو الرقمي)، وكان من أهم نتائجها: وجود فرق دال إحصائيًا بين متوسط درجات الطلاب عينة الدراسة في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي للاختبار التحصيلي للتربية الإعلامية والفيديو الرقمي لصالح التطبيق البعدي- كما تبين وجود فرق دال إحصائيًا بين متوسط درجات الطلاب عينة الدراسة في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لبطاقة تقييم إنتاج الفيديو الرقمي لصالح التطبيق البعدي وهو ما يؤكد على فاعلية المعالجات التجريبية التي تم إجرائها على المجموعة التجريبية عينة البحث.(21)

9- دراسة محسن يوسف (2022) استهدفت الدراسة قياس فاعلية برنامج مقترح في التربية الإعلامية لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، وقد استخدمت الدراسة المنهج التجريبي القائم على التصميم شبه التجريبي ذا المجموعة التجريبية الواحدة (قبلي- بعدي)، وتمثلت أدوات الدراسة في: اختبار تحصيلي لمهارات التربية الإعلامية، ومقياس المسؤولية الاجتماعية، والتي تم تطبيقها على عينة شملت (30) طالبًا من طلاب قسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية بجامعة المنيا في العام الدراسي 2021/2020م. وكان من أهم نتائجها: تبين وجود فروق دالة إحصائية بين متوسط درجات الطلاب عينة الدراسة في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لاختبار التربية الإعلامية قبل تعرضهم للبرنامج وبعده لصالح التطبيق البعدي- وجود فروق دالة إحصائية بين متوسط درجات الطلاب عينة الدراسة في التطبيق القبلي والتطبيق البعدي لمقياس المسؤولية الاجتماعية قبل تعرضهم للبرنامج وبعده لصالح التطبيق البعدي.(22)

10- دراسة De Leyn, Tom, et al (2022) استهدفت الدراسة إلقاء الضوء على كيفية إعطاء المراهقين معنى التربية الإعلامية، وكيف يرون الخطاب المعاصر حول أهمية التربية الإعلامية للمراهقين، وكيف يواجهون مبادرات ملموسة للتنقيب الإعلامي في المدرسة. استنادًا إلى مقابلات متعمقة مع 31 طالبًا في المدرسة الثانوية تتراوح أعمارهم بين 16 و18 عامًا، وكان من أهم نتائجها: المراهقين يضعون في الاعتبار خطاب المخاطرة بشكل أساسي عند الحديث عن التربية الإعلامية من خلال تحديد سياق هذه التصورات ، أصبح من الواضح أن كلاً من الخطاب العام ومبادرات التربية الإعلامية مستمدة إلى حد كبير من المناهج الحمائية.(23)

- التعليق علي الدراسات السابقة:

اتفقت الدراسات السابقة علي استخدام المنهج الوصفي بشقة الميداني والمنهج التجريبي وشبه التجريبي ما عدا دراسة نهي السيد أحمد ناصر فقد استخدمت منهج تحليل النظم ، بالإضافة إلي مجموعة من المقاييس المختلفة مثل مقياس القيم الذي استخدمته دراسة هوف مان ومقياس مهارات التربية الاعلامية في دراسة إيمان عز الدين وأيضا مقياس المسؤولية الاجتماعية كما في دراسة محسن يوسف ، كما اتفقت الدراسات السابقة أيضاً علي عينة الدراسة وهم الشباب والمراهقين ماعدا دراسة مروة عوف فقد كانت العينة من أخصائي الإعلام التربوي بالمدارس ، كما اتفقت الدراسات أيضا علي أداة الدراسة وهي الاستبيان بجانب مقياس القيم ومقياس مهارات التربية الاعلامية والمسؤولية الاجتماعية ، ولكنها اختلفت في بعض الأهداف والنتائج ، كما اتفقت الدراسات السابقة علي أهمية الإعلام الجديد بالنسبة للشباب وأنه أصبح سمه مهمة من سمات العصر ، ومن الملاحظ علي الدراسات السابقة أيضا أن: منها ما أكد الدور الإيجابي الذي تلعبه التربية الإعلامية في الاستخدام الأمثل للإنترنت ، ومنها ما أشار إلي الدور السلبي والزائف الذي تنتشره وسائل الإعلام الجديد.

وقد اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في التركيز والاهتمام بدراسة التربية الإعلامية الرقمية ، حيث لم تعد التربية الإعلامية الرقمية مجرد وسيلة أو مصطلح يتناوله الباحثون بالدراسة فقط ولكن أصبح علم لا بد من دراسته وتطبيقه لكي نربي جيل جديد يستطيع أن يتعامل بشكل هادف وسليم مع وسائل الإعلام الجديد الذي أصبح يدخل في نسيج الحياة.

ولكنها اختلفت في محاور الدراسة حيث اهتمت الدراسة الحالية بالوقوف علي مدي إدراك الشباب الجامعي وخاصة ذوي التخصص من طلاب الإعلام التربوي ومدي وعيهم ومعرفتهم بمفهوم التربية الإعلامية الرقمية عن طريق تطبيق مقياس الإدراك وعلاقة ذلك بانتقائهم للمحتوي الرقمي الذي يتعرضون له.

كما استفادت الباحثة أيضا من الدراسات السابقة في التحديد الدقيق لموضوع الدراسة وتغيراتها واختيار الموضوع النظري.

- تساؤلات الدراسة:

- 1- ما المدة الزمنية التي يتصفح فيها طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة الإنترنت ؟
- 2- ما مكان تصفح طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة للإنترنت ؟
- 3- ما الوسيلة التي يستخدمها طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة للدخول علي الإنترنت ؟
- 4- ما مدي ادراك طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية وذلك من خلال مجالين (المعرفي - الوجداني) ؟
- 5- ما مدي انتقاء طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة للمحتوي الرقمي علي الإنترنت من خلال المجال (السلوكي)؟
- 6- ما العلاقة بين ادراك طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية ومدة الاستخدام ومكان الاستخدام ووسيلة الاستخدام؟

- فروض الدراسة :

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة في إدراكهم لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية طبقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع- المستوى الاقتصادي- الفرقة الدراسية).
- 2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة في انتقائهم للمحتوي الرقمي طبقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع- المستوى الاقتصادي- الفرقة الدراسية).
- 3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدة الاستخدام ومكان الاستخدام ووسيلة الاستخدام للإنترنت.
- 4- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ادراك طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية والانتقاء الرقمي لديهم.

- متغيرات الدراسة:

- 1- المتغير المستقل: إدراك طلاب الإعلام التربوي لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية.
- 2- المتغير الوسيط: (النوع – المستوى الاقتصادي والاجتماعي – الفرقة الدراسية).
- 3- المتغير التابع: انتقاء طلاب الإعلام التربوي للمحتوي الرقمي علي الإنترنت.

- مصطلحات الدراسة:

التعريفات الإجرائية:

- 1- الإدراك: هو العملية العقلية والنفسية التي يستطيع من خلالها طلاب الإعلام التربوي فهم ومعرفة وكيفية التفاعل السليم مع التكنولوجيا الحديثة.
- 2- طلاب الإعلام التربوي: هم الطلاب المنتظمين بقسم الإعلام التربوي بالفرقة الأولى والرابعة بكلية التربية النوعية بجامعة دمياط.
- 3- التربية الإعلامية الرقمية: تعامل طلاب الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية بجامعة دمياط مع وسائل الإعلام الجديد بشكل سليم وفعال.
- 4- انتقاء المحتوى الرقمي: قدرة طلاب الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية بجامعة دمياط على الوصول إلى الرسائل الإعلامية الموجودة علي شبكة الإنترنت بكافة أشكالها، والقدرة على إنتاجها وتحليلها وتقييمها، على الرغم من اختلاف أنواع هذه الرسائل.

- نوع ومنهج الدراسة:

اتبعت الباحثة في هذه الدراسة المنهج الوصفي بشقة الميداني باعتباره أنسب المناهج للوقوف علي مدى إدراك طلاب الإعلام التربوي لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية وعلاقته بانتقاء المحتوى الرقمي لديهم.

- مجتمع وعينة الدراسة:

أولاً: مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في طلاب الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية (الفرقة الأولى والرابعة) بمحافظة دمياط.

ثانياً: عينة الدراسة: عينة عشوائية من طلاب الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية (الفرقة الأولى والرابعة) بمحافظة دمياط مكونه من (300) مفردة من الذكور والإناث، حيث شملت العينة (150) مفردة من الذكور والإناث بالفرقة الأولى و(150) مفردة من الذكور والإناث بالفرقة الرابعة خلال شهر أكتوبر 2021.

- مبررات اختيار العينة:

- تم اختيار الفرقة الأولى والرابعة عن غيرها من الفرق للفرق الواضح في سنوات الدراسة حيث أن الفرقة الأولى ما زالت لم تدرس الاعلام بالقدر الكافي كالفرقة الرابعة التي تجاوزت أربع سنوات في الدراسة وبالتالي سيكون هناك فرق بين إدراك كلا من الفرقتين لمفهوم التربية الاعلامية الرقمية وانتقاء المحتوى الرقمي لديهم.

- وقد تم اختيار طلاب الاعلام التربوي لقلة الدراسات العلمية التي تناولت هذه الفئة بالدراسة وخاصة في محافظة دمياط بالإضافة إلي أن طلاب الاعلام التربوي يدرسون بعض المواد التربوية التي تساعدهم أكثر في فهم وإدراك مفهوم التربية الاعلامية ومساعدة الآخرين علي فهمها والتعامل السليم مع وسائلها المختلفة.

- أدوات جمع البيانات:

استخدمت الدراسة استمارة الاستبيان لجمع البيانات من الباحثين حول مدي إدراك طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية وعلاقته بانتقائهم للمحتوي الرقمي لديهم وذلك الكترونيا من خلال الرابط التالي

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfeHj7IXAdnXilbOE3aH1VZSBbWHo8PNB46wraFrEv7oTnvyg/viewform?usp=sf_link

كما استخدمت الدراسة مقياس الإدراك من خلال ثلاث مكونات (المعرفي- الوجداني – السلوكي) وقد اشتمل كل مكون علي عشر عبارات.

- صدق وثبات التحليل:

1- صدق الاستبيان:

قامت الباحثة بعرض الاستبيان علي مجموعة من المحكمين* في مجال الإعلام التربوي والتربية والاجتماع ، وقد أبدى السادة الحكام آراءهم وملاحظاتهم حول أسئلة الاستبيان ومدى ملائمتها لأهداف الدراسة ، وقد قامت الباحثة بالتعديلات التي أقرها السادة المحكمين سواء بالإضافة أو الحذف.

2- صدق الاتساق الداخلي:

وللتحقق من صدق الاتساق الداخلي للاستبانة قامت الباحثة بحساب معامل الارتباط بين درجات كل سؤال من أسئلة الاستبانة والدرجات الكلية للاستبانة، وجاءت النتائج كما هي مبينة في الجدول (1):

جدول (1): يوضح معاملات الارتباط بين درجات كل سؤال من أسئلة الاستبانة والدرجات الكلية للاستبانة.

معامل الارتباط	رقم السؤال	معامل الارتباط	رقم السؤال
**0.521	4-ب-5	**0.478	1
**0.519	5-ب-5	*0.462	2
**0.654	6-ب-5	*0.451	3
**0.642	7-ب-5	*0.458	4
**0.568	8-ب-5	**0.670	1-أ-5
*0.450	9-ب-5	**0.481	2-أ-5
*0.448	10-ب-5	*0.450	3-أ-5
**0.481	1-ج-5	**0.602	4-أ-5

**0.751	2-ج-5	**0.721	5-أ-5
**0.488	3-ج-5	*0.418	6-أ-5
**0.480	4-ج-5	*0.442	7-أ-5
**0.587	5-ج-5	**0.475	8-أ-5
*0.427	6-ج-5	**0.710	9-أ-5
**0.590	7-ج-5	*0.459	10-أ-5
**0.513	8-ج-5	**0.493	1-ب-5
**0.489	9-ج-5	*0.422	2-ب-5
**0.544	10-ج-5	*0.429	3-ب-5

دال عند مستوى دلالة (0.05) ** دال عند مستوى دلالة (0.01)

يبين الجدول (1) معاملات الارتباط بين درجات كل سؤال من أسئلة الاستبانة والدرجات الكلية للاستبانة، حيث تراوحت ما بين (0.418 – 0.751) وجميعها دالة إحصائياً، وبذلك تعتبر عبارات الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه.

- نتائج ثبات الاستبانة.

وللتحقق من ثبات الاستبانة استخدمت الباحثة طريقة معامل ألفا كرونباخ وجاءت النتائج كما هي مبينة في الجدول (2).

نتائج اختبار ألفا كرونباخ للاستبانة

جدول (2): يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ للاستبانة.

معامل ألفا كرونباخ	عدد الأسئلة	الاستبانة
0.90	5	الاستبانة

يبين الجدول (2) معامل الثبات للاستبانة حيث (0.90)، وهي نسبة ثبات مرتفعة، مما يطمئن الباحثة لنتائج تطبيق الاستبانة.

وصف عينة البحث

- التوزيع النسبي لأفراد عينة البحث وفقاً لمتغيرات الديموجرافية

جدول (3): يوضح التوزيع النسبي لأفراد عينة البحث وفقاً لمتغيرات الديموجرافية.

المتغيرات	النوع	التكرار	النسبة المئوية	المجموع
النوع	ذكر	150	%50	300
	أنثى	150	%50	
المستوى الاقتصادي	منخفض	61	%20.33	300
	متوسط	153	%51.00	
	مرتفع	86	%28.67	
الفرقة الدراسية	الفرقة الأولى	150	%50	300
	الفرقة الرابعة	150	%50	

الجدول (3) يبين التوزيع النسبي لأفراد عينة البحث تبعاً للمتغيرات الديموجرافية، حيث بلغت نسبة الذكور ونسبة الإناث (50%) لكل منهما، وبلغت نسبة أفراد عينة البحث المقيمين في الريف (29.67%) ونسبة المقيمين في الحضر (70.33%)، وبلغت نسبة أفراد عينة

البحث ذوى مستوى اقتصادي منخفض (20.33%) ونسبة مستوى متوسط (51%) ونسبة مستوى مرتفع (28.67%)، وبلغت نسبة أفراد عينة البحث من الفرقة الأولى والفرقة الرابعة (50%) لكل منهما.

نتائج الدراسة:

1- عدد استخدام أفراد العينة الانترنت اسبوعياً.

جدول (4): يوضح استجابات أفراد عينة البحث نحو عدد أيام استخدام الانترنت أسبوعياً.

عدد الأيام	التكرار	النسبة المئوية
يوميًا	205	68.33%
من 4 إلى 6 أيام	21	7.00%
من يومين لثلاثة أيام	5	1.67%
يوم واحد	2	0.67%
حسب الظروف	67	22.33%
المجموع	300	100%

يتبين من الجدول (4) جاء في الترتيب الأول أن نسبة (68.33%) من أفراد عينة البحث يستخدمون الانترنت طوال أيام الأسبوع وقد يرجع السبب في ذلك إلي أن الانترنت اليوم أصبح ضرورة ملحة تدخل في نسيج الحياة اليومية سواء في الدراسة أو العمل أو التصفح أو التواصل مع الآخرين، ومن خلال التحدث مع أفراد العينة عندما تم سؤالهم عن علاقتهم بالإنترنت أجابوا أنه لا يمكن تصور الحياة بدون إنترنت. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أميرة حسن سالم حيث جاء ارتفاع عدد مستخدمي الإعلام الجديد من الطلاب عينة الدراسة بصفة دائمة في الترتيب الأول بنسبة 24.3%، ونسبة (22.33%) يستخدمون الانترنت حسب الظروف، ونسبة (7%) يستخدمون الإنترنت من أربعة إلى ستة أيام في الأسبوع، في حين أن نسبة ضئيلة (1.67% + 0.67%) يستخدمون الانترنت فترة بسيطة أسبوعياً.

2- عدد ساعات استخدام أفراد عينة البحث الانترنت يومياً.

جدول (5): يوضح استجابات أفراد عينة البحث نحو عدد ساعات استخدام الانترنت يومياً.

عدد الساعات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	17	5.67%
من ساعة إلى ثلاث ساعات	79	26.33%
أكثر من ثلاث ساعات	204	68.00%
المجموع	300	100%

يتبين من الجدول (5) جاء في الترتيب الأول أن نسبة (68%) من أفراد عينة البحث يستخدمون الانترنت أكثر من ثلاث ساعات يومياً وقد يرجع السبب في ذلك إلي أن الاعتماد الكلي للشباب في استقاء معلوماتهم أو قضاء أوقات التسلية والترفيه أوحتي التواصل مع الآخرين والمناسبات الاجتماعية أصبح من خلال الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي المختلفة ، ونسبة (26.33%) يستخدمون الانترنت من ساعة إلى ثلاث ساعات ، في حين أن نسبة (5.67%) يستخدمون الانترنت أقل من ساعة يومياً.

3- مكان تصفح عينة البحث للإنترنت

جدول (6): يوضح استجابات أفراد عينة البحث نحو مكان تصفح الإنترنت.

مكان التصفح	التكرار	النسبة المئوية
المنزل	94	31.33%
الجامعة	19	6.33%
المواصلات	7	2.33%
الكافي شوب	23	7.67%
في أي مكان	157	52.33%
المجموع	300	100%

يتبين من الجدول (6) جاء في الترتيب الأول أن نسبة (52.33%) من أفراد عينة البحث يتصفحون الإنترنت في أي مكان وقد يرجع السبب في ذلك إلي أن شبكة الإنترنت اليوم أصبحت متاحة في أي مكان ولا تتقيد بوجود الشخص في مكان معين، ونسبة (31.33%) يتصفحون الإنترنت في المنزل، ونسبة (7.67%) يتصفحون الإنترنت في الكافي شوب، ونسبة (6.33%) يتصفحون الإنترنت في الجامعة، في حين أن نسبة (2.33%) يتصفحون الإنترنت في المواصلات.

4- الوسيلة التي تستخدمها عينة البحث لتصفح الإنترنت

جدول (7): يوضح استجابات أفراد عينة البحث نحو الوسيلة المستخدمة لتصفح الإنترنت.

وسيلة التصفح	التكرار	النسبة المئوية
الهاتف المحمول	219	73.00%
الكمبيوتر الشخصي	57	19.00%
الكمبيوتر المنزلي	24	8.00%
المجموع	300	100%

يتبين من الجدول (7) جاء في الترتيب الأول أن نسبة (73%) من أفراد عينة البحث يتصفحون الإنترنت من الهاتف المحمول وقد يرجع السبب في ذلك إلي أن الهاتف المحمول أصبح متوفراً ومتاحاً في أيدي الشباب رغم اختلاف المستوي الاقتصادي بينهم ، حيث أصبح اهتمامهم الأول امتلاك جهاز محمول حديث متصلاً بالإنترنت، ونسبة (19%) يتصفحون الإنترنت عن طريق الكمبيوتر الشخصي، ونسبة (8%) يتصفحون الإنترنت عن طريق الكمبيوتر المنزلي.

5- مدي ادراك عينة البحث لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية في المجال المعرفي

جدول (8) يوضح استجابات المبحوثين حول مدي ادراكهم لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية في المجال المعرفي

رقم	العبارة	دائماً		أحياناً		نادراً		المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن النسبي (%)	اتجاه العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك				
1	يمكنني تحديد المضامين الرقمية الهادفة والصادقة	94.33	283	4.67	14	1.00	3	2.93	0.15	97.78%	دائماً
2	أحكم علي المضامين الرقمية سلباً أو إيجاباً	93.67	281	4.67	14	1.67	5	2.92	0.19	97.33%	دائماً

3	أرفض التعليق علي المحتوى الرقمي مجهول المصدر	279	93.00	16	5.33	5	1.67	2.91	0.19	97.11%	دائماً
4	أرفض الرسائل التي تصلني من أشخاص مجهولين	277	92.33	17	5.67	6	2.00	2.90	0.20	96.78%	دائماً
5	أتناقش مع زملائي حول ما ننشره من محتوى رقمي	267	89.00	29	9.67	4	1.33	2.88	0.16	95.89%	دائماً
6	أحصل علي المعلومات التي أريدها من مصادرها الأساسية	264	88.00	34	11.33	2	0.67	2.87	0.12	95.78%	دائماً
7	أدقق في اختيار المحتوى الرقمي الذي يناسبني	104	34.67	188	62.67	8	2.67	2.32	0.34	77.33%	أحياناً
8	أكون أراني واتجاهاتي حول القضايا المختلفة من خلال المحتوى الرقمي الذي أتابعه	109	36.33	174	58.00	17	5.67	2.31	0.36	76.89%	أحياناً
9	أعلق علي أي مضمون بغض النظر عن محتواه	46	15.33	105	35.00	149	49.67	1.66	0.58	55.22%	نادراً
10	أتابع المحتوى الرقمي علي الإنترنت دون أي تعليق	62	20.67	71	23.67	167	55.67	1.65	0.54	55.00%	نادراً

يتضح من الجدول السابق رقم (8) أن استجابات أفراد العينة حول مدى ادراكهم لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية بالنسبة للمكون المعرفي جاءت بالترتيب علي النحو التالي:
 يمكنني تحديد المضامين الرقمية الهادفة والصادقة بمتوسط مرجح 2,93 ووزن نسبي 97,78% ، أحكم علي المضامين الرقمية سلباً أو إيجاباً بمتوسط مرجح 2,92 ووزن نسبي 97,33% ، أرفض التعليق علي المحتوى الرقمي مجهول المصدر بمتوسط مرجح 2,91 ووزن نسبي 97,11% ، أرفض الرسائل التي تصلني من أشخاص مجهولين بمتوسط مرجح 2,90 ووزن نسبي 96,78% ، أتناقش مع زملائي حول ما ننشره من محتوى رقمي بمتوسط مرجح 2,88 ، أحصل علي المعلومات التي أريدها من مصادرنا الأساسية بمتوسط مرجح 2,87 ، أدقق في اختيار المحتوى الرقمي الذي يناسبني بمتوسط مرجح 2,32 ، أكون أرائي واتجاهاتي حول القضايا المختلفة من خلال المحتوى الرقمي الذي أتابعه بمتوسط مرجح 2,31 ، أعلق علي أي مضمون بغض النظر عن محتواه بمتوسط مرجح 1,66 ، أتابع المحتوى الرقمي علي الإنترنت دون أي تعليق بمتوسط مرجح 1,65.

6- انتقاء عينة البحث للمحتوي الرقمي في المجال السلوكي

جدول (9) يوضح استجابات المبحوثين حول انتقائهم للمحتوي الرقمي في المجال السلوكي

رقم	العبارة	دائماً		أحياناً		نادراً		المتوسط المرجح	الوزن النسبي (%)	اتجاه العبارة
		ك	%	ك	%	ك	%			
1	أنشر المضامين الرقمية التي تعبر عن أهدافي واتجاهاتي	281	93.67	14	4.67	5	1.67	2.92	97.33%	دائماً
2	أقوم بنقد المضامين الرقمية علي الإنترنت إذا تطلب الأمر	278	92.67	18	6.00	4	1.33	2.91	97.11%	دائماً
3	أرفض الانضمام لمجموعات لا أعرفها علي الإنترنت	274	91.33	21	7.00	5	1.67	2.90	96.56%	دائماً
4	أقوم بحظر الأشخاص الذين ينشرون محتوى غير هادف	271	90.33	24	8.00	5	1.67	2.89	96.22%	دائماً

دائماً	%95.67	0.18	2.87	1.67	5	9.67	29	88.67	266	أمتلك مهارة اتخاذ القرار اتجاه المضامين الرقمية علي الإنترنت	5
دائماً	%95.44	0.28	2.86	4.00	12	5.67	17	90.33	271	أشارك في إنتاج المضامين الرقمية التي تعبر عن رأيي واتجاهاتي	6
أحياناً	%77.44	0.40	2.32	14.33	43	39.00	117	46.67	140	أتابع دائماً كل الأخبار والأحداث المختلفة من خلال المحتوى الرقمي علي الإنترنت	7
أحياناً	%77.00	0.37	2.31	6.67	20	55.67	167	37.67	113	أشارك وأعلق علي المضامين الرقمية علي الإنترنت	8
نادراً	%55.33	0.56	1.66	52.00	156	30.00	90	18.00	54	أعلق علي المحتوى الرقمي للأخرين دون مراعاة مشاعرهم	9
نادراً	%54.67	0.59	1.64	50.67	152	34.67	104	14.67	44	أعلق علي المحتوى الرقمي للأخرين دون مراعاة مشاعرهم أعلق علي المحتوى الرقمي للأخرين دون مراعاة مشاعرهم	10

يتضح من الجدول السابق رقم (9) أن استجابات أفراد العينة حول انتقائهم للمحتوي الرقمي بالنسبة للمكون السلوكي جاء بالترتيب علي النحو التالي:

أنشر المضامين الرقمية التي تعبر عن أهدافي واتجاهاتي بمتوسط مرجح 2.92 ووزن نسبي 97.33% ، أقوم بنقد المضامين الرقمية علي الإنترنت إذا تطلب الأمر بمتوسط مرجح 2.91 ووزن نسبي 97.11% ، أرفض الانضمام لمجموعات لا أعرفها علي الإنترنت بمتوسط مرجح 2.90 ووزن نسبي 96.56% ، أقوم بحظر الأشخاص الذين ينشرون محتوى غير هادف بمتوسط مرجح 2.89 ووزن نسبي 96.22% ، أمتلك مهارة اتخاذ القرار اتجاه المضامين الرقمية علي الإنترنت 2.87 ، أشارك في إنتاج المضامين الرقمية التي تعبر عن رأيي واتجاهاتي بمتوسط مرجح 2.86 ، أتابع دائما كل الأخبار والأحداث المختلفة من خلال المحتوى الرقمي علي الإنترنت بمتوسط مرجح 2.32 ، أشارك وأعلق علي المضامين الرقمية علي الإنترنت بمتوسط مرجح 2.31 ، أعلق علي المحتوى الرقمي للأخرين دون مراعاة مشاعرهم بمتوسط مرجح 1.66 ، أعلق علي المحتوى الرقمي للأخرين دون مراعاة مشاعرهم بمتوسط مرجح 1.64.

7- مدي ادراك المبحوثين لمفهوم التربية الاعلامية الرقمية في المجال الوجداني

جدول (10) يوضح استجابات المبحوثين حول مدي ادراكهم لمفهوم التربية الاعلامية الرقمية في المجال الوجداني

رقم	العبارة	دائماً		أحياناً		نادراً		المتوسط المرجح	المتوسط المرجح	الوزن النسبي (%)	اتجاه العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك				
1	تعجبني ثقافة الحوار واحترام الآخر التي ألاحظها في المضمون الرقمي	90.00	270	7.33	22	2.67	8	2.87	0.23	95.78%	دائماً
2	أشجع زملائي دائما علي الانقضاء الهادف للمحتوي الرقمي	86.33	259	11.00	33	2.67	8	2.84	0.22	94.56%	دائماً
3	أتمنى أن تكون هناك عقوبات صارمة لأصحاب المحتوى الرقمي الكاذب والمُخل	75.67	227	15.00	45	9.33	28	2.66	0.37	88.78%	دائماً

4	أحرص علي متابعة المضامين الرقمية الهادفة التي تنشر علي الإنترنت	204	68.00	83	27.67	13	4.33	2.64	0.26	87.89%	دائماً
5	أعترض علي المضامين الرقمية الغير هادفة التي تُنشر علي الإنترنت	182	60.67	98	32.67	20	6.67	2.54	0.31	84.67%	دائماً
6	لا أحب أي مضمون لا يتفق مع عادات وتقاليد وقيم المجتمع	165	55.00	98	32.67	37	12.33	2.43	0.38	80.89%	دائماً
7	أشعر أن الإبلاغ عن المضامين الرقمية التي تهدد أمن الوطن واستقراره واجب وطني	157	52.33	98	32.67	45	15.00	2.37	0.40	79.11%	دائماً
8	أشعر أننا أصبحنا في متاهة إعلامية كبيرة لا نستطيع الخروج منها	112	37.33	174	58.00	14	4.67	2.33	0.35	77.56%	أحياناً
9	دائماً ما يعبر المحتوي الرقمي علي صفحتي الشخصية عن حالتي النفسية	101	33.67	195	65.00	4	1.33	2.32	0.33	77.44%	أحياناً
10	أحب أن أنشر محتوى علي صفحتي الشخصية بشكل يومي	107	35.67	180	60.00	13	4.33	2.31	0.35	77.11%	أحياناً

يتضح من الجدول السابق رقم (10) أن استجابات أفراد العينة حول مدي ادراكهم لمفهوم التربية الاعلامية الرقمية بالنسبة للمكون الوجداني جاءت بالترتيب علي النحو التالي:

تعجبنى ثقافة الحوار واحترام الآخر التي ألاحظها في المضمون الرقمي بمتوسط مرجح 2.87 ووزن نسبي 95.78% ، أشجع زملائي دائما علي الانتقاء الهادف للمحتوي الرقمي بمتوسط مرجح 2.84 ووزن نسبي 94.56% ، أتمنى أن تكون هناك عقوبات صارمة لأصحاب المحتوى الرقمي الكاذب والمُخل بمتوسط مرجح 2.66 ووزن نسبي 88.78% ، أحرص علي متابعة المضامين الرقمية الهادفة التي تنشر علي الإنترنت بمتوسط مرجح 2.64 ووزن نسبي 87.89% ، أعترض علي المضامين الرقمية الغير هادفة التي تُنشر علي الإنترنت بمتوسط مرجح 2.54 ، لا أحب أي مضمون لا يتفق مع عادات وتقاليد وقيم المجتمع بمتوسط مرجح 2.43 ، أشعر أن الإبلاغ عن المضامين الرقمية التي تهدد أمن الوطن واستقراره واجب وطني بمتوسط مرجح 2.37 ، أشعر أننا أصبحنا في متاهة إعلامية كبيرة لا نستطيع الخروج منها بمتوسط مرجح 2.33 ، دائما ما يعبر المحتوى الرقمي علي صفحتي الشخصية عن حالتي النفسية بمتوسط مرجح 2.32 ، أحب أن أنشر محتوى علي صفحتي الشخصية بشكل يومي بمتوسط مرجح 2.31.

8- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمستويات المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى أفراد عينة البحث.

جدول (11): يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمستويات المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى أفراد عينة البحث.

المجال	متوسط الدرجات	الانحراف المعياري	المستوى
المجال المعرفي	25.403	3.251	مرتفع
المجال الوجداني	25.313	3.213	مرتفع
المجال السلوكي	25.280	3.223	مرتفع

يتبين من الجدول (11) أن المستويات المعرفية والوجدانية والسلوكية لدى أفراد عينة البحث جاءت مرتفعة لدى أفراد عينة البحث من طلاب الفرقة الأولى وطلاب الفرقة الرابعة والعينة الكلية وفقاً لمقياس تحديد المستوى بناءً على مقياس تقييم درجات أفراد عينة البحث في المجالات الثلاثة كما هو مبين في الجدول (12):

9- مستويات كل مجال وفقاً للدرجة الصغرى والدرجة العظمى لكل مجال

جدول (12): يوضح مستويات كل مجال وفقاً للدرجة الصغرى والدرجة العظمى لكل مجال.

المجال	عدد العبارات	القيمة الصغرى	القيمة العظمى	المدى	طول الفئة	المستوى
المجال المعرفي/الوجداني/السلوكي	10	10	30	20	7	منخفض (10 - 16)
						متوسط (17 - 23)
						مرتفع (24 - 30)

نتائج اختبارات الفروض الاحصائية

- نتائج اختبار الفرض الإحصائي الأول:

ينص الفرض الأول على أنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة في إدراكهم لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع- الفرقة الدراسية - المستوى الاقتصادي).

وللتحقق من صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار "ت" للعينات و"تحليل التباين الأحادي (ANOVA)" وجاءت النتائج كما هي مبينة في الجداول (13) و(14) و(15):
 10- الفروق بين متوسطات درجات استجابات طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة في إدراكهم لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية وفقاً لمتغير النوع.
 جدول (13): يوضح دلالة الفروق بين متوسطات درجات استجابات طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة في إدراكهم لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية وفقاً لمتغير النوع.

الفرقة الدراسية	المجال	النوع	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نتائج اختبار "ت"	
						قيمة (ت)	درجات الحرية
الفرقة الأولى	المجال المعرفي	الذكور	75	23.55	3.50	4.03	148
		الإناث	75	25.57	2.61		
	المجال الوجداني	الذكور	75	23.44	3.81	4.67	148
		الإناث	75	25.92	2.57		
الفرقة الرابعة	المجال المعرفي	الذكور	75	24.83	3.46	6.43	148
		الإناث	75	27.67	1.64		
	المجال الوجداني	الذكور	75	24.63	2.90	6.51	148
		الإناث	75	27.27	1.98		

يتبين من الجدول (13) وجود فروق دالة احصائياً بين أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير النوع، وجاءت النتائج على النحو التالي:

الفرقة الأولى:

- **المجال المعرفي:** كانت الفروق لصالح الإناث حيث بلغ متوسط درجات الإناث (25.57)، بينما بلغ متوسط درجات الذكور (23.55) وبلغت قيمة "ت" (4.03) ومستوى الدلالة (0.001).

- **المجال الوجداني:** كانت الفروق لصالح الإناث أيضاً حيث بلغ المتوسط الحسابي (25.92) بينما بلغ مجموعة الذكور (23.44) وبلغت قيمة "ت" (4.67) ومستوى الدلالة (0.001). وقد يرجع السبب في ذلك إلى أن الإناث في مجتمعنا غالباً ما تحرص على ممارسة العادات السليمة وترغب دائماً في الفهم الصحيح لما يدور في المجتمع وتطبيقه أكثر من الذكور حيث أن المجتمع ما زال ينتقد الإناث أكثر من الذكور إذا فعلت أي شيء يمكن أن يكون فيه بعض الأخطاء حتى ولونشر أو تعليق علي وسائل التواصل الاجتماعي. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة أحمد الخزاعلة (2020) حيث لا توجد فروق بين الذكور والإناث في استجاباتهم لمجالات الدراسة.

الفرقة الرابعة:

- **المجال المعرفي:** وقد كان الفارق لصالح الإناث حيث بلغ متوسط درجات الإناث (27.67)، ولمجموعة الذكور (24.83) وبلغت قيمة "ت" (6.43) ومستوى الدلالة (0.001).

- **المجال الوجداني:** كان الفارق أيضا لصالح الاناث حيث بلغ متوسط درجات الاناث (27.27) ولمجموعة الذكور (24.63) ، وبلغت قيمة "ت" (6.51) ومستوى الدلالة (0.001). وقد ذكرت الباحثة الأسباب سابقا.

11- الفروق بين متوسطات درجات استجابات طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة في إدراكهم لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية وفقاً لمتغير النوع.

جدول (14): يوضح دلالة الفروق بين متوسطات درجات استجابات طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة في إدراكهم لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية وفقاً لمتغير الفرقة الدراسية.

المجال	الفرقة الدراسية	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نتائج اختبار "ت"	
					قيمة (ت)	درجات الحرية
المجال المعرفي	الفرقة الأولى	150	24.56	3.24	4.65	298
	الفرقة الرابعة	150	26.25	3.05		
المجال الوجداني	الفرقة الأولى	150	24.68	3.47	3.48	298
	الفرقة الرابعة	150	25.95	2.81		

يتبين من الجدول (14) وجود فروق دالة احصائياً بين أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير الفرقة الدراسية، وجاءت النتائج على النحو التالي:

- **المجال المعرفي:** كان الفارق لصالح الفرقة الرابعة حيث بلغ متوسط درجات مجموعة طلاب الفرقة الرابعة (26.25)، ولمجموعة طلاب الفرقة الأولى (24.56) وبلغت قيمة "ت" (4.65) ومستوى الدلالة (0.001). وقد يرجع السبب في ذلك إلي أن طلاب الفرقة الرابعة قد اجتازوا دراسيا عدد سنوات أكثر من الفرقة الأولى وقد أكسبتهم هذه السنوات معلومات كثيرة وخبرة كبيرة حول التربية الإعلامية وكيفية التعامل مع الاعلام الجديد وتقادي المساوي وتعزيز الايجابي.

- **المجال الوجداني:** وكان الفارق لصالح الفرقة الرابعة أيضا وقد ذكرت الباحثة الأسباب سابقا حيث بلغ متوسط درجات مجموعة طلاب الفرقة الأولى (24.66) ولمجموعة طلاب الفرقة الرابعة (25.95)، وبلغت قيمة "ت" (3.48) ومستوى الدلالة (0.001).

12- **المتوسطات والانحرافات المعيارية للمستوي الاقتصادي والاجتماعي**

جدول (15): يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية للمستوي الاقتصادي والاجتماعي.

الفرقة الدراسية	المستوى الاقتصادي	ن	المتوسط	الانحراف المعياري
الفرقة الأولى	منخفض	31	24.32	3.300
	متوسط	76	24.55	3.407
	مرتفع	43	24.74	2.928
	منخفض	31	24.81	3.240
	متوسط	76	24.82	3.874
	مرتفع	43	24.35	2.869
الفرقة الرابعة	منخفض	30	26.07	3.140
	متوسط	77	26.25	3.066
	مرتفع	43	26.37	3.024
	منخفض	30	25.60	2.931
	متوسط	77	25.94	2.750
	مرتفع	43	26.21	2.858

13- الفروق بين متوسطات درجات استجابات طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة في إدراكهم لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي. جدول (16): يوضح دلالة الفروق بين متوسطات درجات استجابات طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة في إدراكهم لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

الفرقة الدراسية	المجال	مصدر التباين	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
الفرقة الأولى	المجال المعرفي	3.21	2	1.61	0.15	0.860 (غير دال)
		1557.75	147	10.60		
		1560.96	149			
	المجال الوجداني	6.61	2	3.31		
		1786.03	147	12.15		
		1792.64	149			
الفرقة الرابعة	المجال المعرفي	1.65	2	0.82	0.09	0.916 (غير دال)
		1384.22	147	9.42		
		1385.87	149			
	المجال الوجداني	6.58	2	3.29		
		1166.99	147	7.94		
		1173.57	149			

يتبين من الجدول (16) عدم وجود فروق دالة احصائياً بين أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي وجاءت النتائج على النحو التالي:

الفرقة الأولى:

- المجال المعرفي: بلغت قيمة "ف" (0.15) ومستوى الدلالة (0.860).

- المجال الوجداني بلغت قيمة "ف" (0.27) ومستوى الدلالة (0.762).

الفرقة الرابعة:

- المجال المعرفي: بلغت قيمة "ف" (0.09) ومستوى الدلالة (0.916).

- المجال الوجداني: بلغت قيمة "ف" (0.41) ومستوى الدلالة (0.661).

ويتبين من ذلك أن المستوى الاقتصادي لطلاب الإعلام التربوي لا يؤثر على مستوى إدراكهم لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية.

- نتائج اختبار الفرض الإحصائي الثاني:

ينص الفرض الثاني على أنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة في انتقائهم للمحتوي الرقمي وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع- الفرقة الدراسية - المستوى الاقتصادي)".

وللتحقق من صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار "ت" للعينات و"تحليل التباين الأحادي (ANOVA)" وجاءت النتائج كما هي مبينة في الجداول (13) و(14) و(15):

14- الفروق بين متوسطات درجات استجابات طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة في انتقائهم للمحتوي الرقمي وفقاً لمتغير النوع.
جدول (17): يوضح دلالة الفروق بين متوسطات درجات استجابات طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة في انتقائهم للمحتوي الرقمي وفقاً لمتغير النوع.

المجال	الفرقة الدراسية	النوع	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نتائج اختبار "ت"	
						قيمة (ت)	درجات الحرية
المجال السلوكي	الفرقة الأولى	الذكور	75	23.56	3.62	3.25	148
		الإناث	75	25.31	2.94		
	الفرقة الثانية	الذكور	75	25.01	2.92	5.29	148
		الإناث	75	27.24	2.17		

يتبين من الجدول (17) وجود فروق دالة احصائياً بين أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير النوع، وجاءت النتائج على النحو التالي:

الفرقة الأولى:

- المجال السلوكي: كان الفارق لصالح الإناث حيث بلغ متوسط درجات الإناث (25.31)، ولمجموعة الذكور (23.56) وبلغت قيمة "ت" (3.25) ومستوى الدلالة (0.001). وقد يرجع السبب في ذلك إلي أن الإناث في مجتمعنا الشرقي يحرصن علي ان يتمتعن بالأخلاق والقيم السليمة وأن يظهرن أمام المجتمع بصورة لائقة خوفاً من الانتقادات السلبية التي قد يتعرضن لها إذا ما تم التعامل مع وسائل الإعلام الجديد بشكل غير لائق أو خارج عن المؤلف سواء بالنتشر أو التعليق أو المشاركة لأي محتوى رقمي يعكس الذكور الذين يكونون أقل حرصاً علي ذلك لأن المجتمع ما زال ينظر إلي الذكور بنظرة أقل حدة وأكثر تهاونا عن الإناث.

الفرقة الرابعة:

- المجال السلوكي: وقد كان الفرق أيضاً لصالح الإناث حيث بلغ متوسط درجات الإناث (27.24)، ولمجموعة الذكور (25.01) وبلغت قيمة "ت" (5.29) ومستوى الدلالة (0.001).

15- الفروق بين متوسطات درجات استجابات طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة في انتقائهم للمحتوي الرقمي وفقاً لمتغير الفرقة الدراسية.

جدول (18): يوضح دلالة الفروق بين متوسطات درجات استجابات طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة في انتقائهم للمحتوي الرقمي وفقاً لمتغير الفرقة الدراسية.

المجال	الفرقة الدراسية	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نتائج اختبار "ت"	
					قيمة (ت)	درجات الحرية
المجال السلوكي	الفرقة الأولى	150	24.43	3.40	4.71	298
	الفرقة الرابعة	150	26.13	2.80		

يتبين من الجدول (18) وجود فروق دالة احصائياً بين أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير الفرقة الدراسية، وكان الفارق لصالح الفرقة الرابعة حيث بلغ متوسط درجات الفرقة الرابعة (26.25)، ولمجموعة طلاب الفرقة الأولى (24.56) وبلغت قيمة "ت" (4.65) ومستوى الدلالة (0.001).

جدول (19): يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية للمستوى الاقتصادي والاجتماعي.

الفرقة الدراسية	المستوى الاقتصادي	ن	المتوسط	الانحراف المعياري
الفرقة الأولى	منخفض	31	24.26	3.596
	متوسط	76	24.74	3.376
	مرتفع	43	24.02	3.327
الفرقة الرابعة	منخفض	30	25.83	3.141
	متوسط	77	26.01	2.727
	مرتفع	43	26.53	2.702

16- الفروق بين متوسطات درجات استجابات طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة في انتقائهم للمحتوي الرقمي وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

جدول (20): يوضح دلالة الفروق بين متوسطات درجات استجابات طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة في انتقائهم للمحتوي الرقمي وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي.

المجال	الفرقة الدراسية	مصدر التباين	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
المجال السلوكي	الفرقة الأولى	15.18	2	7.59	0.65	0.522 (غير دال)
		1707.65	147	11.62		
		1722.83	149			
	الفرقة الرابعة	10.74	2	5.37	0.68	0.507 (غير دال)
		1157.85	147	7.88		
		1168.59	149			

يتبين من الجدول (20) عدم وجود فروق دالة احصائياً بين أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير المستوى الاقتصادي والاجتماعي وجاءت النتائج على النحو التالي:

الفرقة الأولى: المجال السلوكي: بلغت قيمة "ف" (0.65) ومستوى الدلالة (0.522).

الفرقة الرابعة: المجال السلوكي: بلغت قيمة "ف" (0.68) ومستوى الدلالة (0.507).

ويتبين من ذلك أن المستوى الاقتصادي والاجتماعي لطلاب الإعلام التربوي لا يؤثر في انتقائهم للمحتوي الرقمي.

- نتائج اختبار الفرض الإحصائي الثالث:

ينص الفرض الثالث على أنه "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدة الاستخدام ومكان الاستخدام ووسيلة الاستخدام للإنترنت.

وللتحقق من صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار "كا²"، وجاءت النتائج كما هي مبينة في الجدول (21):

17- الفروق بين متوسطات درجات استجابات طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة في مدة الاستخدام ومكان الاستخدام ووسيلة الاستخدام للإنترنت وفقاً لمتغير النوع. جدول (21): يوضح دلالة الفروق بين متوسطات درجات استجابات طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة في مدة الاستخدام ومكان الاستخدام ووسيلة الاستخدام للإنترنت وفقاً لمتغير النوع.

نتائج اختبار "كا2"	الإناث		الذكور		مستوى الدلالة	نتائج اختبار "كا2"	مستوى الدلالة
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار			
0.621	2.635	%34.00	102	%34.33	103	عدد أيام الاستخدام أسبوعياً	يومية
		%2.00	6	%5.00	15		من 4 إلى 6 أيام
		%1.00	3	%0.67	2		من يومين لثلاثة أيام
		%0.33	1	%0.33	1		يوم واحد
		%12.67	38	%9.67	29		حسب الظروف
0.305	2.375	%3.33	10	%2.33	7	عدد ساعات الاستخدام يومياً	أقل من ساعة
		%11.33	34	%15.00	45		من ساعة إلى ثلاث ساعات
		%35.33	106	%32.67	98		أكثر من ثلاث ساعات
0.061	9.019	%20.67	62	%10.67	32	مكان تصفح الإنترنت	المنزل
		%3.67	11	%2.67	8		الجامعة
		%1.33	4	%1.00	3		المواصلات
		%4.00	12	%3.67	11		الكافي شوب
		%20.33	61	%32.00	96		في أي مكان
0.216	3.061	%34.33	103	%38.67	116	وسيلة تصفح الإنترنت	الهاتف المحمول
		%11.33	34	%7.67	23		الكمبيوتر الشخصي
		%4.33	13	%3.67	11		الكمبيوتر المنزلي

يتبين من الجدول (21) عدم وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد عينة البحث في مدة الاستخدام ومكان الاستخدام ووسيلة الاستخدام للإنترنت وفقاً لمتغير النوع، حيث بلغت قيمة (كا²) لعدد أيام الاستخدام (2.635) ومستوى الدلالة (0.621)، وبلغت قيمة (كا²) لعدد ساعات الاستخدام (2.375) ومستوى الدلالة (0.305)، ولمكان الاستخدام بلغت قيمة (كا²) و لعدد ساعات الاستخدام (9.019) ومستوى الدلالة (0.601)، وبلغت قيمة (كا²) لوسيلة الاستخدام (2.061) ومستوى الدلالة (0.216)، مما يدل على عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث في مدة الاستخدام ومكان الاستخدام ووسيلة الاستخدام للإنترنت.

- نتائج اختبار الفرض الإحصائي الرابع:

ينص الفرض الرابع على أنه "توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين ادراك طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية والانتقاء الرقمي لديهم". وللتحقق من صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار "معامل الارتباط الخطي لبيرسون" وجاءت النتائج كما هي مبينة في الجدول (22):

18- العلاقة الارتباطية بين درجات أفراد عينة البحث في ادراك طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية والانتقاء الرقمي لديهم.
جدول (22): يوضح العلاقة الارتباطية بين درجات أفراد عينة البحث في ادراك طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية والانتقاء الرقمي لديهم.

المجال السلوكي			المجال
نوع العلاقة	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
موجبة	0.01	**0.520	المجال المعرفي
موجبة	0.01	**0.507	المجال الوجداني

الجدول (22) يبين قيم معامل الارتباط بين درجات أفراد عينة البحث في ادراك طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية والانتقاء الرقمي لديهم، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بين درجات المجال المعرفي ودرجات المجال السلوكي (0.52) ومستوى الدلالة (0.01)، وبلغت قيمة معامل الارتباط بين درجات المجال الوجداني ودرجات المجال السلوكي (0.507) ومستوى الدلالة (0.01)، مما يدل على وجود علاقة موجبة دالة احصائياً بين ادراك طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية والانتقاء الرقمي لديهم.

- الخلاصة:

- جاء في الترتيب الأول أن نسبة (68.33%) من أفراد عينة البحث يستخدمون الانترنت طوال أيام الأسبوع.
- جاء في الترتيب الأول أن نسبة (68%) من أفراد عينة البحث يستخدمون الانترنت أكثر من ثلاث ساعات يومياً.
- جاء في الترتيب الأول أن نسبة (52.33%) من أفراد عينة البحث يتصفحون الانترنت في أى مكان.
- جاء في الترتيب الأول أن نسبة (73%) من أفراد عينة البحث يتصفحون الانترنت من الهاتف المحمول.
- توجد فروق دالة احصائياً بين أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير النوع في المجالات الثلاثة (المعرفي - الوجداني - السلوكي) وكان الفرق لصالح الاناث في الفرقتين الأولى والرابعة.
- توجد فروق دالة احصائياً بين أفراد عينة البحث وفقاً لمتغير الفرقة الدراسية في المجالات الثلاثة (المعرفي - الوجداني - السلوكي) وكان الفرق لصالح الفرقة الرابعة. -
- المستوى الاقتصادي لطلاب الإعلام التربوي لا يؤثر في انتقائهم للمحتوي الرقمي.
- عدم وجود فروق دالة احصائياً بين الذكور والإناث في مدة الاستخدام ومكان الاستخدام ووسيلة الاستخدام للإنترنت.
- توجد علاقة موجبة دالة احصائياً بين ادراك طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية والانتقاء الرقمي لديهم.

- التوصيات:

- ضرورة إدراج مادة متخصصة للتربية الاعلامية عامة والرقمية خاصة لطلبة الاعلام تتضمن كيفية التعامل السليم مع وسائل الاعلام الجديد.
- لا بد من اهتمام وسائل الاعلام المختلفة بعمل برامج لتوعية الجمهور عامة والشباب خاصة بكيفية الاستخدام الأمثل لوسائل الاعلام الجديد.
- تنظيم دورات ومؤتمرات جامعية لنشر الوعي بين الطلاب لتفادي التأثيرات السلبية لوسائل الاعلام الجديد.
- تدريب طلاب الاعلام عامة وطلاب الاعلام التربوي خاصة علي كيفية تعليم الآخرين انتقاء المحتوى الرقمي الهادف.
- الاهتمام بتكوين نظرة نقدية واعية ومدركة للتعامل مع السيل الهائل من المضامين الموجودة علي وسائل الاعلام الجديد.
- ضرورة تفعيل دور عضوية التدريس في كليات الاعلام بضرورة توعية طلاب الاعلام بمخاطر المحتوى الرقمي وكيفية انتقائه.

مراجع الدراسة:

- 1- Baranov, O. **Media Education in School and University**. (in Russian) , Tver.: State University ,2012
- 2- Thomas ,Julia. **Professional Commitment to Advertising: The Relationship Between advertising Education and professional Commitment, Master Advertising University of Florida** ,2014.
- 3- فوزية بكر راشد البكر. النصائح الأخلاقية وحدها لا تكفي للتعامل مع وسائل الإعلام: التربية الإعلامية في القرن الواحد والعشرين ،ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية ، خلال الفترة من (4:3/7/2007)، المملكة العربية السعودية: الرياض ، جامعة الملك سعود.
- 4- فريدة عيسى. التربية الإعلامية والثقافة التشاركية ، **مجلة التراث** ، الجزائر ، جامعة زيان عاشور بالجلفة ، العدد 22 ، 2016.
- 5- Hart,A. **Media Education in Century: Acomparative Study of Teaching Educational Media in European Contexts in Terms of Academic Standards** ,University of Southampton,2014.
- 6- فهد عبد الرحمن الشميمري. **التربية الإعلامية** ،(الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر ، 2010)
- 7- فاضل البدراني. **أسس التحرير الصحفي والتلفزيوني والإلكتروني** ، (الإمارات: دار الكتاب الجامعي ، 2015)
- 8- أحمد محمد صالح. **أنتوجرافيا الإنترنت وتداعياتها الاجتماعية والثقافية والاقتصادية** ،(دار النشر الإلكتروني ، كتب عربية ، 2005) www.kotobarabia.com
- 9- محمد رمضان الخنيني. مواقع الأطفال الإلكترونية علي شبكة الإنترنت – دراسة للقائم بالاتصال ، رسالة **ماجستير غير منشورة**، (جامعة عين شمس: معهد الدراسات العليا للطفولة ، 2011)
- 10- نرمين عبد القادر. برامج الرقابة على شبكة الإنترنت: دراسة ميدانية على المكتبات العامة بمحافظة القاهرة والجيزة، ع1 ، 2004) متاح www.cybrarians.info/journal/no1/internet.htm
- 11- محمد أحمد القضاة. الثقافة كمتغير في الاتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الجديد ، جامعة البحرين ، **المؤتمر الدولي – الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد**، من 7:9 ابريل ، 2009.
- 12- محمود عبد العاطي مسلم وآخرون. تنمية الوعي بالتربية الإعلامية في ضوء المعايير الأكاديمية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ،(جامعة بنها: كلية التربية النوعية ، 2017)
- 13- نهي السيد أحمد ناصر. التربية الإعلامية ودورها في بناء شخصية المعلم ، **المجلة العلمية لكلية التربية النوعية** ، ع6، ج1، ابريل 2016)
- 14- أميرة حسن سالم. دور وسائل الإعلام الجديد في نشر مفهوم التربية الإعلامية لدي أقسام الاعلام التربوي بالجامعات المصرية ، **المجلة العلمية لبحوث الاذاعة والتلفزيون** ، جامعة القاهرة، كلية الاعلام ، ع 16، ديسمبر 2018.
- 15- Reality And Trends Of Media Literac And New Media Hoffman,M.E. **Usage Among Media And Communication Undergraduates**, MA Thesis, University of Missouri ,2018.
- 16- ريهام سامي حسين يوسف. مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدي طلاب الجامعات، جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب ،**المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال** ، ع 26 ، يوليو/ سبتمبر/ 2019.
- 17- أحمد الخزاعلة. مستوي وعي طلاب الجامعات الأردنية بالتربية الإعلامية في ضوء بعض المتغيرات ، **مجلة المنارة للعلوم والدراسات** ج26، ع2، 2020.
- 18- عبد الله مكاي وآخرون. أليات تداول الشباب العربي للمحتوي الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، **مجلة البحوث الإعلامية** ، جامعة الأزهر ،كلية الإعلام ، ع 56، ج2، يناير 2021.
- 19- مروه محمد عوف. التحديات التي تواجه التربية الإعلامية في مجال التعليم في ضوء التحول الرقمي. **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، ع 20، ج 2، 2021.

- 20- ايمان عزالدين محمد دوابه. أثر برنامج تدريبي قائم على السقالات التعليمية في تنمية مهارات التربية الإعلامية لدى طلاب الإعلام التربوي-دراسة شبه تجريبية، مجلة البحوث الإعلامية ، جامعة الأزهر ،كلية الإعلام ،ع1 ، ج61 ، 2022.
- 21- أسماء حسين علي، محمد خليفة، حنفي حيدر أمين، & أشرف رجب عطا. أثر برنامج مقترح في التربية الإعلامية علي تنمية مهارات إنتاج الفيديو الرقمي لدي طلاب المرحلة الثانوية، **مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية**، جامعة المنيا ، كلية التربية النوعية ، ع 38 ، ج8، 2022.
- 22- محسن يوسف. فاعلية برنامج مقترح في التربية الإعلامية لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، جامعة المنيا ، كلية التربية النوعية ، ع48، ج، 2022.
- 23- De Leyn, Tom, et al. "Teenagers' reflections on media literacy initiatives at school and everyday media literacy discourses." **Journal of Children and Media** Volume 16 , Issue 2, (2022).

(* أسماء السادة المحكمين:

- 1- أ.د/ محمد معوض إبراهيم : أستاذ الاعلام – كلية الدراسات العليا للطفولة – جامعة عين شمس.
- 2- أ.د/ عبد الرحيم سليمان درويش: أستاذ الإذاعة والتلفزيون – كلية الإعلام – جامعة بني سويف.
- 3- أ. م. د / داليا ابراهيم المتبولي: أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد – كلية التربية النوعية – جامعة دمياط.