ISSN-E: 2617-9563

واقع التربية الإعلامية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من طلبة الجامعات الأردنية

ISSN-E: 2617-9563

المقدمة:

ظهر مفهوم التربية الإعلامية في آواخر الستينات، حيث ركز الخبراء على إمكانات استخدام أدوات الاتصال لتحقيق منافع ملموسة، كوسيلة تعليمية، ومع بداية السبعينات بدأ ينظر إلى التربية الإعلامية على أنها تعليم بشأن الإعلام وتكنولوجيا وسائل الإعلام الحديثة، فالتربية الإعلامية تعمل على إعداد الشباب بتطوير مهارات النقد والمشاركة بصياغة محتويات إعلامية تعكس صورة إيجابية عنهم وعن بيئتهم ومجتمعهم فضلًا عن إعطائهم الثقة الكاملة للتفاعل ضمن المجتمع الرقمي.

انتشرت الشبكات الاجتماعية بشكل كبير، فقد تغلغلت في حياة الناس ثقافيًا، اجتماعيًا، اقتصاديًا، سياسيًا على المستوى الاتصالي لاحتوائها على الأفكار والآراء المختلفة، حول مواضيع تدخل ضمن اهتمامات وقناعات مستخدمي تلك الشبكات، وقد أصبحت هذه الشبكات محل دراسات وأبحاث لتقصي أثارها وانعكاساتها الإيجابية والسلبية منها مع تعدد استخدام تلك الشبكات أو المواقع ورواجها على النطاق العالمي والمحلي.

فإن زيادة اعداد المشتركين في شبكات التواصل الاجتماعي أدى إلى زيادة مستوى منافستها لوسائل الإعلام التقليدية في تشكيلها للرأي العام في العديد من القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية، إذ تمكنت هذه الشبكات من إبراز الاحداث الجارية في العالم بصورة أكثر فاعلية من الإذاعة والتلفزيون وغيرهما من الوسائل الإعلامية (الدبيسي، 2013).

والجدير بالذكر أن للتربية الإعلامية أهمية باعتبارها ضرورة ملحة في تعامل الطلاب مع الكم الهائل من الرسائل الإعلامية التي تبني واقعهم، فنجد أن الرسائل الإعلامية أصبحت مسؤولة عن أغلب الخبرات التي يقوم الطلاب من خلالها ببناء فهمهم الشخصي للعالم من حولهم، فنلاحظ أن الطلاب يناقشون المعنى في الرسالة الإعلامية طبقًا لعوامل فردية وحاجات شخصية وخلفية ثقافية ومنظومة القيم التي توجه سلوكه مما

ينتج عنه تكوين خبرات وانطباعات لدى العديد من الطلاب من رسالة إعلامية واحدة. نظرًا لاحتواء الرسائل الإعلامية على مضامين تجارية وثقافية واجتماعية وسياسية تحمل وجهات نظر واتجاهات وقيم بالإضافة إلى الرسائل الأيديولوجية، ووفقًا لذلك تعد التربية الإعلامية مسؤولة عن تيسير وصول الطلاب إلى المهارات والخبرات التي تمكنهم من فهم كيفية واقعهم التي تعمل الرسائل الإعلامية على تشكيلها.

مشكلة البحث:

تعد طلبة الجامعات قوة بشرية هائلة تساهم في بناء مستقبل مجتمع مشرق، حيث عكست الأحداث السياسية والاجتماعية التي تشهدها المنطقة في الآونة الأخيرة مدى تأثير فئة الشباب في صياغة ملامح مستقبل المجتمعات. فضلًا عن ارتباط الأحداث بتكنولوجيا جديدة كانت في منأى عن تفكير القائمين على التربية، وقد تمثلت في شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية، ففي الوطن العربي نجد أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد من الروافد الأساسية في تعزيز الديمقراطية أو حتى زعزعة الأمن والاستقرار نتيجة قدرتها على التأثير في تشكيل الرأي العام، إلى جانب تعرض الطلاب لوسائل الإعلام الإلكترونية، وتواصلهم عبر صفحات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف المحمولة، التي أصبحت من أهم التحديات لثقافة الطلاب الإعلامية، فنجد الطلاب بين استجابة لمتطلبات هذه الوسائل وقدرة على الاستفادة منها، وبين الحد من بعض تأثيراتها السلبية المتعددة التي تنتج عن سوء الاستخدام.

ومن ثم برزت الحاجة للتعرف على واقع ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية وسط تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية وتأثيراتها من فقد السيطرة الكاملة على البرامج التلفزيونية، ولهذا تكمن مشكلة الدراسة في الإجابة على تساؤل رئيسي مفاداه: "ما هو واقع التربية الإعلامية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من طلبة الجامعات الأردنية؟

تساؤلات الدراسة:

1. ما هي أبعاد التربية الإعلامية؟
2. إلى أي مدى يستخدم طلبة الجامعات الأردنية شبكات التواصل الاجتماعي؟
3. ما هي إيجابيات وسلبيات استخدام طلبة الجامعات الأردنية شبكات التواصل الاجتماعي؟

أهداف الدراسة:

1. تحديد أبعاد التربية الإعلامية
2. التعرف على مدى استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي.
3. توضيح إيجابيات وسلبيات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي.

أهمية البحث:

تتبلور أهمية البحث في الانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي ويمكن تحديد هذه الأهمية فيما يلي:

1. تسليط الضوء على الطلبة باعتبارهم شباب المستقبل وعنصر هام في عمليات التطوير والبناء.
2. معرفة علاقة الاعتماد المتبادل بين الطلبة وشبكات التواصل الاجتماعي كمصادر معلومات وأخبار.
3. قلة الدراسات الإعلامية التي تتناول أهمية التربية الإعلامية ومدى تأثيرها على تشكيل الرأي العام للشباب الجامعي الأردني.
4. الإفادة من نتائج البحث في توصيف واقع ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية في ضوء تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية وتأثيراتها.
5. رصد نقاط القوة والضعف بهذا الواقع بما يسمح بتفعيل إيجابياته ومعالجة سلبياته.

6. مساعدة القائمين على التربية الإعلامية بالمؤسسات التعليمية الأردنية على وضع أسس تطويرها، من خلال مراعاة الاعتبارات التي يجب توافرها في التخطيط للتربية الإعلامية وتنفيذها وتقويمها.

مصطلحات البحث:

مفهوم التربية الإعلامية:

"هي تكوين القدرة على قراءة الاتصال وتحليله وتقويمه وإنتاجه، حيث أن الوعي الإعلامي غير مقتصر على جانب التلقي والنقد وإنما يتعدى المشاركة الواعية والهادفة لإنتاج المحتوى الإعلامي".

كما يمكن تعريف التربية الإعلامية بأنها: "إعداد الإعلاميين لأداء العملية التربوية، فلا يكفي أن يتقن الإعلاميون مهارات العمل الإعلامي بدون وجود اتساق مع قيم وأهداف المجتمع المعلنة وتحقق المشاركة بينهم وبين التربويين، ومحاولة إحلال وظائف المؤسسات الإعلامية والتربوية في تأمين حاجات الأفراد مثل (الحاجة للأمن الاجتماعي – الحاجة إلى سلوك تربوي رشيد – الحاجة إلى إعلام متزن)" (الحمداني، 2015).

مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

"هي مجموعة من الشبكات العلمية المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم لتشكيل مجموعة الشبكات الضخمة، والتي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة وتتضمن معلومات دائمة التطور" (هتيمي، 2015).

يمكن تعريفه ايضًا بأنه: "صفحات الويب الموجودة على الانترنت، والتي تسهل التواصل والتفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين فيها عبر مختلف مناطق العالم إضافة إلى العديد من الخدمات الأخرى التي تشمل خدمات المراسلة الفورية مشاهدة وتبادل الفيديوهات، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني،

المدونات، إضافة على العديد من الخدمات الأخرى كمشاركة الاهتمامات وتكوين الصداقات وإقامة الصفقات وغيرها من أشكال التفاعل التي تتم داخلها" (عبادة، 2016).

منهج البحث:

يساهم منهج البحث في فهم ثنايا الظاهرة التي تحددها طبيعة الموضوع، باعتباره مجموعة من الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف وتحليل الموضوع، من خلال عدة خطوات وعمليات يتبعها الباحث بغية تحقيق الأهداف التي حددها مسبقًا، ويمكن تعريف المنهج الوصفي بأنه "الطريقة البحثية التي يعتمد فيها الباحثون في الحصول على معلومات وافية ودقيقة تصور الواقع الاجتماعي وتسهم في تحليل الظواهر. ونتيجة لذلك تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لقدرته على معرفة واقع التربية الإعلامية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة الجامعات الأردنية.

مجتمع البحث وعينته:

يتكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات الأردنية، وتم اختيار عينة الدراسة بطريقة عشوائية حيث تمثلت عينة الدراسة في (100) مفردة من مجتمع الدراسة.

أدوات جمع البيانات:

تم الاعتماد في هذا البحث على الاستبانة كأداة لجمع البيانات.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تقتصر هذه الدراسة على واقع التربية الإعلامية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من طلبة الجامعات الأردنية.

الحدود المكانية: تقتصر هذه الدراسة على الجامعات الأردنية

الحدود الزمانية: يقتصر تطبيق الدارسة خلال الفصل الدراسي 2021 / 2022.

الإطار النظري:

التربية الإعلامية

مفهوم التربية الإعلامية

إن المقصود بالتربية الإعلامية في هذا الصدد هو الاهتمام بتدريب الأفراد على كيفية التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة، خاصة وسائط الإعلام الجديد، من خلال اكتسابهم معلومات ومعارف ومهارات تساعدهم على الاستخدام المنظم لهذه الوسائط متفادين انعكاساتها (ضيف، 2017)، والجدير بالذكر وجود اتفاق بين الباحثين حول التربية الإعلامية في أنها ترتبط بوسائل الإعلام بتقنياتها ومضامينها المقدمة، من حيث الأهداف والغايات للوصول إلى فرد واعي إعلاميًا، إلى جانب تأكيدهم على أهمية وسائل الإعلام ودورها في المجتمعات المعاصرة، ونتيجة لذلك تعد التربية الإعلامية مشروع موازي مع تلك التغييرات التي من شأنها خلق توازن ما بين استخدام هذه الوسائل وحاجات الفرد منها (خنفر، 2019).

عرف مركز الثقافة الإعلامية التربية الإعلامية أنها: "المقدرة على تفسير وبناء المعنى الشخصي من الرسائل الإعلامية، والمقدرة على الاختيار وتوجيه الأسئلة والوعي بما يجري حول الفرد بدلًا من أن يكون سلبيًا ومعرضًا للاختراق.

أيضًا عرفها معهد أسبن Aspen Institute بأنها: "القدرة على الوصول إلى الرسائل الإعلامية، وتحليلها وتقييمها ونقلها بصيغ عديدة ومتنوعة".

أهمية التربية الإعلامية:

تتحدد أهمية التربية الإعلامية بالنسبة للمجتمع بشكل عام وكذلك الفرد بشكل خاص، فهي تمكن الفرد من التعامل الإيجابي والواعي مع الإعلام بتقنياته، وتزيد أهمية التربية الإعلامية نتيجة لزيادة استخدام وسائل الإعلام، وبالتالي يؤدي إلى زيادة تأثيراتها، وبناء على ذلك يتضح لنا أن أهمية التربية الإعلامية تتزايد في عصرنا الحالي نتيجة التطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الذي نشهده وانفتاحها على الأفراد وتزايد هامش الحرية في استخدامها، وفي هذا الصدد تتبلور أهمية التربية الإعلامية فيما يلي: (الخيري،1430)

- تساهم في تيسير وصول الافراد إلى المهارات والخبرات التي يحتاجونها لفهم الكيفية التي يشكل الإعلام إدراكهم لها.
- عدم وجود تربية إعلامية ينتج عنه زيادة انتشار التضليل وتزييف الوعي، وإخفاء الحقائق التي تساعد الافراد على اتخاذ القرار بشأن ما يمس مصالحهم وغياب الكثير من الاخلاقيات في المجتمع.
- ساهمت في إحداث تغييرات في المجال الاتصالي فيما يخص الإعلام الجديد، حيث اتاحت للمستخدمين القدرة على إنتاج مضامين إعلامية وبثها، مما يعبر عن وطنيتهم وثقافتهم وحضارتهم.
- تساعد على تكريس الوعي الإعلامي، وهو أحد الآليات الضرورية للتعامل مع وسائل الإعلام ومضامينها والخروج من مرحلة الثقة الكلية في نقل المضامين، إلى جانب التعامل بحذر مع التطور التقني المتسارع.

أهداف التربية الإعلامية: تسعى التربية الإعلامية إلى القضاء على أمية استخدام وسائل الإعلام من خلال مجموعة من الآليات التي تتضمن وجود متلقي واعي بكيفية استخدام وسائل الإعلام والتفاعل معها ولهذا تسعى التربية الإعلامية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وتتمثل في:

1. يمكن للتربية الإعلامية تحقيق تأثير إيجابي على مهارات وقدرات الأفراد المتلقين، فهي تهدف إلى تعليم الأفراد مجموعة من المهارات عند التعامل مع وسائل الإعلام تتمثل في القدرة على:
   - تقديم آراء نقدية للمضامين الإعلامية سلبًا وإيجابًا.
   - الاختيار الواعي لمضامين الإعلام والوسائل الإعلامية.
   - إنتاج مضامين إعلامية وإيصالها إلى الجمهور المستهدف.
2. التعريف بمصادر النصوص الإعلامية ومقاصدها.
3. فهم مضامين الرسالة الإعلامية وتفسيرها وتحديد القيم التي تحملها.
4. اختيار وسائل الإعلام المناسبة للتعبير عن الرأي، وتوصيل الرسائل للجمهور المستهدف.
5. التواصل مع الإعلام أو المطالبة بذلك بهدف التلقي والإنتاج.

أبعاد التربية الإعلامية:

تتميز التربية الإعلامية بعدة أبعاد منها:

1) البعد المعرفي:

يهتم البعد المعرفي بالمعلومات الواقعية والحقيقية التي لا تثير الجدل حولها، إذ انها حقائق متعلقة بالبيانات والأسماء وحقائق الأشياء في الرسالة الإعلامية وقد تتمثل في (اسم المعد – المقدم للبرنامج – اسم الممثل – الكاتب للعمل الفني – الصحفي والكاتب لخبر أو مقال) وهي معلومات تثبت في العقل لما توضحه من دلائل واستنتاجات في تحليل الرسالة الإعلامية وتقويمها والحكم عليها.

وقد نتج عن زيادة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، انتشار المعلومة واتاحتها من جهة إلى جانب انها تساعد في انتشار الإشاعة والأخبار الكاذبة من جهة أخرى ونظرًا لذلك يجب على مستخدمي هذه المواقع الاهتمام بتقصي الحقائق، حتى لا يكون لها تأثير سلبي على العلاقات الاجتماعية للأفراد.

2) البعد الوجداني:

هذا البعد يهتم بمخاطبة الوجدان وإثارة المشاعر المختلفة مثل (الكره – الحب – الغضب – الخوف) ومقدار هذا التأثير يختلف وفقًا للمعلومات العاطفية من شخص إلى أخر، إلى جانب ذلك يتطلب استقبال هذه المعلومات بحاجة إلى درجة عالية من التعلم لإدراك رموزها ومعرفة ما تستهدفه الرسالة للسيطرة عليها والتحكم في المشاعر، فتتميز وسائل الإعلام بالعديد من التأثيرات الإيجابية في كل من الجوانب (السلوكية – المعرفية – الوجدانية) التي ترتبط بهذه الوسائل واستخدامها.

3) البعد الفني:

إن التفاعل الذي يحدث بين تكنولوجيا الإعلام والتواصل الجديدة ومستخدميها، ونظرًا لكثرة استخدام الانترنت أصبح هناك ارتباط بشكل متزايد بالمواقع والشبكات الاجتماعية التي تجري عبرها تبادل الآراء والتعليقات والملفات وأمور أخرى. وهي الأمور التي تتعلق بكيفية إنتاج الرسالة والعمليات التي تمر بها الرسالة وصولًا للمتلقي، باعتبارها معلومات تعد أساس لإصدار أحكام حول الجيد وفنيات العمل من كتابة وتحرير وتصوير وإضاءة وموسيقى وحركة، فامتلاك هذه المعلومات الفنية يساعد في تمييز الجيد من الرديء.

4) البعد الأخلاقي:

ســـاعد التطور التكنولوجي في الســـنوات الأخيرة في إضـــافة عنصـــر جديد على الحاجة إلى الاخلاقيات الإعلامية، إذ أن التغطية السريعة للأخبار وسرعة انتقال المعلومات وظاهرة العولمة والمنافسة السرشة، حيث أن وسائل الإعلان يهتم بتغطية واسعة وسريعة للأخبار وتترافق مع سرعة التقنيات الحديثة في نقل الاخبار. ونجد أن شخصيات العمل الفني يتم الحكم عليها في ضوء البعد الأخلاقي بكونها شخصيات جيدة أو سيئة وفقًا لتوافقها مع ما يتســـلح به الطالب من أخلاقيات وما ينقله الكاتب أو مقدم البرنامج من أفكار لمعرفة ما تحمله من قيم وأخلاقيات والحكم عليه في ضـوء المبادئ الأخلاقية المُرسـخة لدى الطالب، ويحمل هذا البعد كل عناصـر العمل الإعلامي لتوضـيح ما تبثه من قيم وأخلاقيات والحكم عليه في ضـوء ما ترسـخ في وعي وروح المتلقي.

شبكات التواصل الاجتماعي:

إن الفضل في ظهور شبكات التواصل الاجتماعية تعود إلى عالم الاجتماع جون بارنر، وقد تمثلت في شكلها التقليدي في نوادي المراسلة العالمية التي تم استخدامها لربط علاقات بين الأفراد من مختلف الدول باستخدام الرسائل العادية المكتوبة، فمن الملاحظ أن ظهور شبكة الانترنت ساعدت كثيرًا في انتشار ظاهرة التواصل الاجتماعي والعمل على تطوير الممارسات المرتبطة بشبكاتها ويطلق عليها وسائل الإعلام الاجتماعية أو شبكات التواصل الاجتماعي، وهي تركز على بناء شبكات اجتماعية أو علاقات اجتماعية بين الأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة أو النشاطات المشتركة وتعتمد شبكات التواصل الاجتماعي أساسًا على التمثيل، حيث يكون لكل مستخدم ملف شخصي بالإضافة إلى الخدمات المختلفة التي تسمح للمستخدمين بتبادل الأفكار والاهتمامات والقيم والنشاطات في إطار شبكاتهم الاجتماعية (الدبيسي، 2013)

مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي:

تعددت التعريفات التي تتعلق بشبكات التواصل الاجتماعي، فهناك اتفاق كبير يجمع بين تلك التعريفات ويقربها لبعضها ومن هذه التعريفات أنها:

"عبارة عن مواقع على شبكة الإنترنت توفر لمستخدميها فرصة للحوار وتبادل المعلومات والآراء، والأفكار والمشكلات، من خلال الملفات الشخصية، وألبومات الصور، وغرف الدردشة، وغيرها ذلك" (الدبيسي، والطاهات، 2013).

كما يعرفها راضي بأنها: "منظومة من المواقع الإلكترونية التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها، أو مجموعة من أصدقاء الجامعة أو الثانوية" (راضي، 2013).

خصائص شبكات التواصل الاجتماعي: (أبو سويلم، 2015)

الخصائص الإيجابية:

1. شبكات التواصل الاجتماعي سهلة الاستخدام، لأنها تحتوي على التقنيات المتطورة وهي بسيطة في التصميم والألوان، وتعرض المميزات عند الطلب بحيث تكون المحادثة سهلة، وتستخدم أزرارًا واضحة ورسومًا وأشكالًا توضيحية.
2. اتاحت شبكات التواصل الاجتماعي للمشتركين فيها التواصل مع الآخرين والتعبير عن الذات من خلال قنوات اتصال جاذبة لا تعتمد على نشر محتوى معين، كما أنها حاجة للمهتمين في الاتصال مع الآخرين والتعبير عن الذات.

3. تساعد في استخراج البيانات المتاحة في الشبكات المستخدمة من خلال استعراض شبكته الخاصة ومشاركتها مع عامة الناس والأصدقاء، كما أن بعض الشبكات توفر تطبيقات تسمح للمستخدمين بوصف العلاقة بينهم وبين الأعضاء الآخرين.
4. توفر منصات مثالية، حيث يتمكن المستخدمون المهتمون بشبكات التواصل الاجتماعي التعاون بشكل فعال وتكاليف أقل بالإضافة إلى تنظيم احتجاجات من خلال استخدام شبكات مثل "Care".
5. ترتبط قوة وخصائص الشبكات الاجتماعية مع المشاركة أو التبادل العاطفي، ويتبلور ذلك في تيارات الوعي الاجتماعي التي تسمح خصائصها بالتفكير في كيفية المشاركة العاطفية، ومشاركة العواطف في فترة زمنية قصيرة بشكل خفيف في شبكات التواصل الاجتماعي.

الخصائص السلبية:

1. انعدام الخصوصية وضعف الأمان، فقد أصبح من السهل ان تقوم شبكات التواصل الاجتماعي ببيع بيانات المستخدم الشخصية لأي شخص، فضلًا عن أن عامل الأمن على الخصوصية يسهل عملية الاختراق.
2. انعدام الهوية الحقيقية، نظرًا لصعوبة الحصول على السلوك الكامل للمستخدم واكتشاف السمات الشخصية له من خلال التفاعل الإلكتروني.
3. تزييف المحتوى، من الصعب الوصول إلى مصداقية كاملة في بيئة الانترنت نظرًا لتعدد مصادر المحتويات عبر الشبكة، بالإضافة إلى وجود التدفق المجاني وغير المنظم للمعلومات ومزودي المعلومات يخلق الكثير من الأخطار اللذين يطلبونها عبر الانترنت.

4. المراقبة والحجب، تمتلك الحكومة قدرة كبيرة على مراقبة وتطور وسائل الإعلام وحجبها، فوسائل الإعلام الاجتماعي تتحول إلى أدوات استخباراتية قيمة تستخدمها الحكومات لجمع المعلومات.

التربية الإعلامية وشبكات التواصل الاجتماعي:

شهدت شبكات التواصل الاجتماعي انتشار كبير في عدد مستخدميها مستفيدين من الخدمات التي تتيحها، وخصائصها، فهي تعتمد على التفاعلية والمشاركة وتعد هذه الشبكات من أكثر المواقع زيادة على شبكة الإنترنت ومن أهم التي يستفيد منها المستخدمون لشبكات التواصل الاجتماعي ما يلي:

- تساعد مستخدميها على الوصول إلى الأصدقاء وخاصة الذين يشاركون الاهتمامات العلمية والأكاديمية والمهنية.
- تتيح لمستخدميها خدمة مهمة تتمثل في إرسال الرسائل وإبداء الإعجاب حول ما يتم نشره من مواضيع.
- تعد شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة سهلة لنشر الأخبار المتنوعة، حيث يتمكن أي مستخدم نشر أي خبر أو موضوع ليطلع عليه اصدقاؤه عبر موقعه ويكون مصدر للحصول على المعلومات والأخبار وينافس وسائل الإعلام الأخرى.

والجدير بالذكر أن الوعي في التربية الإعلامية قد يتيح للفرد سبل التعامل مع المضمون الإعلامي خاصة المنشور عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ويمكن تحديد أهمية التربية الإعلامية في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي فيما يلي:

- الانتشار الواسع لهذه الشبكات في أوساط الأفراد على اختلاف مستوياتهم، دون الحاجة لوعي كافي بآثار وانعكاسات هذا الاستخدام.

- لاقت رواج كبير بين الأفراد، وصل إلى حد درجة الإدمان على هذه المواقع وكل هذا يخلف العديد من الآثار السلبية على المستوى الصحي والنفسي والاجتماعي.
- غياب العديد من الاخلاقيات والآداب في المضامين التي يتم تداولها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي.
- يرى الكثير أن العولمة الثقافية من أهم انعكاسات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.
- عدم وجود رقابة على ما يتم نشره وتداوله عبر هذه الشبكات وهذا يؤدي إلى نشر مضامين لها انعكاسات سلبية على المتداولين لتلك المضامين.
- يتسبب الاستخدام السيئ لشبكات التواصل الاجتماعي في العديد من المشاكل الأسرية داخل المجتمعات الإسلامية فخصوصية المجتمع الإسلامي تختلف عن المجتمع العربي.

ويتضح من التأثيرات السلبية السابقة لشبكات التواصل الاجتماعي أن التربية الإعلامية تعمل على فرض آليات لضبط استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة في ظل التحولات التي تشهدها شبكات التواصل الاجتماعي التي أحدثت بفعل تطبيقات الإعلام الجديد تحولات جذرية في المجال الإعلامي من عدة نواحي، فكلما زاد وعي الفرد بأسس وقواعد التعامل مع الوسائل ساهم في الحد من انعكاساتها النفسية والاجتماعية نظرًا لأن التربية الإعلامية تحتاج إلى التعلم للقيام بالمراقبة والملاحظة والاستماع بحرص وحذر (ضيف، 2017).

الدراسات السابقة:

دراسة (خنفر، 2019): بعنوان "واقع التربية الإعلامية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي" دراسة ميدانية على عينة من طلبة الإعلام والاتصال:

الهدف من هذه الدراسة التعرف على واقع التربية الإعلامية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لدى الطلبة الجامعين وإلقاء الضوء على أهميتها، وفقًا للمهارات التي تقوم على تجسيدها عند استخدام تلك المواقع الإلكترونية التي أصبح لها دور بارز في التوجيه وتكوين الآراء وتغيير السلوك والاتجاهات، وهذا يجعل التربية الإعلامية مفهوم جديد هدفه ترشيد السلوك ويتوازى مع الانتشار الواسع لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي فضلًا عن ظهور آثار سلبية ترتبط بهذا الاستخدام غير المدروس لها، واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي للتعرف على طبيعة استخدام الطلبة المبحوثين لهذه المواقع، كما اعتمدت الدراسة استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات، فقد اعتمدت على عينة من طلبة الإعلام والاتصال من مستوى السنة الأولى والثانية ماستر.

ومن أبرز النتائج التي حصلت عليها الدراسة نجد أن:

- للتربية الإعلامية أهمية كبيرة في تنمية مهارات النقد وتحليل المحتوى الإعلامي، لجعل الطلبة مشاركين إيجابيين في تواصلهم.
- التربية الإعلامية تساعد على الاستخدام الواعي لتطبيقات الإعلام الجديد، والتحكم في وسائل الاتصال الحديثة والعمل على توجيه المواقف وسلوكيات الطلبة نحو الإيجابي من خلال نشر رسائل إعلامية تحمل بعد أخلاقي واجتماعي.
- وقد اوصت هذه الدراسة باقتراح إدراج التربية الإعلامية ضمن المناهج التعليمية لرفع الثقافة الاتصالية عند الطلبة الجامعين على الصعيد المهني والاجتماعي.

دراسة (سطوطاح، 2017): بعنوان "دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم التنوع الثقافي: دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينة عنابة":

تناولت هذه الدراسة دور التربية الإعلامية في ترسيخ قيم التنوع الثقافي، بالنظر إلى المضامين الإعلامية المتعددة الثقافات التي يتعرض لها الفرد عالم اليوم، بالإضافة إلى محاولات التنميط الثقافي التي باتت تهدد الهوية الثقافية للمجتمعات، واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي كما اعتمدت على استمارة استبيان كأداة للدراسة، حيث تكونت عينة الدراسة من (150) مفردة من مدينة عنابة تم اختيارها بطريقة عشوائية.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة نتائج هي:

- إدراك أفراد العينة الأبعاد الأساسية للتربية الإعلامية، وخاصة الثقافية منها.
- يعي أفراد العينة جيدًا التأثير الكبير الذي تمارسه والإعلام على ثقافة المتلقين خاصة الأفراد.
- التربية الإعلامية مسؤولية تقع على عاتق كل مؤسسات التنشئة الاجتماعية (اسرة – مدرسة – وسائل إعلام).
- يتجلى دور التربية الإعلامية في تحسين التنوع الثقافي، في التركيز على المخاطر الثقافية للمضامين الإعلامية على الهوية الثقافية للفرد.

دراسة (أبو صعيليك، 2013): بعنوان "أثر شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية في اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن"

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية على اتجاهات الجامعات في الأردن، وقد استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي المسحي وأسلوب البحث النوعي، كما اعتمدت على

الاستبانة شملت (30) فقرة ومقابلة شخصية مكونة من سؤالين لـ (40) طالب وطالبة كأداة للدراسة، وشملت عينة استبانة الدراسة (1135) طالب وطالبة تم اختيارهم بطريقة عشوائية، أما عينة المقابلة احتوت على (40) طالب وطالبة من الناشطين في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من الجامعات الثلاثة اختيروا بطريقة قصدية.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة نجد أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن في كل من البعد المعرفي والوجداني والسلوكي جاء في المستوى المتوسط. كما أوضحت النتائج أن من أهم آثارها الإيجابية تعميق العلاقات الاجتماعية القائمة مع الأصدقاء والمعارف ممن لديهم حسابات على تلك الشبكات. وتعزيز معلومات ومعارف الطلبة العامة، وإزالة الحواجز النفسية والاجتماعية بين الجنسين. وكذلك وجود أثر سلبي لشبكات التواصل الاجتماعي نظرًا لإدمان الطلاب عليه والتأخر الدراسي والأكاديمي وتعزيز التعصب العشائري او الإقليمي أو العرقي. وقد اوصت الدراسة بالإفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الشخصية المتوازنة لدى طلبة الجامعات.

دراسة (الدبيسي، 2013): بعنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية":

اهتمت هذه الدراسة بمعرفة معدلات استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، وكذلك الكشف عن العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام لدى الطلبة، ومستوى منافسة شبكات التواصل الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية باعتمادها مصادر للأخبار والمعلومات، واعتمد الباحث في هذه

الدراسة على المنهج الوصفي والاستبانة كأداة للدراسة وجمع الحقائق والمعلومات ثم القيام بتحليلها، ومن ضمن النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي:

انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين الطلبة، وأن تلك الشبكات أصبحت تشكل مصدرًا من مصادر حصولهم على الأخبار والمعلومات التي تعمل على التأثير في تشكيل الرأي العام، فمن الممكن أن تكون بعض معلوماتها إيجابي مثل تعزيز الروح الوطنية والولاء والانتماء، والبعض الاخر سلبي مثل التشكيك في مصداقية ما تبثه وسائل الإعلام الرسمية.

منهجية الدراسة:

هذا الفصل يوضح أهم الطرق والأساليب التي يتم استخدامها لتحقيق الهدف من الدراسة وهي واقع التربية الإعلامية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من طلبة الجامعات الأردنية" ويشمل هذه الفصل عينة الدراسة وأدوات جمع البيانات إلى جانب عرض إجراءات الباحث لتنفيذ الدراسة والحصول على البيانات اللازمة والمعالجة الإحصائية المستخدمة في تحليل تلك البيانات وهي كالتالي:

منهجية الدراسة:

يتم تحديد المنهج المستخدم في الدراسة بناء على نوع البحث وطبيعته والأبعاد التي يهتم بها والأهداف المطلوبة تحقيقها من البحث، باعتباره طريقة يسلكها الباحث في دراسة الظاهرة وتفسيرها ووصفها والتحكم فيها والتنبؤ بها، ويمكن تعريف المنهجية بأنها "مجموعة العمليات والخطوات التي يتبعها الطالب بغية تحقيق أهدافه البحثية" واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بأسلوب الدراسة المسحية لجمع البيانات ولاستطلاع آراء أساتذة الإعلام في الجامعات الأردنية الحكومية والخاصة للوصول لوصف الظواهر والحالات التي تمر بها المجتمعات والظروف المحيطة.

مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع الدراسة بأنه "جميع الوحدات التي ترغب الباحثة دراستها" (المغربي، 2011)، وهذا المجتمع يتكون من طلاب الجامعات الأردنية من طلبة وحملة ماجستير ودكتوراه.

عينة الدراسة:

تم اختيار عينة الدارسة بطريقة عشوائية، فقد بلغت العينة (100) مفردة من طلاب الجامعات الأردنية.

أداة الدراسة:

في هذه الدراسة اعتمد الباحث على الاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بتلك الدراسة، وهذه الاستبانة تشمل مجموعة من الأسئلة التي تناول موضوعات خاصة بشبكات التواصل الاجتماعي.

صدق الأداة:

للتأكد من صدق الأداة التي تم استخدامها في هذه الدراسة، قام الباحث بقياس ما يجب قياسه بتوزيع استبانة الدراسة على مجموعة من المحكمين من اختصاص أعضاء هيئة التدريس ليتم تحكيمها والعمل على ملاحظاتها من حذف وإضافة أسئلة تقيس ما ينبغي قياسه ومن ثم توزيع هذه الاستبانة على أفراد عينة الدراسة.

ثبات الأداة:

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة كوسيلة لقياس الاتساق الداخلي، حيث يتراوح معامل الثبات لألفا كرونباخ بين 0.0و1 + وكلما اقتربت قيمة كرونباخ ألفا إلى 1 يدل ذلك على ارتفاع ثبات الاتساق الداخلي مع ضرورة زيادة القيم الخاصة بهذه الدراسة عن 6.0.

إلى جانب ذلك اعتمد الباحث في هذه الدراسة على برنامج التحليل الاحصائي (SPSS) للحصول على قيم معاملات ألفا كرونباخ

إجراءات الدراسة:

1. تم الاطلاع على الأدب النظري والدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع.
2. إجراء دراسة استطلاعية أولية لمجتمع البحث لتكوين فكرة عامة عن الموضوع.
3. تم بناء أداة الدارسة المرفقة بالملحق.
4. التأكد من صدق وثبات أداة الدراسة.

5. تطبيق أداة الدراسة على العينة المختارة
6. جمع البيانات في جداول خاصة.
7. عرض النتائج.
8. مناقشة النتائج وكتابة التوصيات في ضوئها.

المعالجة الإحصائية:

تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي والتحليلي من خلال الاعتماد على برنامج الحزمة الإحصائية SPSS للإجابة على أسئلة الدراسة، حيث تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ألفا كرونباخ للتأكد من ثبات أداة الدراسة. كذلك تم الاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي الوصفي التي تتمثل في (المتوسطات الحسابية – الانحرافات المعيارية) لجميع محاور الدراسة المستقلة والفقرات المكونة لكل محور، مع مراعاة تدرج مقياس ليكرت المستخدم في الدراسة كما يلي:

أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
5	4	3	2	1

التحليل الإحصائي:

جدول (1) خصائص العينة:

خصائص العينة		التكرار	النسبة
الجنس	ذكر	83	%83
	أنثى	17	%17
المجموع		100	%100
الفئات العمرية	24 – 20	60	%60

	25 – 28	25	%25
	29 فما فوق	15	%15
المجموع		100	%100
المستوى التعليمي	طالب جامعي	48	%48
	ماجستير	30	%30
	دكتوراه	22	%22
المجموع		100	%100

يوضح الجدول السابق أن نسبة الطلاب بلغت 83% كأعلى نسبة في حين بلغ عدد الطالبات ما نسبته 17%، وقد تم تقسيم أعمال المبحوثين إلى فئات من 20 إلى 24 بلغت نسبتهم 60%، ثم فئة 25 إلى 28 بلغت نسبتهم 25% بينما فئة 29 فما فوق كانت نسبتهم 15%.

وتمحورت عينة البحث في طالب جامعي وماجستير ودكتوراه، فنجد أن نسبة فئة الطالب الجامعي بلغت نسبة 48% وفئة الماجستير 30% بينما بلغت فئة الدكتوراه نسبة 22%.

جدول (2) أبعاد التربية الإعلامية:

المتغير	التكرار	النسبة
دفع الطلبة نحو المشاركة في العديد من الفعاليات	68	%50.37
شبكات التواصل الاجتماعي من المصادر الإخبارية الموثوقة	22	%16.29
تهتم التربية الإعلامية بنقد المضامين الإعلامية	45	%33.33
المجموع	135	%100

من خلال الجدول السابق يتضح أن نسبة الطلاب الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي للمشاركة في الفعاليات بلغت 50.37%، أما فيما يخص أن شبكات التواصل الاجتماعي من المصادر الإخبارية الموثوقة كانت نسبة الطلاب 16.29% بينما كانت أقل نسبة خاصة بنقد المضامين الإعلامية حيث بلغت 33.33%

ونستنتج من ذلك أن التربية الإعلامية تلعب دور هام جدًا في عصر الإعلام، نظرًا لصعوبة مراقبة المضامين ولهذا يجب أن يتفاعل الطالب الجامعي مع هذه التطبيقات بشكل مسؤول مع استمراره في البحث ليتمكن من تفسير ما يتداوله.

إلى جانب أن التربية الإعلامية جعلت شبكات التواصل الاجتماعي مصدر موثوق للأخبار حتى يتمكن الطلبة الجامعيين من معرفة وتقييم الأخبار التي يتم نشرها وفهم التأثيرات الإعلامية على المستوى العملي والقدرة على صنع محتوى إعلامي للطالب بدلًا من الاكتفاء بالمتابعة.

جدول (3) استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي:

استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة
دائمًا	68	%68
أحيانًا	32	%32
نادرًا	/	/
المجموع	100	%100

توضح نتائج الجدول السابق أن نسبة استخدام المبحوثين لشبكات التواصل الاجتماعي بشكل دائم بلغت 64% في حين تمثل نسبة باقي المبحوثين الذين كانت اجابتهم أحيانًا 32%. ونستنتج من ذلك أن طلبة الجامعات الأردنية يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير، نظرًا لتميزه بعدة خصائص مثل تسهيل إجراءات الاتصالات، إنجاز البحوث العلمية. ونتيجة لذلك نلاحظ أن شبكات التواصل الاجتماعي اكتسبت أهمية كبيرة في القرن العشرين باعتبارها قنوات أساسية للمعلومات والأخبار والترفيه، فضلًا عن قدرتها الفائقة على التواجد السريع في أماكن الأحداث.

جدول (4) إيجابيات وسلبيات استخدام طلبة الجامعات الأردنية شبكات التواصل الاجتماعي

المتغير	التكرار	النسبة
زيادة الوعي بالقضايا الوطنية وتعميق مشاعر الاعتزام الوطني	50	%24.75
تنمية التعاون بين الطلبة في الشؤون الأكاديمية	77	%38.11
خرق خصوصية الأفراد الأخرين والكشف عن الذات	33	%16.33
التضليل الإعلامي وتقلص العلاقات الواقعية بسبب العلاقات الافتراضية	42	%20.79
المجموع	202	%100

النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة:

هذه الدراسة تهدف للحصول إلى معرفة واقع التربية الإعلامية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من طلبة الجامعات الأردنية من مستوى الطالب الجامعي وحملة الماجستير والدكتوراه للوصول إلى عدة الاستنتاجات والملاحظات في ضوء تساؤلات البحث وهي كالآتي:

- توضح الدراسة أن غالبية المبحوثين من فئة الذكور بنسبة 83%، حيث أن مبحوثي الدراسة أكدوا زيادة ادراكم نتيجة للاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 68% وهذا يؤكد ايضًا ان استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تنمي روح التعاون بين الطلبة في الشؤون الأكاديمية وجاء ذلك بنسبة 38.11%.
- كما توضح نتائج الدراسة وجود تفاعل إيجابي من خلال المشاركة الإيجابية تحمل قيم إيجابية أخلاقيًا واجتماعيًا بنسبة 50.37% ما نتج عنه زيادة الوعي بالقضايا الوطنية وتعميق مشاعر الاعتزام الوطني بنسبة 24.75%

النتائج العامة:

خلصت نتائج الدراسة إلى مجموعة نتائج أهمها:

- تهتم التربية الإعلامية بمساعدة الطلبة في فهم البيئة الإعلامية، واستغلال المحتويات الإيجابية منها وتفادي الشبكة من خلال تعزيز ثقافة الحوار والمشاركة عبر تلك المواقع باستخدامها بشكل واعي.
- تساهم التربية الإعلامية في تدريب الطلبة على آليات البحث عن المعلومات وتفسيرها ومناقشتها للخروج بموقف أو رأي يعبر عن توجهات الطلبة واهتماماتهم.
- تعمل التربية الإعلامية على مساعدة في ربط الأحداث بين واقعهم المعاش وما يقومون بتداوله عبر مواقعهم الافتراضية ومراعاة عدم التأثر بالأفكار السلبية التي يستقبلونها.
- تشترك التربية الإعلامية في جميع مكونات النظام الاجتماعي بداية من الاسرة والمؤسسات التعليمية إلى وسائل بالإعلام مع ضمان الرقابة الذاتية على محتويات شبكات التواصل الاجتماعي عند نشرها أو تلقيها.

التوصيات:

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة يوصي الباحث بما يلي:

- الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في البحث العلمي، واتخاذ القرارات لامتلاكها ميزات تكنولوجية كتوزيع الاستبانات واستطلاعات الرأي.
- تحول حملات التوعية التي تقوم بها المؤسسات والهيئات والمنظمات الحكومية والأهلية المهتمة بالشباب.
- الاهتمام بتطوير استراتيجيات التدريس الجامعية بما يتوافق والعمل على توجيه طلبة الجامعات لاستخدام هذه الشبكات للإفادة منها في تعزيز تعلم الطلبة وزيادة دافعيتهم من خلال الروابط العلمية.

- ضرورة إجراء المزيد من الدراسات التجريبية لتعزيز الرقابة الذاتية لدى الطلاب في تعاملهم مع تطبيقات ووسائط الهواتف الذكية والإعلام الرقمي.
- الاهتمام بتوعية طلبة الجامعات بالآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي، من قبل الجهات المعنية، سواء من خلال النّدوات والورشات المختصة أم من خلال الشبكات ذاتها.
- اهتمام شبكات التواصل الاجتماعي بنشر قضايا تهم الطلاب فيما يخص حرية الرأي والرأي العام دون المساس بحرية الآخرين.

الخاتمة:

يتضح لنا من خلال ما تم التركيز عليه في عناصر البحث أن للتربية الإعلامية أهمية كبيرة في مواجهة الآثار السلبية وتعزيز الإيجابية منها لوسائل الإعلام عامة، فشبكات التواصل الاجتماعي تمنح مميزات للطلبة الجامعيين بالتركيز على تنمية مهارات التفكير الناقد وكذلك قدرة على تفسير الرسائل الإعلامية بمنطقية دون البعد عن السياق الاجتماعي والأخلاقي والثقافي.

ونظرًا لأن التربية الإعلامية من أهم مكونات النظام الاجتماعي فهي تهدف إلى تعديل السلوك والوصول إلى المعرفة، بالإضافة إلى القدرة على التعامل بشكل إيجابي مع مضامين شبكات التواصل الاجتماعي بالنقد والمناقشة للوصول إلى وجود تربية إعلامية لدى طلاب الجامعة الأردنية، وهذا بدوره ينعكس بالإيجاب على سلوكهم والمشاركة بالإنتاج العلمي والمعرفي على المستوى التعليمي والمهني والاجتماعي عامة.

المراجع:

- الدبيسي، عبد الكريم علي، الطاهات، & وزهير ياسين. (2013). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية. *Social Sciences & Dirasat: Human ,40*(1).
- الحمداني، بشري حسين. (2015). التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 89 – 93.
- هتيمي، حسن محمود. (2015). العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر، الأردن، ص84.
- عبادة، نور الهدى. (2016). شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية: الفرص والتحديات، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع26، 287 – 294.
- أبو صعيليك، ضيف الله عودة سليمان، والزبون، محمد سليم عودة. (2013). أثر شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية عن اتجاهات طلبة الجامعات في الأردن، مؤتة للبحوث والدراسات، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج28، ع7، 323 – 359.
- خنفر، & فضلون. (2019). واقع التربية الإعلامية لدى مستخدمي شبكات التواصل الإجتماعي.
- سطوطاح، سميرة. (2017). دور التربية الإعلامية في تعزيز قيم التنوع الثقافي دراسة ميدانية على عينة من سكان مدينة عنابة، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، جامعة عنابة، مج1، ع3.
- أبو سويلم، شرحبيل غالب حميد. (2015). اعتماد طلبة الجامعات الأردنية على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار والمعلومات: دراسة مسحية تحليلية، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات

الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط – كلية الإعلام، https://meu.edu.jo/libraryTheses/586370ea39c0a_1.pdf

- ضيف، ليندة. (2017). التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي انموذجًا، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية – كلية أصول الدين، ع42، 443 – 464.
- الخيري، طلال بن عقيل بن عطاس. (1430). تفعيل التربية الإعلامية في المرحلة الجامعية: من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية، بحث مكمل لدرجة الدكتوراه في الأصول الإسلامية للتربية، جامعة ام القرى – كلية التربية، المملكة العربية السعودية، ص135.
- راضي، زاهر. (2013). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، جامعة عمان الأهلية، عمان، 15، 23 – 47.

الملاحق:

استمارة استبيان

أولًا: البيانات الديموغرافية:

الجنس:

ذكر ( ) أنثي ( )

العمر:

أقل من 20 سنة ( ) من 20 – 22 سنة ( )

من 22 – 24 سنة ( ) من 24 – 26 سنة ( )

من 26 – 28 سنة ( ) 29 سنة فما فوق ( )

المستوى التعليمي:

طالب جامعي ( )

ماجستير ( ) دكتوراه ( )

ثانيا: استمارة الاستبيان:

م	العبارات	موافق	موافق بشدة	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
إيجابيات وسلبيات استخدام طلبة الجامعات الأردنية شبكات التواصل الاجتماعي						
1	المشاركة في الأنشطة الاجتماعية داخل الجامعات مثل الرحلات والأنشطة الرياضية.					
2	زيادة الوعي بالقضايا الوطنية وتعميق مشاعر الاعتزام الوطني					
3	تنمية التعاون بين الطلبة في الشؤون الأكاديمية					
4	خرق خصوصية الأفراد الأخرين والكشف عن الذات					
5	التضليل الإعلامي وتقلص العلاقات الواقعية بسبب العلاقات الافتراضية					
أبعاد التربية الإعلامية						
1	تهتم التربية الإعلامية بنقد المضامين الإعلامية					
2	تطور السمات الشخصية مثل الثقة بالنفس وحب التواصل مع الآخرين.					
3	تساهم في دفع الطلبة نحو المشاركة في العديد من الفعاليات					
4	تساهم التربية الإعلامية في تعديل أفكار الطلبة نحو قضايا محددة					
5	شبكات التواصل الاجتماعي من المصادر الإخبارية الموثوقة.					

استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكات التواصل الاجتماعي						
	استخدم شبكات التواصل الاجتماعي لقضاء وقت الفراغ					
	معرفة الأخبار والأحداث المختلفة					
	التواصل مع الأهل والأصدقاء					
	أتابع وسائل أخرى للتحقق من المعلومات الواردة في موضوع ما.					