



الأكاديمية العربية الدولية
Arab International Academy

الأكاديمية العربية الدولية

كلية الإعلام/

رقم الجلوس 15478983

أثر التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام في تنمية التربية الإعلامية في المجتمع ((دراسة تطبيقية الشباب))

دراسة مقدمة لنيل درجة البكالوريوس في تخصص الصحافة والإعلام

إعداد الطالبة:

فاطمة صلاح الدين الخلف

للعام 2023/2022

بسم الله الرحمن الرحيم

مقدمة:

أصبح الإعلام اليوم بكل أشكاله وأنواعه من ضروريات الحياة، ولا يخلو بيتٌ أو مجتمعٌ من وسائل إعلامٍ معيَّنة، وللإعلام وظائفٌ متعدّدة، سياسيةٌ، واقتصاديةٌ، وتربويّةٌ، فالتربية من خلال الإعلام أحد أنماط التربية، والتي تقوم على الخطاب الجماعي، وترتكز على تعزيز بعض القيم الإيجابية وتقويتها، وكذلك التعديل في القيم السلبية أو تغييرها حيث أحكم الإعلام سيطرته على العالم، مسلماً ومربياً وموجهاً، يظهر كل يوم بوجه جديد، وفي كل فترة ومرحلة بأسلوب مبتكر، وبتقنية مدهشة، متجاوزاً حدود الزمان والمكان، مما جعل التربية بوسائلها المتعددة، وتطورها التدريجي الحذر تفقد سيطرتها على أرضيتها، وأصبح الإعلام يملك النصيب الأكبر في التنشئة الاجتماعية، والتأثير والتوجيه، وتربية الصغار والكبار. وتتصدر وسائل الإعلام مكانة متميزة في واقعنا المعاصر انطلاقاً من طبيعة وظائفها وأدوارها، مروراً بتأثيرها على الفرد والمجتمع، ويقوم الإعلام في المجتمع المعاصر بدور كبير في تنشئة الأفراد، وخاصة أن تأثيره يصل إلى قطاعات واسعة من شرائح المجتمع، ومما ضاعف من تأثير وسائل الإعلام تداخل وظائفها مع وظائف مؤسسات المجتمع، وفي مقدمتها المؤسسات التعليمية، وبناء عليه تعد هذه المؤسسات من أهم المؤسسات التي ينبغي عليها أن تدرك أهمية وسائل الإعلام، وتعمل على الاستفادة من وظائفها في برامجها التربوية التي تهدف إلى تنمية معارف الطلبة، وبناء توجهاتهم وقناعاتهم على نحو إيجابي بما يسهم في تنمية المجتمع.

من هذا المنطلق أصبح من الضروري أن تهتم المؤسسات التعليمية بالجوانب المجتمعية المحيطة بالطالب، وأن يتضمن المنهج الدراسي كل أنواع الأنشطة التي تحيط بالطالب في البيت والمدرسة والمجتمع، والاهتمام في الوقت نفسه بقياس مدى تأثير وسائل الإعلام في شخصيته وقدرته على فهم الرسالة الإعلامية التي يتعرض لها بطريقة واعية وناقدة، وهذا ما يتم ترجمته عبر مفهوم "التربية الإعلامية".

ويتم وصف التربية الإعلامية في إطار العالم الحديث كعملية بناء الإنسان، والمساعدة على جودة استخدام وسائل الإعلام، وتهدف إلى تشكيل ثقافة التفاعل مع تلك الوسائل، وتنمية

المهارات الابتكارية والاتصالية، والتفكير الناقد، والاستقبال، والتفسير، والتحليل، وتقييم النصوص الإعلامية، وتدريب جميع صور التعبير الذاتي باستخدام تكنولوجيا الإعلام⁽¹⁾.
فالتربية الإعلامية تشجع على التأمل بالقيم الشخصية، وتتضمن دمج التقنيات الحديثة في التعليم، وتشجع حركة الإصلاح التربوي كما تشجع الحوار في قاعات وخارجها.

مشكلة الدراسة:

تعتبر المشكلة البحثية موقفاً غامضاً يثير قلق الباحث ويولد عنده الرغبة في الكشف ومعرفة هذا الغموض⁽²⁾، لذلك تعد المشكلة البحثية من الأمور المهمة التي يجب على الباحث أن يقوم بها، فهي الخطوة الأساسية التي تبني عليها جميع خطوات البحث العلمي، وتنشأ المشكلة البحثية حينما لا نعلم يقيناً الإجابة الصحيحة علي سؤال نواجهه حيث يكون الشك وتغيب الحقيقة⁽³⁾.
يعتبر البعض أن إشكالية العلاقة بين التربية والإعلام لا تكمن في تأثير وسائله على الأفراد المتعلمين بقدر ما ترتبط بكيفية تعامل هؤلاء معها فيما يتعلق بمنتجاتها ومحتواها الإعلامي بعد ظهور التكنولوجيا الرقمية لوسائل الاتصال والتواصل حيث وجد الباحث أن هناك نقصاً في المعلومات المتاحة حول التطرق لمشكلة بزوغ أثار الإعلام على تربية الأجيال من خلال تناول المشكلة بالفحص والتحليل؛ بغية التعامل مع تلك المتغيرات، والتحكّم فيها بما يُعدّل من الوضع الراهن، ويُحقّق سلماً داخلياً.

أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث من خلال الدور الكبير للتربية الإعلامية التي تُنمي الوعي بأهمية تكوين التفكير الناقد للمضامين الإعلامية وأيضاً تنمية مهارات استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة؛ مما حث الباحثة في التعرف على ماهية التربية الإعلامية وربطها بالأسباب الاجتماعية (السوسيولوجيا)، والحد من الخلل الذي يُصيب المجتمع جرّاء الفبركة والكذب بمختلف أنماطها في الإعلام ومقارنتها بين نشأة التربية الإعلامية وتطورها.

¹(Baranov, O. (2012). **Media Education in School and University**. (in Russian).Tver:)
Tver State University, P. 87.

²(خيري الدين علي أحمد ، دليل البحث العلمي ، (القاهرة : دار الفكر العربي ، 1999) ص 37

³(سامي طابع ، بحوث الإعلام (القاهرة : دار النهضة العربية ، 2001) ص 330

أهداف البحث:

- التعايش مع التغير الاجتماعي والثقافي والاقتصادي والتكنولوجي الذي تمليه التطورات السريعة في الأفكار والقيم والتقنيات.
- اكتساب مهارات النقد والتحليل وحل المشكلات .
- التَّعَرُّف على التربية الإعلامية وأبعادها وصورها.
- التعرف على العوامل التي ساعدت في تطور التربية الإعلامية في ضوء التطور بين الماضي والحاضر
- التَّعَرُّف على العلاقة بين آثار التربية الإعلامية على حياتنا وأهميتها والسمات الديموغرافية، والتي تتمثل في حياتنا العملية، ومنطقة المعيشة، ومستوى التعليم.
- البحث عن المعلومات و تصنيفها وتنظيمها وتحليلها والخروج بالنتائج المرجوة.

تساؤلات الدراسة:

- ما هو واقع التربية الإعلامية لدى الجمهور و هل هناك علاقة بين التربية الإعلامية والظروف الاجتماعية؟ و يتفرع من هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي كالتالي :
- ما هي أبعاد التربية الإعلامية؟.
 - ما هي عادات وأنماط الجمهور المهتم بالتربية الإعلامية
 - لماذا تعد التربية الإعلامية مهمة في حياة الفرد؟
 - لماذا الإعلام يؤثر على تربية أبنائنا؟
 - ما هو الفرق بين الماضي والحاضر في شكل الإعلام؟
 - كيف تساهم التربية الإعلامية في مواجهة الآثار السلبية لوسائل الأعلام المختلفة؟.
 - أو هل يُوجد ارتباطية بين وسائل الإعلام الحاضر والماضي ؟

تساؤلات الدراسة:

ما هو واقع التربية الإعلامية لدى الجمهور و هل هناك علاقة بين التربية الإعلامية والظروف الاجتماعية؟ و يتفرع من هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي كالتالي :

- ما هي أبعاد التربية الإعلامية؟.
- ما هي عادات وأنماط الجمهور المهتم بالتربية الإعلامية
- لماذا تعد التربية الإعلامية مهمة في حياة الفرد؟
- لماذا الإعلام يؤثر على تربية أبنائنا؟
- ما هو الفرق بين الماضي والحاضر في شكل الإعلام؟
- كيف تساهم التربية الإعلامية في مواجهة الآثار السلبية لوسائل الأعلام المختلفة؟.
- أو هل يُوجد ارتباطية بين وسائل الإعلام الحاضر والماضي ؟

• حدود الدراسة :

• وتتمثل حدود هذه الدراسة فيما يلي :

حيث تمت الدراسة بمقارنة الإعلام الرقمي والتقليدي، فالحدود الزمنية تناولت الدراسة

المقارنة بين الماضي والحاضر والمستقبل ، والحدود البشرية والمكان كانت من خلال

دراسة أفكار بعض الطلاب والشباب في سوريا- مدينة حلب.

الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة على وسائل التواصل الإعلامي التقليدية والرقمية وأثر

التطور على المجتمع العربي عامة والمجتمع الحلبي-السوري خاصة.

• اقتصرت الدراسة الحالية على معرفة اثر استخدام وسائل الاتصال في تطور التربية

الإعلامية .

• * نوع الدراسة ومنهجها :

• يعتبر المنهج من الأدوات المركزية، التي تسمح بفهم ثنايا الظاهرة التي تحددها طبيعة الموضوع فالمنهج هو مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف وتحليل الموضوع، عبر مجموعة خطوات والعمليات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق الأهداف التي حددها مسبقاً.

• حيث استخدمت الباحثة المنهج الوصفي في قياس اثر استخدام وسائل الاتصال في تطور التربية الإعلامية في التوعية بمفاهيم القيم والانماط والسلوكيات لدى عينة الدراسة

• *مجتمع وعينة الدراسة:

• مجتمع البحث: ويقصد به « المجموعة الكلية التي يسعى الباحث إلى تعميم النتائج عليها فالمجتمع يشمل جميع الأفراد والعناصر الذين لهم خصائص واحدة ويمكن ملاحظتها . « يتمثل مجال بحثنا في هذه الدراسة في مجموعة من الشباب المهمة بالتربية الاعلامية.(طلاب الجامعات وفئة الشباب بشكل عام في مدينة حلب)

• مصطلحات الدراسة :

• مفهوم التربية الإعلامية

• التربية الإعلامية تُنمي لدى الوعي لدى المجتمع بأهمية تكوين التفكير الناقد للمضامين الإعلامية وأيضاً تنمية مهارات استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة؛ لحماية الأطفال والنشء من المضامين الهدامة؛ لبناء جيل قوي قادر على الإنتاج والتطور والإبداع.

هيكـل البـحث :

الفصل الأول :

التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام

الفصل الثاني:

نشأة التربية الإعلامية وأهميتها

الفصل الثالث:

وسائل الإعلام والتطور التكنولوجي

الفصل الرابع :

الدراسة الميدانية

خاتمة:

سيتم فيها استعراض ما توصلت إليه من نتائج وتوصيات .

الفصل الأول

التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام

تلعب وسائل الإعلام دورا هاما في عملية التنشئة الاجتماعية والنمو الاجتماعي للفرد والجماعة خاصة في ظل التطورات التكنولوجية الهائلة التي شهدتها تلك الوسائل من حيث نقل المعلومات والأفكار المعرفية والثقافية والاجتماعية والتي تساعد في رفع المستوى العلمي والمهني لأفراد المجتمع خاصة في حالة حرص تلك الوسائل على أداء رسالتها المهنية بوضوح وشفافية حيث يؤدي ذلك إلى تغيير الكثير من المفاهيم والتصورات والأفكار لدى الأفراد والشعوب.

حيث بحثت الدراسة في مدي استفادة المنصات المحلية الرقمية من الإمكانيات التي تتيحها شبكة الإنترنت، ورصد أثر ذلك من خلال التعرف علي مدى تعدد وتنوع المنصات الرقمية التابعة لها، سواء موقع إلكتروني خاص بها، أو حسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتطبيقات الهواتف المحمولة، وتوظيف ذلك في نشر محتواها الصحفي لتقديمها للجمهور والتفاعل معه، في ضوء نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام، كذلك قياس مدي قبول واقتناع القائم بالاتصال بتوظيف واستخدام تقنيات التكنولوجيا الرقمية من أجل توظيفها في ممارسته المهنية، بالاعتماد علي نموذج قبول التكنولوجيا كإطار نظري مناسب لاختبار المبتكرات المستحدثة، أخيرا دراسة استخدام الجمهور للمنصات المحلية، وأنماط وآليات تفاعلهم معها، من أجل الوصول لفهم أعمق لاحتياجاته وتفضيلاته.

وكشفت نتائج الدراسة استفادة المنصات الإقليمية الرقمية من وسائل الإعلام التقليدية، مع إدخال العديد من التقنيات الجديدة لها من خلال استخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، بهدف جذب الجماهير عبر الإنترنت، مما ساعد على خلق شيء من التعايش والمنافسة القائمة على التأثير المتبادل، وتتفق هذه النتيجة مع ما افترضته نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام من حيث أن وسائل الإعلام القائمة تتطور عندما تظهر وسيلة إعلامية جديدة، كما تحقق مبادئ فيدلر لتطور وسائل الإعلام والخاصة بالتعايش والتناغم والبقاء، في المقابل تظهر نتائج القائم بالاتصال تحقيقها لعناصر ومكونات نموذج قبول التكنولوجيا، متمثلة في سهولة الاستخدام، بإدراك الصحفيين ووعيهم لاستخدام الأدوات الرقمية المستحدثة في صناعة وإنتاج المحتوى الصحفي، وتحديد المحتوى المرئي بأشكاله المختلفة، ثم الفائدة المتحققة، والتي تمثلت في اقتناعهم بأن الاعتماد علي الوسائط الرقمية والمستحدثات التكنولوجية ستعزز من أدائهم الصحفي، أخيرا النية السلوكية، والتي تمثلت في حرصهم علي استخدام كل ما يستجد في صناعة المحتوى الصحفي، وعدم الاستغناء عنها.

الفصل الثاني

نشأة التربية الإعلامية وأهميتها

مفهوم التربية الإعلامية :

تعرف التربية الإعلامية عادة على أنها عملية توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلى بغرض تحقيق أهداف تربوية مرسومة في إطار سياسة إعلامية/ تعليمية للدولة القائمة عليه، وهي وسيلة لإعداد وتمكين أفراد المجتمع لفهم وسائل الإعلام والمحتوى الذي تقدمه ومساعدتهم في كيفية التعامل مع هذا المحتوى والمشاركة فيه والتفاعل معه والتمييز بين ما هو إيجابي وسلبي ومن ثم معرفة كيفية انتقاء واختيار المعلومات.

وتكمن أهمية التربية الإعلامية في أن وسائل الإعلام الآن أصبحت تملك سلطات واسعة على أفراد المجتمع وتؤثر بصورة كبيرة في عمليات التنشئة الاجتماعية والثقافية لكثير من الناس، لذا فإنه من الضروري أن يكتسب أفراد المجتمع مهارة الوعي الإعلامي ومهارة التعامل مع وسائل الإعلام التي تترصد ضعفاء الوعي والفكر والثقافة لتسيطر على أفكارهم وعقولهم وبالتالي على سلوكهم.

تمكن التربية الإعلامية الفرد من تحصين نفسه من المحتوى الإعلامي الذي يتلقاه بكافة أشكاله المقروءة والمسموعة والمرئية مع تمكينه من إنتاج محتوى مضاد أو مختلف.

ومن أهم مميزات التربية الإعلامية والمعلوماتية أنها تعزز دافعية الأفراد للتعلم وتنمي مهارات التفكير العليا لدى الإنسان كمهارة حل المشكلات عن طريق الفهم والتفسير والتحليل ومهارة التفكير الناقد ومهارة التفكير الإبداعي ومهارة اتخاذ القرار كما أنها تعزز الثقة بالنفس.

الجدير بالذكر أن منظمة اليونسكو تُعد من أكبر الداعمين للتربية الإعلامية على مستوى العالم، وبحسب اليونسكو تُعد التربية الإعلامية والمعلوماتية جزءاً من الحقوق الأساسية لكل مواطن، وأوصت المنظمة بلدان العالم بضرورة إدخالها ضمن المناهج التربوية وأنظمة التعليم مدى الحياة.

أهمية التربية الإعلامية:

تستعرض هذه الدراسة موضوع التربية الإعلامية ومدى أهميتها في الوسط الأسري، حيث أصبحت في ظل الظروف الراهنة ضرورة ملحة بالنظر إلى هيمنة وسائل الإعلام على الحياة الاجتماعية بفضل مختلف التطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال الإعلام والاتصال والتي أتاحت العديد من التطبيقات وجعلت معظم أفراد المجتمع يسعى إلى استخدامها بوعي أو بدون وعي وخاصة عندما يتعلق الأمر بفئة الأطفال والمراهقين، و يؤثر غياب الوعي الكافي لدى الأولياء بمفهوم التربية الإعلامية، على تربية الأبناء بالشكل الصحيح وهذا معناه أن أبناءهم يتعرضون لمحتويات التلفزيون والإنترنت دون انتقاء ودون توجيه وأن الأولياء بالرغم من عدم رضاهم عن بعض سلوكيات أبنائهم لا يفعلون شيئاً حيالها.

من هنا تأتي أهمية نشر الوعي لدى الآباء أولاً بموضوع المواد الإعلامية وأهمية دخولها في تربية الأبناء لكي يتم تفادي أي ضرر قد يلحق الأذى النفسي وربما الجسدي بأبنائهم، ومما يعرضهم للكثير من المشاكل في حياتهم.

أهداف التربية الإعلامية:

أولاً : التشجيع على تنشئة المواطنة المسؤولة عن طريق:

1. فهم الكيفية التي يشكل الإعلام فيها إدراك الأفراد وبالتالي تهيئتهم للمشاركة كصانعي إعلام ومشاركين في مجتمعات افتراضية ضمن أخلاقيات المجتمع والمصلحة الوطنية وضوابط حرية الكلمة.

2. تمكين أفراد المجتمع من مواجهة تحديات العالم الرقمي ،الحديث من خلال نشر مبادئ وضوابط تساعد على التصدي لما تنبئه وسائل الإعلام من رسائل سلبية تهدم ولا تبني، تفرق ولا تجمع ضمن بيئة إعلامية ناضجة.

3. تنشئة الفرد بطريقة يستطيع من خلالها التعامل والتعاطي مع وسائل الإعلام، على اختلافها مسموعة ومرئية ومطبوعة وفضائيات وإنترنت وشبكات تواصل اجتماعي، وتمكينه من انتقاد سلطة النصوص الإعلامية.

ثانياً: تنمية مهارات التفكير الناقد عند الطالب عن طريق تمكينه من التعامل مع ثقافة الرسائل الإعلامية التي تتميز بالإبداع في كثير من جوانبها وتحصين وعيه لمواجهة الرسائل الهدامة والمضللة التي بات يحفل بها الفضاء الإعلامي:

1. الجهة التي أعدت الرسالة وما هي التقنيات المستخدمة في الاعداد.

2. مضمون الرسالة وما هو الجانب الخفي منها.

3. الرسالة عندما تكون صورة أو مقطع فيديو.

4. كيف نقرأ الصورة الجانب السطحي منها والجانب الخفي.

5. بناء المهارات المطلوبة عند الطالب للمشاركة في الحوارات العامة وزيادة قدراته على الاتصال والتعبير.

ثالثاً: تقديم صورة شاملة عن البيئة الإعلامية توضح أساليب القولية والتنميط والدعاية والإعلان والثقافة الهابطة والتضليل الإعلامي والتلاعب بأخلاقيات المهنة، وتكشف الكثير من أسرار صناعة الإعلام.

رابعاً: تمكين الفرد في المجتمع من أن يصبح مستهلكاً حكيماً للرسائل الإعلامية، وحمايته من الإشاعة والتضليل والسلبية والأخبار الوهمية والمغلوبة والنمطية وبالتالي يصبح لديه القدرة على:

1. فهم الثقافة الإعلامية وكيفية الانتقاء والاختيار والنقد.

2. تمكينه من تفسير المواد الإعلامية وتكوين آراء واعية عنها.

3. تمكينه من الربط بين الأشياء. فما قد يبدو في الظاهر منفصلاً عن بعضه، هو ذو علاقة بنحو أو بآخر بغيره من الأشياء، كما هي علاقة الإعلام بالسياسة وعلاقتها بالثقافة وعلاقة الجميع بالتربية.

خامساً: تمييز الأخبار الكاذبة من غيرها وسط الكم الهائل من الأخبار والمعلومات التي تنشرها المواقع الإخبارية وغيرها من المنصات الرقمية تنتشر الكثير من البيانات المغلوطة والمضللة

والخادعة Fake News مستغلة سرعة انتشار الرسائل عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها ملايين الأشخاص حول العالم في أماكن مختلفة والتي يهدف بعضها لتحقيق غايات سياسية أو ثقافية أو اقتصادية، وأصبحت الأخبار الكاذبة ظاهرة وبات التحقق من صدق المحتوى الإعلامي ليس خياراً مهماً للجمهور والأفراد فقط، وإنما كذلك للصحفيين والإعلاميين أنفسهم قبل نشر محتوى غير دقيق. وأصبحت الأخبار الكاذبة لا تقتصر على نوع واحد، بل تتنوع لتتعدد أهدافها ووظائفها، فهناك:

1. أخبار ساخرة تسلط الضوء على حدث أو قضية بطريقة ساخرة كاذبة لكن بمجرد انتشارها بشكل أوسع خارج إطار الموقع الذي نُشِرَت فيه تكون لها القدرة على خداع الجمهور.
2. أخبار مضللة تحمل معلومات حقيقية موظفة في سياق خاطئ وغالبًا ما تحمل حقائق واقتباسات تم انتقائها بدقة وعناية من الصعب كشفها بسهولة.
3. أخبار ذات صفة خاطئة تحمل عناوين ليس لها أي ارتباط بالمضمون كثيرًا ما تسعى إلى تحقيق أهداف تجارية كالحصول على مشاهدات أو تفاعل من الجمهور.
4. أخبار ملفقة تدفع المستخدمين والقراء إلى تأييد موقف خاطئ أو تغيير صورة معينة في أذهانهم تحمل مضامين كاذبة ولا أساس لها من الصحة.
5. أخبار يتم فيها انتحال هوية شخصيات سياسية أو فنية مشهورة عن طريق تصميم صفحات أو إنشاء حسابات وهمية يُنشر فيها أخبار ومضامين كاذبة أو إنتاج مقاطع فيديو مبركة ومعدلة باستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي.
6. أخبار متحيزة، فالإنسان بطبعه يميل إلى ما يتوافق مع معتقداته ووجهات نظره فينحاز إلى تلك الأخبار بقصد أو بدون حتى وإن كانت خاطئة وكاذبة، هنا تستغل بعض وسائل الإعلام هذا الأمر لنشر وبت معلومات مبركة يجعلها تحظى بشعبية بين القراء لأنها تتفق مع أفكارهم وميولهم وتوجهاتهم.

الفصل الثالث

وسائل الإعلام والتطور التكنولوجي

وسائل الإعلام التقليدية :

يعرف الإعلام التقليدي بأنه "وسائل الاتصال التقليدية من التلفزيون، والإذاعة، وقنوات الكابل، والسينما، واستوديوهات الموسيقى، والصحف والمجلات الورقية، والكتب والنشرات المطبوعة."

هي جميع الأساليب التي تم تجربتها واعتمدت عليها العديد من الشركات لسنوات طويلة قديماً في إعلاناتها وهي فعالة جداً للكثير من الإعلانات التجارية، حيث إن وسائل الإعلام المستخدمة مثل التلفزيون والإذاعة، والإعلانات المطبوعة في الصحف والمجلات وغيرها تعتبر المنافذ الرئيسية للحملات الإعلانية، ولقد اعتادت العديد من الشركات على استخدام هذه الأساليب لسرعة وصول المستهلكين إليها وتحفيزهم على الشراء وتحقيق هدف الإعلان، وهذا الذي أدى إلى تطوير احتياجات وتوقعات المستهلكين مما أدى إلى ظهور وسائل إعلام جديدة وانخفاض شعبية الأساليب التقليدية.

العلاقات العامة:

تتمثل في دراسة الجماهير والتعرف عليهم وعلى أفكارهم وآرائهم واتجاهاتهم نحو المنظمة أو الإدارة التي تتعامل معهم، ومن ثم نقل هذه الأفكار والآراء والمبادئ والاتجاهات إلى الإدارة ليصبح ذلك مستنداً لديها في تعديل سياستها وبرامجها بشكل يتناسب مع تلك الآراء والاتجاهات الجماهيرية، وهذا ما يجعلنا نقول بأن العلاقات العامة تقوم على تبادل الآراء وعرض الحقائق.

الصحافة:

حرفة تقوم على جمع الأخبار و تحليلها و تحقيق مصداقيتها و تقديمها للجماهير، غالباً ما تكون هذه الأخبار ذات علاقة بما استجد من الأحداث سواء على الساحة السياسية أو المحلية أو الثقافية أو الرياضية أو الاجتماعية و غيرها. فالصحافة قديمة قدم الأزمنة بل يرجع تاريخها الى زمن الدولة البابلية، حيث كانوا قد استخدموا كاتباً لتسجيل أهم ما استجد من الأحداث اليومية لتتعرف الناس عليها. و في روما قد كانت القوانين و قرارات مجلس الشيوخ لعقود الأحكام القضائية و الأحداث ذات الأهمية التي تحدث فوق أراضي الإمبراطورية تسجل لتصل إلى الشعب ليطلع عليها. و في عام 1465م بدأ توزيع أولى الصحف المطبوعة، و عندما أصبحت تلك الأخبار تطبع بصفة دورية أمكن عندها التحدث عن الصحف بمعناها الحقيقي و كان ذلك في بدايات القرن السادس عشر، وفي القرن السابع عشر و الثامن عشر أخذت الصحافة الدورية بالانتشار في أوروبا

و أمريكا و أصبح هناك من يمتهن الصحافة كمهنة يرتزق منها و قد كانت الثورة الفرنسية حافظا
لظهور الصحافة، كما كانت لندن مهذاً لذلك.

التلفزيون:

يعد التلفزيون واحدا من أهم اختراعات القرن العشرين؛ إذ بدأت أولى التجارب على إرسال الصور الثابتة باللونين الاسود والابيض عن بعد في منتصف القرن التاسع عشر، وتطور هذا الاختراع حتى استطاع الألماني (دي كورن) من اختراع الفوتو تلغرافيا عام 1905،، وجاء بعده الفرنسي (ادوارد بليين) الذي طور الاختراع الاول واطلق عليه اسم البيليوجراف عام 1907، واستمرت هذه التجارب بالتطور مستخدمة وسائل ميكانيكية اولاً ثم كهربائية ، حتى توصل كل من الانكليزي (جون بيارد) والامريكي (س. ف. جنكيس) إلى وسيلة ارسال تستعمل فيها اسطوانة دورانية مثقوبة عام 1923. ويرتبط اختراع و ظهور التلفزيون باسم العالم البريطاني (جون بيرد) الذي استطاع عام 1924 من نقل صورة باهتة لصليب صغير عن طريق اجهزته التجريبية إلى شاشة صغيرة معلقة على الحائط.. وبعد ذلك بثلاث سنوات بدا هذا العالم تجاربه على التلفزيون الملون ، كما اجريت عدة تجارب لنقل الصور سلكياً ، نجح من خلالها الباحثون من ارسال صورة تلفزيونية عبر دائرة مغلقة من واشنطن إلى نيويورك عام 1927 () .وقد تكلفت التجارب التي اجريت خلال الثلاثينات من القرن العشرين بالنجاح ، حتى بدأ مركز اليكساندر بلاس البريطاني بالبحث التلفزيوني لمدة ساعتين يومياً عام 1936.

وسائل الإعلام الحديثة:

تسمى وسائل الإعلام الجديدة بالوسائط الرقمية وهي تتألف من أساليب تنطوي معظمها على الإنترنت بطريقة أو بأخرى، ومن الأفضل لنا أن نعترف أن هذه الوسائط اكتسبت وازدادت شعبية في مجال الإعلانات وأصبحت أكثر استخداماً في أيامنا هذه، فقد سمحت للمستخدمين أن ينشئوا تواصل وأن يبادلوا المعلومات والأفكار والرسائل مع بعضهم البعض، وهكذا أصبح الإعلام الحديث في متناول الجميع بعدما كان مقتصراً على فئة محدودة من الناس حتى أصبح المحتوى الإعلامي أكثر انتشار وسرعة في الوصول إلى أكثر عدد من القراء لتفتح الصحافة الإلكترونية الأبواب المغلقة وتثير آفاقاً جديدة.

الإعلام الرقمي :

المدونات

وسائل التواصل الاجتماعي

الصحف الإلكترونية

الفرق بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد تعتبر العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد عبارة عن علاقة تناقضية تنافسية لمتابعي كل نوع معين على حدة، وفيما يلي شرح لأبرز الفروقات بينهما:

- من حيث الانتشار تعتبر وسائل الإعلام الحديثة ذات انتشار أكبر بكثير من وسائل الإعلام التقليدية. من حيث التواصل تميل وسائل الإعلام الجديدة إلى أن تكون أكثر تواصلية وتفاعلاً من وسائل الإعلام التقليدية، وتتيح أشكالاً متعددة مثل الاتصال المباشر والتفاعل بين الأعمال التجارية والمستهلكين.
- من حيث تقييم البيانات تعتبر وسائل الإعلام الجديدة ذات قدرة كبيرة على تقييم البيانات والمعلومات، حيث يستطيع صاحب العلامة الوصول إلى عدد مرات الدخول إلى الإعلان من قبل الأشخاص، أو عدد مرات زيارة متصفح الإنترنت الخاص بك، وهذا غير متوفر في وسائل الإعلام التقليدية.
- من حيث الدقة تتميز وسائل الإعلام الحديثة في دقة نتائجها حيث يستطيع أصحاب العلامة التجارية تحليل سلوك المستهلك بشكل شامل ودقيق يساعدهم على تطوير علامتهم بشكل سريع.

الفصل الرابع

الدراسة الميدانية:

1. دراسة: دعاء عوض محمد طه (2018)

تهدف هذه الدراسة إلى الحالية إلى معرفة العلاقة بين تعرض طلاب المرحلة الثانوية لأدوات الإعلام الجديد وتأثيرها على اتجاهاتهم نحو وسائل الإعلام التربوي، والتعرف على وضع الإعلام التربوي بعد ظهور أدوات الإعلام الجديد، واستخدمت الباحثة في هذه الدراسة منهج المسح بالعينة، بالتطبيق على عينة قوامها (600) مفردة من طلاب وطالبات مرحلة الثانوية العامة، قد استخدمت الباحثة الأدوات الآتية لجمع المعلومات لتلك الدراسة وتمثلت في الآتي استمارة الاستبيان ومقياس الاتجاهات، وتوصلت الدراسة إلى: - توجد علاقة دالة إحصائياً بين تعرض طلاب المرحلة الثانوية لأدوات الإعلام الجديد واتجاهاتهم نحو ممارستهم لأنشطة الإعلام التربوي، - توجد علاقة دالة إحصائياً بين درجة استخدام طلاب المرحلة الثانوية لأدوات الإعلام الجديد ومعدل نتائجهم لأنشطة الإعلام التربوي، - أن الصحافة المدرسية أكثر الأنشطة الإعلامية التي يشارك فيها الطلاب الثانوية العامة بنسبة تصل إلى (40,76%)، يليه الإذاعة المدرسية بنسبة تصل إلى (32,9%)، يليه البرلمان المدرسي، ثم المناظرات الإعلامية، - وبينت الدراسة أن أكثر من نصف المدارس بنسبة وصلت إلى (56,2%) لديهم مواقع إلكترونية لنشر إنتاج الأنشطة الإعلامية من خلال المواقع الإلكترونية وهذا ما أكدته عينة الدراسة.

2. دراسة: صباح إمام أحمد علي سويلم (2017)

تهدف الدراسة دراسة وتحليل ماهية العلاقة ومتغيراتها التي تربط بين ممارسة طلاب المرحلة الإعدادية لأنشطة الإعلام التربوي ومدى قدرتها على تنمية العمل الإعلامي لديهم، تنتمي الدراسة إلى حقل البحوث الوصفية، وتعتمد الدراسة على منهج المسح بشقيه، الوصفي والتحليلي، تتكون عينة الدراسة الميدانية من (400) مفردة، تم الحصول على بيانات الدراسة باستخدام استمارة "استقصاء بالمقابلة"، وتوصلت الدراسة إلى: - جاءت نسبة من اكتسب مهارات الإعلام المختلفة من ممارستهم لنشاط الإعلام التربوي "بدرجة كبيرة" بلغت 59.2% من إجمالي مفردات العينة، وبلغت نسبة من اكتسب مهارات الإعلام المختلفة من ممارستهم لنشاط الإعلام التربوي "بدرجة متوسط" 31.6% من إجمالي مفردات العينة، بينما بلغت نسبة من اكتسب مهارات الإعلام المختلفة من ممارستهم لنشاط الإعلام التربوي "بدرجة منخفضة" 9.0% من إجمالي مفردات الطلاب عينة الدراسة. - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس اكتساب القدرات الإعلامية من خلال ممارسة الأنشطة الإعلامية لصالح الذكور صاحب المتوسط الأكبر. - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس اكتساب القدرات الإعلامية الناتجة عن ممارسة الأنشطة الإعلامية طبقاً لاختلاف الإدارات التعليمية.

3. دراسة: عبير عطية حسين ابراهيم غنيم(2017)

تهدف الدراسة إلى قياس مدى فاعلية البرنامج المقترح في تنمية مهارات الصحافة الاستقصائية لدى طلاب الإعلام التربوي، استعانت الباحثة بالمنهج التجريبي للعينة وطبق البرنامج على عينة من طلاب الفرقة الرابعة، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، وبلغ عددهم (20) مفردة، اعتمدت الدراسة على تطبيق برنامج تربوي وصحيفة استبيان، وقد توصلت الدراسة إلى: وجود فروق ذات

دلالة احصائية في متوسط درجات طلاب المجموعة التجريبية، وطلاب المجموعة الضابطة في القياس البعد على مقياس مهارات الصحافة الاستقصائية، وكانت لصالح المجموعة التجريبية، مما يدل على فاعلية البرنامج المقترح لدى أفراد العينة (ذكور، إناث) في تنمية مهارات الصحافة الاستقصائية، تشير نتائج الدراسة إلى أن أكثر الفنون الصحفية الاستقصائية ممارسة هو التحقيق الصحفي الاستقصائي، كشفت الدراسة إلى أن أولى مهارات الصحافة الاستقصائية هي مهارة الكشف عن قضية، يليها مهارة طرح فرضية، أما المهارة الثالثة فهي مهارة الحصول على معلومات من مصادر علنية وبشرية، يليها مهارة التنظيم، أما المهارة الخامسة فهي مهارة الكتابة الاستقصائية، يليها المهارة السادسة والأخيرة وهي مهارة توظيف الحاسوب في صحافة الاستقصاء، تشير نتائج الدراسة إلى أن الإناث تفوقت على الذكور في إنجاز التحقيقات الاستقصائية، تشير نتائج الدراسة على وجود فروق بين الصحافة الاستقصائية والصحافة التقليدية.

4. دراسة: السيد محمود عثمان أحمد (2017)

تهدف الدراسة إلى التعرف على اتجاهات أخصائي الإعلام التربوي بالمدارس الحكومية نحو تطبيق معايير الجودة في الأنشطة الإعلامية في ضوء المعايير التي أقرتها الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد، حيث تعد الدراسة من البحوث الوصفية، مستخدمة منهج المسح بالعينة، وتعتمد الدراسة على استمارة الاستبيان التي طبقت على 200 مفردة من أخصائي الإعلام التربوي بالمدارس الحكومية بمحافظة القليوبية، حيث توصلت الدراسة إلى: - أن نسبة 52.5% من الباحثين أن نظام الجودة يساهم في تحقيق معايير أداء أنشطة الإعلام التربوي بدرجة متوسطة. - أن أخصائي الإعلام التربوي يحقق أعلى مستوى في ممارسة مجال المهارات العملية ثم المهارات

الذهنية ثم المهارات العامة والقابلة للنقل. - جاء اهتمام المدارس الحكومية بالتنمية المهنية لأخصائي الصحافة والإذاعة المدرسية بنسبة 17% دائما.

5. دراسة: (2012) Valsamidou, Lina P. et al

استهدفت الدراسة بحث وفهرسة الصحافة المدرسية والتعرف على الدور الذي تلعبه في تنمية المهارات الاجتماعية والإعلامية للطلاب، واستخدمت الدراسة منهج تحليل المحتوى، حيث تم استخدام موضوعات الصحافة المدرسية كوحدة للتحليل، وتكونت عينة البحث من 54 عدد من الصحافة المدرسية مأخوذة من 27 صحيفة مدرسية بمدارس التعليم الأساسي باليونان والتي تم نشرها خلال الفترة بين 2005-2007، و توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:- أظهر تحليل المحتوى أن الغالبية العظمى من موضوعات الصحافة المدرسية (92%) تغطي موضوعات تساهم في التنشئة الاجتماعية للطلاب وتنمية مهاراتهم،- ساهمت موضوعات الصحافة المدرسية في تنمية المهارات الاعلامية لدى الطلاب واهتمام بالنقد،- أشار التحليل النوعي لعينة الدراسة أن الصحافة المدرسية أكسبت الأطفال الشجاعة لفحص بيئاتهم الاجتماعية فضلا عن غرس مبادئ حل المشكلات بين الأطفال.

6. دراسة : صن وان (2010) Sun-Kwon, Chang

واستهدفت الدراسة التعرف على الدور الفعّل للإذاعة المدرسية في المدارس الكورية وفاعليتها في دعم مجالات العمل المدرسي، ومعوقات أداء هذا الدور، والتعرف على مستقبل الإذاعة في كوريا، ولتحقيق أهداف الدراسة، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي المعتمد على الاستبيانات حول دور الإذاعة المدرسية كأداة للدراسة، حيث جرى تطبيق هذه الأداة بعد تجاوزها لاختبارات الصدق والثبات على عينة من المعلمين والمديرين في المدارس الكورية في العاصمة " سول "،

حيث بلغ العدد الإجمالي لعينة الدراسة 327 فردا من مدير مدرسة ومعلم، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:- يتمثل دور الإذاعة المدرسية في النظام التعليمي الكوري في الجوانب الرئيسية : إعلاميا ووثائقيا وتربويا، وقد رأى المشاركون في الدراسة أن الإذاعة المدرسية وغيرها من وسائل الإعلام المدرسي تمارس دورها بصورة متوسطة،- ظهرت فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد الدراسة حول الدور الفعلي للإذاعة المدرسية المرتبطة بالتكنولوجيا واستجاباتها للتقدم التكنولوجي في مجالات التعليم بكوريا.

7. دراسة: هناء سيد شعبان عبدالله(2018)

هدفت الدراسة إلى تقويم دور أخصائي الإعلام التربوي في ضوء المعايير القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد، وضع تصور مقترح للدور الأمثل لأخصائي الإعلام التربوي في ضوء معايير الهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد، تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح بالعينة، تمثلت العينة الأولى للدراسة في 400 مفردة من أخصائي الإعلام التربوي من مديرية التربية والتعليم بمحافظة الغربية، وتمثلت العينة الثانية للدراسة في 100 مفردة من خبراء ومراجعي الجودة التابعين للهيئة القومية لضمان جودة التعليم والاعتماد التابعة لمجلس الوزراء من محافظات مصر المختلفة، استخدمت الباحثة الأدوات التالية: صحيفة الاستبيان لأخصائي الإعلام التربوي، المقابلة الشخصية لخبراء ومراجعي الجودة، وتوصلت الدراسة إلى:- وجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس أهمية تطبيق معايير الجودة في الإعلام التربوي تعزى لمتغير النوع، - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس أهمية تطبيق معايير الجودة في الإعلام التربوي تعزى لمتغير مكان المدرسة، - وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس أهمية

تطبيق معايير الجودة في الإعلام التربوي فيما يتعلق بمجالي (ضمان الجودة والمساءلة، المتعلم) تعزى لمتغير سنوات الخبرة في العمل.

8. دراسة (Tafari, Vilma 2010)

تهدف الدراسة الى بحث فاعلية استخدام أنشطة الاعلام المدرسي في الفصل الدراسي ويجاد أفضل الطرق لاستخدام الأنشطة المسموعة والمرئية والمطبوعة كأحد أنشطة الاعلام المدرسي، وبحث الطرق الملائمة لتطبيق معايير الجودة في الاعلام المدرسي، واستخدمت الدراسة استطلاع الراي والاستبيان كأدوات لجمع البيانات بطريقة موثوق فيها وعلى درجة وضوح كبيرة، وطبقت الدراسة على عدد من المدرسين والطلاب في احدى المدارس الألمانية، وأشارت نتائج الدراسة الى التأكيد على فاعلية أنشطة الاعلام المدرسي في تعليم اللغة الانجليزية والتأكيد على اهمية المواد المسموعة والمرئية في توسيع مدارك التلاميذ لفهم المواد الدراسية المختلفة، واكدت الدراسة الى ضرورة استخدام الانترنت في أنشطة الاعلام المدرسي.

9. دراسة (Houston, Cynthia 2008)

تهدف الدراسة الى بحث فاعلية تطبيق معايير الجودة في أنشطة الاعلام المدرسي ودورها في زيادة الانجاز والتحصيل التعليمي والاكاديمي للطلاب، وتقييم وضع مراكز الاعلام المدرسي في ولاية كنتاكي وعلاقتها بمعايير الولاية، واستخدمت الدراسة مقياس لتقييم البرنامج الموجود في وثيقة المعايير لتحديد ما اذا كانت أنشطة ومراكز الاعلام المدرسي ذو فاعلية ام لا، وهدفت أيضا إلى الكشف عن سمات وخصائص تلك الأنشطة في المدارس لتحديد افضل الممارسات التي يمكن ان تساهم في انجاز وتحصيل الطلاب، واستخدمت الدراسة استطلاع الرأي اشتمل على معلومات ديموغرافية (موقع المدرسة ونوع الخدمات التي تقدمها المدرسة للمجتمع) ومعلومات دراسية وبرامج

تقييمية، وطبق استطلاع الرأي على حوالي 35 أخصائي إعلام و تم إرسال الاستطلاع هذا عبر الإيميل لحوالي 592 أخصائي في ولاية كنتاكي، وأشارت نتائج الدراسة إلى التأكيد على فاعلية أنشطة الاعلام المدرسي في زيادة فهم واستيعاب الطلاب للمواد الدراسية بالتالي زيادة درجة تحصيلهم.